

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра економіки і бізнесу
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм
Спеціалізація (за наявності) _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри


підпис

Лариса БОЛТЯНСЬКА

(ім'я та прізвище)

«21» червня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему **«Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні»**

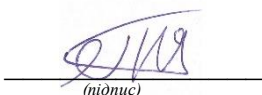
Здобувач вищої освіти:


(підпис)

Катерина САХНО

(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник:


(підпис)

д.е.н., професор Тетяна ЯВОРСЬКА

(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИДІВ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	7
1.1 Теоретичні аспекти туризму як виду підприємницької діяльності.....	7
1.2 Характеристика основних видів в'їзного туризму.....	11
1.3 Досвід організації в'їзного туризму в країнах Європейського Союзу.....	18
РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	25
2.1 Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні.....	25
2.2 Аналіз основних тенденцій в'їзного туризму.....	32
2.3 Оцінка чинників впливу на розвиток в'їзного туризму.....	40
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС.....	46
3.1 Шляхи збільшення туристичних потоків іноземних туристів.....	46
3.2 Методи стимулювання в'їзного (іноземного) туризму в Україні.....	52
3.3 Розвиток в'їзного туризму в Україні.....	57
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі є домінуючим сектором як світової, так національної економіки переважаючої більшості країн є сфера послуг. Однією з найбільш динамічних та прибуткових галузей цього сегменту економіки є туризм. Він займає провідну роль у міжнародній економічній та суспільній діяльності. Туристична галузь сприяє стійкому економічному розвитку, підвищенню рівня зайнятості та подоланню бідності, раціональному використанню ресурсів тощо. Отже, розвиток туризму в Україні сприятиме і розвитку інших місцевих галузей, таких як готельний бізнес, ресторанний бізнес, торгівля та розваги, що створює нові можливості для підприємців і підвищує зайнятість. Зокрема, велике значення у підвищенні привабливості України як туристичної дестинації відіграє в'їзний туризм.

Для країн, що розвиваються, розвиток в'їзного туризму може бути стратегічно важливим, оскільки він може стати джерелом валютних надходжень, збільшити інвестиції в туристичну інфраструктуру та сприяти створенню нових робочих місць. Однак важливо також враховувати екологічні та культурні наслідки росту туризму, а також забезпечити сталість і безпеку для туристів та місцевого населення.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи – дослідження розвитку сучасного стану в'їзного туризму в Україні. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі основні завдання:

- сформулювати теоретичні та нормативно-правові аспекти розвитку в'їзного туризму в державі;
- визначити головні чинники розвитку в'їзного туризму України та проаналізувати динаміку основних туристичних потоків;
- встановити основні проблеми в'їзного туризму в Україні та перспективи його розвитку в післявоєнний час.

Об'єкт дослідження: процеси функціонування і розвитку в'їзного туризму в Україні в кризових умовах.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку в'їзного туризму в Україні в контексті кризи та воєнних реалій.

Методи дослідження. Методичною основою дослідження є теоретичні положення і розробки вітчизняних і зарубіжних вчених в області туризму, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. У процесі дослідження використовувалися: *методи статистичного аналізу* (при аналізі та оцінці динаміки в'їзного туристичного потоку); *структурно-факторний аналіз* (при дослідженні тенденцій та динаміки розвитку в'їзного туризму); *порівняльний і графічний методи* (класифікація факторів впливу на розвиток туризму) та інші.

Практичне значення одержаних результатів. Розроблені в кваліфікаційній роботі науково-методичні положення і практичні рекомендації є підставою для покращення організації роботи керівників і менеджерів туристичних підприємств по забезпеченню зростання кількості та якості потоків в'їзного туризму в Україну.

Публікації. «Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україну» XI Всеукраїнська науково-технічна конференція здобувачів вищої освіти ТДАТУ. Факультет економіки та бізнесу : матеріали XI Всеукр. наук.-техн. конф., 01-12 квітня 2024 р. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. 269 с. С. 122-124.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота викладена на 70 сторінках комп'ютерного тексту, складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34) , містить 5 таблиць та 4 рисунки.

Ключові слова: в'їзний туризм, міжнародний туризм, туроператори, турагенти, повоєнний час.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИДІВ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Теоретичні аспекти туризму як виду підприємницької діяльності

В сучасних умовах як у промислово розвинених країнах, так і в країнах з ринковою економікою першочерговим завданням є розвиток підприємницької діяльності. Одним із напрямів підприємницької діяльності є туристичне підприємництво. Відкидаючи академічне вивчення туризму, ми не помічаємо його значного економічного, соціального та культурного впливу. Туризм є великою глобальною індустрією, яка сприяє економічному розвитку, створенню робочих місць та культурному обміну. Аналіз туризму надає уявлення про поведінку споживачів, культурні взаємодії та екологічні наслідки подорожей. Крім того, дослідження туризму охоплює різні дисципліни, такі як економіка, соціологія, географія та антропологія, пропонуючи цілісне розуміння його багатогранної природи[1].

Туризм виступає пріоритетним напрямом розвитку економіки в багатьох країнах, оскільки забезпечує притік валюти в країну, податкові надходження, створення робочих місць, підвищує імідж країни на світовій арені. Індустрія туризму виступає важливим фактором економічних і соціальних змін в країні. Підприємництво у сфері туризму усуває соціальні проблеми, прискорює ріст бюджету і загальний розвиток країни, що сприяє зростанню ВВП країн [2].

Міжнародна практика свідчить що, на сучасному етапі розвитку економічних систем, туризм – сфера, що найбільш динамічно розвивається. Темпи його зростання майже у два рази перевищують темпи зростання інших галузей світового господарства. Туризм як сектор економіки сприяє активному подоланню диспропорцій економічно-соціального розвитку окремих регіонів, господарської й соціодемографічної депресивності, пожвавлює традиційні господарські промисли місцевого населення, інтегрує

місцеве господарство у світову економічну систему тощо. Варто також зазначити, що міжнародний туризм для цілого ряду країн, що розвиваються, є основною статтею експорту послуг та одним з основних джерел надходження в ці країни іноземної валюти; виступає стабілізаційним важелем формування їхніх бюджетів і кредитно-фінансових взаємин з іншими державами. Частка туризму у національній економіці та міжнародній торгівлі перетворила його на важливий показник світового розвитку [3].

Туризм - це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має значний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, зумовлюючи його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів.

Туристична індустрія стає все більш ключовим фактором у розвитку економіки України, так само, як і в багатьох інших країнах світу. Зараз український туризм переживає період активного розвитку, що свідчить про його важливість і потенціал.

Створення тісної мережі туристичної індустрії, яка включає готелі, ресторани, а також різноманітні об'єкти туризму та розваг, сприяє розвитку інфраструктури та створює нові можливості для бізнесу. Крім того, туризм має потенціал створити нові робочі місця та сприяти розквіту регіонів, які раніше могли бути менш розвинуті.

Процес ознайомлення людей з культурою, природними та історичними пам'ятками країни, є не лише економічно вигідним, а й сприяє культурній взаємодії та розумінню між різними культурними спільнотами.

Туристичний бізнес є глибоким соціальним та політичним явищем, що значно впливає на економіку країн і цілих регіонів. Туризм - надзвичайно прибуткова галузь, ефективність капіталовкладень якої може прирівнюватися до нафтогазовидобувної, переробної промисловості та автомобілебудування. Проте, на сучасному етапі функціонування підприємства недостатньо уваги приділяють процесу формування свого туристичного потенціалу. У зв'язку зі зміною економічного стану у країні, кризовими явищами у фінансовій сфері

та удосконаленням ринкової інфраструктури виникає необхідність оцінки процесу формування ресурсного потенціалу підприємства [3]. Це також можна пояснити зміною умов подальшого функціонування туристичних підприємств, оскільки відбувається зменшення вартісного потенціалу внаслідок підвищення цін на придбання туристичних ресурсів, скорочення кількості працівників, зростання кредиторської заборгованості й обмеження в зовнішніх джерелах фінансування.

Серед чинників розвитку туризму більшості країн світу, в тому числі в Україні, важливу роль за сучасних умов відіграють підприємництво та суб'єкти, що його здійснюють, – підприємці. Термін “підприємництво” вперше ввів на початку XVIII ст. англійський економіст Р. Кантильон. Він визначав підприємництво як самостійну діяльність, спрямовану на отримання доходу (прибутку) і пов'язану з господарським ризиком.

Головна мета підприємництва в туризмі полягає в розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг, комплектуванні туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком) для себе. Якщо діяльність не передбачає одержання прибутку, то вона не відноситься до підприємницької. Тому головна відмінність підприємця від інших агентів корисної для суспільства і людей діяльності пов'язана з обов'язковим одержанням зиску (прибутку). У такому розумінні термін "підприємництво" ототожнюється з поняттям "бізнес"[4].

Об'єктом підприємницької діяльності в туристичному бізнесі виступає виробництво туристичних послуг, формування та збут туристичного продукту.

Підприємницька діяльність у сфері туризму характеризується наступними особливостями:

- організація підприємницької діяльності у сфері туризму передбачає, що для споживання турпродукту або окремих туристичних послуг турист повинен особисто прибути в місце їх надання; відокремленість попиту та

пропозиції турпослуг потребує ретельного планування підприємницької діяльності в туризмі;

- для розвитку туристичного підприємництва необхідне створення розвинутої індустрії туризму, яка з'явилася завдяки масовому попиту на туристичні послуги. Індустрія туризму представляє собою сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспортні, заклади культури тощо), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів;

- здійснення підприємництва в туризмі зазвичай пов'язане з тим, що туристичне обслуговування несе в собі культурологічну спрямованість, пізнавальний аспект, а туристична послуга справляє глибоке емоційне враження (висока пізнавальна сила впливу розповіді екскурсовода);

- підприємницька діяльність у туризмі здійснюється на основі договору купівлі-продажу туру, згідно з яким одна сторона (туроператор, турагент) за узгоджену плату зобов'язується забезпечити надання іншій стороні (туристу) комплексу туристичних послуг. Турист, сплативши повну вартість турпродукту, може ознайомитися з послугами, що входять до його складу, тільки під час подорожі[5];

- використання в процесі здійснення підприємницької діяльності знижок чи інших пільг для туристів з метою стимулювання збуту туристичних послуг. Туристичні послуги не можуть накопичуватися і зберігатися для подальшого споживання (місця в готелі, каюті на круїзному лайнері, купе в поїзді). Якщо продаж не відбувся, туристичне підприємство зазнає збитків.

Підприємницьку діяльність у сфері туризму прийнято класифікувати за такими видами (рис. 1.1). Як можна побачити на рисунку 1.1 підприємницьких можливостей в туристичній галузі досить багато, що дає змогу забезпечити робочими місцями доволі широкий спектр спеціалістів із різних сфер зайнятості.



Рис. 1.1 Підприємницькі можливості в туристичній галузі

Отже, після проведеного дослідження можна визначити, що туризм, як вид підприємницької діяльності є одною з найбільш важливих елементів економічної діяльності, яка має вагомий вплив на розвиток будь – якої держави, України зокрема.

1.2 Характеристика основних видів в'їзного туризму

В'їзний міжнародний туризм - подорожі, що організуються для громадян іноземних країн територією своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону з метою некомерційної діяльності на термін від 1 доби до 1 року [6].

Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, фактором стабілізації регіональних ринків праці, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями туристичного процесу [8]. Недаремно основними нормативними документами, що регулюють діяльність туристсько-рекреаційної сфери України, цей напрям визнано пріоритетним. Розвиток в'їзного туризму

значним чином впливає на загальний стан цієї сфери. За розрахунками фахівців, її можна вважати ефективною тоді, коли обсяги в'їзного туризму втричі більші обсягів виїзного. У зв'язку з цим виникає потреба активізації зусиль на розвиткові інкамінгу.

Інкамінг (з англ. incoming) - це туроперейтинг у сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території приймаючої країни, з розміщення, харчування, транспортування, організації дозвілля тощо і доведення їх до іноземних споживачів [8].

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає низку труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національного турпродукту, його ціноутворенням і реалізацією;

- необхідність використання тільки послуг національних постачальників, рівень якості яких відповідає міжнародним діючим стандартам (перш за все це стосується засобів розташування);

- власна нормативно-правова база діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо порядку реєстрації, ліцензування, сертифікації, забезпечення страхування тощо), особливо та, що стосується видів туризму, що дісталися нам у спадок від колишнього СРСР (спортивний, самодіяльний, дитячо-юнацький, лікувальний і т.д.);

- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів і міждержавних угод з метою поглиблення туристичних взаємовідносин України з іноземними державами[8].

В'їзний туризм може бути різноманітним і включати різні види подорожей та діяльності(рис.1.2).

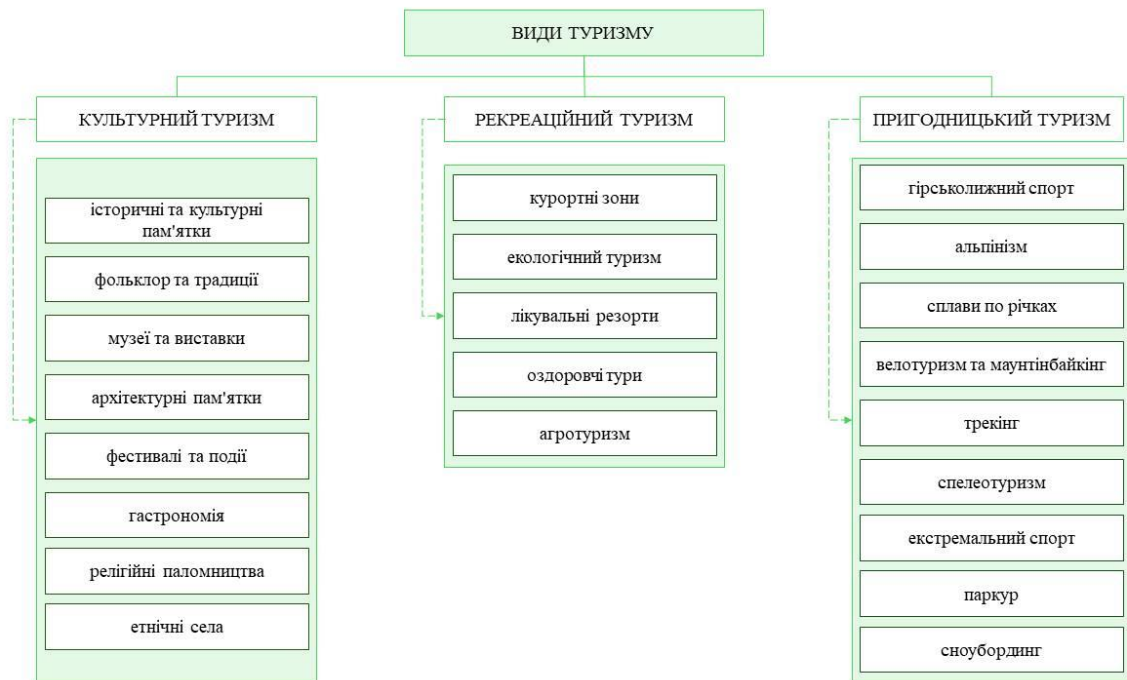


Рис.1.2 Види туризму

Нижче наведено характеристику деяких основних видів в'їзного туризму:

1. Культурний туризм

Основною метою є вивчення та відкриття культурної спадщини і традицій інших країн.

Культурний туризм в Україні володіє значним потенціалом через багатий історичний та культурний спадок країни. Туристи можуть насолоджуватися різноманітністю архітектури, мистецтва, фольклору та традицій України.

Нижче розглянемо деякі аспекти культурного туризму в Україні:

- Історичні та культурні пам'ятки:

Україна має багатий набір історичних та культурних пам'яток. Найвизначніші з них включають Київську Печерську Лавру, Львівську Стару Європу, Остромадський собор в Чернігові, замки Кам'янець-Подільський та Луцьк, а також багато інших.

- Фольклор та традиції:

Український фольклор і традиції також привертають увагу туристів. Фольклорні фестивалі, які проводяться у різних регіонах країни, дозволяють гостям насолоджуватися національною музикою, танцями, костюмами та гастрономією.

- Музеї та виставкові проекти:

Україна має ряд цікавих музеїв, присвячених історії, мистецтву, науці та іншим аспектам культури. Наприклад, Національний Художній Музей та Музей історії Києва.

- Архітектурні пам'ятки:

Архітектурна спадщина України включає в себе різноманітні стилі від козацьких фортець до релігійних споруд. Це надає можливості для екскурсій та фотографічних подорожей.

- Фестивалі та події:

Різні фестивалі, такі як Фестиваль Серця Карпат, Фестиваль "Тарас Бульба", Львівський Міжнародний Фестиваль Літератури, стають магнітом для туристів, які хочуть насолоджуватися мистецькою атмосферою.

- Гастрономія:

Традиційна українська кухня також приваблює багатьох туристів. Можливість спробувати українські страви та національні напої стає важливою частиною культурного туризму.

- Релігійні паломництва:

Україна володіє численними релігійними пам'ятками, зокрема костелами, церквами та монастирями. Такі місця, як Києво-Печерська Лавра, приваблюють паломників з усього світу.

- Етнічні села та резервати:

Етнографічні села та резервати, такі як Пирогово під Києвом чи Шевченкове Коло в Українському Карпати, дозволяють туристам зануритися в традиційний спосіб життя та культуру.

2. Рекреаційний туризм:

Рекреаційний туризм в Україні є значущою галуззю, оскільки країна володіє різноманітними природними ресурсами, які приваблюють туристів. Нижче представлено деякі аспекти рекреаційного туризму в Україні:

- Курортні зони:

Україна має численні курортні зони, включаючи Карпати, Крим, Карпати, Закарпаття та інші. Ці регіони пропонують туристам можливості для відпочинку в горах, на морських узбережжях, лікувальні і гірські курорти.

- Екологічний Туризм:

Україна славиться своєю природною красою, заповідниками та національними парками. Туристи можуть насолоджуватися пішохідними та велосипедними маршрутами, сплавами по річках, екскурсіями до природних резерватів.

- Лікувальні резорти:

Багато регіонів України володіють лікувальними властивостями мінеральних вод та грязей. Зокрема, курорти Трускавець, Моршин, Східниця, Яремче та інші приваблюють туристів, які шукають відпочинок та відновлення здоров'я.

- Оздоровчі тури:

Спа-готелі та санаторії пропонують оздоровчі програми, масажі, процедури з використанням лікувальних властивостей природних ресурсів.

- Агротуризм:

Аграрні регіони України пропонують агротуристам можливість долучитися до сільськогосподарської діяльності, проводити час на фермах, пробувати місцеві продукти та долучатися до сільських традицій.

3. Пригодницький туризм:

Пригодницький туризм в Україні отримує все більше популярності серед тих, хто шукає активний та екстремальний відпочинок. Країна володіє різноманітними природними ландшафтами, включаючи гори, річки, ліси та озера, що створює ідеальні умови для проведення різноманітних

пригодницьких заходів. Нижче представлено деякі аспекти пригодницького туризму в Україні:

- Гірськолижні та снігові види спорту:

Карпати та Крим пропонують чудові умови для гірськолижних відпочинку та снігових видів спорту взимку. Є багато гірськолижних курортів, таких як Буковель, Драгобрат, Славське, де можна насолоджуватися гірськими покатунками та іншими зимовими розвагами.

- Альпінізм та скелелазіння:

Карпати та Крим надають чудові можливості для альпінізму та скелелазіння. Деякі регіони, такі як Петрос, приваблюють екстремалів своїми скельними масивами та красивими пейзажами.

- Сплави по річках:

Річки, такі як Дніпро, Дністер, Сіверський Донець та інші, створюють ідеальні умови для різних видів водних пригод, включаючи сплави на байдарках, каное та рафтах.

- Велотуризм та маунтінбайкінг:

Україна має велику мережу велосипедних маршрутів для туристів різного рівня підготовки. Гірські масиви надають чудові маршрути для маунтінбайкінгу.

- Піші маршрути та трекінг:

Природні парки, національні резервати та гірські масиви пропонують великий вибір піших маршрутів для туристів, які цінують активний відпочинок та бажають насолоджуватися природою.

- Спелеотуризм:

Багато регіонів України володіють великою кількістю печер, що створює унікальні умови для спелеотуризму. Деякі печери, такі як Оптимістична та Млинки, відомі своєю красою та геологічним значенням.

- Екстремальні види спорту:

Деякі райони пропонують екстремальні види спорту, такі як парапланеризм, скайдайвінг, зорбінг, які дозволяють туристам відчувати адреналін та отримати незабутні враження.

- Паркур та екстрім-парки:

У деяких містах та регіонах розвинені екстрім-парки, де люди можуть займатися паркуром, велосипедизмом, скалолазінням та іншими видами екстремальних розваг.

- Лижні пробіги та сноубординг:

Взимку гірськолижні курорти пропонують не лише гірськолижний відпочинок, але і широкий вибір лижних пробігів та трас для сноубордингу.

Розвиток міжнародного в'їзного туризму в Україну має непогані передумови. По-перше, це наявність у нашій країні значних туристичних ресурсів, багато з яких є унікальними, їх доступність. По-друге, інтерес, який виявляють до нашої країни іноземні ЗМІ і прості громадяни, у тому числі, і через закритість значної території України в часи СРСР. По-третє, унікальна українська культура, об'єкти якої мають світове визнання. По-четверте, можливість формування конкурентноспроможного туристичного продукту завдяки висококваліфікованим трудовим ресурсам і високому рівню загальної освіченості населення. Не останню роль відіграє значна українська еміграція [9].

Однією з ключових переваг в'їзного туризму є його позитивний вплив на економіку. Коли туристи відвідують чужу країну, вони витрачають гроші на проживання, транспорт, їжу та напої, покупки, розважальні заходи та інші послуги. Ці витрати приносять дохід місцевому бізнесу та сприяють податковим надходженням до уряду. Приплив іноземної валюти сприяє поліпшенню стану платіжного балансу країни, що приймає. Збільшення доходів підприємств туристичної індустрії в свою чергу призведе до зростання надходжень у державний та місцеві бюджети через збільшення податкових надходжень.

1.3. Досвід організації в'їзного туризму в країнах Європейського Союзу

Алгоритм державного управління туристичною галуззю має суттєві відмінності залежно від країни та ролі туризму в її економіці, зокрема наявності унікальних природних та історико-культурних туристичних ресурсів, потенціалу національного туристичного ринку, доступності туристичних ресурсів для внутрішніх та в'їзних туристів, ролі країни на міжнародному туристичному ринку, масштабів інвестицій у туристичну галузь та від інших факторів. Слід звернути увагу на те, що державне управління туристичною галуззю в кожній країні відрізняється, залежно від рівня розвитку держави, ролі туризму в її економіці, масштабів інвестицій у туристичну сферу тощо. Однак, навіть значний туристичний потенціал ще не дає гарантії успішного розвитку туристичної індустрії в країні, адже для цього потрібне ефективне державне управління туристичною галуззю. Доцільно проаналізувати досвід залучення інвестицій в інших державах для формування та реалізації їх туристичного потенціалу [9].

Країни Європейського Союзу (ЄС) є одними з найпопулярніших туристичних напрямків у світі. ЄС володіє різноманітним досвідом організації та розвитку в'їзного туризму. Нижче наведено деякі основні аспекти досвіду організації в'їзного туризму в країнах Європейського Союзу:

1. Інфраструктура та зручності:

Країни ЄС володіють високорозвиненою туристичною інфраструктурою, яка включає готелі, ресторани, транспортні засоби, аеропорти, музеї, та інші туристичні об'єкти. Зручності для туристів часто відповідають високим стандартам.

2. Співпраця між країнами:

Багато країн ЄС активно співпрацюють у розробці та реалізації спільних туристичних проектів. Це може включати спільні маркетингові кампанії, обмін досвідом та спільні ініціативи для підвищення привабливості регіону для туристів [10].

3. Культурна різноманітність:

Країни ЄС славляться своєю культурною різноманітністю. Привабливість культурних подій, фестивалів, історичних пам'яток, музеїв робить цей регіон популярним для туристів, які бажають поглибити свої знання та враження.

4. Безпека та стабільність:

Високий рівень безпеки та стабільності є важливим чинником, що приваблює туристів. Багато країн ЄС славляться якісним забезпеченням безпеки та високим рівнем охорони здоров'я.

5. Електронні системи віз та Інтернет-послуги:

Багато країн ЄС впроваджують електронні системи віз та інтернет-послуги для спрощення в'їзду та перебування туристів. Це допомагає зробити процес подорожей більш зручним та ефективним.

6. Сталий розвиток та екологічний туризм:

Деякі країни ЄС активно сприяють сталому розвитку та екологічному туризму, спрямованому на збереження природи та екологічно чистих регіонів.

7. Кампанії маркетингу та промоції:

Країни ЄС ведуть активні маркетингові кампанії для привертання туристів. Інноваційні підходи, використання соціальних мереж, спеціальні пропозиції та інші методи використовуються для просування туристичного продукту.

8. Туристичні картки та програми знижок:

Деякі країни ЄС пропонують туристичні картки та програми знижок, які надають право на безкоштовний або зі знижкою вхід до музеїв, транспорту та інших туристичних об'єктів [11].

Загалом, досвід організації в'їзного туризму в країнах Європейського Союзу визначається високою якістю обслуговування, розвиненою інфраструктурою та активними заходами для приваблення туристів різних категорій.

Найбільш близькою для України щодо запозичення туристичного досвіду є Польща, яка володіє також, як Україна, багатьма туристичними ресурсами всіх видів. Саме разом з Польщею Україна проводила Європейський чемпіонат з футболу «Євро-2012», тому є позитивний досвід туристичного співробітництва з сусідньою країною, досвід якої щодо розвитку та надання переваги потенціалу внутрішньому туризму можна перейняти Україні. У Польщі розташовується близько 70 тис. закладів готельного типу, які кооперують свою діяльність з ресторанами, засобами транспорту тощо. Прикладами інфраструктурних туристичних ресурсів можуть бути аквапарки, зоопарки, торгово-розважальні комплекси тощо. Відомо, що Польща входить до десятки найбільш відвідуваних країн в'їзними туристами. На польських курортах створені сприятливі умови для лікування і відпочинку. Польща проводить ефективну державну політику у сфері туризму, має дієві механізми її реалізації, в основі яких лежить належне нормативно-правове та інституційне забезпечення. Усі туристичні права та обов'язки суб'єктів туристичної сфери обумовлені в Конституції Польщі [12].

Варто зазначити, що успіх Польщі в туристичній сфері зумовлений не тільки розвитком туристичних фірм та підтримкою міністерства, це також заслуга представників органів місцевого самоврядування. Туристичний ринок Польщі останні двадцять років розвивається набагато швидшими темпами, ніж український. Потужний туристичний потенціал Польщі створив значні передумови для формування високорозвиненого та рентабельного курортно-рекреаційного господарства, особливо в курортно-туристичних регіонах [14].

Щодо країни-сусіда України «другого порядку» (тобто коли держави межують через сусідню країну), а саме Чехії, то її економіка базується на принципах відкритого вільного ринку. Урядом республіки створено режим максимального сприяння надходженню інвестицій в економіку країни. Чеська Республіка поступово зміцнює свої позиції на світовому

туристичному ринку і стає популярним і добре розвиненим європейським туристичним напрямком. Дослідження брендингу Чеської Республіки дало можливість з'ясувати успішні сторони створення туристичного іміджу для України. Цілісний бренд держави можливо та навіть необхідно розробляти з урахуванням різноманітності та унікальності її регіонів. Основними акторами чеського брендингу є представництва культурної дипломатії при посольствах Чеської Республіки за кордоном – Чеські центри. Ці установи займаються висвітленням чеської історії, культури, мови та найголовніше, вони спільно з країною перебування працюють над створенням сучасного образу Чехії.

Розвитком туризму в Чехії опікується державна організація з розвитку туризму, яка підпорядковується Міністерству регіонального розвитку – Національне туристичне управління (CzechTourism), метою діяльності якого є просування і реклама Чеської Республіки як привабливої туристичної дестинації за кордоном і на вітчизняному ринку. Для кожного регіону Чехії створена своя унікальна програма розвитку туризму, яка враховує місцеві особливості, але основоположні засади і стратегічні цілі є єдиними для всіх. На нашу думку, цей досвід успішного формування та розвитку туристичного потенціалу обов'язково потрібно взяти до уваги Україні. Особлива увага приділяється екологічному, соціо-культурному та економічному аспектам туристичної діяльності Чехії. Підвищення привабливості Чеської Республіки згідно Концепції державної політики у сфері туризму покладається на: оцентральні органи влади; опосольства та представництва МЗС; національну туристичну організацію CzechTourism; місцеві органи влади; неурядові організації.

Державна політика Чехії передбачає проведення туристичних ярмарок і виставок, семінарів, презентацій, рекламних кампаній налагодження маркетингових партнерських відносин з регіонами. Усі ці інструменти використовуються для просування національного та регіональних туристичних продуктів. Успішне втілення засад державної туристичної політики в маркетингу зовнішніх послуг є найбільш ефективним рішенням

для збільшення в'їзних туристичних потоків та покращення якості в'їзного туризму.

Задля зростання туристичних потоків у країну, концепція державної туристичної політики передбачає покращення якості послуг через підвищення кваліфікації робочої сили, використання сучасних інформаційних систем, підвищення якості сервісу тощо. Чергове засідання Ради стратегії проводиться не рідше одного разу на рік, наради скликаються директором за наявності абсолютної більшості членів. Позачергові збори Ради стратегії скликаються у разі термінової необхідності, на прохання абсолютна більшість членів Ради або директору CzechTourism. Державна туристична політика країни впроваджується згідно з засадами «Концепції державної політики в галузі туризму в Чеській Республіці», яка визначає комплекс заходів щодо реалізації основних цілей державної політики в сфері туризму, які в основному орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності та економічної вигоди від туризму в республіці, скорочення безробіття, розвиток регіонів, малих та середніх підприємств та охорону навколишнього середовища [13].

Пріоритети, які визначені концепцією: конкурентоспроможність національних та регіональних туристичних продуктів; ооробудова та модернізація інфраструктури для туристичних послуг; омаркетинг туризму та розвиток людських ресурсів; остворення організаційної структури туризму. Роль CzechTourism у реалізації державної політики полягає у визначенні всіх залучених до процесу сталого розвитку туризму «зацікавлених сторін», плануванні та співробітництві з ними, створенні проєктів, визначенні і вирішенні проблем у туристичній галузі Чехії.

Ще одним пріоритетом державної туристичної політики Чехії є реалізація інтересів держави за кордоном в контексті в'їзного туризму та стимуляція внутрішнього туризму. Даний пріоритет має два основних напрями, а саме: створення пропозиції та формування попиту. Обидва основні напрями підтримуються аналітичними дослідженнями CzechTourism,

які присвячені тенденціям розвитку міжнародних туристичних потоків, оцінці ефективності використання наявних ресурсів, аналізу попиту та пропозиції.

Узагальнивши розвиток туризму в регіонах та ознайомившись з основними принципами формування засад регіональної політики Чеської Республіки, доцільно для України, розробити концепцію туристичного розвитку, основними елементами якої є:

- 1) створення цілісного туристичного бренду країни з унікальними регіональними особливостями;
- 2) концепція розвитку підприємництва;
- 3) фінансова концепція (розробка бізнес-планів розвитку туристичних територій, визначення джерел фінансування);
- 4) концепція управління (розробка стратегії менеджменту та заходів щодо підготовки управлінських кадрів);
- 5) концепція маркетингу (розробка та реалізація стратегії маркетингу, комплекс дій по створенню позитивного іміджу регіону) [14].

На прикладі Чеської Республіки встановлено, що особливо важливим і позитивним фактором для розробки стратегії розвитку туристичних регіонів є наявність сформованої організаційної структури. Серед соціально-економічних чинників, які впливають на збільшення масштабів регіонального туризму в Чехії, важливе місце належить таким факторам, як підвищення рівня освіти, культури, естетичних потреб населення.

Досвід сучасних країн свідчить, що розвиток туризму значною мірою залежить від підтримки з боку держави. Для того щоб отримувати дохід від туристичної індустрії, держава повинна інвестувати у вивчення та дослідження своєї території для оцінки туристичного потенціалу, розробку програм розвитку туристичного бізнесу, проекти інфраструктури курортів і державних туристичних центрів. Також важливо вкладати кошти в інформаційне забезпечення та рекламування туристичних можливостей [15].

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні

Туризм сьогодні відіграє важливу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяє її інтеграції в світовий ринок. Це зумовило визнання туризму в Україні одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку. За таких умов формування туристських потоків і забезпечення якісного їх обслуговування потребує особливої уваги науковців і практиків туристичної сфери діяльності.

Оскільки основною одиницею вимірювання туристичної діяльності є кількість туристів, а турист визначається Законом України «Про туризм» як особа, що подорожує з різною метою строком від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності і із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін [16], то обсяги туристських потоків за різними формами і видами туризму характеризують рівень розвитку туризму в країні, регіоні або локальній дестинації. На жаль немає законодавчого визначення поняття «туристичний потік», а в навчальній літературі він розглядається, як постійне прибуття туристів до країни (регіону) або виїзд туристів за її межі за певний період часу. Облік туристичних потоків ведеться Адміністрацією Держприкордонслужби України та Державною службою туризму і курортів, виділяються потоки в'їзних, виїзних і внутрішніх туристів.

В'їзний туризм передбачає здійснення подорожей у межах України тих осіб, які постійно не проживають на її території. Виїзний туризм передбачає здійснення подорожей громадян України та осіб. За останні роки, особливо після початку конфлікту на сході України та анексії Криму в 2014 році, кількість в'їзних туристів значно зменшилась. Це зумовлено негативним іміджем країни у зв'язку з безпековими ризиками. До 2014 року Україна демонструвала позитивну динаміку зростання кількості в'їзних туристів,

особливо під час проведення таких подій, як Євро-2012. Після 2014 року відбулося різке зниження кількості туристів, зокрема з країн ЄС та США.

Пандемія коронавірусу, безперечно, сильно вплинула на світовий туризм, включаючи Україну. Введення карантинних заходів, обмеження на подорожі та закриття кордонів призвели до значного скорочення туристичних потоків у 2020-2021 роках.

Недостатній розвиток туристичної інфраструктури та її невідповідність світовим стандартам стримують розвиток в'їзного туризму. Через це туристичні послуги українських підприємств менш конкурентоспроможні порівняно з аналогічними підприємствами за кордоном.

На рисунку 2.1 висвітлена динаміка кількості іноземців та осіб без громадянства які в'їжджали в Україну протягом 2017-2022 років. За аналізом цих даних можна виокремити декілька ключових спостережень.



Рис.2.1 В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну[18]

Великий спад кількості в'їздів іноземців та осіб без громадянства в Україну у 2020 році порівняно з попередніми роками. Це, безперечно,

пов'язано зі світовою пандемією COVID-19 та введеними обмежувальними заходами на міжнародних кордонах для обмеження поширення вірусу.

Після року пандемії можна помітити певне відновлення активності у 2021 році, коли кількість в'їздів збільшилася порівняно з 2020 роком. Це свідчить про поступове відновлення міжнародних подорожей після періоду обмежень.

Розвиток туристичних інфраструктур, проведення міжнародних заходів та подій також можуть впливати на ці цифри. В'їзний туризм можна кваліфікувати за метою відвідування. Динаміка в'їзного потоку протягом 2018-2022 років за метою відвідування наведено у таблиці 2.2. У 2020 році відбулися істотні зміни в структурі відвідувань через пандемію. Зменшення частки туризму свідчить про вплив обмежень та небезпеку масових подорожей у зв'язку з пандемією.

Таблиця 2.2

Розподіл в'їзного потоку за метою відвідування

Мета відвідування	2018 р.		2019 р.		2020 р.		2021 р.		2022 р.		Відношення 2022 р. до 2018 р., %
	тис. осіб	%	тис. осіб	%	тис. осіб	%	тис. осіб	%	тис. осіб	%	
Дипломатична	0,008	0,0	12,1	11,3	0,2	0,7	0,003	-	-	-	-
Службова	47,4	24,0	31,5	29,5	10,8	36,0	35,6	53,5	2,3	65,6	4,8
Ділова	2,3	1,2	1,5	1,4	0,9	3,0	0,4	0,6	0,004	0,1	0,2
Релігійна	0,02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Культура, спорт	0,03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Туризм	17,2	8,7	14,9	14,0	2,8	9,3	11,9	17,9	0,2	5,7	1,2
Імміграція	4,5	2,3	6,1	5,7	5,1	17,0	5,2	7,8	0,1	2,9	2,2
Інше	126,3	63,8	40,6	38,1	10,2	34,0	13,4	20,2	0,9	25,7	0,7
Всього	197,8	100	106,6	100	30	100	66,5	100	3,5	100	1,8

Джерело: укладено автором за матеріалами Національної туристичної організації України [18].

Дипломатичні та службові візити складають невелику частку, проте у 2019 році був помітний збільшений інтерес до цих мет (зокрема

дипломатичних візитів). Частка відвідувань для культурних та спортивних подій збільшилася у 2019 та 2020 роках, можливо, через проведення різноманітних заходів та фестивалів. Частка відвідувань із імміграційною метою залишається помірною, але має тенденцію до зростання, особливо в 2019 році.

В 2018 році категорії дипломатичних та службових візитів склали 24% від всього в'їзного потоку, в 2019 – 29,53%, в 2020 – 35,98%, в 2021 – 53,51%, а в 2022 – 65,55%. Це свідчить про збільшення важливості дипломатичних і службових візитів у 2021 і 2022 роках.

Приблизно однаковий відсоток від всього в'їзного потоку у 2018 (1,16%), 2019 (1,39%) і 2020 (3,02%) роках склали ділові поїздки. У 2021 році цей показник склав 0,61%, що є значно меншим, можливо через обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19.

Відсоток туристичних візитів до України знижувався від 2018 до 2020 року (від 63,85% до 34,13%), що, швидше за все, пов'язано з пандемією. Однак у 2021 році відсоток знову збільшився до 20,17%, але все ще залишався значно нижчим, ніж у 2018 році.

Категорії релігійних та культурних візитів показують досить варійований обсяг. Релігійні візити відсутні або майже відсутні у всіх роках, тоді як культурні візити коливаються, але загалом складають значний відсоток (наприклад, у 2021 році – 17,82%).

Узагальнюючи, можна сказати, що у 2021 та 2022 роках спостерігається зростання дипломатичних і службових візитів, тоді як туризм поки що не повернувся до рівня 2018 року через вплив пандемії COVID-19. Показники 2022 року є найменшими через повномасштабне вторгнення та несприятливу безпекову ситуацію, як наслідок.

Молдова та Польща виявилися найбільшими постачальниками туристів для України, з 874 312 та 269 305 в'їздами відповідно. Це свідчить про тісні історичні, культурні та економічні зв'язки між Україною та цими країнами. Інші країни, такі як Угорщина, Румунія та Словаччина, також показали

значну кількість в'їздів, що може бути пов'язано з їхнім географічним положенням та привабливістю для туристів з регіону. США та Німеччина, хоча і мають меншу кількість в'їздів порівняно з країнами Європи, все ще відіграють значну роль у в'їзді іноземців до України.

Загалом, аналіз кількості в'їздів іноземців до України у 2022 році демонструє певні тенденції та можливості для подальшого розвитку туристичної галузі країни попри повномасштабне вторгнення.

Незважаючи на позитивну динаміку, індустрія туризму в Україні також стикається з викликами. Недостатня розвиненість деяких туристичних регіонів, відсутність адекватної транспортної інфраструктури, недостатня якість послуг та військові дії можуть гальмувати потенціал розвитку туризму [9]. Стан та динаміка в'їзного туризму в Україну відображають складний мікс факторів, що включає економічні, політичні та маркетингові аспекти. Розвиток інфраструктури та рекламних кампаній, спрямованих на залучення туристів, важливий для подальшого збільшення потоків іноземних відвідувачів та збагачення туристичного досвіду в Україні.

2.2. Аналіз основних тенденцій в'їзного туризму

Туризм сьогодні відіграє важливу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяє її інтеграції в світовий ринок. Це зумовило визнання туризму в Україні одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку. За таких умов формування туристських потоків і забезпечення якісного їх обслуговування потребує особливої уваги науковців і практиків туристичної сфери діяльності.

Протягом трьох років внутрішній туризм мав стабільний ріст. Виїзний туризм демонстрував значний ріст у 2019 році, але зазнав зменшення у 2020 році через пандемію COVID-19. В'їзний туризм також зростає, але його вклад у загальну кількість туристичних пакетів залишався малим. Загалом,

пандемія COVID-19 суттєво вплинула на галузь туризму в 2020 році, призводячи до значного зменшення кількості виїзних туристів (рис. 2.5).



Рис.2.5 Зміна кількості реалізованих туристичних пакетів для в'їзних (іноземних) туристів які відвідали Україну протягом 2018-2020 років

Джерело: укладено автором за матеріалами Державної служби статистики України [6].

На рисунку 2.5 у вигляді кривої представлена динаміка реалізації туристичних пакетів для іноземних туристів. На рисунку бачимо, що свого піку зацікавленість іноземців туристичними подорожами в Україну досягла у 2019, проте вже у 2020 році зазнала різкого спаду через пандемію COVID-19 та спричинене нею обмеження на подорожі.

Реалізація туристичних пакетів є складним процесом, що включає кілька ключових етапів: розробку продукту, маркетинг, продаж, обслуговування клієнтів та післяпродажне обслуговування. Кожен з цих етапів має важливе значення для успішного просування та продажу туристичних пакетів. Реалізація туристичних продуктів вимагає комплексного підходу, який враховує всі етапи від розробки продукту до післяпродажного обслуговування клієнтів. Успішні компанії в цій галузі забезпечують високу якість послуг, ефективний маркетинг та постійну

підтримку клієнтів, що допомагає їм утримувати конкурентні позиції на ринку. В таблиці 2.7 наведена динаміка вартості туристичних пакетів, реалізованих суб'єктами туристичної діяльності в Україні за період 2019-2020 років.

Таблиця 2.7

Динаміка вартості туристичних пакетів, реалізованих суб'єктами туристичної діяльності в Україні

Показники	2019 р.		2020 р.		Абсолютне відхилення, %	Темп росту, %
	тис. грн.	%	тис. грн.	%		
Туроператори та турагенти (юридичні особи)						
Реалізовано туристичних пакетів, всього	2933680	100	1225131	100	-	41,8
у тому числі іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	834636	28,5	320654	26,2	-2,3	38,4
туристам	2099044	71,5 (100)	904477	73,8 (100)	2,3	43,1
з них внутрішнім туристам для подорожі по Україні	189415	9,0	141998	15,7	6,7	75,0
виїзним туристам для подорожі	1857935	88,5	751842	83,1	-5,4	40,5
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	51694	2,5	10637	1,2	-1,3	20,6
Турагенти (фізичні особи-підприємці)						
Реалізовано туристичних пакетів туристам, всього	411492	100	192899	100	-	46,9
у тому числі внутрішнім туристам для подорожі по Україні	48987	11,9	20260	10,5	-1,4	41,4
виїзним туристам для подорожі	359648	87,4	172497	89,4	2	48,0
в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні	2857	0,7	142	0,1	-0,6	5,0

Джерело: укладено автором за даними Державної служби статистики України [6].

Загальний аналіз показує, що вартість туристичних пакетів у 2020 році зменшилася через вплив пандемії COVID-19. Однак, попри це, певні

сегменти, зокрема турагенти (фізичні особи-підприємці), продемонстрували зростання вартості своєї діяльності.

2.3 Оцінка чинників впливу на розвиток в'їзного туризму

В'їзний туризм включає в себе безліч чинників, які впливають як на розвиток туристичної галузі України, так і на кожен область зокрема. Ці чинники показують наскільки область України буде відвідувана в'їзними іноземними туристами. Вони можуть позитивно або негативно впливати на розвиток в'їзного туризму України, приваблювати або відштовхувати іноземні туристичні потоки.

Розвинена туристична інфраструктура відіграє важливу роль у збільшенні туристичних потоків. Сучасні туристи очікують відповідного рівня сервісу, комфорту та доступності послуг, і тому інфраструктура має відповідати їхнім потребам і очікуванням. Забезпечення доступності та зручності для туристів також включає розвиток транспортної інфраструктури, такої як аеропорти, залізничні станції, автобусні маршрути та інші транспортні зв'язки між містами та регіонами.

Клімат.

Клімат України різноманітний і залежить від розташування від північного заходу до південного сходу країни. На півночі та заході переважає помірний континентальний клімат з холодними зимами та теплими літами. На півдні клімат стає ближчим до субтропічного, з м'якими зимами та спекотними літами. Погода в Україні також може бути доволі різкою, зі значними коливаннями температур та опадів.

Екологічна ситуація.

Великі промислові підприємства, автотранспорт та домашнє опалення спричиняють значне забруднення повітря в містах та промислових регіонах.

Недбале використання та забруднення водних джерел промисловими відходами, сільськогосподарськими речовинами та комунікальними стічними

водами може призвести до зниження якості води в річках, озерах та водосховищах

Зменшення природних місць існування через забудову, експлуатацію лісів, забруднення довкілля та інші людські діяльності призводить до втрати біорізноманіття та загрози для численних видів рослин і тварин.

Економіка.

Економіка України має досить різноманітну структуру, включаючи важку та легку промисловість, сільське господарство, енергетику, транспорт та інші сфери. Промисловість традиційно має велике значення, зокрема вугільна, металургійна та машинобудівна галузі. Україна активно проводить реформи для покращення бізнес-клімату, включаючи дерегуляцію, податкову реформу та боротьбу з корупцією. Ці зусилля призначені залучити інвестиції та стимулювати економічний зріст[20].

Стан культури та туризму.

Україна має багату історію, культуру та традиції, які відображаються у великому розмаїтті музеїв, храмів, пам'яток архітектури та національних свят. Культурні події, такі як фестивалі, концерти, виставки, також збагачують культурний ландшафт України. Країна приваблює туристів своєю природною красою, історичними пам'ятками, культурними подіями та традиціями. Від відвідування історичних міст до відпочинку на Чорному морі, Україна пропонує різноманітні варіанти для відпочинку та відпочинку [21].

Розвиток в'їзного туризму в Україні також залежить від низки інших чинників. Зокрема, політична стабільність та безпека є дуже важливим фактором формування туристичної привабливості України для іноземних туристів. Стабільність та безпека в країні є важливими для міжнародних туристів. Політична стабільність та ефективність правоохоронних органів можуть позитивно впливати на рішення туристів про відвідування України [22].

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

3.1 Шляхи збільшення туристичних потоків іноземних туристів

Туризм нині розглядають як найперспективнішу та провідну галузь в Україні. Туризм в Україні поступово наближається до світового рівня. З'являється все більше підприємств туристичного спрямування. Створена тісна мережа туристичної індустрії, до якої належать заклади розміщення, харчування, а також об'єкти пізнавального, ділового, релігійного, спортивного, оздоровчого та іншого призначення.

В'їзний туризм має важливе значення для економік приймаючих країн. Забезпечення його розвитку є складним завданням, зважаючи на високий рівень конкуренції на міжнародному туристичному ринку. Збільшення туристичних потоків до України вимагає комплексного підходу, який включає розвиток не лише туристичних об'єктів і готельної бази, але й супутньої інфраструктури, такої як автошляхи, залізниця, аеропорти та інші транспортні засоби [23].

Україна може збільшити туристичні потоки до країни, але для цього необхідно розвивати не лише об'єкти відвідування або засоби розміщення, а й супутню інфраструктуру, до якої відносяться, зокрема, автошляхи. Не менш важливим є покращення рівня сервісу. Вбачається, що обов'язкове володіння іноземними мовами на базовому рівні хоча б половини працівників підприємства туристичної або супутньої галузі сприятиме підвищенню іміджу України серед іноземців та поширення позитивного іміджу на міжнародному рівні, як країни, яка готова приймати іноземних туристів пропонуючи їм високий рівень обслуговування та сервісу [25].

У 2018 році за ініціативою Державного агентства розвитку туризму стартовав проєкт *Ukraine Now*. *Ukraine now* – це наймасштабніша міжнародна маркетингова кампанія українського уряду. Її ціль – сформува

бренд України у світі, залучити в країну інвестиції та покращити туристичний потенціал.

У підготовці до кампанії взяли участь 27 експертів комісії з питань популяризації України у світі. З їхньою допомогою було зібрано максимальну кількість даних і матеріалів, щоб створити бренд, який продемонструє привабливість України для туризму, культурної взаємодії та бізнесу.

За підтримки британського уряду було проведене дослідження, як сприймають Україну за кордоном. За його результатами виявилось, що три найпопулярніші асоціації з Україною – це «корупція», «революція» та «бойові дії».

Щоб досягти успіху в конкурентній індустрії в'їзного туризму, підприємствам необхідно прийняти ефективні стратегії, що відповідають мінливим потребам та перевагам міжнародних мандрівників.

Ось кілька важливих підходів, які слід взяти до уваги:

- Розвиток унікального туристичного досвіду.

Створення незабутніх та автентичних вражень має важливе значення для залучення та утримання іноземних туристів. Демонструючи унікальні аспекти призначення, такі як місцеві традиції, кухня, фестивалі та захоплюючі заходи, компанії можуть запропонувати мандрівникам безпрецедентну подорож.

- Створення сильної присутності в Інтернеті.

Сьогодні цифрову епоху наявність надійної присутності в Інтернеті має вирішальне значення для залучення потенційних відвідувачів. Крім того, підприємствам слід інвестувати у зручні для користувача веб-сайти, привабливі платформи соціальних мереж та методи пошукової оптимізації (SEO), щоб підвищити видимість та охопити ширшу аудиторію. Крім того, використовуючи можливості цифрового маркетингу компанії можуть ефективно демонструвати свої унікальні пропозиції, взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу і випереджати конкурентів.

- Побудова відносин із місцевими зацікавленими сторонами.
- Розуміння цільових ринків та адаптація пропозицій.

Щоб ефективно залучати іноземних туристів, підприємствам необхідно визначити свої цільові ринки та зрозуміти їх переваги, інтереси та мотивацію. Крім того, адаптуючи свої пропозиції до цих конкретних потреб, компанії можуть створювати персоналізований досвід, який знаходить відгук у їх цільовій аудиторії. Крім того, такий цілеспрямований підхід дозволяє підприємствам диференціюватися в конкурентній індустрії туризму, залучати потрібних клієнтів та сприяти довгостроковій лояльності.

- Підвищення якості обслуговування та задоволеності клієнтів.

Забезпечення чудового обслуговування клієнтів має першорядне значення у бізнесі в'їзного туризму. Крім того, доброзичливий і знаючий персонал, ефективна організація турів, швидке реагування на запити та індивідуальна увага сприяють позитивному досвіду клієнтів, що запам'ятовується. Крім того, ці фактори спонукають відвідувачів рекомендувати це місце та відвідувати його повторно, що ще більше підвищує його репутацію та приваблює більше туристів.

- Використання методів цифрового маркетингу та SEO.

Цифровий маркетинг грає вирішальну роль залученні потенційних мандрівників. Використовуючи методи SEO, компанії можуть оптимізувати свій онлайн-контент, забезпечуючи більш високу видимість результатів пошукових систем. Це у поєднанні з цільовою онлайн-рекламою може значно підвищити шанси на залучення іноземних туристів.

- Співпраця з партнерами туристичної індустрії

Формування альянсів з туристичними агентами, туроператорами, готелями, авіакомпаніями та іншими галузевими партнерами може підвищити видимість та охоплення бізнесу. Крім того, працюючи разом, компанії можуть використовувати мережі, ресурси та досвід один одного для створення комплексних туристичних пакетів та можливостей перехресного просування.

3.2 Методи стимулювання в'їзного (іноземного) туризму в Україні

Будь – яка галузь економіки вимагає застосування методів, які будуть стимулювати розвиток та подальшу діяльність. В'їзний туризм не є виключенням і на сьогодні виникає завдання щодо впровадження методів стимулювання з метою підвищення конкурентоспроможності.

В'їзний туризм, як сфера економічної діяльності не може провадити свою діяльність без інновацій. Конкурентоспроможність і потреби іноземних туристів вимагають від учасників туристичного бізнесу нестандартних думок та рішень. Реалізація методів стимулювання в'їзного туризму розширить ринок збуту, зацікавить нових потенційних іноземних клієнтів. Отож, спершу слід визначити, що собою являє термін “ методи стимулювання в'їзного туризму” – це певні заходи впливу на туристичний ринок з метою збереження існуючих та розширення наявних елементів ринку.

На останньому етапі, персонал відіграє ключову роль у забезпеченні якісного обслуговування та позитивного враження від подорожі. Навчання, мотивація та включення персоналу у розробку інновацій можуть значно підвищити рівень обслуговування та задоволення клієнтів.

Важливо враховувати специфіку вашого бізнесу та цільової аудиторії при виборі методів стимулювання, а також постійно адаптувати їх під змінні умови ринку та клієнтські потреби.

Методи стимулювання в'їзного туризму зазвичай спрямовані на іноземних клієнтів, оскільки вони є основною метою для більшості туристичних послуг і продуктів. Ці методи можуть включати різноманітні заходи, такі як маркетингові кампанії за кордоном, знижки на міжнародні авіаперельоти, спеціальні пропозиції на готелі та екскурсії, спонсорські програми для туристів з інших країн тощо[28].

Використання Інтернету для продажу туристичних послуг може бути одним з найефективніших методів стимулювання в'їзного туризму, оскільки

Інтернет надає широкий доступ до інформації та можливість здійснення бронювань у будь-який час і з будь-якого місця.

Електронна розсилка, система "клік-тревел" і "тревел поінт" також можуть бути ефективними методами, оскільки вони спрощують процес бронювання та забезпечують зручний спосіб отримання інформації про туристичні пропозиції.

Кожен з цих методів має свої переваги і може бути використаний залежно від цільової аудиторії, бюджету та маркетингової стратегії компанії. Наприклад, електронна розсилка може бути ефективною для залучення великої кількості клієнтів, тоді як система "тревел поінт" може привернути тих, хто шукає індивідуальний підхід до подорожей.

Механізми замикання, такі як запрошення постійних клієнтів до урочистих подій чи корпоративних заходів, можуть бути ефективними для збереження клієнтської бази та підтримки вірності клієнтів. Ці заходи демонструють важливість і цінність для компанії, що може сприяти утриманню клієнтів і створенню позитивного сприйняття бренду.

Партизанський маркетинг, зокрема вірусний маркетинг, є ще одним ефективним способом залучення уваги клієнтів. Він ґрунтується на створенні цікавого та нестандартного контенту, який зацікавлює аудиторію та спонукає її до поділу цієї інформації з іншими. Соціальні мережі стали одним з основних каналів для реалізації вірусного маркетингу, оскільки вони дозволяють швидко поширювати контент серед великої кількості користувачів.

Ці методи стимулювання туризму можуть бути особливо ефективними, оскільки вони спрямовані на збереження і розвиток вже існуючої клієнтської бази, а також на привертання нових клієнтів за допомогою креативних та недорогих маркетингових підходів.

Прихований маркетинг відіграє важливу роль у стимулюванні в'їзного туризму, оскільки він дозволяє рекламувати послуги чи продукти без прямого впливу на споживача. В цьому випадку інформація про нові послуги

або пропозиції передається до туристів у формі, що не виглядає як типова реклама, і споживачі можуть не усвідомлювати, що вони стають об'єктом маркетингової діяльності.

Передача інформації від одного туриста до іншого, переважно у формі словесного рекомендації, є одним із способів поширення прихованого маркетингу. Наприклад, задоволений клієнт може розповісти своїм друзям або родичам про позитивний досвід подорожі, рекомендуючи їм відвідати той же самий місцевість або скористатися тими ж самими послугами.

Цей підхід може бути особливо ефективним, оскільки рекомендації від довірених осіб, як правило, мають більший вплив на споживачів, ніж звичайна реклама. Таким чином, прихований маркетинг дозволяє компаніям просувати свої продукти та послуги шляхом позитивних вражень клієнтів і відзначенням їхнього задоволення без прямого рекламного втручання.

Інформаційно-програмне забезпечення туристичних підприємств грає критичну роль у стимулюванні в'їзного туризму. Це включає в себе різноманітні програми та платформи, які допомагають у керуванні бронюваннями, обробці платежів, взаємодії з клієнтами, а також у зборі та аналізі даних про туристичні потреби та попит.

3.3 Розвиток в'їзного туризму в Україні

Розвиток туризму має великий потенціал для суспільно-економічного зростання. Вивчення міжнародного досвіду управління у сфері туризму може допомогти країні оптимізувати свої стратегії розвитку туризму, використовуючи кращі практики та уникати помилок, які були зроблені іншими країнами.

Сталий розвиток є ключовим аспектом управління туризмом, оскільки туризм може мати негативний вплив на природне середовище та соціокультурний контекст. Тому важливо розробляти стратегії туризму, які б враховували питання екологічної та соціальної відповідальності.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, насамперед необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично усі галузі. Саме це і повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені.

Стратегічною метою розвитку туристичної галузі в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій і їхніх соціально-економічних інтересів за збереження екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, повинна бути синхронізована із загальними темпами становлення ринкових механізмів і узгоджена з політикою структурних реформ в економіці, враховувати накопичений досвід розвитку туризму в світі, що створює сприятливі умови для опрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази з питань туризму. Ця стратегія вимагає комплексного підходу та впровадження координованих заходів на різних рівнях уряду, бізнесу та громадськості. Тільки таким чином можна досягти стабільного та сталого розвитку туризму в Україні. Разом з тим, необхідно мінімізувати основні перепони, що перешкоджають розвитку туристичної галузі в Україні, а саме: чинники управлінського, економічного, екологічного, соціального та культурного характеру, а також підвищити рівень сервісу та створити відповідну інфраструктуру відпочинку і розваг. Тільки виконання дій у комплексі щодо перспектив розвитку туристичної галузі в Україні сприятиме зростанню кількості іноземних туристів, а також збільшенню обсягів внутрішнього туризму [29].

SWOT-аналіз можливостей розвитку в'їзного туризму в Україні

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<p>1. Багата культурна спадщина та історичні пам'ятки, які привертають увагу туристів з усього світу.</p> <p>2. Велика різноманітність природних ландшафтів, від Карпатських гір до Чорного та Азовського морів, приваблює любителів активного відпочинку та екотуризму.</p> <p>3. Розташування України в центрі Європи створює можливості для розвитку транзитного туризму та міжнародних туристичних маршрутів.</p> <p>4. Покращення інфраструктури, зокрема мережі авіаційних та залізничних з'єднань, сприяє зручності подорожей в Україну.</p>	<p>1. Недостатня ефективність державного апарату та висока рівень корупції можуть стримувати інвестиції та розвиток туризму.</p> <p>2. Недостатня розповсюдженість англійської та інших мов комунікації серед місцевого населення може ускладнити спілкування для іноземних туристів.</p> <p>3. Нерівний рівень якості обслуговування в готелях, ресторанах та інших туристичних послуг може погіршити враження туристів.</p> <p>4. Недостатня маркетингова стратегія: Україна може потребувати більш активного маркетингу та просування своїх туристичних можливостей за кордоном.</p>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<p>1. Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, такої як готелі, аеропорти та дороги, можуть привернути більше туристів.</p> <p>2. Зміцнення культурного обміну та туристичних програм з іншими країнами може привернути нових відвідувачів.</p> <p>3. Зростаюча увага до екологічних проблем створює можливості для розвитку екотуризму в природних регіонах України.</p> <p>4. Привабливість різноманітних культурних заходів, таких як музичні фестивалі, художні виставки та культурні фестивалі, може привернути більше туристів.</p>	<p>1. Політичні та військові конфлікти та нестабільність можуть відлякувати іноземних туристів та інвесторів.</p> <p>2. Співмірність та безпека можуть бути проблематичними у деяких регіонах країни через конфлікти або злочинність.</p> <p>3. Зростаюча конкуренція з інших туристичних напрямків у регіоні може скласти виклик для привабливості України як туристичного пункту.</p> <p>4. Негативні зміни валютних курсів можуть зробити подорож до України дорожчою для іноземних туристів.</p>

Джерело: власна розробка автора.

Щорічне збільшення доходів громадян України призведе до більш інтенсивної туристичної діяльності, особливо серед споживачів з високими

доходами. Це сприятиме розвитку як внутрішнього, так і виїзного туризму. Підвищення якості життя сприятиме тому, що відпочинок, подорожі, мистецтво та культура стануть важливими елементами у заповненні вільного часу громадян. Це створить попит на більш різноманітні і якісні туристичні продукти.

Підвищення доходів населення створює стимул для інвестицій у туристичну інфраструктуру, включаючи будівництво нових готелів, курортів, розважальних і культурних центрів. Зростання попиту на високоякісні туристичні послуги стимулює розвиток сервісу та підвищення стандартів обслуговування у туристичній галузі.

Розвиток туристичної індустрії в Україні залежить від загального економічного зростання і добробуту населення. Підвищення рівня доходів громадян не лише сприятиме збільшенню внутрішніх туристичних потоків, але й підвищить привабливість України як туристичного напрямку для іноземців. Це забезпечить комплексний розвиток територій, покращення якості життя громадян та збереження екологічної і культурної спадщини країни.

В'їзний туризм - це туристи, які відвідують зарубіжну країну з різними цілями. Він відіграє вирішальну роль у стимулюванні економічного зростання, створенні можливостей працевлаштування та стимулюванні розвитку інфраструктури. Проте урядам та зацікавленим сторонам у країнах призначення дуже важливо запровадити стійкі методи та впоратися з потенційними негативними наслідками, такими як перенаселеність та забруднення. Основну увагу слід приділити встановленню балансу між сприянням економічному зростанню та забезпеченням довгострокової стійкості.

Розвиток туризму в Україні потребує системного підходу, який враховує всі аспекти індустрії, включаючи не лише самі туристичні об'єкти та готельну базу, але й інфраструктуру та зручність транспортних зв'язків.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі вирішено теоретико-практичне завдання по забезпеченню перспектив та розвитку в'їзного туризму. Виконане дослідження дозволяє сформулювати ряд висновків та пропозицій теоретичного і прикладного змісту.

Аналіз теоретичних аспектів в'їзного туризму показав, що туризм є важливим фактором економічного зростання, створення робочих місць та стимулювання розвитку інфраструктури. Проте для досягнення стійкого розвитку необхідно впроваджувати методи, які забезпечать баланс між економічним зростанням та збереженням культурних і природних ресурсів. В'їзний туризм не тільки приносить економічну користь країнам, що приймають, але також сприяє міжкультурному взаєморозумінню, розширює кругозір і заохочує повагу до різноманітності.

Оцінка сучасного стану та проблем в'їзного туризму в Україні виявила, що кількість в'їзних туристів значно знизилася через нестабільну політичну ситуацію та військові дії. Проте є тенденції до поступового відновлення, особливо у регіонах, які активно розвивають туристичну інфраструктуру та проводять міжнародні заходи. Україна має ряд позитивних передумов для успішного розвитку міжнародної туристичної діяльності, проте існує потреба впровадження чітких механізмів їх залучення до туристичного обігу. Головними проблемами, що стримують розвиток міжнародного туризму в Україні та потребують вирішення на загальнодержавному рівні, є відсутність чіткого та науково обґрунтованого планування розвитку галузі, декларативність концепцій розвитку міжнародного туризму, а також низка проблем фінансово-економічного змісту.

Проведені спостереження відображають складну ситуацію в українській туристичній індустрії попри всі позитивні передумови. Багато туристичних підприємств спрямовують свої зусилля на вивіз туристів з України, оскільки це є більш привабливим та вигідним з економічної точки зору. Сфера в'їзного туризму стикається з рядом проблем, таких як

складність візових процедур, недоліки в інфраструктурі та неякісні автодороги.

Такі проблеми можуть значно ускладнити прийом іноземних в'їзних туристів та обмежити їхні можливості для подорожей в Україні. Нерівномірний розвиток в'їзного туризму по регіонах країни може бути пов'язаний з різноманітністю туристичних ресурсів та рівнем розвитку туристичної інфраструктури в окремих областях.

Проведений аналіз виділяє кілька ключових проблем, які стримують розвиток міжнародного туризму в Україні.

1. Воєнні дії російської федерації.
2. Відсутність чіткого та науково обґрунтованого планування.
3. Декларативність концепцій розвитку міжнародного туризму.
4. Фінансово-економічні проблеми.
5. Багатовекторність зовнішньої політики та зміна інтеграційних уподобань.

Для подолання зазначених проблем необхідно здійснити комплексний підхід, який включає як розробку стратегій та програм, так і їхнє практичне впровадження з постійним моніторингом та коригуванням на основі результатів. Державна підтримка повинна бути направлена на створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, залучення інвестицій та забезпечення стабільності й безпеки в країні.

SWOT-аналіз розвитку в'їзного туризму показав, що Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки багатій культурній спадщині, різноманітним природним ландшафтам та вигідному географічному положенню. Водночас, слабкими сторонами залишаються недостатня ефективність державного управління та високий рівень корупції, що стримують інвестиції у галузь. Сприятливі процеси розвитку в'їзного туризму можуть наступні фактори:

1. Розвиток автошляхів та транспортної інфраструктури.
2. Підвищення рівня сервісу.

3. Володіння іноземними мовами.
4. Просування туристичних об'єктів.
5. Інвестиції у туристичну інфраструктуру.
6. Підтримка культурних ініціатив та фестивалів.

Реалізація цих заходів допоможе не лише збільшити туристичні потоки до України, але й покращити економічну ситуацію в регіонах, розвинути місцевий бізнес і створити нові робочі місця. Важливо, щоб держава, бізнес і суспільство працювали разом для досягнення цієї мети.

Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні у післявоєнний час значною мірою залежать від комплексного підходу до вирішення проблем та стимулювання галузі. Зокрема, важливими є покращення інфраструктури, забезпечення високої якості послуг, активне просування на міжнародному ринку та створення позитивного іміджу країни. Створення сучасних готелів, ресторанів, розважальних закладів та інших об'єктів розміщення та харчування є ключовим елементом розвитку туристичної інфраструктури. Крім того, важливо мати розвинені інформаційні системи, які дозволяють туристам зручно та ефективно здійснювати бронювання готелів, квитків на транспорт, екскурсій та інших послуг.

Таким чином, комплексний підхід до розвитку в'їзного туризму, врахування всіх аспектів індустрії, включаючи інфраструктуру, послуги, маркетинг та державне управління, дозволить Україні стати привабливим туристичним напрямком у післявоєнний період, що сприятиме економічному зростанню та покращенню якості життя населення. Розвиток туристичної індустрії в Україні тісно пов'язаний з економічним зростанням і добробутом населення. Зосередження зусиль на цих аспектах допоможе створити сприятливі умови для розвитку туризму, що, в свою чергу, позитивно вплине на економіку країни, якість життя громадян та збереження культурної та природної спадщини.

14.06.2024 р.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. T.Jamal, M. Robinson Introduction: The Evolution and Contemporary Positioning of Tourism as a Focus of Study. 2009, The SAGE Handbook of Tourism Studies.
2. Теоретичні аспекти інституалізації туризму [Електронний ресурс] . – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/stolbova.htm
3. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці / О. М. Шуплат // Ефективна економіка [Електронний ресурс] : електр. наук. фах. вид. / Дніпропетр. держ. агр.-екон. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ, 2015. – № 12. – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2015/57.pdf
4. Титаренко Л. М., Рябокінь Є. О. Підприємництво у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9291>
5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: [навчальний посібник] / Л.П. Дядечко; за заг. ред. Манойло Н.П. – Київ: Вид-во «ЦУЛ», 2007. – 220 с.
6. Державна служба статистики України.URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Вплив туризму на світову економіку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/22430/>.
8. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. В'їзний туризм. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
9. Герасимів З. М., Христенко Г. М. Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. – [Електронний ресурс]. –

- Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8890>
10. Оновлена туристична політика ЄС: на шляху до зміцнення партнерства для європейського туризму. Брюссель: Комісія Європейських Співтовариств. Офіційний Сайт Європейського Союзу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://eurlex.europa.eu/EN/legal-content/summary/towards-a-stronger-partnership-foreuropean-tourism.html>
11. Кривенкова Р. Ю. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2002>
12. Конституція Польської Республіки (з передмовою Володимира Шаповала). Київ: Москаленко О. М., 2018. 82 с.
13. Національне туристичне управління Чеської Республіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.czechtourism.cz/informacnicentra/znaceni-turistickyh-center/>
14. Корсак Р.В., Фуртій В.В. Організація туризму в країнах центральної Європи (Польща, Словаччина, Угорщина): Досвід організації для України.
15. Герасименко В. Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименка, О. Л. Михайлюк. – К.: ФОП Гуляева В. М., 2019. – 332 с.
16. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – ст. 24.
17. Solovei, I., Gerasymiv, Z., & Lygovyi, B. (2022). Проблеми розвитку в'їзного туризму в Україні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*, 2(79), 53-64.
18. Національна туристична організація України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://nto.ua/>

19. Географічне положення України. [Електронний ресурс] . – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
20. Олешко А. А., Шацька З. Я., Ровнягін О. В. Smart-спеціалізація України в перспективі післявоєнного відновлення економіки. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10286>
21. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України. К.: КНУ ім. Шевченка, 2011. 395 с.
22. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). ОСОБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ. *Економіка та суспільство*, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
23. Фаринюк Н. В., Наумова М. А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/4860/4890> .
24. Самойленко. О. А. Роль туризму у світовій економіці. *Інвестиції. Практика та досвід*. К., 2013. №20. С 12—19.
25. Дороніна О., Колос Н. Шляхи збільшення привабливості України як туристичного напрямку. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2019.3.14>
26. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/через-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-26> .
27. Inbound Tourism Business: Unlocking the Potential of Global Travel – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://tripscaPETourism.com/inbound-tourism-business/>
28. Мариняк Я., Стецько Н. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні. *Наукові записки*. 2021, № 2. С. 108-120.
29. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2. С. 71-79.

- [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2014_2_9.
30. Побоченко Л. М., Тимошенко О. І. Сучасний стан та пріоритетні напрямки оптимізації розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/54770/14-Robochenko.pdf?sequence=1> .
31. Н. Мушинська Фактори впливу на розвиток в'їзного туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/20974/1/186-187.pdf>
32. Гаврилишин І. П. Туризм України: проблеми і перспективи. -К., 1994.
33. Сахно К., Яворська Т. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україну. XI Всеукраїнська науково-технічна конференція здобувачів вищої освіти ТДАТУ. Факультет економіки та бізнесу : матеріали XI Всеукр. наук.- техн. конф., 01-12 квітня 2024 р. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. 269 с. С. 122-124.
34. Яворська Т. І., Трусова Н. В. Аналітичні аспекти розвитку туристичного бізнесу в регіональній соціально-економічній дестинації. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «*Modern Economics*», №37 (2023), 108-114.