

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра міжнародних економічних відносин

Матвіїв Ольга Андріївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**«СУЧАСНІ РИЗИКИ ТА НЕБЕЗПЕКИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ
БІЗНЕСІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ»**

Спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

Студентки 2 курсу

О.А. Матвіїв

групи МЕ.мз-11с

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Керівник доцент, к.е.н.

Л.І. Хомутенко

Суми – 2022 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної магістерської роботи на тему
« СУЧАСНІ РИЗИКИ ТА НЕБЕЗПЕКИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ
БІЗНЕСІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ »
студентки Матвіїв Ольги Андріївни

Основний зміст кваліфікаційної магістерської роботи викладено на 45 сторінках, у тому числі список використаних джерел з 81 найменувань, який розміщено на 9 сторінках. Робота містить 2 таблиці, 3 рисунка.

Ключові слова: ТУРИЗМ, МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ, ПАНДЕМІЯ, МОТИВАЦІЯ ТУРИСТИЧТОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення питання розвитку міжнародного туризму у світі під впливом сучасних ризиків та небезпек.

Об'єкт дослідження :світовий та український ринок туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти проблеми розвитку міжнародного туризму

Методи дослідження. Для досягнення мети у роботі використовувалися такі методи дослідження, як теоретичні узагальнення та порівняння, класифікація та систематизація, аналіз та синтез, графіки, статистичний аналіз, економіко-математичне моделювання, об'єктивні, факторні та структурні.

Джерела та інформаційна база складаються з вітчизняних та зарубіжних робіт та розробок Зарубіжні вчені та експерти, законодавчі та квазіправові нормативні акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Національної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства з розвитку туризму України, матеріали та аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, BCG, World Tourism Barometer, World Travel and Tourism Council Data, Річні звіти міжнародних організацій: World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism and Travel Council (WTTC), Всесвітня організація охорони здоров'я,

Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) Світовий банк (СБ), періодичні видання тощо.

Основний науковий результат роботи полягає у такому:

1. Під туризмом слід розуміти сукупність відносин та єдність явищ та зв'язків, які супроводжують людину в подорожі. Класифікація туризму полягає в угрупованні останніх за деякими однорідними функціями, що залежать від певних практичних цілей. Один із видів туризму включає міжнародний туризм. Йдеться про виїзди з туристичними цілями за межі країни, де люди проживають постійно. Міжнародний туризм можна розділити на дві форми, в'їзний та виїзний, залежно від напрямку туристичного потоку.

2. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), зізнаємося, що у 2021 році кількість міжнародних туристичних прибутків збільшився на 4%, а витрати відновляться більше, ніж обсяг, хоча сектор залишається набагато меншим, ніж два роки тому. Недавнє зниження числа міжнародних туристичних прибутків та доходів призвело до зниження як обсягу, так і вартості до рівнів, небачених з початку століття. Необхідно впровадити інноваційні напрями, що дозволяють туризму швидко адаптуватись до нормальних умов.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2022 рік

Рік захисту роботи – 2022 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ

(спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»)

студенту 2 курсу, групи МЕ.мз-11с

Матвіїв Ольга Андріївна

1. Тема роботи: Сучасні ризики та небезпеки в міжнародному туристичному бізнесі та їх вплив на розвиток туристичної галузі.

затверджена наказом по університету від «10» листопада 2022 року № 1057-VI

2. Термін подання студентом закінченої роботи «15» грудня 2022 року

3. Мета кваліфікаційної роботи: вивчення питання розвитку міжнародного туризму у світі під впливом сучасних ризиків та небезпек.

4. Об'єкт дослідження: світовий та український ринок туризму

5. Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти проблеми розвитку міжнародного туризму

6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах статистичних даних, аналітичних звітів

7. Орієнтовний план кваліфікаційної магістерської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети

Розділ 1 «Теоретичні основи розвитку міжнародного туризму» -16 жовтня 2022 р.

У розділі 1 розглядається сутність і фактори розвитку сучасного міжнародного туризму, також міжнародний туризм в системі світового господарства.

Розділ 2 «Аналіз сучасного ринку міжнародного туризму» - 12 листопада 2022р.

У розділі 2 розглядається міжнародний туризм: аналіз та особливості розвитку, фактори впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг та сучасний стан розвитку туризму в Україні.

Розділ 3 «Перспективи розвитку туристичної галузі в Україні» - 23 листопада 2022р.

У розділі 3 пояснюються перспективи та способи підвищення міжнародної туристичної привабливості України, а також інноваційні технології в організації міжнародного туризму.

8. Консультації з роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Хомутенко Л.І.	24.09.2022	24.09.2022
2	Хомутенко Л.І.	19.10.2022	19.10.2022
3	Хомутенко Л.І.	19.10.2022	19.10.2022

9. Дата видачі завдання: «24» вересня 2022 року

ЗМІСТ

Вступ.....	7
1. Теоретичні основи розвитку міжнародного туристичного бізнесу	10
1.1 Сутність та фактори розвитку сучасного міжнародного туризму	10
1.2 Міжнародний туризм в системі світового господарства	13
2. Аналіз сучасного ринку міжнародного туризму.....	19
2.1 Міжнародний туризм: аналіз та особливості розвитку	19
2.3 Сучасний стан розвитку туризму в Україні	27
3. Перспективи розвитку туристичної галузі України	31
3.1 Перспективи та способи підвищення міжнародної туристичної привабливості України	31
3.2 Інноваційні технології в організації міжнародного туризму.....	35
Висновки	39
Перелік джерел посилання	40

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), в умовах глобальної пандемічної кризи тимчасове призупинення діяльності туристичної галузі, особливо у сфері міжнародного туризму, залишило учасникам ринку дуже високі перспективи розвитку відпочинкової індустрії. Роль туризму у забезпеченні зайнятості отримала найбільшу увагу у щорічних звітах великих міжнародних організацій, таких як Всесвітня рада з подорожей та туризму Всесвітня туристична організація.

Сьогодні традиційні види туризму занепадають, але в той же час з'являються нові види відпочинку, що допускають тимчасові обмеження на пересування та можливість ведення ділового та міжособистісного спілкування в дистанційному режимі.

В умовах трансформації української економіки туризм є одним із перспективних напрямів розвитку, враховуючи значні історичні, природні та культурні цінності України, існуючу вітчизняну та зарубіжну, внутрішню та міжнародну співпрацю, іноземні компанії та потенційні можливості для отримання прибутку.

Туризм є однією з важливих стратегічних галузей економіки, що вносить суттєвий внесок у ВВП та експорт кожної країни та відіграє провідну роль у процесі відновлення посткризового світового економічного розвитку. Для багатьох країн міжнародний туризм є найбільш прибутковою галуззю економіки, а доходи від нього формують важливу складову національних бюджетів.

За останнє десятиліття український туризм показав швидке та стабільне зростання. Ця тенденція відповідає світовій динаміці розвитку. Однак поширення пандемії COVID-19 змусило галузь туристичних послуг постраждати найбільше у всьому світі. Особливо з урахуванням таких заходів, як обмеження на пересування громадян та заборона на авіап перевезення, на даному етапі галузі необхідно розробляти курс на вихід із кризи.

Досягнення зарубіжних вчених, таких як Р. Бертон, П. Бернекер, А. Булл, Дж. Інгрем, Ф. Котлер, Л. Сміт, Г. Харріс, Дж. Холлоуей та ін, актуальні для проблем функціонування та розвитку світового ринку туристичних послуг. Функціональним проблемам та перспективам подальший розвиток ринку туристичних послуг в Україні досліджували: М. Мойсеева, О. Покатаєва, Г. Скліяра, Т. Ткаченко, О. Трохимець, М. Ущенко, І. Черниш, М. Щербакова та ін.

У ситуації пандемії погляди на подальший розвиток туристичної галузі вимагають глибокого аналізу. На особливу увагу заслуговують вітчизняні дослідники, які проаналізували вплив пандемії на туризм. Однак вплив глобальної пандемії, що почалася наприкінці 2019 року, недостатньо вивчений і потребує розробки детальних заходів, необхідних для підтримки та стимулювання розвитку туристичної галузі.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення питання розвитку міжнародного туризму у світі під впливом сучасних ризиків та небезпек.

Для досягнення поставленої мети нам доведеться вирішити декілька завдань:

- визначити сутність та фактори сучасного міжнародного розвитку.
- розглянути показники розвитку ринку туристичних послуг.
- проаналізувати світовий ринок туристичних послуг .
- виявити фактори, що впливають на розвиток світового туристичного ринку.
- проаналізувати основні особливості українських туристичних послуг.
- визначення пріоритетних напрямків розвитку туристичних послуг в Україні.

Об'єкт дослідження: світовий ринок туристичних послуг.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти проблем розвитку світового ринку туристичних послуг за умов криз.

Методи дослідження. Для досягнення мети у роботі використовувалися такі методи дослідження, як теоретичні узагальнення та порівняння, класифікація та

систематизація, аналіз та синтез, графіки, статистичний аналіз, економіко-математичне моделювання, об'єктивні, факторні та структурні.

Джерела та інформаційна база складаються з вітчизняних та зарубіжних робіт та розробок Зарубіжні вчені та експерти, законодавчі та квазіправові нормативні акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Національної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства з розвитку туризму України, матеріали та аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, BCG, World Tourism Barometer, World Travel and Tourism Council Data, Річні звіти міжнародних організацій: World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism and Travel Council (WTTC), Всесвітня організація охорони здоров'я, Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) Світовий банк (СБ), періодичні видання тощо.

Структура кваліфікаційної роботи: робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота містить таблиць та малюнок. Список бібліографічних посилань на джерела містить позицій на сторінці.

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

1.1 Сутність та фактори розвитку сучасного міжнародного туризму

Міжнародний туризм складається з галузевого комплексу світового господарства, що містить значний інноваційний потенціал і розвивається за рахунок задоволення потреб людини в усіх можливих видах відпочинку, реалізація яких відбувається, переміщенням, через державний кордон країни.

Факторами розвитку міжнародного туристичного бізнесу являються : політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні, науково-технічний прогрес. Значення політичних чинників можна пояснити насамперед тим, що необхідною умовою для здійснення туристичного бізнесу є стабільна міжнародна політична ситуація. Також впливові значення мають: тип міжнародних відносин з іншими державами; стан платіжного та торговельного балансу країни та її партнерів; політичні обставини в світі і в окремих країнах, політика відкриття/закриття кордонів, уніфікація податкової і грошової політики. Також великою причиною зниження темпів розвитку туризму стали події в Ірані, Іраку, Афганістані, Сирії, Україні, Єгипті.

Економічні чинники в першу чергу пов'язані із підвищенням заробітної плати населення, що дає можливість виділити більше коштів на подорожі. Туристичні послуги мають найбільший попит серед представників середнього класу (40-60% у західноєвропейських країнах) та з високими доходами (попит на екзотичні тури та висококомфортний відпочинок). Держави з розвинутою економікою, як правило, займають перше місце за кількістю туристичних поїздок.

Соціально-демографічні чинники впливають на розвиток туризму, перш за все , через збільшення кількості населення, особливо міського. "Міський" стиль життя можна охарактеризувати такими рисами як: стрес, напруженість, відокремлення від природи, анонімність, знижена соціальна активність. Туризм дає змогу досягти зрівноваження, відпочити, заспокоїтися, розслабитися.

Найважливішою економічною особливістю діяльності, пов'язаної з туристичним сектором, є те, що вона сприяє досягненню трьох пріоритетних цілей країн, що розвиваються: отриманню доходу, зайнятості та валютних надходжень. У цьому відношенні туристичний сектор може відігравати важливу роль як рушійна сила економічного розвитку. Вплив, який ця галузь може мати на різних етапах економічного розвитку, залежить від специфічних особливостей кожної країни. Враховуючи комплексний характер туристичного споживання, його економічний вплив широко відчувається в інших виробничих секторах, сприяючи в кожному конкретному випадку досягненню цілей прискореного розвитку.

Культурні чинники розвитку міжнародного туризму проявляється через задоволення культурних, освітніх, естетичних потреб, що підштовхує людей на проведення досліджень та спостережень за традиціями, історією, культурою інших країн та народів. Так, близько 35-45 % мешканців Великої Британії, Бельгії, Німеччини віддають перевагу відпочинку біля теплого моря; а японці, іспанці, французи (30-50%) віддають перевагу відпочинку в містах; люблять подорожувати – італійці, французи (33-45%) ; надають перевагу відпочинку за межами міста – бельгійці, німці, голландці (10-17%).

Чинник науково-технічного прогресу в туризмі класифікують за 2 видами.

1. Поява новітніх видів туризму, які прогнозують економію часу дорозі та підвищення числа туристів на далекі подорожі.
2. У туристичному бізнесі все частіше застосовуються ІТ-технології, глобальні мережі для бронювання готелів та авіарейсів, що дає змогу покупцям та клієнтам без жодних проблем та ускладнень отримати найвигідніші пропозиції за лічені хвилини.

Найближчим часом розвиток туризму прогнозує створення нових та покращення вже існуючих об'єктів туризму, враховуючи новітні технології; підвищення культури і якості обслуговування на основі індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туристичного бізнесу; розумного використання

матеріальних ресурсів; використання сучасних технологій обслуговування туристів.

Оскільки роль міжнародного туризму у світовій економіці постійно зростає, то відповідно збільшується залежність національних економік від туристської діяльності. Це пояснюється тим, що в економіці окремих країн міжнародний туризм виконує ряд найважливіших функцій (див. рис. 1.1.):

- є джерелом припливу іноземної валюти і капіталу в країну;
- створює передумови для поліпшення платіжного балансу країни;
- сприяє диверсифікації економіки, стимулює виникнення нових секторів, які обслуговують сферу туризму;
- створює нові робочі місця, допомагаючи вирішити проблему безробіття;
- сприяє підвищенню доходів населення;
- підвищує привабливість країни для ділового міжнародного підприємництва;
- сприяє розвитку інфраструктури країни;
- стимулює господарське освоєння нових районів.

Для багатьох країн міжнародний туризм є:

1. Важливим джерелом валютних надходжень;
2. Фактором, що стимулює зростання платіжного балансу;
3. Потужним стимулом розвитку і диверсифікації багатьох галузей.



Рисунок 1.1 Функції міжнародного туризму

Туризм – одне з найважливіших соціально-економічних явищ сучасності, що підкоряється об'єктивним законам розвитку людського суспільства. Туризм активно розвивається як вид людської діяльності, і немає сумнівів, що його значення в майбутньому лише зростатиме. Потреба відпочинку, стимульована урбанізацією, науково-технічними революціями, екологією і загальним підвищенням життя населення, відбиває характерну тенденцію сучасності, коли відновлення працездатності поєднується з пізнавальною діяльністю.

1.2 Міжнародний туризм в системі світового господарства

У нормативних документах розрізняють дві основні форми міжнародний туризм в'їзний та виїзний [75]. Цієї позиція дотримується значна кількість професіоналів у галузі туризму та, залежно від напрямку, потоків розрізняється в'їзний (іноземний) та виїзний (зарубіжний) туризм.

Таблиця 1.1- Класифікація туризму залежно від мети подорожі

Види туризму залежно від мети подорожі	
Приватні поїздки	Бізнес-поїздки
<ul style="list-style-type: none"> - Канікули, відпочинок - Відвідування друзів, родичів - Освіта та навчання - Здоров'я та медичне обслуговування - Релігія та паломництво - Шопінг - Транзит - Інші види туризму 	<ul style="list-style-type: none"> - Участь у роботі нарад, конференцій - Начитка лекцій - Поїздки з концертами, виставками - Відрядження націлені на збільшення обсягів збуту - Дипломатичні закордонні поїздки - Участь в діяльності неурядових організацій - Службові туристичні поїздки

Безсумнівно, такий поділ справедливий, оскільки деталі організації в'їзного та виїзного туризму дуже різняться. Відрізняється їхній підхід до продукту, ціноутворення, продажу та організації комунікаційної політики. Географія подорожей, соціальні та культурні норми і звичаї мандрівників, що виїжджають та в'їжджають, також різняться.

ЮНВТО ділить поїздки на великі групи залежно від мети поїздки: приватні поїздки та бізнес-поїздки (табл. 1.1) . Водночас ділові поїздки включають поїздки, що здійснюються виключно в ділових цілях і не вимагають наявності місця роботи для отримання доходу.

До найважливіших цілей особистих поїздок ЮНВТО відносяться:

1. Свята, відпочинок та розваги. Зокрема, даній категорії характерні такі види туризму: участь у спортивних і культурних заходах, заняття спортом (гірські лижі, верхова їзда, теніс, дайвінг, альпінізм та ін.), відвідування

пляжів, басейнів та різних місць відпочинку, поїздки до літніх таборів для молоді, морські та річкові круїзи, відпочинок у власному чи орендованому житлі.

2. Відвідування друзів та родичів- поїздки, які охоплюють відвідування родичів чи друзів.
3. Освіта та навчання- включає участь у коротких семінарах та тренінгах, спеціальних програмах навчання, стажуваннях та набутті конкретних навичок та знань.
4. Здоров'я та медицина- включає консультації, лікування, оздоровлення та реабілітацію у медичних закладах та відвідування санаторно-курортних установ. Водночас оздоровчий туризм може залишатися короткостроковим, оскільки тривале лікування вже потребує перебування в іноземній державі протягом року і більше, а таке медичне обслуговування не є частиною туризму
5. Релігія та паломництво- це цілеспрямовані подорожі паломництва, відвідування та поклоніння релігійним святиням, релігійним пам'ятникам, осмислення історії.
6. Шопінг (Shopping tour) – міжнародні поїздки з метою придбання товарів народного вжитку, подарунків, одягу тощо.
7. Транзит – поїздка із зупинками у країні, яка не має конкретної мети, крім прибуття до іншої країни.
8. Інші види туризму, такі як безкоштовна участь у волонтерській роботі та інших заходах.

Зрозуміло, що для визначення тривалості туристичної поїздки, туризм необхідно розбивати за цілями, ЮНТВО пропонує врахувати кількість, ночей проведених у країні, адже попит на послуги проживання та харчування, також входить в обсяг туристичних витрат. При цьому поїздки без ночівлі вважаються одноденним незалежно від тривалості перебування. Відповідно до цього критерію ЮНТВО розрізняє поїздки з ночівлею та одноденні поїздки. Фахівці з туризму

ділять міжнародний туризм на короткостроковий (до 3-7 днів) та довгостроковий туризм.

Зокрема, в'їзний туризм визначають як подорожі в межах країни осіб, що не проживають у ній постійно, з туристичними цілями без здійснення оплачуваної діяльності. Виїзний туризм – подорожі осіб-громадян однієї країни в іншу країну з аналогічними цілями без здійснення оплачуваної діяльності у відповідній країні.

Міжнародний туризм- це не тільки популярний вид відпочинку, але й регіон світової економіки, що активно розвивається. За останні десять років кількість туристів у світі збільшилася вчетверо, а туристичний прибуток – більше ніж в 25 разів. Туризм- промислова галузь, яка входить в число трьох основних експортних галузей.

Сучасна індустрія туризму служить інтересам усіх ієрархічних рівнів економіки. Доходи від туризму становлять до 30% бюджетів економічно розвинених країн і до 80% – багатьох невеликих держав, які не мають інших значущих джерел. Туризм стає одним з основних факторів створити додаткові робочі місця, прискорити будівництво доріг, стимулює будівництво готелів, збереженню регіональних та національних народних промислів та національної культури.

Туризм є основою багатьох країн з розвинутою економікою, та країн що розвиваються. Як основа сучасного туристичного ринку- це якісна та кількісна оплачувана відпустка працівників.

Останнім часом зросла роль відряджень у туризмі, а також відпочинки осіб пенсійного віку. За даними СОТ кількість прибуття туристів у 2019 році становило 1481 мільйонів осіб, а глобальний дохід від туризму становив більше 1,6 трлн.дол.

Збільшення туристичних витрат до 1248 дол. США за одну подорож. Від доходів у іноземній валюті індустрія туризму обійшов нафтопродукти, телекомунікаційне обладнання, автомобілі та інші види послуг .

Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки та створює індустрію у сфері туризму. Міжнародний туризм у світі дуже неоднорідний, що

пояснюється різним рівнем соціально економічного розвитку країн та регіонів. Туризм не є продуктом першої життєвої потреби, а тому стає нагальною потребою людини лише за певного рівня доходів та достатку суспільства. Міжнародний туризм найбільш розвинений у країнах Західної Європи. На частину цього регіону припадає понад 70% світового туристичного ринку та понад 60% валютної виручки.

За даними СОТ, у світі налічується 15 країн, які спеціалізуються на туристичних послугах, а доходи від туризму в багато разів перевищують доходи від експорту. До них відносяться малі острівні країни в субтропіках та тропіках – Барбарос, Сейшели та інші. Найбезпечніші країни для туристів: Острови Аруба, Бонайре та Кюрасао, Сінгапур, Ісландія, Швейцарія, Бутан, Нова Зеландія, Ірландія, Кіпр, Дубаї.

Сорок п'ять країн отримують понад чверть свого експорту від туризму (в основному це країни, що розвиваються із слаборозвиненою економікою). Туризм є основним джерелом доходу в 38% країн і одним із п'яти основних джерел доходу в 83% країн.

Туризм відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, забезпечує зайнятість населення, поповнює бюджети різних рівнів, сприяє припливу іноземної валюти, забезпечує соціальний добробут і якість життя людей, сприяє розвитку суміжних галузей, таких, як зв'язок, транспорт, сільське господарство, виробництво товарів народного вжитку.

Сфера туризму прямо впливає на соціальні параметри життя людей (покращення здоров'я та розвиток людини в цілому) та опосередкований вплив через поліпшення показників економічного розвитку країни: зростання ВВП, доходів населення, зайнятості тощо. Поліпшення всіх параметрів економічного життя населення – основа підвищення добробуту, покращення здоров'я та збільшення тривалості життя.

Роль економічних функцій поступово зростає. З одного боку, туризм виступає споживачем певних природних та рекреаційних об'єктів та займається їх збереженням. З іншого боку, підвищений попит призводить до збільшення

антропогенного навантаження на рекреаційні системи, особливо на традиційні чи модні. Тому, охорона навколишнього середовища має бути невід'ємною частиною сталого розвитку туризму. Розвиток туризму – не лише важливим чинником економічного розвитку, а й соціальним, культурним і духовним.

Отже, на підставі вищевикладеного робимо такі висновки :

- Міжнародний туризм включає організацію поїздок за кордон, але оскільки міжнародний туризм є такою категорією, його можна класифікувати в основному за низкою ознак, характерних для туризму .
- Класифікація міжнародного туризму проводиться з метою вивчення статистики міжнародного туризму, визначення зміни попиту на різні види туристичних послуг та розрахунку вартості туризму.
- Існування численних видів туризму обумовлено діяльністю суб'єктів туризму та використанням сучасних маркетингових технологій у просуванні нових та існуючих туристичних напрямків.
- На класифікацію міжнародного туризму впливає багато чинників: розповсюдження процесу глобалізації, відкритість туристичних ринків багатьох країн світу, активна інтернаціоналізація діяльності багатьох суб'єктів туризму, розповсюдження ІТ-технологій, активне використання інтернету у повсякденному житті людей.
- Формування нових туристичних пропозицій за рахунок поєднання різних видів міжнародного туризму позитивно вплине на формування попиту та просування туристичних поїздок.

2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Міжнародний туризм: аналіз та особливості розвитку

Сучасний стан світового економічного розвитку характеризується домінуванням сфери послуг у результаті структурних змін в технологіях, попиті та світових тенденціях. Це також результат формування нових типів економік, так як і глобальна трансформація, пов'язана із переходом на наступний етап розвитку світової спільноти.

Найбільш динамічною складовою світового ринку послуг є ринок туризму. Сучасна індустрія туризму створює додаткові робочі місця, прискорює розвиток транспортної інфраструктури, будує дороги, стимулює зростання виробництва товарів народного споживання та розвиває шляхи сполучення.

Сьогодні для багатьох країн світу міжнародний туризм є пріоритетною галуззю економіки, що веде до інклюзивного та сталого економічного розвитку, соціальної інтеграції, збільшення зайнятості та боротьби з бідністю, ефективного використання ресурсів, захисту довкілля та міжкультурного розвитку. Світ та безпека як ключові елементи соціальної взаємодії у глобальному масштабі.

Варто зазначити, що мільйони робочих місць та підприємств у країнах на всіх етапах розвитку залежить від сильного та процвітаючого туристичного сектора. Туризм також є рушійною силою у захисті природної та культурної спадщини та збереженні її для майбутніх поколінь.

Туризм постраждав найбільше, оскільки світ зіткнувся з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією в галузі охорони здоров'я, соціального та економічного розвитку через пандемію COVID-19.

Сектор, де майже в кожній країні світу є закриті готелі, літаками на землі та запроваджені обмеження на поїздки. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), кількість міжнародних туристів у 2020 році скоротилась на 73% або, 1,1 мільярда осіб порівняно з до пандемічним 2019

роком. У 2019 році світом подорожували 1464 млн. туристів, але через вплив пандемії це число скоротилось до 400 млн. Це був найгірший рік.

Останніми роками, що передували пандемії, кількість туристів значно збільшилась у всіх регіонах світу. Але це був рік багатьох проблем, оскільки світ стикається зі стихійними лихами, загрозами безпеці і навіть бореться за свій власний успіх.

Проаналізуємо тенденцію розвитку туризму в період до пандемії, що було вибором туристів:

1. Невідомий пункт призначення. Враховуючи проблему надмірного туризму, що, зростає у великих містах світу, мандрівники шукали незвичайні маршрути. Швидке зростання туризму в таких містах, як Амстердам, Париж, Венеція, змусило місцевих жителів почуватися ізольованими від своїх міст, що призвело до зіткнень із туристами. Маючи це на увазі, все більше туристів, ніж будь-коли, вибирають напрямки, які нагадують великі міста, але меш багатолюдні та дешеві. Наприклад, замість того, щоб їхати до Барселони, туристи вирушають до міст із вражаючими культурними пропозиціями, такими як Сельвія та Валенсія.
2. Подорож- це їжа. Одних лише фотографій різних став та вишуканих ресторанів у Instagram десятки мільйонів. Але майбутнє гастрономічного туризму за переходом від дорогих страв до простіших. Відвідування місцевих ринків та вечері у будинках місцевих жителів стали серйозною проблемою для мандрівників, які вивчають нові напрямки.
3. Подорож- це більше, ніж просто огляд визначних пам'яток. Одна з майбутніх тенденцій у сфері подорожей пов'язана із результатами подорожей. Мандрівникам потрібні враження від подорожей, які дозволяють їм досягти своєї мети або зробити щось, чого вони ніколи не робили. Складні умови, такі як проходження марафону вперше, проходження марафону вперше, сходження на гори, такі як

Кіліманджаро, та прогулянка Сантьяго-де-Каміно, стали основним компонентом поїздки.

4. Багато готелів в майбутньому зосередять свої зусилля на створенні великих громадських просторів для гостей, а не на збільшенні розмірів окремих номерів.
5. Інвестиції у нові технології стануть головним пріоритетом для готелів у найближчі роки. Зокрема, багато готелів виділятимуть більше коштів на покращення своїх послуг WI-FI, пропонуючи більш високі швидкості та більшу пропускну спроможність. Щоб зробити перебування в готелі простіше, готелі вкладають кошти в штучний інтелект, автоматичну реєстрацію заїзду, мобільні програми та багато іншого.

У 2021 році на 1 мільярд менше міжнародних туристичних прибутків в світі. Втрата доходів від експорту міжнародного туризму з 0,9 трлн. доларів США до 1,0 трлн. доларів США у 2021 році. Понад 100 мільйонів робочих місць, безпосередньо пов'язаних із туризмом, перебувають під загрозою.

Перше видання Всесвітнього барометра туризму ЮНВТО за 2022 рік показує, що зростання охоплення вакцинацією у поєднанні з ослабленням обмежень на поїздки за рахунок посилення транскордонної координації та протоколів допомагає задовольнити незадоволений попит.

Європа стає найбільш відвідуваним регіоном світу у 2021 році з часткою 67,4%. Другим за інтересом для іноземних туристів регіонами стали США, куди припадає 19,7% від загальної кількості туристів. 5% світових туристів відвідують Азійсько-Тихоокеанський регіон, Африку та Близький Схід 4,3% та 3,5% відповідно (рис. 2.1)

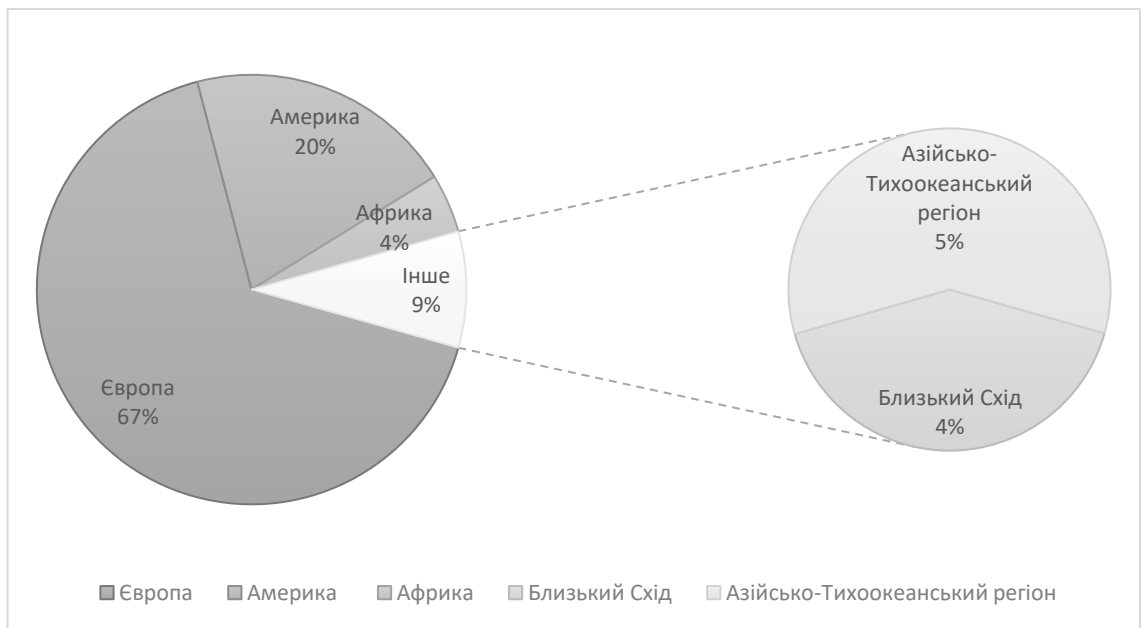


Рисунок 2.1 Регіональна структура міжнародних туристичних потоків в 2021р.

Міжнародний туризм помірковано відновився у другій половині 2021 року. Темпи відновлення залишаються повільними та нерівномірними по регіонах.

Різні частини світу з різними ступенями обмежень на поїздки, рівнем вакцинації та довірою мандрівників. Європа та Америка зафіксували свої найкращі результати у 2021 році порівняно з 2020 роком (+19% та 17% відповідно), хоча обидва показники на 63% нижчі за до пандемічний рівень.

Варто зазначити, що у січні 2022 року міжнародний туризм продовжив відновлюватися. Порівняно з їхнім слабким стартом у 2021 році вони виступають набагато краще. Однак вторгнення Росії в Україну у поєднанні з численними обмеженнями на поїздки, пов'язаними з COVID-19, які все ще діють, посилюють існуючу економічну невизначеність.

Відновлення може бути утрудненим. Згідно з останніми наявними даними, кількість міжнародних туристів, що прибувають у січні 2022 р., збільшилося більш ніж удвічі (+130%) порівняно з 2021 р., досягнувши 18 млн. у всьому світі в перший місяць. Цей рік еквівалентний загальному темпу зростання за 2021 рік. Ці цифри підтверджують позитивну динаміку, що вже спостерігалось минулого

року, хоча на темпи відновлення у січні вплинула поява нового штампу Оміврон та відновлення обмежень на поїздки за деякими напрямками.

Після зниження на 71% у 2021 році міжнародний прибуток залишився на 67% нижче за до пандемічний рівень у січні 2022 року. У всіх регіонах у січні 2022 року спостерігалось значне відновлення, хоч порівняно з низькими рівнями, зафіксованими на початку 2021 року Європа(+199%) та Америка(+97%) продовжують демонструвати найкращі результати, при цьому кількість міжнародних прибутків, як і раніше, становить більше половини їхнього до пандемічного рівня. Близький Схід(+ 89%) та Африка(+51%) також зросли у січні 2022 року порівняно з 2021 роком, хоча у цих регіонах спостерігалось зниження на 63% та 69% порівняно з 2019 роком.

Тому необхідно запровадити інноваційні напрямки, щоб туризм міг швидко адаптуватися до нормальних умов. Поява нових напрямків та використання світових трендів приверне до туризму більше людей та встановить додатковий дохід за рахунок нових пропозицій, нових турів, відвідування спеціальних міст та впровадження всього спектру.

2.2 Фактори впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг, включаючи COVID-19

Туризм є однією з галузей, що найбільш стабільно розвиваються, і становить основу багатьох розвинених економік і економік, що розвиваються. Завдяки своєму швидкому зростанню, глобальний туризм був визнаний економічним явищем 20-го століття.

Протягом багатьох років туризм послідовно демонстрував свою стійкість і здатність не лише «приходити до тями» після економічних криз, а й сприяти широкому економічному та соціальному відновленню. Пандемія COVID-19 найсильніше вдарила по індустрії туризму в усьому світі.

Згідно з показниками зі звіту Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC), підготовленого у співпраці з Oxford Economics, у 2020 році частка туризму у світовому ВВП впала до 4,7 млрд доларів. США цей показник у 2019 році становив 10,4% або \$9,2 млрд. дол. США. Іншими словами, внесок туризму у світовий ВВП скоротився вдвічі порівняно з попереднім роком. У 2020 році сектор втратив близько 4,5 трильйона доларів. Внесок долара в американський та світовий ВВП зменшився на 49,1% [45].

У 2020 році через пандемію COVID-19 у світовому туристичному секторі було втрачено близько 62 мільйонів робочих місць, що на 18,5% менше, ніж попереднього року. Сьогодні в індустрії туризму працює 272 мільйони людей. До пандемії, включаючи прямі та опосередковані ефекти, на міжнародний туризм припадало чверть нових робочих місць, або 10,6% від загальної кількості робочих місць у світі (334 млн).

За офіційними даними, український туризм уже втратив за час пандемії щонайменше \$1,5 млрд. Тисячі працівників українського туристичного сектора втратили роботу. Усі країни світу прагнуть підтримати свій туристичний сектор, реалізуючи програми підтримки бізнесу та збереження робочих місць.

Попередній досвід показав, що найважливіша роль у розробці ефективних відповідей на соціальні та економічні виклики належить конструктивному та постійному соціальному діалогу між урядами та соціальними партнерами, що діє в в односторонньому порядку, уряди не змогли усунути причини та наслідки кризи. Він також не гарантує соціальної стабільності та відновлення.

Соціальний діалог є важливим інструментом продуманого управління кризами та прискорення відновлення, а також найважливішим інструментом управління під час проведення реформ. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), вплив пандемії COVID-19 значно скоротив кількість міжнародних туристів, які прибувають на всі континенти світу. Прогнозні дані також показують зниження розвитку міжнародного туризму через війну в Україні. Війна в Україні може створити нові проблеми для глобального економічного середовища та завадити відновленню довіри до глобальних подорожей[53].

Світова туристична індустрія відчуває на собі наслідки війни в Україні. Різке скорочення кількості росіян та українців, які виїжджають за кордон після російського вторгнення, завдало великих збитків відновленню галузі відразу після COVID-19. Авіакомпанії планують польоти по-новому літати Росією, а санкції не дозволяють росіянам розплачуватись за кордоном картами всесвітньо відомої системи.

Популярна туристична країна оцінює, як виглядатиме спад туризму на тлі російської агресії. Тим часом Україна та міжнародна спільнота закликають припинити співпрацю з Росією, особливо у сфері туризму.

Після вторгнення Росії в Україну західні країни заборонили російським пасажирським літакам заходити у свій повітряний простір, і вся російська туристична індустрія зазнала кардинальних змін.[52]

З того часу, як почалося російське вторгнення в Україну, ЮНВТО приєдналася до різкого засудження всієї системи ООН та інших міжнародних органів. У Діжоні до представників офісу президента Франції приєдналися міністри з усього регіону, які високо оцінили чітку позицію керівництва ЮНВТО [52].

ЮНВТО також закликала до розширення співробітництва та солідарності, оскільки міністри туризму 27 країн ЄС зустрілися особисто вперше після початку пандемії. Усіх делегатів попросили визнати важливу роль, яку відновлення туризму грає у зміцненні міжнародної солідарності та вселенні надії у мільйони людей у всіх регіонах світу.

Оскільки туризм продовжує відновлюватися, ЮНВТО вітає скасування та послаблення обмежень на поїздки, що продовжуються, введених у відповідь на пандемію. Станом на 15 березня 2022 р., у повній відповідності до рекомендацій ЮНВТО та Всесвітньої організації охорони здоров'я, 7 країн світу повністю зняли обмеження, пов'язані з COVID-19 (ВООЗ та 27 міністрів держав-членів ЄС не повинні не брати до уваги проблеми, які заважають відновлення сектора [53].

Генеральний секретар ЮНВТО закликала уряди ЄС надати необхідну підтримку індустрії туризму, щоб змінити ситуацію, та високо оцінила плани

відновлення багатьох держав-членів ЄС. Єдина допомога для туризму приносить користь усім рівням сектора, особливо малим підприємствам та окремим працівникам. Настав час для туризму активізувати свої зусилля боротьби зі зміною клімату, і співробітництво є найважливішою основою створення більш стійкого і стійкого сектора[43].

Згідно з офіційним дослідженням Всесвітньої туристської організації ООН (ЮНВТО), за останні два роки відбулися зміни у чотирьох ключових областях. Варто виділити основні чинники, які можуть сприяти ефективному відновленню міжнародного туризму.

По-перше, внутрішні поїздки виглядають позитивно, оскільки люди подорожують своїми країнами та обирають напрямки ближче до будинку.

По-друге, мандрівники все частіше звертають увагу на автентичність, екологічність та місцеві бренди під час планування поїздок.

По-третє, в умовах повних карантинних обмежень зараз дуже популярний зелений туризм або сільський туризм, що забезпечує максимальну соціальну дистанцію та ізоляцію.

По-четверте, витрати значно зросли 2021 року, оскільки збільшилася середня пройдена відстань [53].

COVID-19 демонструє важливість того, щоб сектор швидко адаптувався до змін. Ключовими подіями у розвитку туризму після COVID19 є цифровізація, підтримка прямих представників туроператорів та малих та середніх підприємств на всіх етапах виходу з кризи, зацікавленість у збереженні робочих місць, захист мандрівників, а також дані та дослідження для виявлення. Тенденції, що допоможуть туризму відновитись. Наявні дані свідчать про те, що для того, щоб повернути галузь у потрібне русло після втраченого сезону, спочатку необхідно впровадити програми підтримки бізнесу, збереження робочих місць у сфері туризму та відновлення довіри населення до безпечних подорожей.

Таким чином, такі фактори, як пандемія COVID-19 можуть паралізувати світовий туристичний ринок на невизначений термін. Ключовими перешкодами на шляху відновлення туристичної галузі експерти також назвали відсутність

скоординованого реагування країн на забезпечення узгоджених рішень та узгоджених обмежень, а також погіршення економічної ситуації.

Основними факторами, що вплинули на розвиток світового ринку туристичних послуг, є: Епідемія SARS-CoV-2, глобальна економічна криза та пандемія COVID-19 вплинули на зміни в глобальних потоках туристів і доходах від туризму. Окрім цих глобальних факторів, варто додати війну в Україні.

2.3 Сучасний стан розвитку туризму в Україні

За останнє десятиліття туристична галузь України демонструє стійке зростання. Це відповідає світовим тенденціям та динаміці стрімкого розвитку туризму. Однак найсильніше поширення пандемії COVID-19 вдарило по українському туризму, особливо через обмеження на пересування громадян та заборони на авіап перевезення. Навесні 2022 року проблема посилилася вторгненням Росії на територію України.

Людство пережило кілька пандемій і знає, які їхні наслідки. Пандемія COVID-19 вразила світ у 2020 році та швидко поширилася по всьому світу. Масове поширення епідемії змусило всі держави запровадити радикальні заходи. Туризм, який до пандемії приносив значну користь державному бюджету, сповільнився, а в деяких випадках навіть повністю заборонено. Складність проблеми полягає в тому, що пандемія настільки згубно вплинула на всі сфери життя, що її реабілітація утруднена, а величезні втрати.

Україна має великий потенціал для розвитку туристичної галузі, розташована у самому серці Європи, має вигідне географічне розташування, сприятливий клімат та велику кількість пам'яток. Усе це означає, потенціал української туріндустрії є інструментом прискорення соціально-економічного розвитку країни [76].

Сучасна Україна належить до країн із значним, але нереалізованим туристичним потенціалом. Основними перешкодами є правові, економічні, соціальні, екологічні, адміністративні та культурні чинники. 61 Характер Тому українська економіка не набуває великих фінансових доходів від туризму [76].

Сьогодні розвиток потенціалу туристичної галузі дає країні такі переваги:

- збільшення грошового потоку, у тому числі притоку іноземної валюти від іноземних туристів, і, таким чином, збільшення доходів населення.
- зростання валового національного продукту (ВНП);
- сприяти збереженню культурно-історичної спадщини.
- поповнення бюджету за рахунок підвищення податку на доходи.
- створення нових робочих місць, тобто. збільшення зайнятості населення.
- залучення капіталу, у тому числі іноземного капіталу;
- розвиваючи індустрію туризму, у країні поступово розвиваються та інші галузі [64].

Це означає, що вдасться покращити потік українських туристів, пожвавити народне господарство. Водночас важливо відзначити, що сьогодні українська туристична галузь переживає непрості часи, оскільки з 2014 року кількість туристів постійно зменшується.

Тому, за даними Національної статистичної служби України, 2021 року Україну відвідають 70% європейців, 25,5% туристів із країн Азії, 3% туристів із Північної Америки та 1,4% туристів із країн Африки. На країни Океанії та Південної Америки припадало 0,6% та 0,2% відповідно (за відповідний період 2020 р. Україну відвідало 79,2% туристів з Європи, а з Азії – 17,7%), з Північної Америки – 1, 5%, а по 0,7% із країн Океанії та Африки), (рис. 2.2.), [47].

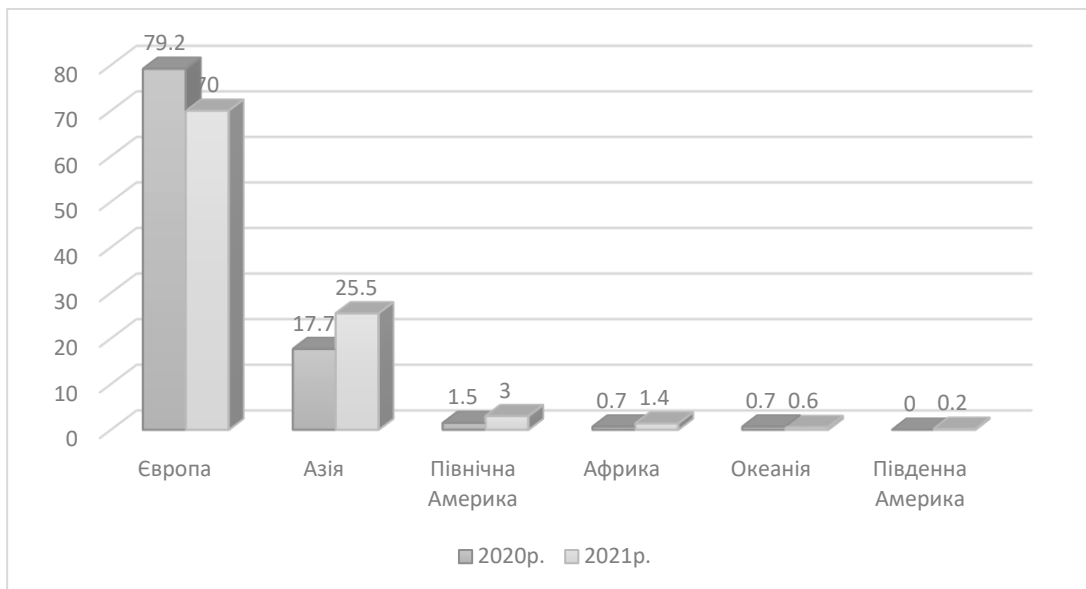


Рисунок 2.2 Регіональна структура іноземних туристів в Україну 2020-2021 рр.(%)

У 2020 році туристична галузь зіткнулася з екстремальними умовами, які докорінно змінили підхід туристів до вибору країни для подорожі. При цьому 2021 ознаменувався поступовим відновленням турпотоків як для України, так і для світу в цілому.

Розвиток туризму в Україні має особливе значення. Промисловість туризму може поліпшити соціально-економічне становище держави. Індустрія туризму підтримує майже 50 суміжних галузей та створює нові робочі місця. Один турист забезпечує 10 робочих місць. Український туризм може і має бути джерелом поповнення регіональних, державних та місцевих бюджетів для реалізації ринкових механізмів[42].

Загальновідомо, що у багатьох країнах світу іноземні туристи активно працюють на скарбницю та національний імідж. Це одна з найважливіших категорій експорту і найчастіше є основним джерелом доходу в іноземній валюті. У разі пандемії дещо змінилося, але під час одужання можна використовувати невпевненість туристів, щоб зацікавити їх нашою країною [42]. В Україні 2020 та 2021 роки були складними для всіх учасників готельного бізнесу. Однак, як це не

парадоксально, криза подарувала нам багато нових можливостей, і вітчизняна туриндустрія за цей період досягла великих успіхів.

Таким чином, 2020 підштовхнув туристичну галузь до крайнощів, докорінно змінивши підхід туристів до вибору країни для подорожі. При цьому 2021 ознаменувався поступовим відновленням турпотоків як для України, так і для світу в цілому. У кожній державі світу було вжито різних заходів для забезпечення того, щоб туризм продовжував відновлюватися та розвиватися у майбутньому.

Зараз важливо повністю припинити міжнародну туристичну співпрацю з Росією. Наша мета — перемогти цих нелюдів, і для цього нам потрібна зброя та економічний тиск. Саме тому ми завжди звертаємося до туристичного середовища та даємо можливість його представникам зробити свій внесок у нашу спільну перемогу.

З кінця лютого до середини квітня 2022 року на території України тривала активна фаза бойових дій, що, зокрема, суттєво загальмував економічний та туристичний розвиток країни. Всесвітня підтримка України з боку громад всього світу дає надію на майбутню допомогу у відновленні української економіки. У тому числі туризм. Туризм – один із найпростіших та найшвидших способів залучення іноземного капіталу в українську економіку. І говорячи про мужність та героїзм нашого народу, важливо нарощувати іноземну участь у процесі відновлення та відновлення. Сьогодні для більшості іноземців гасло «Stand with Ukraine» звучить як прохання про допомогу у зустрічі з біженцями та лікування хворих, але щоб країна одужала, воно має трансформуватися у «відвідати та допомогти» для того, щоб країна відновлювалася.

3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

3.1 Перспективи та способи підвищення міжнародної туристичної привабливості України

Глобальна криза, викликана пандемією коронавірусу, докорінно змінила туристичну галузь у всьому світі, і Україна не є винятком, яка прагне вирішувати та підтримувати туристичний сектор шляхом реалізації програми [58].

Для раціонального та ефективного використання рекреаційних, природних, туристичних, лікувальних та інших ресурсів України, формування рекреаційно-туристичного середовища шляхом створення курортів та зон розвитку туризму та забезпечення їх функціональності мають бути розроблені, реалізовані та поставлені. Споживачі мають доступ до конкурентоспроможних національних рекреаційно-туристичних продуктів-послуг [18, с.179].

Для мінімізації ризику поширення COVID-19 для компаній, що працюють у сфері внутрішнього туризму (готелі, підприємства громадського харчування, туристичні та транспортні компанії), уряд України запропонував такі рекомендації:

- навчання та обізнаність;
- профілактика;
- заходи щодо очищення та дезінфекції;
- контролювати поширення хвороби.

Міністерство охорони здоров'я України, опубліковане 21 травня 2020 р. Рекомендації для компаній з організації протиепідемічних заходів у готелях у період карантину, зокрема:

- температурні перевірки всіх працівників;
- організація місць для обробки рук спиртовмісними антисептиками;
- у холі закладу допускається не більше однієї людини на 10 кв. м площі; Вхід відвідувачів та перебування за межами кімнати лише для охоронців маска чи респіратор;

- адміністрація стежить за тим, щоб у приймальних, вестибюлях, ліфтах, холах тощо не було черг та скупчень відвідувачів.
- дотримання дистанції 1,5 метра та наявність розмітки;
- встановити захисні екрани між співробітниками та відвідувачами на рецепції готелю.
- заборонити роботу конференц-залів, фітнес- та спа-центрів у готелях.
- харчування у ресторанах готелів на літніх майданчиках за умови, що відстань між столами не менше 1,5 метра та за одним столом розміщується не більше 4 клієнтів [37, с.327].

Частка туризму в економіці України в цілому є предметом детального обговорення, і, згідно з офіційною статистикою, вона становить близько 4-5% ВВП, що значно нижче, ніж у середньому у світі (10%). Тому туризм практично не враховується для формування економічної політики на національному рівні. Проте останні дані міжнародної організації (Всесвітня туристична організація ООН (ЮНВТО)) підтверджують незалежні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України.

На сьогоднішній день в Україні спостерігається значне відставання в реалізації заходів підтримки туристичної галузі, що є серйозною загрозою конкурентоспроможності галузі на світовому ринку.

Тому для підтримки та забезпечення підприємств туристичної галузі на умовах карантинних обмежень, необхідно розробити та впровадити безліч заходів для мінімізації цих впливів. До таких заходів належать:

1. Розробка та реалізація програм підтримки з боку органів державної влади та місцевого самоврядування для підприємств туристичної галузі, особливо у сфері послуг.
2. Дотримання політики відстрочки або скасування платежів з прибуткового податку та ПДВ приймаючим компаніям у період пандемії.

3. Виготовлення органами місцевого самоврядування інструкцій для підприємств сфери послуг щодо створення належних умов для захисту туристів та відвідувачів у період пандемії.

4. Розроблено національною владою спільно з Міністерством оборони. Оздоровчі програми для підтримки та розвитку внутрішнього туристично-рекреаційного сектору України, зокрема формування рекреаційних комплексів для реабілітації хворих після коронавірусної хвороби.

5. Забезпечити туристів, відвідувачів та відпочиваючих засобами первинного захисту, дистанційного та індивідуального захисту підприємствами сфери обслуговування.

6. Розробка оригінальних рекомендацій та креативних ідей компаніями сфери послуг зі збереження та охорони здоров'я відпочиваючих та персоналу з одного боку та власних економічних інтересів з іншого.

7. Розробка індивідуальних турів з усіх правил поведінки під час карантину.

8. Створення туристичних кластерів для взаємної підтримки, вироблення спільних заходів щодо «легкої» реструктуризації та адаптації підприємств сфери послуг до умов карантину та посткарантинних обмежень.

9. Організація активної маркетингової стратегії для реклами вітчизняної туристично-рекреаційної сфери та підвищення інтересу громадян України до туризму.

Виконуючи запропоновані рекомендації та діючи відповідально, українські туристично-рекреаційні комплекси використовуватимуть власні внутрішні резерви, щоб зайняти досить високі позиції на туристичному ринку та покращити свої позиції та можуть бути посилені.

Туризм є високоприбутковим сектором економіки, який робить значний внесок у задоволення місцевого бюджету та щорічне зростання ВВП штату в

цілому. Зазначимо, що туристична галузь тісно переплетена з безліччю різних галузей, і негативні наслідки карантинних обмежень торкнулися їх, показуючи страждання, які спонукали туристичні компанії швидко адаптуватися до нової ситуації та переорієнтувати власну діяльність.

Тому для підтримки туризму та суміжних галузей економіки в період поширення пандемії та пом'якшення її наслідків, насамперед, необхідно створити умови для розвитку внутрішніх ринків туризму та відпочинку та формування нових та інноваційних ринків. що ти напрямок оздоровлення на базі оздоровчих комплексів, Призначений для відновлення фізичного та психоемоційного стану після перенесеного коронавірусного захворювання з важкими побічними ефектами. Цей напрямок може бути революційним і вимагати державної підтримки.

Одним із важливих документів щодо стабілізації роботи та перспектив розвитку ринку туристичних послуг України внаслідок пандемії є «Дорожня карта конкурентного розвитку українського туристичного сектору», розробленою за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку. Основна мета цього документа – розкрити туристичний потенціал країни та знайти шляхи мінімізації впливу COVID-19 (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 -Перспективи розвитку туристичних послуг в Україні

№	Назва етапу	Заходи
1.	Мінімізація наслідків пандемії COVID-19-антикризовий план дій	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення ; • Субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податкових і боргових зобов'язань із метою збереження основної частини галузі; • Ініціювання визначених у Дорожній карті процесів із реорганізації для туристичної статистики, управління туризмом і нормативно-правової системи, що є найпроблемнішим питанням у туризмі (законодавство, постанови та збірки правил)

Продовження таблиці 3.1

2.	Реорганізація та формування механізму (2021-2022 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> • Формування конкурентоспроможної на міжнародному ринку системи маркетингу національного туризму, що здатна визначити заходи зі швидкими результатами; • Ініціювання довгострокових процесів з укріплення потенціалу.
3.	Підвищення інформованості (2022-2026 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> • Покращення міжнародного туристичного іміджу; • Просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму (MICE) і турах вихідного дня; • Розробка системи планування та створення передумов для розвитку туристичних продуктів і підвищення капітальних інвестицій.
4.	Капіталовкладення та розробка продуктів (2027-2030 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> • Капіталовкладення та інтенсивний розвиток туристичних продуктів; • Розбудова головної туристичної та транспортної інфраструктури; • Повнофункціональна трирівнева організація туризму (національні-регіональні-місцеві туристичні організації).

Таким чином, український ринок туристичних послуг має всі передумови для ефективної роботи в напрямку залучення туристів і розвитку туристичної галузі, але деякі проблеми, які гальмують його розвиток, такі: Це необхідно виправити. Перш за все, це адміністративні, економічні, екологічні, соціальні та культурні питання. Ступінь подолання кризового явища в туристичній галузі залежить від можливостей національної економіки та стратегічних цілей туристичної політики держави, органів місцевого самоврядування та туристичних організацій. Водночас цю ситуацію на ринку туристичних послуг слід розглядати як можливість підняти якість туристичної галузі на новий рівень за допомогою додаткових антикризових заходів урядів.

3.2 Інноваційні технології в організації міжнародного туризму

За останні 20 років туристична та готельна індустрії зокрема зазнали великих змін і потрясінь. Готельне господарство визнано одним із

найпривабливіших секторів для ведення бізнесу. Великі зміни помітні в розвитку готельних підприємств, утриманні їх відповідно до встановлених стандартів і технічних умов, наданні та наданні послуг певної якості. Це свідчить про значне збільшення кількості комфортабельних готелів та номерів, появу все більшої кількості учасників ринку гостинності, розвиток та вдосконалення власних мереж, демократизацію бізнесу та стабільність засобів розміщення.

Гості мають інші бажання та потреби, зростаюча залежність від інноваційних технологій і зростаючий апетит до нових концепцій та маркетингових ідей.

Уявлення про минуле та нові проблеми (можливості), які гравці готельного бізнесу повинні враховувати, стають чіткішими. Ось основні тенденції та стратегії, які змінюють готельну індустрію та продовжують її формувати:

1. Соціальні мережі та інтерактивні новинки соціальних мереж зробили сервіс більш комфортним та сприяли прозорості та покращенню послуг, що надаються готельними компаніями.

2. Економіка спільного використання, особливо онлайн-сервіс Airbnb, посилила конкурентну арену, вказуючи на серйозні порушення в готельному секторі.

3. Туристичні онлайн-агенти («online Travel Agenten» (OTA)) встановлюють міцні стосунки з туристами та просувають власні бренди. особливо такі великі імена, такі як «Booking Holdings» і «Expedia», замінили готельні бренди своїми власними, позбавляючи готельєрів вартості та прибутку.

4. Цифрові технології та цифровий декор кімнат розширили нашу здатність контролювати багато аспектів управління та обслуговування клієнтів.

5. Бурхливий глобальний туризм. Бюджетні авіакомпанії запропонували вигідні та доступні умови подорожей, залучаючи таким чином велику кількість потенційних мандрівників із країн, що розвиваються.

6. Авантюрне товариство. Клієнти вимагають екстремальної персоналізації, унікального досвіду тощо, що призводить до занепаду послуг туристичних агентств і зростання «індивідуального мандрівника».

7. Практика управління активами дозволила мені більше зосередитися на своєму бізнесі та підвищити власну ефективність.

8. Спеціалізація. Удосконалення індустрії гостинності відкрило нові профілі роботи, але збільшило потребу в кількісних навичках.

9. Покоління «Y» і «Z». Нові покоління висувають інші вимоги та ідентифікують інші потреби, ніж старші покоління. «Люди похилого віку думають про готелі та оренду автомобілів, але молоді люди віддають перевагу Airbnb та Uber».

10. Стабільність. Люди стають все більш чутливими до екологічних і соціальних проблем [11].

Як вказують вищезазначені концепції та тенденції, все це обертається навколо необхідності еволюції готельної індустрії, щоб краще адаптувати її до сучасних умов, оскільки економічний вплив є значним. З потребою в новітніх технологіях і роллю технологічних компаній зростають компанії, які можуть замінити більшість готельних брендів і вивести з бізнесу багато традиційних готелів.

Готелі майбутнього дедалі більше ставатимуть місцем відпочинку, роботи, натхнення, оздоровлення та спілкування та мають відповідати особливим вимогам сучасного світу.

Можливості для готельєрів різноманітні очікування гостей, як приватних, так і ділових, високі. Готелі повинні враховувати такі вимоги:

- концепція особистості з урахуванням потреб індивідуаліста.
- концепції приготування їжі.
- локації та природні простори (екоготелі, активна участь готелів) екоакції та програми);
- здоров'я як головна вимога сучасного життя (медична реабілітація, реабілітаційний центр);
- переваги цифрових технологій і нові офлайн-тенденції.
- створіть простір для навчання, сприйняття та відпочинку.
- такі як відкритість і прозорість у спілкуванні [64].

Сучасні та майбутні світові тенденції готельної індустрії Є підстави стверджувати, що розкішна гостинність і фірмова індустрія гостинності залишаться важливими, оскільки впізнаваність бренду стає більш важливою для гостей.

Додатковий готельний бізнес зростає – конкуренція з боку традиційної готельної індустрії [75]. Таким чином, готельна індустрія стикається з викликами сучасного світу та потребами сучасного мандрівника. Враховуючи сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії та потреби гостей, вона має бути готова розвиватися, знаходити себе та трансформуватися.

ВИСНОВКИ

Під туризмом слід розуміти сукупність відносин та єдність явищ та зв'язків, які супроводжують людину в подорожі. Класифікація туризму полягає в угрупованні останніх за деякими однорідними функціями, що залежать від певних практичних цілей. Один із видів туризму включає міжнародний туризм. Йдеться про виїзди з туристичними цілями за межі країни, де люди проживають постійно. Міжнародний туризм можна розділити на дві форми, в'їзний та виїзний, залежно від напрямку туристичного потоку.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), говориться, що у 2021 році кількість міжнародних туристичних прибутків збільшився на 4%, а витрати відновляться більше, ніж обсяг, хоча сектор залишається набагато меншим, ніж два роки тому. Недавнє зниження числа міжнародних туристичних прибутків та доходів призвело до зниження як обсягу, так і вартості до рівнів, небачених з початку століття. Необхідно впровадити інноваційні напрями, що дозволяють туризму швидко адаптуватись до нормальних умов.

Поява нових напрямів та використання світових трендів поверне до туризму більше людей та встановить додатковий дохід за рахунок нових пропозицій, нових турів, відвідування спеціальних міст та впровадження всього спектру Однієї можливості. найвищої якості обслуговування. Варто зазначити, що такі фактори, як пандемія COVID-19, можуть паралізувати світовий туристичний ринок на невизначений термін. Ключовими перешкодами на шляху відновлення туристичної галузі експерти також назвали відсутність скоординованого реагування країн на забезпечення узгоджених рішень та узгоджених обмежень, а також погіршення економічної ситуації.

Основними факторами, що вплинули на розвиток світового ринку туристичних послуг, є: Епідемія SARS-CoV-2, глобальна економічна криза та пандемія COVID-19 вплинули на зміни в глобальних потоках туристів і доходах від туризму. Окрім цих глобальних факторів, нам потрібна війна в Україні. В

результаті туризм, один з найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, найбільше постраждав від нинішньої кризи. На карту поставлено життя мільйонів людей, яким потрібна допомога. Оскільки країни поступово знімають обмеження на поїздки, а туризм у багатьох частинах світу повільно відновлюється, охорона здоров'я має бути пріоритетом.

В Україні 2020 та 2021 роки були складними для всіх учасників ринку туристичних послуг. Однак, як це не парадоксально, криза подарувала нам багато нових можливостей, і вітчизняна туріндустрія за цей період досягла великих успіхів. У 2020 році туристична галузь зіткнулася з екстремальними умовами, які докорінно змінили підхід туристів до вибору країни для подорожі.

При цьому 2021 ознаменувався поступовим відновленням турпотоків як для України, так і для світу в цілому. У кожній державі світу було вжито різних заходів для забезпечення того, щоб туризм продовжував відновлюватися та розвиватися у майбутньому. Для досягнення відновлення після пандемії COVID-19 та сталого розвитку індустрії туризму в майбутньому потрібно налагодити партнерські відносини на всіх рівнях. Це підхід, що заслуговує на довіру, що допускає участь уряду. Забезпечити послідовну вертикальну координацію між національними та місцевими органами влади.

Підвищити рівень координації між секторами, що підтримують туризм, такими як повітряний транспорт, наземний транспорт, судноплавство, торгівля, природоохоронна діяльність, культура, зайнятість та інші державно-приватні партнерства. Тільки повна взаємодія всіх елементів індустрії туризму може призвести до виникнення суттєвого синергетичного ефекту, що виражається у підвищенні конкурентоспроможності у секторі внутрішнього туризму. У майбутньому оператори туристичного ринку, здатні раніше за інших додати нові споживчі якості та характеристики своїм туристичним продуктам, зможуть бути конкурентоспроможними та залучати споживачів інноваціями.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Закон України "Про туризм" (зі змінами та доповненнями) від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. Закон України "Про захист персональних даних" від 01 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
3. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 3 липня 2015 р. // ВВР України. – 2015. – №14. - Ст. 96.
4. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 19 грудня 2019 р. // ВВР України. – 2020. - №7, 8, 9. – Ст.48.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» від 17 листопада 2021 р. №1238.
6. Постанова КМУ «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» №747 від 19.09.2018.
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» №168-р від 16.03.2017.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» №390-р від 27.06.2003.
9. Апфельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2020. Вип. 43. С. 58–62.

10. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. №4. С. 21–27. 95
11. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 94–99.
12. Волошин Ю.О. Legal globalization and interstate integration as a leading factor of the formation of state security and sovereignty. *Atlantic Press. 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership* . – 2018, № 11. – P. 351-358.
13. Волошин Ю.О., Карпачова Н.І., Єпіфанов О.В., Марцеляк О.В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* . –2019. –№ 2. –С. 35-41.
14. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 3. С. 7–12.
15. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
16. Бондаренко Ю. Г., Романюк Е. В. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5. No. 1. С. 132-143.
17. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Гвоздь М. Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of Transport Economics and Management*. 2020. Вип. 3. С. 33–47.
18. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №2. С. 179–186.
19. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5— 6. С. 63-67.

20. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88–92. 96
21. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 52-1. С. 29–34.
22. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 4. С. 18–25.
23. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. Економічний простір. 2020. № 160. С. 96–102.
24. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
25. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. Бізнес Інформ. 2021. №1. С. 177–184..
26. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Сузір'я, 2007. – 484 с.
27. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 3. С. 5–11.
28. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 2. С. 21-37.
29. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 226–232.
30. Набок І.І. Проблеми відновлення світової авіаційної галузі внаслідок коронавірусної кризи / І.І.Набок // Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W.

- Welskopa, Y.O.Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. – С. 186-192. 97
31. Побоченко Л.М. Втрати міжнародних авіакомпаній від пандемії COVID19. Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XII міжнародна науково-практична конференція, 14 травня 2021 року: тези доп. – К., 2021.– С.38-42.
 32. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.
 33. Роїк О. Р., Луцик М.В. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. Економіка та суспільство. 2020. №22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>.
 34. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку". Вип. 49. 2020. С. 213—217.
 35. Сидоренко К.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія /За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – С. 50-65.
 36. Соколова З.С. Порівняльний аналіз цифрової конкурентоспроможності країн Європи та України / З.С.Соколова // I Всеукр. наук.-практ. конф. —Фінансова політика України в умовах європейської інтеграції», 20 лютого 2020 р., Львів. – Л.: Факультет управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка, Кафедра фінансового менеджменту, 2020. – 332 с. – С. 317-320.
 37. Чабан О. Р. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в світі під впливом пандемії COVID-19 /О. Чабан // Сучасні міжнародні відносини: Актуальні проблеми теорії і практики – 2021. – 2021. – С. 327-331.

38. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Реукова А.О., Пікуліна О.В. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 49—56.
39. Юрченко Н. І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 450–459. 98
40. Lesya Pobochenko, Tetiana Gavrilkо, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // Baltic Journal of Economic Studies, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: —Baltija Publishing, 2021, P.59-66.
41. M. Vysotska, O. Ovsak. External Economic Effects of Air Transport Development due to the Liberalization. Communications - Scientific Letters of the University of Žilina, 2021, №23/3, P.158-173.
42. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>
- 43.. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.
44. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>.
- 45.Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>.
46. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
47. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- 48.. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.
49. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua>.
50. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О (2020). Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм // Східна Європа: економіка, бізнес та управління.

- Світове господарство і міжнародні економічні відносини, Вип. 3 (26), С. 3–7. DOI <https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-1> Available at: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf.
51. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії 15.05.2022. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>. 99
 52. Війна і туризм: Туреччина без туристів з Росії та України 12.05.2022. URL: <https://www.dw.com/uk/viina-i-turyzm-turechchyna-bez-turystiv-z-rosii-taukrainy/a-61738948>.
 53. Гроші або демократія. Як війна в Україні впливає на світовий туризм 13.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua>.
 54. За 2021 рік ринок туризму в Україні впав на 9%. Чи вдасться його перезавантажити у 2022 році? 14.05.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/26/681795/>.
 55. Непочатенко В. О. (2020). Covid-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. Ефективна економіка, № 7. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8079>.
 56. Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом 12.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenitputeshestviya-1649942226.html>.
 57. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українській реалії 13.05.2022. URL: <http://eap-csf.org.ua/wpcontent/uploads/2020/12/COVID-19.pdf>.
 58. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії 11.05.2022. URL: [210488verstka-134-145_0.pdf](https://www.rbc.ua/ukr/210488verstka-134-145_0.pdf).
 59. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19. 11.05.2022. URL: [213044-Текст статті-484747-1-10-20201022.pdf](https://www.rbc.ua/ukr/213044-Текст статті-484747-1-10-20201022.pdf).
 60. Туристичний барометр України. URL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2020.pdf>.
 61. Туристична статистика України 2020. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html.

62. Український туризм через пандемію втратив близько 60 мільярдів. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. 2021. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/20/novyna/pandemiyu-vtratyv-60-milyardiv>. 100
63. Частка туризму у світовому ВВП за рік знизилася вдвічі. Інформаційне агентство Interfax-Україна. 24.04.2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/739849.html>.
64. April 2020, ILO and ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.
65. Bilanyuk O., Bilous S., Malska M., Mashuk Y. The influence of global processes on the strategic development of festive tourism in Ukraine. Collective monograph /ISMA University (Latvia). Riga: ISMA, 2019. P. 244-253.
66. Chaban O. Problems of tourism business development in Ukraine COVID-19 Pandemic / O. Chaban // Polit. Challenges of science today. – 2021. – С. 158. - <http://fmv.nau.edu.ua/політ-2021/>.
67. COVID-19 and tourism an update. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3_en_0.pdf.
68. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.
69. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12.pdf>.
70. Economic Impact Reports. World Travel & Tourism Council. 2021. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.
71. Global Sustainable Tourism Council, —The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics 2019 by CRESTI, 2019. URL: <https://www.gstcouncil.org/caseresponsible-travel-trends-statistics-2019>.
72. ILO Global Summit: COVID 19 and the world of work. July 1-2 & 7-9. 2020. Virtual Meeting. URL: <https://global-summit.ilo.org/>.
73. ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.

74. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Fifth edition. 30.06.2020. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf.
75. International Civil Aviation Organisation Air Transport Statistics as of July 2020. URL: <https://www.icao.int/sustainability/Pages/Economic-Impacts-of-COVID19.aspx>.
76. International Monetary Fund, World Economic Outlook, June 2020 15 UNWTO, "Briefing Note – Tourism and COVID-19. Issue 1. How are countries supporting tourism recovery?". June 2020. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284421893>.
77. International Renewable Energy Agency. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. 2020. URL: https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2020/Apr/IRENA_Global_Renewables_Outlook_2020.pdf.
78. Recovery Scenarios 2020 & Economic Impact from COVID-19 Infographics. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-EconomicImpact-from-COVID-19>.
79. Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels URL: <https://webunwto.west.amazonaws.com/public/2022-01/-unwto-barometer-en.pdf>.
80. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. August 2021. URL: <https://www.un.org/en>.
81. Sverige Radio. Kraftigt ökat intresse för vandring. 21 April 2020. URL: <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7457258>
82. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Overview. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/public/2022-01/2201-Barometersmall.pdf>.
83. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Excerpt. URL: https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO_Barom22_01_January_Excerpt.pdf.
84. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/unwtoworld-tourism-barometer-data>.

85. UNWTO Tourism Data Dashboards. URL: <https://www.unwto.org/tourismdata/unwto-tourism-dashboard>.
86. UNWTO Tourism Ambassadors. URL: <https://www.unwto.org/unwtotourism-ambassadors>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Анотація

Матвіїв О.А. Сучасні ризи та небезпек в міжнародному туристичному бізнесі та їх вплив на розвиток туристичної галузі – Кваліфікаційна магістерська робота. Сумський державний університет, Суми, 2022.

Кваліфікаційна магістерська робота присвячена узагальненню теоретичних аспектів здійснення туристичної діяльності, було визначено проблеми та пріоритетні напрямки розвитку туризму.. Визначено основні напрямки розвитку туристичної сфери України під впливом пандемії COVID-19 та війни.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, пандемія, види туристичної діяльності, структура туристичної діяльності.

SUMMARY

Matviiv O. A. Modern risks and pitfalls in the international tourism business and their impact on the development of the tourism industry. – Masters-level Qualification Thesis. Sumy State University, Sumy, 2022.

The qualifying master's thesis is devoted to the generalization of theoretical aspects of the implementation of tourism activities, the problems and priority directions of tourism development were determined. The main directions of the development of the tourism sphere of Ukraine under the influence of the COVID-19 pandemic and the war were determined.

Key words: tourism, tourist industry, pandemic, types of tourist activity, structure of tourist activity.