

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра «Міжнародні економічні відносини та іноземних мов»

«Допущено до захисту»
Зав. кафедрою МЕВтаІМ
д.е.н., професор

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти
на тему:
«РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В
УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ»

Виконав здобувач вищої освіти
4 курсу, групи МЕВ-22
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»

_____ Грицієнко С.П.
« ____ » _____ 2026 р.

Керівник роботи
д.е.н., професор

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2026 р.

Рецензент _____

Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет економічний

Кафедра Міжнародних економічних відносин та іноземних мов

Рівень вищої освіти Бакалавр

Галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Іван МИЦЕНКО

«_____» _____ 2026 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗА ПЕРШИМ (БАКАЛАВРСЬКА) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Грицієнка Станіслава Павловича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи

Розвиток міжнародного туризму в Україні в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення

_____ Миценко Іван Михайлович, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

3. Строк подання роботи до захисту _____

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Метою є дослідження сучасного стану міжнародного туризму в Україні, визначення перспектив його розвитку в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення, а також обґрунтування напрямів підвищення ефективності функціонування туристичної галузі.

Завдання: розкрити теоретичні засади функціонування міжнародного туристичного ринку; дослідити сучасні тенденції та види міжнародного туризму; проаналізувати механізми державного регулювання туристичної сфери; охарактеризувати сучасний стан туристичного ринку України та особливості його розвитку; дослідити процеси цифрової трансформації туристичної галузі України; здійснити SWOT-аналіз міжнародного туризму в Україні та визначити перспективи його розвитку; обґрунтувати роль інноваційних і цифрових технологій у модернізації туристичної галузі; визначити стратегічні напрями післявоєнного відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні.

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	проф. Миценко І.М.		
Розділ 2	проф. Миценко І.М.		
Розділ 3	проф. Миценко І.М.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми і об'єкта дослідження, призначення наукового керівника	02.02.2026-13.02.2026	
2	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу, складання календарного плану його виконання	16.02.2026-06.03.2026	
3	Опрацювання навчальної та наукової літератури і складання плану роботи	09.03.2026-10.04.2026	
4	Проведення наукових досліджень, обробка фактичного матеріалу	13.04.2025-08.05.2026	
5	Написання тексту 1-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	11.05.2026-17.05.2026	
6	Написання тексту 2-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	18.05.2026-31.05.2026	
7	Написання тексту 3-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	01.06.2026-07.06.2026	
8	Усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення кваліфікаційної роботи	08.06.2026-11.06.2026	
9	Перевірка на плагіат	12.06.2026-16.06.2026	
10	Отримання відгуку наукового керівника	17.06.2026-21.06.2026	
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	22.06.2026-25.06.2026	
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні екзаменаційної комісії		

Дата видачі завдання

« ____ » _____ 2026 року

Підпис керівника

(прізвище та ініціали)

Завдання прийнято до виконання

« ____ » _____ 2026 року

Підпис здобувача

Анотація

Розвиток міжнародного туризму в Україні в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення. - Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня “бакалавр” за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» – Центральноукраїнський національний технічний університет. – Кропивницький. – 2026.

У бакалаврській роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення. Розглянуто сутність і особливості функціонування міжнародного туристичного ринку, сучасні тенденції розвитку туризму та механізми державного регулювання туристичної сфери. Проаналізовано сучасний стан туристичної галузі України, вплив воєнних викликів на її розвиток, а також процеси цифрової трансформації туристичних підприємств. Проведено SWOT-аналіз міжнародного туризму в Україні та визначено перспективні напрями післявоєнного відновлення галузі. Обґрунтовано роль інноваційних і цифрових технологій у підвищенні конкурентоспроможності туристичного сектору та його інтеграції до світового туристичного простору.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичний ринок, туристична галузь, цифровізація, цифрова трансформація, інновації, післявоєнне відновлення, туристична дестинація, сталий розвиток, туристична інфраструктура.

Abstract

Development of International Tourism in Ukraine in the Context of Digitalization and Post-War Recovery. - Manuscript.

Qualifying bachelor's thesis for the degree of higher education in the educational and professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – Central Ukrainian National Technical University. - Kropyvnytskyi. - 2026.

This bachelor's thesis examines the theoretical and practical aspects of the development of international tourism in Ukraine in the context of digitalization and post-war recovery. The study explores the essence and specific features of the international tourism market, current trends in tourism development, and the mechanisms of state regulation in the tourism sector. The current state of Ukraine's tourism industry, the impact of wartime challenges on its development, and the processes of digital transformation of tourism enterprises are analyzed. A SWOT analysis of international tourism in Ukraine is conducted, and перспективні directions for the post-war recovery of the industry are identified. The role of innovative and digital technologies in enhancing the competitiveness of the tourism sector and its integration into the global tourism environment is substantiated.

Keywords: international tourism, tourism market, tourism industry, digitalization, digital transformation, innovation, post-war recovery, tourist destination, sustainable development, tourism infrastructure.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичні засади функціонування міжнародного туристичного ринку.....	9
1.2. Сучасні тенденції та види міжнародного туризму	19
1.3. Державне регулювання та механізми розвитку туристичної сфери ..	26
Висновки до розділу.....	30
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	32
2.1. Передумови та особливості розвитку туристичного ринку України	32
2.2. Цифрова трансформація туристичної галузі України в умовах сучасних викликів	43
Висновки до розділу.....	59
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	61
3.1. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах післявоєнного відновлення	61
3.2. Інноваційні та цифрові технології розвитку туристичної галузі України	71
Висновки до розділу.....	80
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах міжнародний туризм є однією з найдинамічніших галузей світової економіки, що здійснює вагомий вплив на соціально-економічний розвиток держав, сприяє міжкультурній комунікації, активізації міжнародного співробітництва та формуванню позитивного іміджу країн на світовій арені. Туристична діяльність забезпечує створення робочих місць, стимулює розвиток суміжних галузей економіки, сприяє залученню інвестицій і надходженню валютних ресурсів до національної економіки.

Для України міжнародний туризм має особливе значення як важливий чинник економічного зростання, розвитку регіонів, збереження культурної спадщини та інтеграції до європейського і світового простору. Водночас туристична галузь України функціонує в умовах складних викликів, пов'язаних із наслідками пандемії COVID-19, глобальними економічними трансформаціями та повномасштабною військовою агресією російської федерації. Зазначені фактори суттєво вплинули на туристичні потоки, функціонування туристичних підприємств і стан туристичної інфраструктури, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів до розвитку галузі.

Особливої актуальності набувають питання цифрової трансформації туристичної сфери, впровадження інноваційних технологій, розвитку електронних сервісів та формування сучасних цифрових моделей управління туристичною діяльністю. Використання інформаційно-комунікаційних технологій, систем онлайн-бронювання, цифрового маркетингу, штучного інтелекту та інших інноваційних рішень створює передумови для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та формування якісно нового туристичного продукту.

Теоретичні та практичні аспекти розвитку туризму досліджували численні українські та зарубіжні науковці, серед яких В. Федорченко, М. Мальська, Н.

Антонюк, О. Любіцева, І. Кирилюк, А. Самойленко, М. Холл, Дж. Тейлор та інші. Незважаючи на значну кількість наукових праць, питання розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення потребують подальшого дослідження, що зумовлює актуальність обраної теми.

Метою бакалаврської роботи є дослідження сучасного стану міжнародного туризму в Україні, визначення перспектив його розвитку в умовах цифровізації та післявоєнного відновлення, а також обґрунтування напрямів підвищення ефективності функціонування туристичної галузі.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання дослідження:

- розкрити теоретичні засади функціонування міжнародного туристичного ринку;
- дослідити сучасні тенденції та види міжнародного туризму;
- проаналізувати механізми державного регулювання туристичної сфери;
- охарактеризувати сучасний стан туристичного ринку України та особливості його розвитку;
- дослідити процеси цифрової трансформації туристичної галузі України;
- здійснити SWOT-аналіз міжнародного туризму в Україні та визначити перспективи його розвитку;
- обґрунтувати роль інноваційних і цифрових технологій у модернізації туристичної галузі;
- визначити стратегічні напрями післявоєнного відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні.

Об’єктом дослідження є міжнародний туризм як складова світового та національного туристичного ринку.

Предметом дослідження є сучасні тенденції, механізми розвитку та цифрової трансформації міжнародного туризму в Україні в умовах післявоєнного відновлення.

Методи дослідження. У процесі виконання роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема методи аналізу і синтезу, порівняння, узагальнення, системного підходу, статистичного аналізу, SWOT-аналізу, графічного та табличного представлення інформації. Використання зазначених методів дозволило комплексно дослідити сучасний стан туристичної галузі України та визначити перспективні напрями її розвитку.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму України, аналітичні звіти Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, а також матеріали міжнародних організацій і профільних інформаційних ресурсів.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання сформульованих висновків і рекомендацій для вдосконалення механізмів розвитку туристичної галузі України, підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств та формування стратегій цифрової трансформації й післявоєнного відновлення туризму.

Структура роботи зумовлена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота складається з 89 сторінок, 4 рисунків, 12 таблиць та списку використаних джерел з 34 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні засади функціонування міжнародного туристичного ринку

Підвищення рівня добробуту населення створює можливості для задоволення не лише основні потреб людини, таких як харчування, житло і безпека, а й потреб вищого соціального рівня. До таких належать прагнення до пізнання навколишнього світу, подорожей, ознайомлення з культурними особливостями інших народів, а також самореалізації та підвищення особистісної самооцінки. Економічний розвиток суспільства зумовив активне зростання попиту на туристичні подорожі, що стало важливим чинником формування та розширення ринку туристичних послуг як специфічного виду продукту, який функціонує на споживчому ринку у формі послуг.

Туризм визначається як тимчасове переміщення осіб у межах країни або за її кордони без зміни постійного місця проживання і професійної діяльності. Його основною метою є організація відпочинку, оздоровлення, участь у культурних, наукових, професійних чи ділових заходах. Дослідженням сутності туристичної діяльності займалися відомі науковці, серед яких В.К. Федорченко, Н.Б. Черних, М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич, І.Т. Балабанов, А.І. Балабанов, В. Ліпер та інші. У зв'язку з цим особливого значення набуває аналіз понять «туризм», «туристична діяльність» і «ринок туристичних послуг», а також вивчення їхньої структури, класифікації та специфічних характеристик, особливо в умовах розвитку туристичної сфери України. Багатокомпонентність та складність туристичної галузі зумовлюють необхідність її розгляду як комплексного системного явища [1].

Під час аналізу особливостей функціонування туристичного ринку України було опрацьовано сучасні наукові праці та офіційні джерела, що дало

змогу детальніше розкрити сутність, структуру та механізми функціонування цього сегмента економіки.

Зокрема, у праці С. Семіва, П. Куцика та Б. Шевчика «Гуманітарні інновації економіки підприємств сфери послуг» [2] аналізуються сучасні трансформації сервісної економіки, які безпосередньо впливають на туристичну галузь через упровадження інноваційних моделей управління та гуманітарно орієнтованих стратегій розвитку.

У науковій статті С. Семіва та Б. Шевчика «Інноваційні механізми підвищення економічної ефективності діяльності кооперативних підприємств на ринку товарів та послуг» [3] розглянуто сучасні підходи до забезпечення ефективної діяльності підприємств сфери послуг, що є актуальним для дослідження функціонування туристичних компаній та коопераційних моделей у туристичному бізнесі.

С. Ковальчук і В. Миколишина у своїй праці [4] визначають сутність поняття «туристичний ринок», характеризують його структуру та основних суб'єктів взаємодії у сфері туристичних послуг. Особливу увагу автори приділяють економічним та інституційним чинникам формування й розвитку туристичного ринку.

У дослідженні А. Авряти [5] здійснено аналіз трансформацій туристичного ринку України під впливом процесів цифровізації та глобалізації. Авторка акцентує увагу на ролі діджиталізації у формуванні нових підходів до створення та реалізації туристичних послуг.

Г. Бак у своїх наукових працях [6] досліджує вплив інноваційних процесів на розвиток туристичної сфери, зосереджуючи увагу на їхньому значенні для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та розвитку туристичного середовища України.

У публікації Г.М. Бригілевич [7] міжнародний туризм розглядається як важливий економічний інструмент розвитку держави. Автор аналізує досвід

країн Європейського Союзу як приклад ефективного використання туристичного ринку для стимулювання економічного зростання та зміцнення національної економіки.

Офіційна статистична інформація Державна служба статистики України [8] містить актуальні дані щодо обсягів туристичних потоків, кількості суб'єктів туристичної діяльності та фінансових результатів функціонування галузі, що дає змогу обґрунтовано проаналізувати сучасні тенденції розвитку туристичного ринку.

Матеріали Всесвітньої туристичної організації UNWTO [9] використовуються для проведення порівняльного аналізу міжнародних показників та визначення місця України у світовому туристичному просторі.

Туризм функціонує як складна інтегрована система, до структури якої входять численні взаємопов'язані підсистеми: фінансово-кредитна, митна, торговельна, освітня, медична, транспортна, культурна, рекреаційна, інформаційно-рекламна, гастрономічна та інші. Основною метою їх діяльності є забезпечення широкого спектра рекреаційних, соціальних і культурних потреб населення.

Туристичну сферу доцільно класифікувати за окремими напрямками діяльності:

- управління туристичними підприємствами, що охоплює організаційні процеси, кадрове забезпечення та підвищення ефективності функціонування;
- готельне господарство, яке включає послуги розміщення, харчування та побутового обслуговування;
- екскурсійне обслуговування, пов'язане з розробленням маршрутів та проведенням екскурсій;
- транспортна логістика, що забезпечує внутрішні та міжнародні перевезення туристів;

- спеціалізовані види відпочинку, серед яких активний, лікувально-оздоровчий і тематичний туризм;
- екологічний напрям, орієнтований на збереження природних ресурсів і розвиток сталого туризму.

Системний підхід до трактування туризму вперше був запропонований В. Ліпером, який виділив основні складові туристичної системи: регіони формування туристичних потоків, транзитні маршрути, туристичні дестинації та туристичну індустрію. Науковець розглядав туризм як глобальне явище, що охоплює різноманітні регіональні підсистеми та сприяє економічному розвитку через активізацію фінансових потоків і залучення інвестицій [10, с. 214].

Незважаючи на нематеріальний характер туристичної сфери, її продукти мають конкретну споживчу цінність. Туристичні послуги являють собою нематеріальні блага, споживання яких здійснюється безпосередньо під час їх надання. До таких послуг належать бронювання, транспортне забезпечення, проживання, екскурсійний супровід, культурно-розважальні та рекреаційні заходи. Сукупність цих послуг і товарів формує туристичний продукт, необхідний для реалізації туристичної подорожі.

Туристичний ринок являє собою систему економічних взаємовідносин між споживачами туристичних послуг та їх виробниками – туроператорами, турагентами й підприємствами туристичної інфраструктури. Його функціонування базується на взаємодії попиту та пропозиції туристичного продукту. Саме в межах цього ринку здійснюється реалізація туристичних послуг, формується вартість туристичних турів, відбувається взаємодія суб'єктів туристичної діяльності та визначаються основні тенденції розвитку попиту [11, с. 54].

Значний внесок у дослідження міжнародного туризму та його проблематики зробили як українські, так і зарубіжні науковці. З-поміж вітчизняних науковців доцільно відзначити О. Любіцеву, М. Мальську, І.

Кирилюк, А. Самойленка, які акцентують увагу на необхідності застосування міждисциплінарного підходу до вивчення туристичної сфери.

Серед іноземних учених важливе місце займають Джон Тейлор (John Taylor), Майкл Холл (Michael Hall) і Томас Байер (Thomas Bauer), праці яких присвячені дослідженню глобальних викликів сучасного туризму, його впливу на кліматичні зміни та геополітичну безпеку.

У ХХІ столітті міжнародний туризм набув характеру багатогранного суспільно-економічного явища, що охоплює різноманітні цілі, потреби та мотиваційні чинники туристів. Його класифікація здійснюється за такими критеріями, як мета подорожі, спосіб організації, географічне спрямування та тривалість перебування [12].

Усі суб'єкти туристичного ринку, незалежно від форми власності, поділяються на виробників туристичних послуг та їх споживачів. До виробників належать туроператори й турагенти, тоді як споживачами виступають туристи. Туроператори займаються формуванням туристичних турів шляхом закупівлі комплексу послуг у різних постачальників, а турагенти, не маючи власної інфраструктури обслуговування, виконують посередницькі функції з реалізації готових турів кінцевим споживачам. Така структура туристичного ринку є багаторівневою та складною (рис. 1.1).

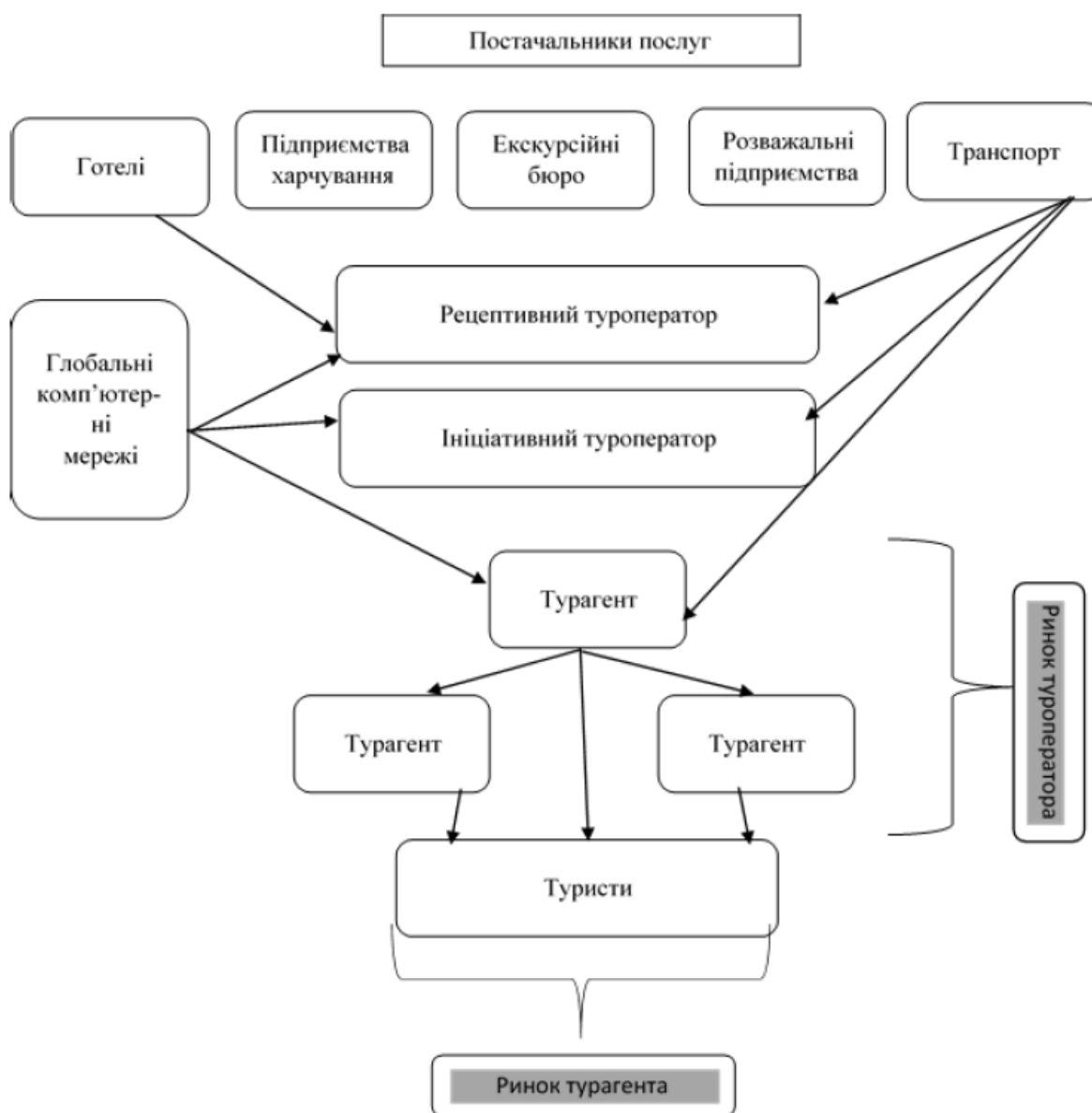


Рис. 1.1 Структура взаємодії суб'єктів на ринку туристичних послуг

Джерело: складено на основі [4]

Туристична індустрія охоплює широкий спектр підприємств та організацій, серед яких готельні комплекси, транспортні компанії, заклади ресторанного господарства, розважальні центри, медичні установи, культурно-мистецькі заклади, інформаційні служби та інші суб'єкти господарювання. Їхня взаємодія забезпечує формування єдиного середовища для створення, просування та споживання туристичного продукту. З метою кращого розуміння

структури туристичної індустрії її складові доцільно подати схематично на рис. 1.2.

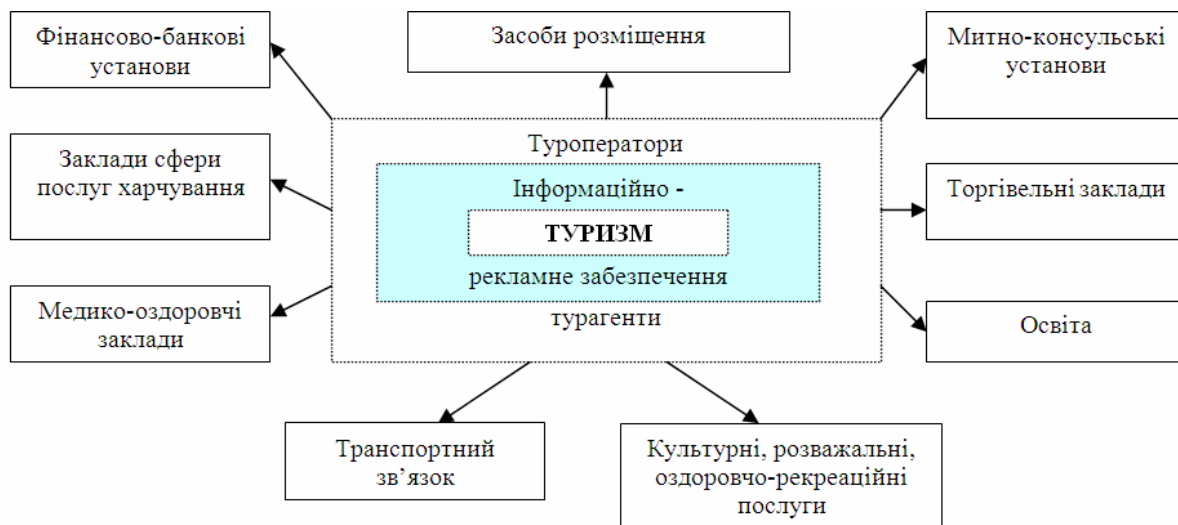


Рис. 1.2 Складові туристичної інфраструктури

Джерело: складено на основі [4, с.62]

У процесі формування та споживання туристичного продукту беруть участь суб'єкти туристичного ринку – фізичні та юридичні особи, діяльність яких пов'язана зі створенням, просуванням і реалізацією туристичних послуг. До категорії споживачів належать громадяни, які здійснюють подорожі з різною метою, тобто туристи. Виробниками туристичного продукту виступають туристичні підприємства – туроператори та турагенти, основною метою діяльності яких є отримання прибутку шляхом задоволення потреб споживачів у туристичних послугах.

Основними учасниками туристичного ринку є:

- туристи – кінцеві споживачі туристичних послуг і туристичного продукту;
- туроператори – великі підприємства, що спеціалізуються на комплексній організації туристичних подорожей. Вони формують туристичні пакети шляхом об'єднання послуг різних постачальників і реалізують їх переважно через мережу турагентів;

– турагенти – суб’єкти підприємницької діяльності, які виконують посередницькі функції між туроператорами та туристами. Їх діяльність пов’язана з продажем туристичних турів, бронюванням послуг, консультуванням клієнтів та організаційним супроводом подорожей [13].

Туристичні агенти, зазвичай, не мають власної матеріально-технічної бази у вигляді засобів розміщення чи транспорту, тому їхня діяльність ґрунтується на посередництві та забезпеченні доступу споживачів до готових туристичних продуктів.

Туристична індустрія являє собою сукупність галузей, підприємств та організацій, діяльність яких спрямована на створення, реалізацію й обслуговування туристичного продукту. До її структури входять:

- заклади розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, санаторії, бази відпочинку та приватні засоби розміщення;
- заклади ресторанного господарства: ресторани, кафе, бари, їдальні та інші підприємства харчування;
- транспортна система, що включає залізничний, автомобільний, авіаційний, морський та річковий транспорт;
- інформаційно-екскурсійні служби: туристичні бюро, гідів, екскурсіводів та консультативні центри;
- культурно-пізнавальні, розважальні, ділові та оздоровчі заклади й заходи;
- органи державного управління туристичною сферою та громадські туристичні організації;
- контрольно-адміністративні служби, зокрема прикордонна, митна, санітарно-епідеміологічна та візова служби.

Послуги, що формують туристичний продукт, характеризуються широким спектром і можуть бути класифіковані за окремими напрямками:

- послуги розміщення, які передбачають надання житла у готелях, приватному секторі чи інших засобах тимчасового проживання;
- послуги харчування, спрямовані на забезпечення туристів харчуванням відповідно до встановлених стандартів та національних особливостей;
- транспортне обслуговування, що охоплює організацію перевезень різними видами транспорту;
- інформаційні та агентські послуги, до яких належать бронювання, розроблення маршрутів і консультаційне забезпечення;
- культурно-дозвіллеві послуги, пов'язані з організацією культурних, пізнавальних і розважальних заходів;
- послуги ділового туризму, що включають участь у конференціях, форумах, виставках та ярмарках;
- торговельні послуги, які охоплюють відвідування магазинів, торговельних центрів і сувенірних крамниць;
- послуги державних і громадських органів, зокрема візове забезпечення, прикордонний контроль та інформаційну підтримку туристів.

Механізм функціонування туристичного ринку доцільно відобразити схематично на рис. 1.3.

Економічний механізм функціонування туристичного ринку ґрунтується на безперервному процесі обміну послугами та ресурсами між виробниками туристичного продукту і його споживачами. Основою цього механізму є взаємодія попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг, а також виконання економічного циклу «гроші – послуги – гроші».

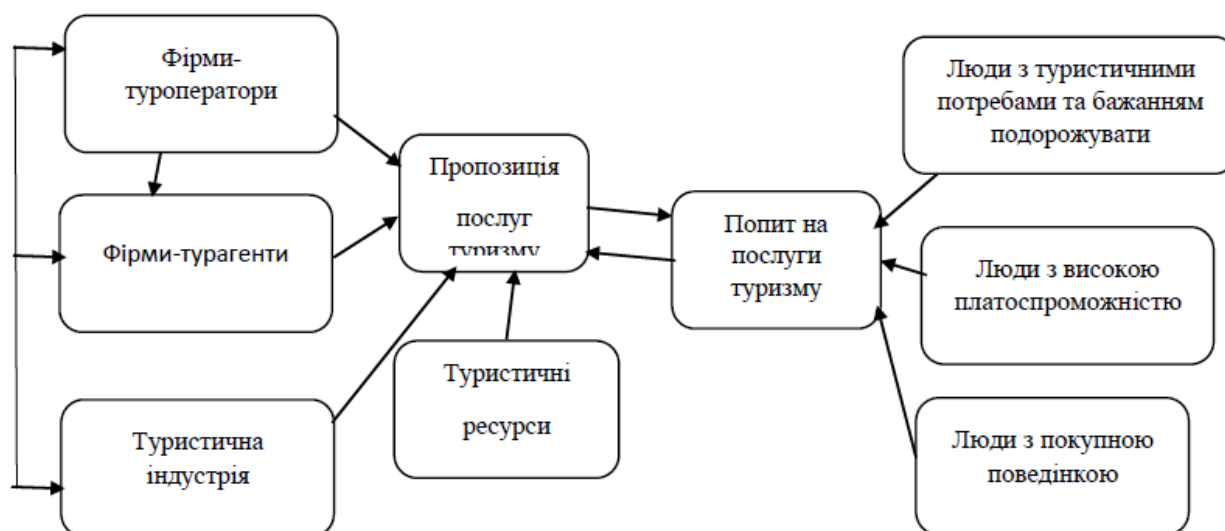


Рис. 1.3. Схема функціонування туристичного ринку

Джерело: складено на основі [13]

Характерною особливістю туристичного попиту є його значна залежність від рівня доходів населення, платоспроможності споживачів, їх соціального статусу, мотивації подорожей та індивідуальних потреб. Поведінка туриста як споживача формується під впливом комплексу психологічних, культурних і соціальних чинників, а також маркетингових інструментів, зокрема рекламної діяльності та інформаційного просування туристичних послуг.

Туристичний кругообіг являє собою економічну систему взаємодії туристів і підприємств туристичної сфери, у межах якої здійснюється рух фінансових ресурсів, туристичних послуг та інвестицій. Такий процес забезпечує безперервність функціонування туристичного ринку та розвиток туристичної індустрії загалом (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Схема туристичного кругообігу

Джерело: складено на основі [4]

Наведена модель свідчить про те, що результативність функціонування туристичного ринку значною мірою визначається здатністю суб'єктів туристичної діяльності постійно оновлювати асортимент послуг і підтримувати високий рівень їх якості. Туристичний кругообіг відображає рух фінансових потоків між туристами, туристичними підприємствами та державою: споживач придбаває туристичний продукт, підприємство надає відповідний комплекс послуг, турист отримує результат у вигляді задоволення власних потреб, а частина отриманих доходів спрямовується на подальше інвестування у розвиток галузі. Держава, своєю чергою, отримує податкові надходження та інші обов'язкові платежі [1].

1.2 Сучасні тенденції та види міжнародного туризму

У сучасних умовах міжнародний туризм виконує не лише рекреаційну

функцію, а й виступає важливим соціально-економічним явищем, що сприяє розвитку міжкультурної комунікації, активізації економічного розвитку регіонів, створенню робочих місць й надходженню валютних ресурсів. Туристична сфера забезпечує близько 10 % світового валового внутрішнього продукту, приблизно 7 % світової торгівлі та формує кожне десяте робоче місце у світі, що підтверджується статистичними даними UNWTO. Упродовж останніх десятиліть туризм перетворився на масштабний глобальний феномен, який охоплює всі регіони світу та виступає індикатором економічної активності, стабільності й відкритості держав до міжнародної співпраці та міжкультурного діалогу.

За інформацією Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році кількість міжнародних туристичних прибуттів перевищила 1,5 млрд осіб, а доходи від міжнародного туризму досягли 1,7 трлн доларів США, що становило близько 7 % світового експорту товарів і послуг. Водночас туристична галузь належить до найбільш вразливих сфер економіки, оскільки суттєво реагує на глобальні виклики, серед яких пандемії, кліматичні зміни, військово-політичні конфлікти та економічна нестабільність [7].

У наукових дослідженнях міжнародний туризм класифікується за різними ознаками та напрямками. Відповідно до праць О. Любіцевої, М. Мальської та А. Самойленка, основними видами міжнародного туризму є:

- рекреаційний туризм, який є найбільш поширеною формою туристичної діяльності у світі. Наприклад, Іспанія у 2023 році прийняла понад 84 млн туристів, більшість з яких подорожували з метою пляжного відпочинку;

- культурно-пізнавальний туризм, характерний для таких країн, як Франція, Італія, Греція та Єгипет. За статистикою Eurostat, понад 35 % туристів у країнах Європейського Союзу здійснюють подорожі з метою ознайомлення з культурною спадщиною;

- діловий туризм (MICE), який належить до високоприбуткових напрямів

туристичної діяльності. Зокрема, у Німеччині у 2022 році було проведено понад 110 тис. ділових заходів, що забезпечили понад 11 млрд євро доходу;

- медичний туризм, який активно розвивається у Туреччині, Угорщині, Індії та Ізраїлі. У 2022 році Туреччина прийняла понад 1,2 млн медичних туристів, отримавши близько 2 млрд доларів доходу;

- екологічний туризм, орієнтований на принципи сталого розвитку та мінімізацію негативного впливу на довкілля. Активний розвиток цього виду туризму спостерігається у Норвегії, Швеції, Канаді та Коста-Риці, де екотуризм забезпечує понад 7 % ВВП країни;

- релігійний туризм, центрами якого є Ватикан, Ізраїль та Саудівська Аравія. Зокрема, у 2023 році Мекку відвідало понад 2 млн паломників;

- спортивний туризм, пов'язаний із відвідуванням міжнародних спортивних подій. Прикладом є Олімпійські ігри у Токіо 2021 року, які залучили понад 630 тис. учасників та супроводжуючих осіб;

- шопінг-туризм, що користується популярністю у Дубаї, Парижі, Мілані та Нью-Йорку. У 2021 році витрати шопінг-туристів в Об'єднаних Арабських Еміратах перевищили 33 млрд доларів США;

- космічний туризм, який є новітнім напрямом міжнародного туризму та передбачає здійснення подорожей у космічний простір [14].

Космічний туризм є відносно новою, проте надзвичайно перспективною сферою міжнародного туризму, що поєднує сучасні наукові досягнення, інноваційні технології та комерційні можливості. Він охоплює суборбітальні та орбітальні польоти за межі атмосфери Землі з рекреаційною, дослідницькою або пізнавальною метою.

Першим космічним туристом став американський підприємець Денніс Тіто, який у 2001 році здійснив політ на Міжнародну космічну станцію на російському космічному кораблі, сплативши близько 20 млн доларів США. У подальшому ще кілька туристів здійснили орбітальні подорожі в межах

програми Space Adventures, серед яких Марк Шаттлворт та Анууше Ансарі.

Починаючи з 2020-х років розвиток космічного туризму значно прискорився завдяки діяльності приватних компаній. Зокрема:

- компанія Virgin Galactic, заснована Річардом Бренсоном, здійснює суборбітальні польоти на висоту близько 100 км із кількахвилинним перебуванням у стані невагомості;

- Blue Origin, власником якої є Джефф Безос, реалізує суборбітальні польоти на апараті New Shepard без необхідності спеціальної підготовки пасажирів;

- компанія SpaceX під керівництвом Ілона Маска спеціалізується на орбітальних польотах та планує реалізацію туристичних місій навколо Місяця.

За оцінками UBS Group AG, до 2030 року світовий ринок космічного туризму може досягти 3 млрд доларів США. Серед перспективних проєктів також розглядається створення суборбітальних космічних готелів, зокрема розробок компанії Orbital Assembly Corporation.

Соціологічні дослідження підтверджують зростання зацікавленості населення космічним туризмом. За результатами опитування Pew Research Center у 2022 році, близько 42 % американців висловили бажання здійснити космічну подорож за умови наявності відповідних фінансових можливостей. Науковці NASA зазначають, що розвиток космічного туризму стимулює прогрес у суміжних галузях, серед яких штучний інтелект, матеріалознавство та інноваційні технології. Водночас Україна також має потенціал для розвитку цього напрямку завдяки наявності потужної ракетно-космічної бази, зокрема підприємств КБ «Південне» та «Південмаш».

Незважаючи на те, що сьогодні космічний туризм є доступним переважно для заможних категорій населення, подальший технологічний прогрес і поступове зниження вартості космічних запусків можуть суттєво розширити коло його потенційних споживачів упродовж найближчих десятиліть. Це

сприятиме виникненню нового напрямку в розвитку світової туристичної індустрії та створить підґрунтя для переходу до етапу позаземних подорожей.

Аналіз наукових підходів, представлених у працях С. Василюги, В. Власової, С. Семіва, І. Тарновської, Г. Горіної, А. Дунської, Г. Коптевої, С. Кучіної, О. Маслак, Н. Павлішиної, Л. Матвійчук, І. Станкевич та інших дослідників, дає змогу простежити спільну тенденцію розвитку сучасної туристичної галузі. Зокрема, дослідники підкреслюють, що сучасні цифрові інновації стають одним із провідних інструментів не лише у сфері маркетингу, а й у процесах стратегічного управління підприємствами, аналітичного супроводу діяльності, створення позитивного клієнтського досвіду та зміцнення конкурентних позицій туристичних компаній.

Сучасна типологія міжнародного туризму, представлена у працях В. Мацоли [15], Д. Вілдмана [11], Г. Бак [16] та інших учених, охоплює основні види міжнародного туризму, які доцільно подати у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Основні типи міжнародного туризму

Тип туризму	Опис	Актуальні приклади
Рекреаційний	Відпочинок, оздоровлення, пляжний туризм	Туреччина, Іспанія, Єгипет
Культурно-пізнавальний	Вивчення культурної спадщини, відвідування історичних місць	Італія, Франція, Греція
Діловий (МІСЕ)	Участь у конференціях, виставках, переговорах	ОАЕ, США, Німеччина
Медичний	Лікування, хірургія, санаторне оздоровлення	Німеччина, Ізраїль, Польща
Релігійний (паломницький)	Подорожі до святих місць	Ватикан, Ізраїль, Саудівська Аравія
Еко-туризм	Відвідування природних локацій, національних парків із мінімальним впливом на довкілля	Коста-Рика, Кенія, Ісландія
Спортивний	Участь або перегляд спортивних подій	Катар (ЧС-2022), Париж (ОІ-2024)
Освітній	Навчання, мовні курси, стажування за кордоном	Велика Британія, Канада, Чехія
Цифровий кочовий туризм	Віддалена робота з різних країн (новий тренд постпандемічної епохи)	Індонезія (Балі), Португалія, Мексика

Джерело: складено на основі [12]

Незважаючи на тривале стабільне зростання міжнародного туризму протягом останніх десятиліть, ця галузь залишається надзвичайно вразливою до глобальних потрясінь і кризових явищ. До ключових викликів сучасного туристичного ринку належать економічні кризи, безпекові загрози, надмірна концентрація туристичних потоків у популярних DESTINATIONAХ, а також нерівномірність розвитку туристичної індустрії у світі.

Одним із найсерйозніших випробувань для міжнародного туризму стала пандемія COVID-19. Відповідно до даних UNWTO World Tourism Barometer (2021), у 2020 році кількість міжнародних туристичних подорожей скоротилася на 74 %, а в період із січня по травень 2021 року зменшення становило ще 85 % порівняно з показниками докризового 2019 року (табл.1.2). Найбільших економічних втрат зазнали країни Азії, Африки та Близького Сходу, де туристична сфера традиційно є важливим джерелом надходжень до бюджету.

Таблиця 1.2

Глобальні статистичні дані (за даними UNWTO, 2023–2024)

Показник	2019 рік	2020 рік	2023 рік	2024 рік
Міжнародні прибуття туристів (млн осіб)	1 460 млн	407 млн	1 290 млн	~1 350 млн
Збитки туристичної галузі через COVID-19	—	~\$2,4 трлн дол.	—	—
Внесок у світовий ВВП (%)	10,3 %	5,5 %	9,2 %	~9,8 %
Кількість втрачених робочих місць	—	62 млн	—	~30 млн (відновлено)
Частка Європи у світових туристичних прибуттях	50,1 %	60 %	54 %	—

Джерело: складено на основі [18]

Вагомий негативний вплив на розвиток міжнародного туризму також мають військові конфлікти і політична нестабільність. Зокрема, після початку повномасштабної війни у 2022 році туристична галузь України фактично припинила активне функціонування. Подібні тенденції спостерігаються у Сирії, Лівії, Судані та інших державах, де воєнні дії та внутрішньополітичні конфлікти

призвели до майже повної втрати туристичних потоків.

Окремою проблемою сучасного міжнародного туризму є явище overtourism, тобто надмірне туристичне навантаження на окремі міста та регіони. Такі популярні туристичні центри, як Барселона, Венеція та Амстердам, стикаються зі значним тиском на транспортну інфраструктуру, екологічне середовище та місцеві громади. З метою регулювання туристичних потоків окремі міста змушені впроваджувати спеціальні обмежувальні заходи, зокрема туристичні збори та обмеження на відвідування.

Суттєвою проблемою залишається також нерівномірний розподіл доходів від міжнародного туризму. Значна частина світових туристичних прибутків концентрується у невеликій кількості економічно розвинених країн. Зокрема, понад 70 % доходів туристичної галузі припадає лише на десять провідних держав світу, серед яких Франція, Іспанія, США, Китай та Італія.

Додатковим чинником, що посилює диспропорції розвитку туристичного ринку, є цифрова нерівність. У країнах із недостатнім рівнем цифровізації туристичної сфери, де слабо розвинені електронні системи бронювання, онлайн-сервіси, цифровий маркетинг та віртуальні туристичні продукти, спостерігається зниження конкурентоспроможності туристичних послуг. Подібна ситуація характерна для окремих держав Центральної Азії, Балканського регіону та Африки.

Важливим викликом для розвитку міжнародного туризму є також недостатній рівень державної підтримки галузі. Як зазначає О. Литвин, ефективне функціонування туристичної сфери у кризових умовах значною мірою залежить від діяльності органів місцевого самоврядування і державного управління. Позитивним прикладом є оперативне впровадження протиепідемічних COVID-протоколів у Німеччині, Чехії та Португалії, що дозволило частково стабілізувати функціонування туристичного сектору.

Отже, міжнародний туризм у глобалізаційному світі виступає не лише

сферою організації дозвілля, а й важливим чинником економічного, соціального та культурного розвитку держав. Водночас висока залежність туристичної галузі від глобальних викликів обумовлює необхідність формування комплексного підходу до її розвитку, який має базуватися на впровадженні інновацій, забезпеченні безпеки, дотриманні принципів екологічної відповідальності та активній державній підтримці туристичної сфери.

1.3 Державне регулювання та механізми розвитку туристичної сфери

Державна політика у сфері туризму є сукупністю цілеспрямованих дій та заходів, які здійснюються органами державної влади й місцевого самоврядування для забезпечення розвитку туристичної галузі, підвищення рівня її конкурентоспроможності, створення сприятливих умов для інвестування, а також гарантування захисту прав туристів і суб'єктів туристичної діяльності.

Втілення державної туристичної політики відбувається за допомогою інституційних, економічних, нормативно-правових, організаційних, інформаційно-комунікаційних та міжнародно-інтеграційних механізмів, які спрямовані на забезпечення комплексного, результативного та сталого розвитку туристичної сфери [16].

Інституційний механізм охоплює створення та функціонування ефективної системи управління туристичною сферою на державному, регіональному й місцевому рівнях. В Україні координацію реалізації туристичної політики забезпечує Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), тоді як на регіональному рівні відповідні функції виконують спеціалізовані структурні підрозділи органів влади. До складу інституційного забезпечення також входять науково-дослідні установи, державні підприємства, а також механізми публічно-приватного партнерства, зокрема туристичні ради, кластери та агентства регіонального розвитку. Результативність

функціонування цього механізму значною мірою визначається узгодженістю розподілу повноважень між суб'єктами управління, якістю стратегічного планування та рівнем фінансового забезпечення.

Нормативно-правовий механізм забезпечує регулювання туристичної діяльності та визначає правові засади функціонування туристичного ринку. Його основу становлять Закон України «Про туризм», Податковий кодекс України, а також стратегічні документи державного рівня, серед яких важливе місце посідає Стратегія розвитку туризму та курортів до 2030 року. Одним із пріоритетних напрямів державної політики є приведення національного законодавства у відповідність до правових стандартів Європейського Союзу, насамперед у сферах ліцензування, екологічної безпеки та захисту прав споживачів туристичних послуг [16].

Економічний механізм спрямований на фінансове забезпечення розвитку туристичної галузі. До його основних інструментів належать бюджетне фінансування, система податкових пільг, залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій, міжнародна технічна допомога, а також програми пільгового кредитування. В умовах воєнного стану особливої актуальності набувають антикризові заходи, серед яких компенсаційні програми, кредитні канікули та стимулювання розвитку внутрішнього туризму [19].

Інформаційно-комунікаційний механізм спрямований на формування привабливого туристичного образу України та популяризацію національного туристичного продукту на міжнародному ринку. До основних інструментів цього механізму належать національний бренд Ukraine NOW, участь у міжнародних туристичних виставках і форумах, розвиток цифрових сервісів, туристичних порталів та мобільних застосунків, використання технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR), створення мережі туристично-інформаційних центрів, а також маркетингова підтримка суб'єктів малого та середнього підприємництва у туристичній сфері.

Організаційно-управлінський механізм забезпечує узгоджену взаємодію між усіма учасниками туристичної діяльності. Його складовими є реалізація державних і регіональних програм розвитку туризму, здійснення моніторингу результативності функціонування туристичної галузі, розвиток людського капіталу шляхом удосконалення системи освіти та професійної підготовки кадрів, підтримка діяльності туристичних кластерів, а також впровадження пілотних проєктів, зокрема у сфері сталого туризму на території Карпатського та Причорноморського регіонів.

Міжнародно-інтеграційний механізм спрямований на розширення участі України у міжнародному туристичному співробітництві. Він включає членство у міжнародних організаціях, таких як UNWTO та ETC, участь у транскордонних туристичних маршрутах, імплементацію європейських стандартів у сфері туризму, а також залучення міжнародної грантової та інвестиційної підтримки [20].

Загалом ефективність державної політики у сфері туризму залежить від узгодженої взаємодії всіх зазначених механізмів, наявності політичної підтримки та достатнього ресурсного забезпечення. В умовах сучасних викликів пріоритетними напрямками державної політики стають розвиток внутрішнього туризму, збереження туристичної інфраструктури та підготовка до відновлення міжнародної туристичної активності у повоєнний період.

Для наочності та систематизації основних механізмів державної політики у сфері туризму відповідні дані доцільно узагальнити у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Механізми реалізації державної туристичної політики в Україні

Назва механізму	Цілі	Приклади інструментів	Відповідальні органи
Інституційний	Координація та управління розвитком туризму	Створення ДАРТ, туристичних рад, кластерів, партнерств публічно-приватного типу	Мінкульт, ДАРТ, ОДА, міські ради, агенції місцевого розвитку
Нормативно-правовий	Регулювання правової бази туристичної діяльності	Закон «Про туризм», «Про курорти», стратегія до 2030 р., ліцензування, правове регулювання	Верховна Рада, Мін'юст, Мінекономіки, ДАРТ
Економічний	Фінансова підтримка туріндустрії, інвестування, податкове стимулювання	Гранти, пільгове кредитування, податкові преференції, бюджетні програми, інвестиційні форуми	Мінфін, Мінекономіки, Уряд, міжнародні донори (EU, USAID, ПРООН)
Інформаційно-комунікаційний	Просування турпродукту, брендинг, цифровізація	Бренд Ukraine NOW, портал Travel Ukraine, участь у виставках, онлайн-платформи, цифрові гіді	ДАРТ, Дипслужба, громади, Укрінформ, Мінцифри
Організаційно-управлінський	Реалізація стратегій, збір статистики, підвищення кваліфікації кадрів	Туристичні програми, тренінги, моніторинг потоків, кадрові центри, підтримка кластерів	ДАРТ, МОЗ (у питанні безпеки), Держстат, освітні установи
Міжнародно-інтеграційний	Інтеграція у світовий туристичний простір, транскордонна співпраця	Членство в UNWTO, участь у Via Carpatia, міжнародні проекти, імплементація норм ЄС	МЗС, ДАРТ, Мінрегіон, міжнародні партнери

Джерело: складено на основі [21]

Проведений аналіз механізмів реалізації державної політики у сфері туризму дає підстави стверджувати, що державний вплив на розвиток туристичної галузі має комплексний і багаторівневий характер. Усі визначені механізми функціонують не відокремлено, а у тісній взаємодії між собою, формуючи єдину систему державного управління туристичною сферою.

Таким чином, сукупність механізмів реалізації державної політики у сфері туризму забезпечує системність, адаптивність та ефективність реагування на внутрішні й зовнішні виклики. В умовах воєнного стану особливого значення

набуває підтримання стабільного функціонування туристичної галузі шляхом розвитку внутрішнього туризму, збереження культурно-історичної спадщини, підтримки туристичної інфраструктури та активізації інтеграції України у міжнародний туристичний простір.

Висновки до розділу

У першому розділі бакалаврської роботи було досліджено теоретичні засади функціонування міжнародного туристичного ринку, сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму, а також механізми державного регулювання туристичної сфери.

У ході дослідження встановлено, що міжнародний туризм є важливою складовою світової економіки та одним із найбільш динамічних секторів сфери послуг. Туристична діяльність охоплює комплекс економічних, соціальних, культурних та організаційних відносин, пов'язаних із задоволенням потреб населення у подорожах, відпочинку, оздоровленні та пізнанні. Визначено, що туристичний ринок функціонує як система взаємодії між виробниками туристичних послуг, посередниками та споживачами туристичного продукту.

Проаналізовано структуру туристичної індустрії та основні елементи туристичного продукту. Встановлено, що туристична сфера об'єднує значну кількість суб'єктів господарювання, серед яких туроператори, турагенти, заклади розміщення, транспортні компанії, підприємства харчування, культурно-розважальні установи та інші елементи туристичної інфраструктури. Особливістю туристичного продукту є комплексний характер та поєднання матеріальних і нематеріальних послуг.

У роботі охарактеризовано сучасні види міжнародного туризму та основні тенденції його розвитку. З'ясовано, що поряд із традиційними видами туризму активно розвиваються нові напрями, зокрема медичний, екологічний, діловий, спортивний та космічний туризм. Значний вплив на розвиток туристичної галузі

мають процеси цифровізації, інноваційні технології, глобалізація та формування нових моделей споживчої поведінки.

Дослідження показало, що міжнародний туризм є надзвичайно чутливим до глобальних викликів. Пандемія COVID-19, військові конфлікти, політична нестабільність, екологічні проблеми та явище overtourism суттєво впливають на функціонування туристичного ринку та потребують формування нових підходів до забезпечення сталого розвитку туристичної сфери.

Окрему увагу приділено аналізу державного регулювання туристичної галузі. Визначено, що ефективна державна політика у сфері туризму реалізується через систему інституційних, нормативно-правових, економічних, організаційно-управлінських, інформаційно-комунікаційних та міжнародно-інтеграційних механізмів. Їх узгоджене функціонування створює передумови для підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери, розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, залучення інвестицій і забезпечення інтеграції України у світовий туристичний простір.

Таким чином, міжнародний туризм у сучасних умовах виступає не лише важливою сферою економічної діяльності, а й потужним чинником соціального, культурного та регіонального розвитку. Ефективне функціонування туристичної галузі потребує комплексного підходу, активного впровадження інновацій, підтримки держави та адаптації до сучасних глобальних викликів.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

2.1 Передумови та особливості розвитку туристичного ринку України

Починаючи з 2020 року, світова туристична індустрія зіткнулася з безпрецедентною кризою, спричиненою пандемією COVID-19. Запровадження карантинних обмежень, тимчасове закриття державних кордонів, обмеження міжнародного транспортного сполучення, а також необхідність проходження тестування та підтвердження вакцинації суттєво ускладнили здійснення туристичних подорожей. У 2020–2021 роках для перетину кордонів більшості країн туристи були зобов'язані надавати сертифікати про вакцинацію та негативні результати ПЛР-тестів, що збільшувало витрати на подорожі та обмежувало мобільність населення [22].

Пандемія негативно вплинула як на країни-експортери, так і на країни-імпортери туристичних послуг. Зокрема, Сполучені Штати Америки, які традиційно належать до світових лідерів за обсягами доходів від міжнародного туризму, зазнали значного скорочення туристичних надходжень. Водночас Китай, який посідає провідні позиції серед споживачів туристичних послуг, стикнувся зі стрімким падінням внутрішнього та міжнародного туризму внаслідок тривалих локдаунів і жорстких обмежень на пересування населення.

Україна також відчула суттєвий вплив пандемії на туристичну галузь. Водночас туристичний потенціал держави традиційно залишається значним. Історія організованого туризму на українських землях бере початок наприкінці XIX століття, коли у 1890 році в Одесі було створено перший туристичний клуб. Завдяки вигідному географічному розташуванню, різноманітним природним ресурсам, рекреаційному потенціалу і багатій історико-культурній спадщині Україна тривалий час належала до перспективних туристичних напрямів Східної Європи [10].

Після здобуття незалежності туристична галузь поступово розвивалася, а особливо активне зростання спостерігалось у 2000-х роках. Популярними туристичними DESTINATIONами залишалися Карпатський регіон, узбережжя Чорного моря, а також історико-культурні центри країни, зокрема Київ, Львів та Одеса. Проте розвиток туристичного ринку стримувався низкою факторів, серед яких корупція, економічна нестабільність, недостатній рівень інвестицій та політичні виклики.

Новим етапом кризи для туристичної галузі стало повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну 24 лютого 2022 року. Якщо пандемія COVID-19 мала переважно тимчасовий характер впливу на туристичну сферу, то воєнні дії спричинили глибокі структурні зміни у функціонуванні туристичного ринку. З початком війни практично повністю припинився в'їзний міжнародний туризм, значно скоротилася внутрішня туристична активність, а безпекові ризики стали визначальним чинником поведінки споживачів туристичних послуг [19].

Суттєвих втрат зазнала туристична інфраструктура, особливо в південних і східних регіонах країни. Руйнування транспортних об'єктів, закладів розміщення, культурних пам'яток та обмеження транспортного сполучення негативно вплинули на розвиток туристичної діяльності. Поміж того, закриття повітряного простору України практично унеможливило міжнародні туристичні перевезення.

Разом із тим воєнні події сприяли трансформації туристичного попиту. Починаючи з 2022 року спостерігається активізація внутрішнього туризму у відносно безпечних західних областях України. Зросла популярність культурно-пізнавальних, волонтерських, освітніх, патріотичних та соціально орієнтованих подорожей. Також формується інтерес до воєнного туризму як нового напрямку, пов'язаного з вивченням подій сучасної історії та наслідків війни.

Більшість іноземних туристів нині утримуються від відвідування України через високий рівень безпекових ризиків. Проте, незважаючи на складні умови функціонування, упродовж 2023–2024 років спостерігаються ознаки поступового відновлення внутрішнього туристичного ринку та адаптації туристичної індустрії до нових реалій. Туристичні підприємства переорієнтовують свою діяльність на нові формати послуг, а державна політика все більше спрямовується на підтримку внутрішнього туризму та підготовку галузі до повоєнного відновлення [8].

Отже, сучасний туристичний ринок України функціонує в умовах поєднання суттєвих викликів і значних можливостей для подальшого розвитку. Попри негативні наслідки пандемії COVID-19 та повномасштабної війни, туристична галузь продовжує зберігати потенціал до відновлення й зростання. Це формує необхідні передумови для посилення її ролі як одного з важливих чинників економічного відновлення та сталого розвитку країни.

Аналіз статистичних показників свідчить, що туристичний ринок України крок за кроком адаптується до умов воєнного стану та демонструє ознаки відновлення, перш за все у сегменті внутрішнього туризму. Водночас обсяги туристичних потоків залишаються значно нижчими за довоєнні показники, що обумовлено безпековими ризиками, обмеженнями транспортного сполучення та загальною економічною нестабільністю.

Внутрішній туризм. У 2023 році кількість внутрішніх туристів в Україні досягла приблизно 6,9 млн осіб, що на 18 % більше порівняно з 2022 роком. Водночас цей показник залишається нижчим за рівень попередніх років: у 2021 році внутрішні туристичні потоки налічували близько 11 млн осіб, а у 2019 році перевищували 13 млн осіб. Попри суттєве скорочення обсягів туристичних подорожей унаслідок воєнних подій, динаміка останніх років свідчить про поступове відновлення та зростання активності на ринку внутрішнього туризму.

Найбільш популярними туристичними напрямками у 2023–2024 роках стали Львівська область, Карпатський регіон, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Ужгород, Закарпатська, Хмельницька та Вінницька області. Ці території перетворилися на центри короткострокового туризму, який часто поєднує рекреаційні, культурно-пізнавальні, релігійні та патріотичні мотиви подорожей.

Особливого поширення набуває волонтерський туризм, що поєднує туристичну активність із участю у відновленні постраждалих територій та реалізації соціально важливих проєктів. Туристичний бізнес поступово адаптується до нових умов функціонування шляхом розроблення нових маршрутів у безпечних регіонах України та переорієнтації на короткотривалі подорожі з мінімальним рівнем ризику [15].

В'їзний туризм. Обсяги в'їзного туризму залишаються значно нижчими за довоєнний рівень. У 2023 році Україну відвідало близько 1,3 млн іноземних громадян, тоді як у 2019 році кількість іноземних відвідувачів перевищувала 13,7 млн осіб, а у 2021 році становила близько 4 млн осіб.

Серед основних країн походження іноземних відвідувачів залишаються Польща, Німеччина, Литва, Чехія та Канада. Значну частину цих поїздок становлять волонтерські, гуманітарні, ділові та родинні візити. Важливу роль також відіграє освітній туризм. Зокрема, громадяни Індії, Нігерії та Марокко традиційно обирали Україну як країну для здобуття вищої освіти, насамперед у медичній сфері, завдяки відносно доступній вартості навчання та міжнародному визнанню українських дипломів у багатьох країнах Азії та Африки.

Виїзний туризм. Виїзний туризм залишається одним із найактивніших сегментів туристичного ринку. За оцінками, у 2023 році з туристичною метою за кордон виїхало близько 2,4 млн громадян України. До початку повномасштабної війни цей показник був значно вищим: у 2019 році кількість виїзних туристів перевищувала 13,5 млн осіб, а у 2021 році становила близько 10 млн осіб.

Відомими туристичними напрямками для українців залишаються Туреччина, Єгипет, Кіпр і Мальта. Попит на ці країни обумовлений доступною вартістю відпочинку, сприятливими кліматичними умовами, розвиненою туристичною інфраструктурою та широкою пропозицією туристичних пакетів. Важливим фактором також є активна маркетингова політика туристичних операторів та наявність зручного транспортного сполучення через країни Європейського Союзу.

Отже, статистичні показники 2023–2024 років свідчать про поступове відновлення туристичної активності в Україні. Найбільш позитивна динаміка спостерігається у сфері внутрішнього туризму, тоді як міжнародні туристичні потоки все ще залишаються суттєво обмеженими через наслідки воєнних дій. Подальший розвиток туристичного ринку залежатиме від безпекової ситуації, відновлення інфраструктури та ефективності державної підтримки туристичної галузі. Дані щодо динаміки туристичних потоків наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Ключові показники туристичної галузі України у 2019–2023 рр.

Рік	Внутрішній туризм	В'їзний туризм	Віїзний туризм
2019	13 млн	13,7 млн	13,5 млн
2021	11 млн	~4 млн	~10 млн
2022	5,4 млн	890 тис.	2,1 млн
2023	6,9 млн	1,3 млн	2,4 млн
2024	7,5+ млн	1,5–1,7 млн	стабільно

Джерело: складено на основі [9; 15]

У 2024 році туристичний ринок України продовжує демонструвати поступове відновлення та адаптацію до сучасних умов функціонування. Найбільш позитивна динаміка спостерігається у сфері внутрішнього туризму, де відзначається зростання туристичних потоків насамперед у центральних і західних регіонах країни. Паралельно фіксуються перші ознаки повернення іноземних відвідувачів, особливо до культурно-історичних центрів України,

таких як Львів, Київ та Кам'янець-Подільський. Водночас триває процес відновлення туристичної інфраструктури та формування передумов для подальшої інтеграції України у світовий туристичний простір.

Найвищі темпи зростання туристичної активності спостерігаються у західних областях України, передусім у Карпатському регіоні. Це обумовлено розвитком гірськолижного, екологічного, оздоровчого та гастрономічного туризму, які залишаються найбільш затребуваними серед внутрішніх туристів. Водночас центральні області активно розширюють власну туристичну пропозицію шляхом створення нових маршрутів та туристичних продуктів, адаптованих до сучасних безпекових вимог і потреб споживачів.

Важливим явищем останніх років став розвиток волонтерського туризму, який поєднує подорожі з участю у відновленні постраждалих громад та об'єктів інфраструктури. До таких ініціатив долучаються як громадяни України, так і іноземні волонтери. Їхня діяльність спрямована на підтримку місцевих громад, реалізацію соціальних проєктів і відбудову територій, що постраждали внаслідок воєнних дій. У результаті формується новий сегмент туристичного ринку, заснований на принципах соціальної відповідальності, взаємодопомоги та громадянської солідарності.

Позитивні тенденції розвитку туристичної галузі підтверджуються і фінансовими показниками. За даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2024 році податкові надходження від суб'єктів туристичної діяльності збільшилися у 22 регіонах порівняно з попереднім роком. Крім того, у 20 областях обсяги податкових надходжень перевищили показники 2021 року, що свідчить про поступове відновлення економічної активності туристичної сфери та її здатність адаптуватися до сучасних викликів [15].

Таким чином, результати діяльності туристичної галузі у 2024 році демонструють наявність позитивних тенденцій у розвитку внутрішнього туризму, відновленні туристичної інфраструктури та розширенні спектра

туристичних послуг. Це створює передумови для подальшого зміцнення позицій туристичного сектору в економіці України та його інтеграції до міжнародного туристичного ринку. Дані щодо податкових надходжень від туристичної діяльності наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Податкові надходження від туристичних послуг

Регіон	2021	2023	2024
Київ	773,9 млн	499,3 млн	982,2 млн
Львівщина	215,3 млн	345,5 млн	439,9 млн
Київська обл.	125,3 млн	–	284,1 млн
Івано-Франківськ	131,9 млн	138,8 млн	248,5 млн

Джерело: [15]

Поряд із позитивними змінами у розвитку туристичної сфери в окремих регіонах України продовжують зберігатися значні територіальні диспропорції. Зокрема, в Одеській, Миколаївській, Запорізькій та Херсонській областях фіксується зниження обсягів податкових надходжень від туристичної діяльності. Такі тенденції зумовлені наслідками воєнних дій, високим рівнем безпекових загроз, пошкодженням або руйнуванням об'єктів туристичної інфраструктури, а також обмеженнями доступу до окремих територій. Додатковим стримувальним чинником є близькість цих регіонів до районів активних бойових дій, що негативно позначається на їхній туристичній привабливості та уповільнює процес відновлення туристичних потоків.

Водночас загальні фінансові результати функціонування туристичної галузі демонструють тенденцію до поступового відновлення ринку. Зокрема, у 2024 році обсяг надходжень від туристичного збору в Україні становив 273 млн грн, що на 23 % більше порівняно з 2023 роком, коли цей показник дорівнював 222,6 млн грн. Позитивна динаміка надходжень свідчить про активізацію туристичної діяльності, зростання кількості внутрішніх подорожей та поступове відновлення роботи підприємств туристичної сфери.

Варто зазначити, що отримані результати перевищують показники 2022 року, коли через наслідки повномасштабного вторгнення обсяг туристичного збору скоротився більш ніж наполовину та зменшився на 53 % порівняно з попереднім періодом. Це свідчить про адаптацію туристичної галузі до нових умов функціонування і поступове відновлення її економічного потенціалу.

Таким чином, динаміка туристичного збору підтверджує наявність позитивних змін у розвитку туристичного ринку України, хоча темпи відновлення залишаються нерівномірними залежно від регіональних особливостей та рівня безпекової ситуації. Детальні показники надходжень від туристичного збору представлено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Туристичний збір: локальні бюджети й лідери

Регіони	Туристичний збір 2024
Київ	49,2 млн грн
Львівська область	47,1 млн грн
Івано-Франківська	33,1 млн грн (+84%)
Черкаська обл.	23,5 млн грн
Закарпатська обл.	23,1 млн грн
Дніпропетровська	15,96 млн грн

Джерело: [15]

Позитивна динаміка розвитку туристичної галузі спостерігається не лише у традиційно популярних туристичних регіонах, а й у тих областях, які раніше не належали до провідних туристичних центрів України. Це свідчить про поступову диверсифікацію туристичних потоків і розширення географії внутрішнього туризму.

Зокрема, у 2024 році суттєве зростання надходжень від туристичного збору спостерігалось у низці регіонів України. Так, у Вінницькій області обсяг надходжень збільшився з 3,9 млн грн у 2023 році до 5,5 млн грн у 2024 році. Позитивна динаміка також була характерною для Полтавської області, де сума туристичного збору досягла 7,07 млн грн. Значні темпи зростання

продемонстрували Хмельницька область, де надходження становили 8,1 млн грн, що на 38 % перевищує показник попереднього року, Чернівецька область із обсягом збору 4 млн грн та приростом на 22 %, а також Тернопільська область, у якій надходження зросли на 28 % і досягли 1,98 млн грн.

Позитивні тенденції простежуються також у південних регіонах держави, попри складні безпекові умови. Зокрема, в Одеській області обсяг туристичного збору збільшився на 68 % і сягнув 14,5 млн грн. У Миколаївській області надходження зросли з 897 тис. грн у 2023 році до 1,54 млн грн у 2024 році. Водночас у Запорізькій області зберігається негативна динаміка: обсяг туристичного збору скоротився до 1,74 млн грн, що на 9,8 % менше порівняно з попереднім роком. Найбільш складна ситуація спостерігається в Херсонській області, де надходження від туристичного збору становили лише 2,98 млн грн, що майже на 95 % нижче від рівня 2021 року.

Північні регіони України також характеризуються поступовим відновленням та стабілізацією туристичної діяльності. Так, у Житомирській області обсяг надходжень від туристичного збору зріс на 19 % і досяг 3,25 млн грн. У Сумській області зафіксовано приріст на рівні 39 %, унаслідок чого надходження становили 1,67 млн грн. У Чернігівській області цей показник збільшився на 9 % та сягнув 1,64 млн грн.

Загалом підсумки функціонування туристичної галузі у 2024 році свідчать про поступове відновлення економічної активності туристичного сектору. Загальний обсяг податкових надходжень від суб'єктів туристичної діяльності до державного бюджету України склав 2,94 млрд грн, що на 43 % перевищує рівень 2021 року. Найвагоміший внесок у формування цих надходжень забезпечили підприємства готельного господарства, які сплатили 1,95 млрд грн податків. Водночас туроператори перерахували до бюджету 304,7 млн грн, а туристичні агентства — 265,2 млн грн. Наведені показники підтверджують

тенденцію до поступового відновлення туристичного ринку та посилення його ролі у забезпеченні економічного розвитку країни [8].

Важливим пріоритетом державної політики у сфері туризму є відновлення та модернізація туристичної інфраструктури. Пріоритетними завданнями є реконструкція готельних комплексів і туристичних об'єктів, реставрація історико-культурних пам'яток, а також оновлення транспортної інфраструктури, необхідної для забезпечення доступності туристичних DESTINATIONS.

Особливого значення в сучасних умовах набуває цифровізація туристичної галузі. Використання систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків, інтерактивних платформ та цифрових сервісів суттєво підвищує якість туристичного обслуговування, спрощує доступ до інформації та сприяє ефективнішому управлінню туристичним бізнесом. Результати сучасних досліджень підтверджують, що цифрові технології відіграють важливу роль у просуванні туристичного продукту, навігації туристів та розвитку конкурентоспроможності туристичних підприємств. Основні переваги цифровізації туристичної сфери наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Ключові фактори впливу на розвиток туристичної індустрії України

Фактори	Вплив на український туристичний ринок
Безпекова ситуація	Визначає можливість доступу до окремих регіонів, обмежує розвиток туризму у зонах підвищеного ризику, впливає на довіру з боку іноземних туристів. Необхідне впровадження механізмів з мінімізації ризиків, створення безпечних маршрутів і позитивного іміджу країни.
Розвиток внутрішнього туризму	Сприяє популяризації національних культурних, історичних та природних ресурсів, підтримує місцеві громади та стимулює розвиток малого і середнього бізнесу, особливо в безпечних регіонах.
Цифрові технології	Використання онлайн-бронювання, мобільних застосунків, аналітичних платформ покращує управління потоками туристів, підвищує якість послуг, сприяє персоналізації досвіду клієнтів та оптимізує взаємодію між споживачами та надавачами послуг.
Модернізація інфраструктури	Реконструкція готелів, покращення транспортної доступності, розвиток дорожньої інфраструктури та реставрація туристичних об'єктів сприяють привабливості України для туристів та залученню інвестицій у сектор.

Фактори	Вплив на український туристичний ринок
Глобальні економічні тенденції	Визначають купівельну спроможність споживачів, впливають на інвестиційну привабливість галузі, формують рівень попиту на туристичні послуги в умовах світової економічної ситуації.
Міжнародне співробітництво	Поглиблює інтеграцію України у глобальний туристичний простір, сприяє залученню іноземних туристів та реалізації спільних проєктів, а також покращує імідж країни на світовому рівні.
Маркетингові стратегії та брендинг	Забезпечують просування туристичних продуктів, стимулюють інтерес до України на міжнародному ринку через інформаційні кампанії, цифровий маркетинг та роботу в соціальних мережах.

Джерело: розробка на основі [15]

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що туристична галузь України, незважаючи на складні соціально-економічні та безпекові умови, демонструє поступове відновлення, адаптацію до нових реалій та позитивні тенденції розвитку. Внутрішній туризм у сучасних умовах виступає ключовим чинником стабілізації туристичного ринку, забезпечуючи підтримку економічної активності в регіонах та сприяючи збереженню функціонування туристичної інфраструктури.

Аналіз сучасного стану туристичної сфери України підтвердив, що її розвиток відбувається під впливом глобалізаційних процесів, цифрової трансформації, економічних змін та безпекових викликів. Попри негативний вплив пандемії COVID-19 та повномасштабної війни, туристичний сектор поступово відновлює свої позиції, про що свідчить зростання внутрішніх туристичних потоків, збільшення податкових надходжень та розширення спектра туристичних послуг.

Суттєве значення для розвитку туристичної галузі має цифровізація, яка перетворюється на один із провідних чинників підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Впровадження сучасних цифрових рішень, зокрема систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків, віртуальних екскурсій, цифрових платформ та аналітичних інструментів, сприяє покращенню якості туристичного обслуговування, підвищенню ефективності

управлінських процесів і вдосконаленню взаємодії зі споживачами туристичних послуг [11].

Водночас туристична галузь України продовжує стикатися з низкою проблем, які стримують її повноцінний розвиток. Серед основних викликів слід виокремити безпекові ризики, нерівномірність регіонального розвитку, пошкодження туристичної та транспортної інфраструктури, обмежені інвестиційні ресурси та необхідність відновлення міжнародного туристичного іміджу держави.

У цьому контексті ключовими напрямками подальшого розвитку туристичної сфери повинні стати оновлення та модернізація туристичної інфраструктури, активізація залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій, підтримка регіональних туристичних ініціатив, впровадження сучасних цифрових технологій та створення безпечного й конкурентоспроможного туристичного середовища. Реалізація цих заходів сприятиме посиленню ролі туристичної галузі в економіці країни, підвищенню її конкурентоспроможності та формуванню необхідних умов для сталого розвитку в повоєнний період.

2.2 Цифрова трансформація туристичної галузі України в умовах сучасних викликів

У сучасних умовах розвитку туристичних підприємств як важливих суб'єктів ринку послуг особливої актуальності набуває впровадження інформаційних технологій. Цифровізація сьогодні розглядається не лише як засіб оптимізації операційної діяльності, а й як стратегічний інструмент трансформації туристичної індустрії. Розвиток туризму в Україні та світі супроводжується активним переходом до цифрових моделей управління, які базуються на використанні інноваційних технологій, автоматизованих систем, сучасних каналів комунікації та цифрового супроводу туристичних продуктів.

Глобальні виклики останніх років, зокрема пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні, стали важливими чинниками прискорення цифрової трансформації туристичної галузі. За цих обставин туристичні підприємства були змушені оперативно перебудовувати свою діяльність, адаптуючи формати обслуговування клієнтів, способи надання послуг і підходи до організації бізнес-процесів. У таких умовах цифрові технології набули стратегічного значення, забезпечуючи безперервність функціонування підприємств, підтримку їхньої конкурентоспроможності та розвиток нових моделей ведення туристичного бізнесу.

У період воєнних дій туристичні компанії активно долучалися до організації евакуаційних перевезень, координації розміщення внутрішньо переміщених осіб та забезпечення населення тимчасовим житлом. Це зумовило потребу в прискореному впровадженні сучасних цифрових рішень, серед яких мобільні платформи, системи дистанційного управління, автоматизовані сервіси бронювання та інструменти оперативного інформування користувачів. Практичний досвід засвідчив, що мікро-, малі та середні підприємства виявили найвищий рівень адаптивності, демонструючи здатність швидко впроваджувати інноваційні цифрові технології та ефективно реагувати на кризові виклики.

Інформаційні технології у сфері туризму виконують важливу стратегічну функцію, сприяючи підвищенню стійкості підприємств до зовнішніх ризиків, покращенню якості сервісу, розширенню ринків збуту та інтеграції до міжнародних туристичних і логістичних систем. Важливими складовими сучасної цифрової інфраструктури туристичних підприємств є спеціалізоване програмне забезпечення, CRM-системи, платформи дистанційного обслуговування, чат-боти, технології доповненої та віртуальної реальності (AR/VR), а також комплексні системи управління бізнес-процесами.

Державна політика цифрової трансформації економіки є важливим чинником розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері. Правове

підґрунтя цього процесу формують Закон України «Про інноваційну діяльність», Закон України «Про електронні комунікації», а також інші нормативно-правові та стратегічні документи, спрямовані на цифровізацію економіки. Одним із пріоритетних напрямів залишається розроблення та впровадження аналітичних систем, призначених для моніторингу й оцінювання ефективності використання цифрових технологій у туристичному секторі. Такі системи дають змогу враховувати регіональні особливості розвитку туризму, безпекові виклики та логістичні умови, що сприяє підвищенню результативності управлінських рішень і забезпеченню сталого розвитку галузі.

Рівень впровадження інформаційних технологій у туристичних підприємствах суттєво відрізняється залежно від регіону. Прифронтові території, області, що зазнали окупації, центральні регіони та відносно безпечні західні області мають різні потреби й можливості щодо використання цифрових рішень. Особливої уваги потребує питання інформаційної безпеки й безперервності комунікацій, що стало очевидним після масштабної кібератаки на мережу «Київстар» наприкінці 2023 року.

Таким чином, цифрові технології у туристичній сфері можна розглядати не лише як інструмент автоматизації бізнес-процесів, а і як основу міжгалузевої взаємодії між туристичними підприємствами, медичними установами, рекреаційними комплексами, реабілітаційними центрами та культурними об'єктами. Особливої актуальності це набуває в контексті післявоєнного відновлення України та інтеграції національного туристичного ринку до європейського економічного простору.

Сучасна туристична індустрія активно впроваджує цифрові технології у всі сфери своєї діяльності. Використання соціальних мереж, аналітичних інструментів, хмарних технологій та інтелектуальних інформаційних систем сприяє модернізації туристичного бізнесу й підвищенню ефективності його функціонування. Цифровізація забезпечує швидке опрацювання інформації,

покращення якості обслуговування клієнтів та оптимізацію внутрішніх процесів підприємств.

Серед найбільш поширених інформаційних технологій у сфері туризму можна виокремити:

- системи онлайн-бронювання туристичних послуг;
- мобільні застосунки для навігації та комунікації з клієнтами;
- віртуальні екскурсії та 3D-панорами туристичних об'єктів;
- CRM-системи для управління взаємовідносинами з клієнтами;
- аналітичні платформи для дослідження попиту та поведінки споживачів;
- технології штучного інтелекту та чат-боти для персоналізованого обслуговування.

Практичне впровадження цифрових стратегій демонструють численні міжнародні та українські компанії. Зокрема, платформа VisitUkraine.today об'єднує функції інформаційної підтримки, бронювання послуг та надання актуальної безпекової інформації. Компанія TUI Group активно впроваджує технології штучного інтелекту з метою персоналізації туристичних послуг, пропозицій та автоматизації планування маршрутів. Airbnb застосовує алгоритми машинного навчання для формування гнучкої системи ціноутворення, а Skyscanner використовує аналітичні моделі для прогнозування туристичного попиту та сезонних коливань ринку. Основні приклади використання цифрових технологій у туристичній діяльності доцільно узагальнити в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Виклики впровадження ІТ у туризмі

Виклики	Спосіб вирішення
Нестача технічної експертизи	Залучення ІТ-консультантів, аутсорсинг
Висока вартість впровадження	Етапність реалізації, використання грантів
Опір змінам серед персоналу	Тренінги, внутрішня мотивація
Кібератаки та захист персональних даних	Інвестування в безпеку, комплаєнс з GDPR

Джерело: розробка на основі [14]

ІТ-стратегії у туристичній сфері мають важливе значення для післявоєнного відновлення та подальшої модернізації туристичної галузі України. Серед перспективних напрямів їх реалізації варто виокремити створення цифрових туристичних маршрутів до безпечних регіонів, розроблення інтерактивних платформ для розвитку волонтерського туризму, просування локальних туристичних брендів за допомогою цифрових каналів комунікації, залучення представників української діаспори та іноземних відвідувачів через віртуальні тури, а також інтеграцію національного туристичного сектору до європейських і міжнародних туристичних мереж, зокрема ETC та UNWTO.

Застосування сучасних цифрових рішень у туристичній діяльності повністю відповідає вимогам сьогодення, особливо в умовах воєнної нестабільності. Інформаційно-комунікаційні технології забезпечують безперервність управлінських процесів, сприяють підтриманню комунікації з клієнтами та партнерами, а також дозволяють здійснювати контроль за наданням туристичних послуг навіть за кризових обставин. Правові засади функціонування цифрових сервісів визначаються Законом України «Про електронні комунікації» [23], тоді як Закон України «Про Національну програму інформатизації» [24] регламентує формування та розвиток інформаційних ресурсів для задоволення потреб користувачів.

Важливим напрямом цифрової трансформації туристичної сфери є модернізація процесу надання послуг. Цифровізація охоплює весь життєвий цикл туристичного продукту — від його розроблення та просування до післяпродажної взаємодії зі споживачем. Рівень цифрової зрілості туристичних підприємств може суттєво відрізнятись: від використання базових інформаційних засобів до впровадження комплексних цифрових екосистем, які включають CRM-системи, мобільні застосунки, онлайн-платформи бронювання та хмарні сервіси для зберігання й обробки даних [25, с. 158].

Сучасні цифрові технології надають туристичним підприємствам широкі можливості для дистанційного управління бізнес-процесами через використання смартфонів, планшетів, хмарних сервісів і спеціалізованих програмних рішень. Це сприяє підвищенню мобільності управлінського персоналу, прискоренню процесу ухвалення управлінських рішень та вдосконаленню взаємодії з клієнтами.

Ефективність цифрової трансформації туристичних підприємств оцінюється за допомогою сукупності кількісних і якісних показників. До кількісних критеріїв належать обсяги отриманих доходів, рівень продуктивності праці, масштаби охоплення цільової аудиторії та показники продажів. Якісні індикатори характеризують ступінь задоволеності споживачів, рівень якості наданих послуг, а також ефективність оптимізації витрат і бізнес-процесів підприємства.

В науковій літературі цифрову трансформацію розглядають у двох взаємопов'язаних формах. Пасивна цифровізація передбачає модернізацію управлінських процесів та організаційної структури підприємства, тоді як активна орієнтована на вдосконалення операційної діяльності шляхом впровадження новітніх технологій та інноваційних цифрових рішень [25]. У перспективі це сприятиме ширшому використанню інтелектуальних систем управління, цифрових платформ, аналітичних інструментів, технологій штучного інтелекту і хмарних сховищ даних [14].

Важливим напрямом дослідження сучасного розвитку туристичної галузі України є аналіз впливу повномасштабної війни на стан туристичної інфраструктури. Внаслідок збройної агресії російської федерації значних втрат зазнали об'єкти туризму, культури та спорту, що негативно позначилося на функціонуванні туристичного сектору. Для визначення масштабів завданих збитків при Національній раді з відновлення України було сформовано спеціальну робочу групу, яка підготувала аналітичний звіт щодо пошкоджень і

руйнувань у туристичній сфері [21]. Дослідження та систематизація таких даних мають важливе значення для розроблення ефективних механізмів відновлення туристичної галузі, визначення стратегічних пріоритетів державної політики та забезпечення її подальшого сталого розвитку.

Таблиця 2.6

Показники загальної оцінки прямих, непрямих втрат і потреб за типом майна
«культура, туризм, спорт» і «цифрова інфраструктура»

Тип майна	Прямі втрати, млрд USD	Загальні непрямі втрати, млрд USD	Загальна потреба у відновленні, млрд USD
Культура, туризм, спорт	0,7	4,3	1,6
Цифрова інфраструктура	0,6	1,1	1,0

Джерело: складено на основі [21]

Зазначені показники сформовані відповідно до методології Світового банку та використовуються як основа для розроблення стратегічних програм післявоєнного відновлення України. Вони дають змогу оцінити масштаби завданих збитків і визначити пріоритетні напрями відбудови, зокрема у сферах туристичної інфраструктури, інформаційних технологій, культури та суміжних галузей. Важливе місце серед запланованих заходів посідають роботи з розмінування територій, відновлення пошкоджених об'єктів, модернізації інфраструктури та компенсації економічних втрат суб'єктів господарювання.

Водночас динамічний характер воєнних подій та процесів відновлення обумовлює необхідність постійного оновлення оцінок збитків і потреб у фінансуванні. Упродовж 2023–2024 років було здійснено низку додаткових досліджень та уточнень щодо масштабів руйнувань і необхідних обсягів інвестицій для відбудови постраждалих секторів економіки.

З метою визначення змін у показниках збитків та потреб у відновленні доцільно здійснити порівняльний аналіз даних станом на середину 2022 року та

на кінець 2024 року. Цей підхід дозволяє оцінити тенденції відновлення туристичної галузі, рівень пошкодження інфраструктури та перспективи подальшого розвитку сектору в умовах післявоєнної реконструкції. Відповідні порівняльні дані наведено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка прямих, непрямих втрат і потреб у відновленні для секторів «Культура, туризм, спорт» та «Цифрова інфраструктура» станом на кінець 2024 року

Тип майна	Прямі втрати, млрд USD	Загальні непрямі втрати, млрд USD	Загальна потреба у відновленні, млрд USD
Культура, туризм, спорт	3,5	19,6	8,9
Цифрова інфраструктура	0,6	18,7	1,0

Джерело: складено на основі [18; 26; 27]

Представлені дані свідчать про надзвичайно масштабний вплив війни на сфери, які формують соціальний, культурний та економічний потенціал держави. Особливо значними є втрати у галузях культури, туризму, спорту та цифрової інфраструктури, які відіграють важливу роль у забезпеченні суспільної згуртованості, розвитку людського капіталу та міжнародного іміджу країни.

За оцінками міжнародних організацій, прямі збитки культурної та туристичної інфраструктури перевищили 3,5 млрд доларів США. Водночас непрямі втрати є значно більшими та оцінюються майже у 20 млрд доларів США. Такі показники відображають не лише руйнування матеріальних об'єктів, а й втрату економічних можливостей, пов'язаних із проведенням культурних заходів, функціонуванням музеїв, розвитком туристичних потоків та реалізацією міжнародних проєктів.

Суттєвих втрат зазнала також цифрова інфраструктура України. Незважаючи на відносно менший обсяг прямих збитків, які оцінюються приблизно у 0,6 млрд доларів США, непрямі втрати перевищують 18 млрд доларів США. Вони пов'язані зі скороченням інвестиційної активності, призупиненням інноваційних проєктів, втратою контрактів та уповільненням розвитку цифрової економіки.

Повномасштабна війна завдала шкоди не лише матеріально-технічній базі, а й соціальним зв'язкам, що формувалися в межах культурних, спортивних і туристичних проєктів та ініціатив. У зв'язку з цим відновлення цих сфер набуває особливого стратегічного значення для забезпечення післявоєнного розвитку України, зміцнення суспільної згуртованості та активізації економічної діяльності. За попередніми розрахунками, обсяг фінансових ресурсів, необхідних для відбудови галузей культури та туризму, перевищує 8,9 млрд доларів США, тоді як потреби у відновленні цифрової інфраструктури оцінюються приблизно в 1 млрд доларів США.

Таким чином, інвестування у відновлення об'єктів культурної спадщини, туристичної інфраструктури та цифрового простору доцільно розглядати не лише як механізм відшкодування втрат, спричинених війною, а й як важливу передумову формування сучасної, стійкої та конкурентоспроможної моделі розвитку держави. Повоєнне відновлення створює сприятливі можливості для комплексної модернізації зазначених сфер відповідно до європейських стандартів, впровадження інноваційних підходів та підвищення їхньої ефективності. Реалізація таких заходів сприятиме активізації економічного зростання, зміцненню соціальної стабільності та забезпеченню довгострокового розвитку України.

Наведені показники сформовані на основі оцінок ЮНЕСКО, Київської школи економіки та інших міжнародних організацій і представлені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Прямі, непрямі втрати в галузі туризму внаслідок воєнної агресії проти України,
та попередня оцінка потреби у відновленні

Види втрат	Одиниця кількості	Первісна кількість об'єктів	Кількість пошкоджених об'єктів	Оцінка втрат, млрд грн	Оцінка втрат, млрд USD
Зруйновано Туристична сфера	од.	1876	28	0,3	0,0
Пошкоджено Туристична сфера	од.	1876	21	0,1	0,0
Загальні прямі збитки інфраструктури	х	683	х	21,9	0,7
Ремонт та відбудова об'єктів туристичної галузі	х	х	х	0,4	0,0
Компенсація непрямих втрат підприємствам	х	х	х	11,1	0,4
Обстеження прибережної зони (розмінування)	га	х	2 000 000,00	0,9	0,0
Безпосереднє розмінування прибережної зони	га	х	200 000,00	4,4	0,2

Джерело: сформовано на основі [18]

Попередні оцінки наслідків повномасштабної війни засвідчують значні втрати туристичної галузі України, які проявляються як у матеріальній, так і в економічній площині. Хоча кількість безпосередньо пошкоджених або зруйнованих туристичних об'єктів є відносно незначною порівняно із загальною кількістю суб'єктів туристичної діяльності, суттєвих руйнувань зазнала пов'язана з туризмом інфраструктура. За наявними оцінками, обсяг прямих збитків, завданих туристичному сектору, перевищує 21 млрд грн, що свідчить про масштабний негативний вплив воєнних дій на функціонування та розвиток галузі.

Разом із матеріальними втратами туристична галузь зазнала суттєвих непрямих економічних збитків, пов'язаних із припиненням діяльності

підприємств, скороченням туристичних потоків, втратою прибутків та зниженням інвестиційної активності. Для компенсації таких втрат суб'єктам туристичного бізнесу необхідні додаткові фінансові ресурси, обсяг яких оцінюється більш ніж у 11 млрд грн. Окремою складовою майбутніх витрат є розмінування територій, насамперед прибережних зон, що є необхідною умовою для відновлення рекреаційної діяльності та розвитку морського туризму. Попередні розрахунки свідчать, що реалізація таких заходів потребуватиме близько 5 млрд грн.

Отже, наслідки війни для туристичної сфери не обмежуються лише руйнуванням окремих об'єктів інфраструктури. Вони охоплюють значно ширший спектр проблем, пов'язаних зі зниженням економічної активності, втратою туристичної привабливості регіонів та необхідністю комплексного відновлення галузі. Це обумовлює потребу у формуванні довгострокової стратегії відбудови туристичного сектору на засадах сталого розвитку та цифрової модернізації.

Вагоме значення для відновлення та подальшого розвитку туристичної галузі має нормативно-правове регулювання інформаційних відносин. Правові засади функціонування інформаційної сфери та надання туристичних послуг визначаються положеннями Законів України «Про інформацію», «Про рекламу» та «Про туризм» [28; 29]. Водночас у межах державної політики цифрової трансформації окреслено стратегічні напрями модернізації туристичної галузі, які передбачають розроблення цифрових платформ, впровадження систем електронного документообігу, розвиток туристичних порталів, інтеграцію хмарних технологій і посилення заходів із забезпечення кібербезпеки [30]. Реалізація зазначених напрямів сприяє підвищенню ефективності функціонування туристичних підприємств, покращенню якості послуг та зміцненню конкурентоспроможності галузі в умовах цифрової економіки.

Основним завдань сучасної туристичної політики є підвищення якості цифрової взаємодії зі споживачами. Це передбачає персоналізацію туристичних продуктів, адаптацію вебресурсів до мобільних пристроїв, розширення можливостей електронної оплати та скорочення часу обробки замовлень. За статистичними даними, понад половина звернень користувачів до туристичних сервісів здійснюється за допомогою мобільних пристроїв, що підтверджує необхідність орієнтації цифрових стратегій на мобільний формат обслуговування [9, с. 16].

У межах стратегічного управління цифровізація туристичних підприємств повинна базуватися на принципах системності, гнучкості, адаптивності та довгострокової орієнтації. Такий підхід дозволяє забезпечити стійкість бізнес-процесів та ефективне реагування на зміни зовнішнього середовища [30, с. 17]. У сучасних умовах цифрові технології мають розглядатися не лише як інструмент подолання кризових явищ, а і як основа довгострокового розвитку туристичної галузі.

Глобальні тенденції цифрової трансформації визначають необхідність впровадження інтелектуальних пристроїв, онлайн-платформ, моделей спільного споживання (sharing economy), а також технологій, орієнтованих на створення унікального туристичного досвіду та підвищення рівня задоволеності споживачів [25].

У зв'язку з цим туристичні підприємства дедалі активніше інтегрують інноваційні цифрові рішення та стартап-проекти у свою діяльність. Важливим стимулом таких змін стала міжнародна ініціатива Digital Transformation Initiative (DTI), представлена на Всесвітньому економічному форумі. Згідно з прогнозами, цифровізація туристичної, готельної та авіаційної галузей здатна забезпечити створення понад 305 млрд доларів додаткової економічної вартості, значна частина якої буде сформована новими цифровими підприємствами.

За таких умов цифрова стратегія розвитку туристичних підприємств України повинна передбачати активне використання сучасних технологій, серед яких системи штучного інтелекту, чат-боти, мобільні застосунки, цифрова аналітика, автоматизовані системи управління та голосові помічники. Застосування таких інструментів сприятиме підвищенню результативності діяльності туристичних підприємств, удосконаленню якості туристичного обслуговування та посиленню конкурентоспроможності українських компаній на міжнародному туристичному ринку [31].

В умовах воєнного стану значна частина українських туристичних підприємств та організацій суміжних галузей була змушена адаптувати свою діяльність до нових реалій, зокрема шляхом релокації бізнесу. Такі процеси зумовили необхідність перегляду управлінських підходів, оновлення стратегій розвитку та активного впровадження цифрових інструментів управління. З метою підтримки переміщених підприємств у квітні 2022 року в Україні було запущено єдину цифрову платформу для координації процесів релокації бізнесу та надання інформаційно-консультаційної підтримки.

Основними країнами, до яких переміщували свою діяльність українські підприємства, стали Польща, Німеччина, Болгарія, Естонія, Туреччина та Молдова. Процес релокації охопив насамперед компанії ІТ-сектору, підприємства сфери професійних послуг, зокрема консалтингові та дизайнерські організації, а також установи медичної галузі. Ступінь реалізації релокаційних проєктів був різним і залежав як від безпекової ситуації, так і від можливостей підприємств щодо адаптації до нових умов господарювання та реалізації стратегічних змін [19].

За таких обставин особливої актуальності набуває розвиток ефективних цифрових комунікацій, які забезпечують безперервність бізнес-процесів, сприяють оперативному управлінню діяльністю підприємств та дають змогу своєчасно реагувати на зміни споживчого попиту. Для туристичних компаній

цифрові технології стають важливим інструментом підтримання конкурентоспроможності, збереження ефективної взаємодії з клієнтами й партнерами, а також адаптації до динамічних і нестабільних умов зовнішнього середовища.

Туристичні підприємства, які здійснили релокацію в межах України, можуть скористатися різними формами державної підтримки, зокрема консультаційними, організаційними та фінансовими механізмами. Водночас компанії, що продовжують свою діяльність за кордоном, змушені самостійно розробляти та впроваджувати інструменти адаптації до нових ринкових умов, активно використовуючи можливості цифрового середовища, сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та онлайн-платформ для забезпечення стабільного функціонування й подальшого розвитку бізнесу.

Вагоме значення для розвитку цифрової трансформації туристичної галузі має державна підтримка, спрямована на створення та впровадження національних цифрових сервісів. Зокрема, важливу роль у забезпеченні розвитку підприємницької діяльності відіграють цифрові платформи «Дія» та «Дія.Бізнес», які надають суб'єктам господарювання доступ до адміністративних послуг, інформаційних ресурсів, консультаційної допомоги та сучасних інструментів комунікації з клієнтами. Використання цих платформ сприяє підвищенню ефективності управління підприємствами, оптимізації бізнес-процесів та прискоренню цифрової модернізації туристичної сфери [13].

Отже, релокація підприємств та активне впровадження цифрових технологій стали важливими механізмами адаптації туристичної галузі до умов воєнного стану. Застосування сучасних цифрових рішень забезпечує безперервність функціонування туристичних підприємств, підвищує ефективність управлінської діяльності та створює необхідні передумови для відновлення, модернізації й подальшого розвитку туристичного сектору України в повоєнний період.

У контексті глобальних тенденцій розвитку туристична галузь розглядається як один із важливих інструментів досягнення Цілей сталого розвитку, визначених Організацією Об'єднаних Націй до 2030 року [32]. Туризм безпосередньо впливає на реалізацію низки стратегічних цілей, серед яких особливе значення мають:

- забезпечення гідної праці та економічного зростання (Ціль 8), що передбачає створення нових робочих місць, розвиток підприємництва та підвищення рівня добробуту населення;
- відповідальне споживання та виробництво (Ціль 12), орієнтоване на впровадження принципів сталого та екологічно відповідального туризму;
- збереження морських екосистем (Ціль 14), що передбачає інтеграцію природоохоронних заходів у туристичну діяльність та підтримку раціонального використання природних ресурсів.

Вагомий внесок у забезпечення сталого розвитку туристичної галузі здійснюють міжнародні організації, зокрема Всесвітня туристична організація (UNWTO) та Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC). Їхня діяльність спрямована на розроблення ефективних підходів до управління ризиками, подолання кризових викликів та впровадження інноваційних механізмів розвитку туристичної сфери. Особливу роль у цьому процесі відіграють міжнародні ініціативи, серед яких Програма управління ризиками та кризами, а також глобальна платформа «One Planet – Sustainable Tourism». Ці інструменти сприяють обміну міжнародним досвідом, поширенню передових практик та зміцненню співпраці між країнами у сфері сталого розвитку туризму [14].

Сучасні процеси цифровізації та діджиталізації суттєво змінюють підходи до просування туристичних продуктів і взаємодії зі споживачами. Зміна поведінкових моделей туристів зумовлює необхідність переходу до персоналізованих і гнучких форматів обслуговування, які забезпечують високий рівень інтерактивності та оперативний доступ до послуг через цифрові канали

комунікації. У цих умовах конкурентоспроможність туристичних підприємств значною мірою залежить від їх здатності використовувати сучасні інформаційні технології та швидко адаптуватися до змін ринкового середовища [11, с. 59].

Таким чином, формування індикативної моделі цифровізації туристичної сфери має базуватися на комплексному аналізі внутрішніх і зовнішніх факторів розвитку, врахуванні міжнародного досвіду та сучасних викликів. Розроблення ІТ-стратегій у туристичному секторі слід розглядати як складову загального процесу цифрової трансформації, що охоплює не лише технічне оновлення підприємств, а й модернізацію управлінських підходів, комунікаційних процесів та бізнес-моделей.

Для України цифровізація туристичної галузі відкриває значні перспективи, зокрема щодо підвищення якості туристичних послуг, відновлення міжнародного іміджу держави як безпечної та інноваційної туристичної дестинації, стимулювання розвитку внутрішнього туризму в умовах кризових явищ та інтеграції національного туристичного продукту до глобального цифрового туристичного простору.

Отже, використання сучасних цифрових технологій у туристичній діяльності виступає одним із визначальних чинників забезпечення сталого розвитку галузі, зміцнення її конкурентних переваг та підвищення ефективності функціонування підприємств туристичної сфери. Цифрова трансформація створює необхідні умови для модернізації туристичного сектору, покращення якості послуг і формування надійної основи для його успішного відновлення та подальшого розвитку в післявоєнний період.

Висновки до розділу

У другому розділі було проаналізовано сучасний стан туристичного ринку України, визначено основні тенденції його розвитку в умовах воєнного стану, а

також досліджено роль цифрових технологій у забезпеченні функціонування та відновлення туристичної галузі.

Проведений аналіз показав, що туристичний сектор України зазнав суттєвих втрат внаслідок пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення російської федерації. Найбільшого негативного впливу зазнали міжнародний туризм, туристична інфраструктура та підприємства, розташовані в регіонах, де ведуться бойові дії або існує підвищений рівень безпекових ризиків. Водночас туристична галузь продемонструвала здатність до адаптації та поступового відновлення.

Встановлено, що ключовим фактором стабілізації туристичного ринку в сучасних умовах став розвиток внутрішнього туризму. Найбільшу туристичну активність демонструють західні та частково центральні регіони України, де формуються нові туристичні маршрути, розвиваються культурно-пізнавальний, гастрономічний, екологічний та волонтерський види туризму. Позитивну динаміку розвитку галузі підтверджує зростання податкових надходжень від туристичної діяльності та збільшення обсягів туристичного збору у більшості регіонів країни.

Дослідження засвідчило, що війна спричинила значні прямі та непрямі збитки туристичній інфраструктурі України. Пошкодження об'єктів розміщення, транспортної мережі, культурної спадщини та рекреаційних ресурсів суттєво ускладнюють процес відновлення галузі. Разом із цим зростає необхідність реалізації комплексних програм реконструкції туристичних об'єктів, відновлення інфраструктури та залучення інвестицій для забезпечення сталого розвитку туристичного сектору в повоєнний період.

Особливу увагу приділено цифровій трансформації туристичної галузі. Встановлено, що сучасні інформаційні технології стали важливим інструментом забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств, підтримки комунікації з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів. Впровадження систем

онлайн-бронювання, CRM-платформ, мобільних застосунків, хмарних технологій, цифрової аналітики та інструментів штучного інтелекту сприяє підвищенню ефективності діяльності суб'єктів туристичного ринку та покращенню якості туристичних послуг.

Визначено, що в умовах воєнного стану цифровізація набула стратегічного значення для функціонування туристичних підприємств. Використання цифрових платформ, державних сервісів та сучасних комунікаційних технологій дозволяє забезпечувати безперервність діяльності бізнесу, підтримувати взаємодію з клієнтами та партнерами, а також сприяє адаптації підприємств до нових умов господарювання.

Отже, сучасний розвиток туристичної галузі України характеризується поєднанням значних викликів і нових можливостей. Подальше відновлення туристичного сектору має ґрунтуватися на модернізації інфраструктури, активному впровадженні цифрових технологій, розвитку внутрішнього туризму, підвищенні рівня безпеки та інтеграції України до міжнародного туристичного простору. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національного туристичного ринку та забезпечить його стале функціонування в довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

3.1 Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах післявоєнного відновлення

У сучасних умовах міжнародний туризм в Україні набуває особливого значення як важливий чинник соціально-економічного, культурного та регіонального розвитку. Його вплив проявляється на різних рівнях суспільного життя та охоплює економічну, соціальну, культурну й комунікаційну сфери.

Економічне значення міжнародного туризму залишається вагомим навіть в умовах воєнних викликів та наслідків пандемії COVID-19. Надходження від міжнародного туризму є важливим джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, сприяють поліпшенню платіжного балансу країни та активізації економічної діяльності. Водночас туристична галузь характеризується значним мультиплікативним ефектом, оскільки стимулює розвиток суміжних секторів економіки, зокрема транспорту, будівництва, сільського господарства, торгівлі та сфери послуг. Крім того, туризм виконує важливу соціально-економічну функцію, забезпечуючи створення нових робочих місць у готельно-ресторанному господарстві, туристичних агентствах, закладах культури та рекреаційних комплексах.

У соціально-культурному аспекті міжнародний туризм сприяє збереженню та популяризації історико-культурної спадщини України. Підвищення інтересу до архітектурних пам'яток, народних традицій, ремесел і культурних заходів стимулює розвиток місцевих громад та активізує культурне життя регіонів. Крім економічного значення, міжнародний туризм виконує важливу соціокультурну функцію, виступаючи ефективним засобом розвитку міжкультурної комунікації та міжнародного співробітництва. Він сприяє поглибленню взаєморозуміння між представниками різних народів і культур,

зміцненню гуманітарних зв'язків, а також формуванню та поширенню позитивного іміджу України у світовому співтоваристві.

Сучасні тенденції розвитку туристичної сфери характеризуються зростанням попиту на індивідуалізовані, екологічно орієнтовані та цифрові туристичні продукти. Туристи все частіше надають перевагу автентичним маршрутам, гастрономічному туризму, природним локаціям та екологічно відповідальним формам відпочинку. Водночас розвиток цифрових технологій, зокрема систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків та віртуальних турів, значно розширює можливості взаємодії між туристичними підприємствами та споживачами послуг, забезпечуючи високий рівень персоналізації туристичного продукту [7].

Беручи до уваги значний потенціал туристичної галузі, міжнародний туризм може відігравати важливу роль у забезпеченні економічного зростання та підвищенні конкурентоспроможності України. Водночас повноцінна реалізація цього потенціалу потребує узгодженої взаємодії органів державної влади, представників бізнесу та інститутів громадянського суспільства, спрямованої на формування сприятливого середовища для розвитку туристичної діяльності, залучення інвестицій та підвищення якості туристичних послуг.

Значний вплив на розвиток туристичного ринку України справила повномасштабна військова агресія російської федерації, яка спричинила суттєві зміни у функціонуванні туристичної галузі. Втрата контролю над окремими територіями з високим туристично-рекреаційним потенціалом зумовила трансформацію структури туристичних потоків, переорієнтацію попиту та зміну пріоритетних напрямів розвитку туристичної діяльності. Унаслідок цього відбулося перерозподілення туристичних потоків між регіонами країни, а також посилення ролі безпекового чинника під час вибору туристичних маршрутів і DESTINATION. У сучасних умовах попит поступово концентрується на відносно

безпечних регіонах країни, що сприяє формуванню нових туристичних центрів і маршрутів.

Особливої актуальності набуває відновлення та розвиток в'їзного туризму, який традиційно відігравав важливу роль у структурі туристичного ринку України. Поєднання конкурентоспроможної вартості послуг, природно-рекреаційного потенціалу та культурної спадщини забезпечувало привабливість України для туристів із країн Східної Європи, Азії та Близького Сходу. У перспективі саме відновлення міжнародних туристичних потоків може стати одним із важливих чинників економічного відродження галузі.

Важливе значення для розвитку міжнародного туризму мають процеси соціальної адаптації туристів у новому культурному середовищі. Перебуваючи в іншій країні, турист взаємодіє з місцевими громадами, культурними традиціями та соціальними нормами, що впливає на якість туристичного досвіду та загальне сприйняття дестинації. Саме тому створення комфортного соціального середовища є важливою складовою туристичної політики.

Окрему увагу необхідно приділяти подоланню комунікативних бар'єрів, насамперед мовних і культурних. Забезпечення ефективної міжкультурної комунікації, підвищення рівня сервісу та формування атмосфери гостинності сприяють покращенню туристичного досвіду відвідувачів і створюють передумови для сталого розвитку туристичних дестинацій [12].

Таким чином, міжнародний туризм є важливим інструментом економічного розвитку, культурного обміну та соціальної інтеграції. Його успішний розвиток в Україні вимагає комплексного застосування економічних, соціальних, культурних і цифрових механізмів управління, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту, покращення якості туристичних послуг та посилення позицій України на світовому туристичному ринку.

Туристична дестинація являє собою не лише певну географічну територію, а складну соціально-економічну систему, у межах якої взаємодіють туристи, суб'єкти туристичного бізнесу, місцеві громади, інфраструктурні об'єкти та культурно-історичні ресурси. В умовах сучасних викликів ефективний розвиток туристичних дестинацій повинен базуватися на принципах системності, гуманізму та сталого розвитку.

Принцип системності передбачає взаємозалежність усіх елементів туристичної системи та необхідність комплексного управління процесами розвитку територій. Гуманістичний підхід орієнтується на забезпечення потреб людини, повагу до культурного різноманіття та створення комфортного середовища для туристів і місцевого населення. Принцип сталості спрямований на досягнення балансу між економічною ефективністю туристичної діяльності, соціальним розвитком громад та збереженням природних ресурсів.

У зв'язку з цим сучасні моделі розвитку туристичних дестинацій повинні поєднувати економічні, соціальні та рекреаційні функції. Важливим завданням є не лише формування якісного туристичного продукту, а й залучення місцевих жителів до процесів розвитку туризму та розподілу отриманих економічних вигод. Такий підхід сприяє підвищенню рівня добробуту населення, зміцненню місцевих громад та забезпеченню сталого розвитку територій.

Попри значний туристичний потенціал України, розвиток міжнародного туризму стримується низкою факторів. Серед основних проблем слід виокремити нестабільну безпекову ситуацію, яка негативно впливає на міжнародний імідж держави, недостатній рівень інклюзивності туристичної інфраструктури, обмежену присутність України на глобальних туристичних платформах, а також недостатню координацію між державними органами, бізнесом і громадським сектором у сфері управління туризмом [13]. Додатковими викликами залишаються ризики нелегальної міграції під виглядом

туристичних поїздок та недостатній рівень міжнародної інформаційної комунікації.

З метою підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі необхідною є реалізація комплексу заходів, спрямованих на вдосконалення туристичної політики та модернізацію туристичної інфраструктури. Одним із пріоритетних напрямів є формування ефективної системи безпеки для іноземних туристів, що передбачає впровадження цифрових сервісів інформування, мобільних застосунків, систем раннього сповіщення та маркування захисних споруд у місцях туристичного перебування.

Вагоме значення для розвитку міжнародного туризму має цифрове просування України на глобальному ринку туристичних послуг. Застосування сучасних цифрових платформ, віртуальних екскурсій, інтерактивних сервісів і маркетингових інструментів сприяє розширенню міжнародної аудиторії, підвищенню впізнаваності туристичних DESTINATION та формуванню позитивного іміджу держави. У цьому контексті особливо перспективними є створення єдиної національної цифрової туристичної платформи, розвиток концепції «розумних DESTINATION», впровадження безконтактних технологій обслуговування та посилення цифрової безпеки туристичних сервісів. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі та зміцненню позицій України на міжнародному туристичному ринку.

Важливим напрямом державної політики має стати розвиток інклюзивної туристичної інфраструктури, адаптованої до потреб осіб з інвалідністю, сімей із дітьми та людей похилого віку. Одночасно доцільним є створення міжнародних майданчиків для культурного діалогу, зокрема фестивалів, освітніх програм, міжнародних форумів та проєктів співпраці з українською діаспорою.

Особливу роль у післявоєнному відновленні туристичної галузі відіграє формування оновленого міжнародного іміджу України. Стійкість, мужність і незламність українського народу в умовах російської агресії привернули значну

увагу світової спільноти та сприяли утвердженню позитивного образу держави на міжнародній арені. У перспективі це створює можливості для розвитку військово-історичного та меморіального туризму шляхом створення тематичних туристичних маршрутів, музеїв, меморіальних комплексів, виставкових просторів та освітніх проєктів, спрямованих на збереження історичної пам'яті та популяризацію історії України [33].

Важливим чинником відновлення туристичної галузі є міжнародна підтримка післявоєнної реконструкції. Рішення міжнародних конференцій з відновлення України, проведених у Лугано та Берліні, підтверджують готовність міжнародних партнерів брати участь у фінансуванні відбудови туристичної, транспортної та культурної інфраструктури. Це створює можливості для модернізації туристичних об'єктів відповідно до сучасних європейських стандартів безпеки, доступності та сталого розвитку.

Додаткові перспективи відкриває європейська інтеграція України. Отримання статусу кандидата на вступ до ЄС створює передумови для гармонізації туристичних стандартів, розвитку транспортної мобільності, інтеграції до спільних туристичних маршрутів та розширення міжнародної співпраці. У довгостроковій перспективі це сприятиме зростанню туристичних потоків із країн ЄС та посиленню позицій України на європейському туристичному ринку.

Водночас фундаментом подальшого розвитку галузі залишається внутрішній туризм. Досвід воєнного періоду продемонстрував його здатність підтримувати економічну активність регіонів та забезпечувати функціонування туристичної інфраструктури. Подальший розвиток культурно-пізнавальних, історичних, патріотичних та рекреаційних маршрутів сприятиме не лише економічному відновленню територій, а й зміцненню національної ідентичності та суспільної згуртованості [34].

Таким чином, перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні пов'язані з комплексним поєднанням безпекових, інфраструктурних, цифрових та соціокультурних заходів, спрямованих на формування конкурентоспроможного туристичного середовища та інтеграцію України до світового туристичного простору.

Поєднання соціальних, економічних і технологічних підходів до управління туристичною галуззю формує основу для створення сучасної моделі розвитку туризму в Україні. Комплексне впровадження інноваційних рішень, принципів сталого розвитку, цифрових технологій та дієвих механізмів державного регулювання сприятиме не лише відновленню втраченого туристичного потенціалу, а й підвищенню конкурентоспроможності національного туристичного продукту на міжнародному ринку. За таких умов Україна може зміцнити свої позиції як сучасна туристична дестинація, що поєднує високий рівень безпеки, культурну унікальність, інноваційність та відповідальне використання природних і суспільних ресурсів [19].

Разом із тим ефективне відновлення та подальший розвиток туристичної сфери потребують всебічного аналізу чинників, які визначають особливості її функціонування. В умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови туристична галузь зазнає впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Серед них особливу роль відіграють безпекова ситуація, рівень економічної стабільності, інвестиційна привабливість, ступінь цифровізації, масштаби міжнародної підтримки та процеси інтеграції України до європейського простору.

З урахуванням зазначених обставин доцільним є використання SWOT-аналізу як одного з найефективніших інструментів стратегічного планування та оцінювання перспектив розвитку галузі. Його застосування дає змогу здійснити комплексний аналіз сучасного стану туристичної сфери України, визначити її конкурентні переваги та наявні проблеми, а також окреслити перспективні

напрями розвитку й потенційні ризики. SWOT-аналіз забезпечує систематизацію внутрішніх чинників функціонування галузі, зокрема її сильних і слабких сторін, а також зовнішніх факторів, представлених можливостями та загрозами. Такий підхід створює надійну аналітичну основу для розроблення ефективної стратегії розвитку туристичної галузі в умовах сучасних соціально-економічних і безпекових викликів.

Результати SWOT-аналізу туристичної галузі України наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз стану та розвитку міжнародного туризму в Україні (2024–2025)

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Багатий природний, культурний і рекреаційний потенціал.	- Значні руйнування туристичної та транспортної інфраструктури внаслідок війни.
- Зростання внутрішнього туризму попри війну.	- Відсутність регулярного авіасполучення (повітряний простір закрито).
- Партнерства з міжнародними гравцями (Airbnb, Expedia, UNWTO).	- Обмежене фінансування галузі, зокрема інвестицій у відновлення.
- Розробка нових маршрутів (військовий, історичний туризм).	- Недостатній рівень цифровізації туристичних послуг.
- Підвищений інтерес до «темного туризму» як нової ніші.	- Низька міжнародна маркетингова активність та слабкий брендинг України як дестинації.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
- Післявоєнне відновлення галузі через програми реконструкції та релокації.	- Продовження воєнних дій, обстріли, ризики для життя.
- Інтеграція України до ЄС та можливість адаптації європейських стандартів.	- Зниження купівельної спроможності внутрішніх туристів через інфляцію та нестабільну економіку.
- Цифровізація та розвиток онлайн-туризму, віртуальних турів.	- Конкуренція з іншими європейськими країнами, які вже відновили туризм після COVID-19 і мають стабільні безпекові умови.
- Розвиток нішевого туризму: військовий, культурно-історичний, медичний, релігійний, агротуризм.	- Зміни у вподобаннях туристів: зростання попиту на «тихі», стабільні, екологічно чисті напрями.
- Міжнародна фінансова допомога для відновлення культурних і туристичних об'єктів.	- Поглиблення міграції кадрів з туристичної сфери за кордон через нестабільні умови праці

Джерело: складено на основі [22]

Результати проведеного SWOT-аналізу дозволяють комплексно оцінити сучасний стан туристичної галузі України та визначити ключові напрями її

подальшого розвитку. Отримані результати свідчать, що, незважаючи на значні втрати, спричинені воєнними діями, туристичний сектор зберігає вагомий потенціал для відновлення та структурної модернізації.

До основних сильних сторін туристичної галузі України належать значний природно-рекреаційний та культурно-історичний потенціал, різноманітність туристичних ресурсів, наявність об'єктів світової культурної спадщини, а також багатство національних традицій і культурної самобутності. Важливим позитивним фактором залишається високий рівень зацікавленості населення внутрішніми подорожами, що сприяє підтриманню туристичної активності навіть в умовах воєнного стану. Крім того, туристичні підприємства демонструють здатність до адаптації шляхом розроблення нових туристичних продуктів та впровадження інноваційних підходів до організації туристичної діяльності. Перспективним напрямом є також співпраця з міжнародними цифровими платформами та туристичними сервісами, що сприяє інтеграції України до глобального туристичного простору.

Водночас SWOT-аналіз виявив низку слабких сторін, які стримують розвиток галузі. Серед них – руйнування частини туристичної та транспортної інфраструктури, обмежені можливості авіасполучення, недостатній рівень інвестиційного забезпечення, а також нерівномірний розвиток туристичних територій. Окремої уваги потребують питання цифрової модернізації туристичних підприємств і посилення міжнародного маркетингового просування України як туристичної дестинації.

Аналіз зовнішнього середовища дозволив визначити значні можливості для розвитку туристичного сектору в післявоєнний період. Передусім це стосується реалізації масштабних програм відновлення інфраструктури, впровадження сучасних цифрових технологій, розвитку екологічного, культурно-пізнавального, сільського та військово-історичного туризму. Важливими факторами зростання можуть стати поглиблення європейської

інтеграції, залучення міжнародної фінансової допомоги та розширення участі України у світових туристичних ініціативах і проєктах.

Водночас туристична галузь стикається з низкою зовнішніх загроз, які можуть стримувати темпи її відновлення та розвитку. До основних із них належать тривалі безпекові ризики, економічна нестабільність, загострення конкуренції на міжнародному туристичному ринку, трансформація споживчих переваг туристів, а також невизначеність щодо строків реалізації післявоєнної відбудови країни.

Результати проведеного аналізу свідчать про наявність значного потенціалу для подальшого розвитку туристичної галузі України за умови реалізації ефективної державної політики, активного залучення інвестицій, модернізації туристичної інфраструктури та впровадження сучасних інноваційних підходів до управління. Особливої актуальності набуває формування комплексної стратегії післявоєнного розвитку туризму, яка має передбачати відновлення інфраструктурних об'єктів, цифрову трансформацію галузі, розвиток людського капіталу та поглиблення міжнародного співробітництва.

Нині міжнародний туризм в Україні перебуває на етапі масштабних трансформаційних змін. Створення нових туристичних дестинацій, підвищення рівня безпеки туристичних послуг, активне впровадження цифрових технологій та розширення міжнародного партнерства стають ключовими елементами майбутньої моделі розвитку галузі. У довгостроковій перспективі саме поєднання інноваційних підходів, принципів сталого розвитку та ефективної міжнародної співпраці здатне забезпечити зміцнення конкурентних позицій України на світовому туристичному ринку та сприяти її подальшій інтеграції до європейського туристичного простору.

3.2 Інноваційні та цифрові технології розвитку туристичної галузі України

У сучасних умовах розвитку світової економіки туристична галузь дедалі активніше залучається до процесів цифрової трансформації та впровадження принципів сталого розвитку. Глобальні виклики, зумовлені воєнними конфліктами, економічною нестабільністю та змінами у поведінці споживачів туристичних послуг, потребують переосмислення традиційних підходів до функціонування туристичного сектору. У таких умовах інновації набувають особливого значення, виступаючи одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, забезпечення відновлення галузі та її успішної інтеграції до міжнародного туристичного середовища.

Інноваційний розвиток туризму передбачає впровадження комплексу сучасних рішень, спрямованих на вдосконалення управлінських процесів, модернізацію інфраструктури, цифровізацію послуг, підвищення рівня екологічної відповідальності та персоналізацію туристичного продукту. Характерною рисою сучасного етапу розвитку туристичної галузі є зосередженість на потребах споживачів та створенні унікального туристичного досвіду. Вагоме значення у цьому процесі мають інноваційні технології, зокрема штучний інтелект, технології доповненої та віртуальної реальності (AR/VR), великі дані (Big Data), блокчейн та інші цифрові рішення, які істотно трансформують процеси планування подорожей, бронювання послуг і взаємодії туристів із туристичними продуктами. Використання таких технологій сприяє персоналізації послуг, підвищенню якості обслуговування та зростанню ефективності діяльності суб'єктів туристичного ринку [11].

Одним із найперспективніших напрямів розвитку галузі є цифровий туризм. В Україні активно впроваджуються сучасні цифрові сервіси, серед яких туристичні портали, мобільні застосунки, інтерактивні карти, електронні путівники та віртуальні екскурсії. Значна кількість туристичних об'єктів використовує системи онлайн-бронювання, електронні квитки, безконтактні

платіжні технології та чат-боти, що сприяє підвищенню доступності та якості туристичних послуг.

Важливе місце в інноваційному розвитку туризму посідає формування туристичного бренду територій. Значним кроком у цьому напрямі стало створення національного бренду Ukraine NOW, який сприяє просуванню позитивного міжнародного іміджу держави. Поряд із цим активно розвиваються регіональні бренди, орієнтовані на популяризацію локальних туристичних ресурсів та культурної спадщини. Прикладом є туристичні маршрути та гастрономічні проєкти, що формують унікальну ідентичність окремих регіонів і підвищують їхню туристичну привабливість.

Особливої актуальності в сучасних умовах набуває концепція сталого туризму, яка ґрунтується на збалансованому поєднанні економічного розвитку, раціонального використання природних ресурсів та збереження культурної спадщини. В Україні принципи сталого розвитку поступово інтегруються у туристичну діяльність Карпатського регіону, Поділля та Причорномор'я. Реалізація відповідних ініціатив спрямована на охорону природного середовища, підтримку місцевих громад, розвиток екологічно відповідального туризму та популяризацію унікальної культурної спадщини регіонів [5].

Інноваційні трансформації охоплюють також сферу управління туристичною діяльністю. Одним із перспективних підходів є формування туристичних кластерів, розвиток механізмів публічно-приватного партнерства та діяльність місцевих агентств розвитку. Такі форми взаємодії сприяють налагодженню ефективної співпраці між органами державної влади, представниками бізнесу та територіальними громадами, забезпечуючи реалізацію спільних проєктів, залучення інвестицій і більш раціональне використання туристичного потенціалу регіонів.

Суттєвий вплив на розвиток галузі має поява нових видів туризму, які відповідають сучасним вимогам споживачів і сприяють диверсифікації

туристичного продукту. Серед найбільш перспективних напрямів можна виокремити гастрономічний, медичний, аграрний, індустріальний, військово-історичний та екологічний туризм. Крім того, розвиток високотехнологічних напрямів, зокрема космічного туризму, свідчить про розширення можливостей туристичної індустрії та формування нових сегментів світового туристичного ринку.

Отже, інноваційний розвиток туристичної галузі є одним із ключових чинників підвищення її конкурентоспроможності, забезпечення стабільного функціонування та успішної адаптації до сучасних глобальних викликів. Впровадження цифрових технологій, розвиток нових видів туризму, застосування інструментів територіального брендингу та реалізація принципів сталого розвитку формують підґрунтя для модернізації туристичної сфери України та зміцнення її позицій на міжнародному туристичному ринку.

В умовах воєнного стану роль інновацій у туристичній галузі значно посилюється, оскільки вони виступають не лише засобом адаптації до кризових обставин, а й важливим інструментом післявоєнного відновлення та подальшої інтеграції України до світового туристичного простору. Особливої ваги набувають питання зміцнення інституційної спроможності суб'єктів туристичної діяльності, розвитку цифрових навичок працівників та формування сучасного кадрового потенціалу, здатного ефективно функціонувати в умовах цифрової економіки та технологічних трансформацій.

Сучасний етап розвитку туристичної галузі України супроводжується активним впровадженням цифрових технологій, які перетворилися на один із визначальних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення їхньої стійкості в умовах динамічного і нестабільного зовнішнього середовища. Цифрова трансформація сприяє вдосконаленню бізнес-процесів, покращенню якості туристичних послуг і створенню нових можливостей для розвитку туристичного сектору.

Перехід від традиційних методів просування туристичних послуг до комплексних цифрових стратегій є не лише результатом технологічного прогресу, а й необхідною умовою ефективного функціонування туристичного бізнесу. Цифровізація дозволяє підприємствам розширювати аудиторію споживачів, покращувати якість комунікації та формувати нові моделі взаємодії з клієнтами [6].

На відміну від традиційних засобів просування, таких як друковані рекламні матеріали, телевізійна реклама чи зовнішні рекламні конструкції, цифровий маркетинг забезпечує безпосередню та інтерактивну взаємодію між туристичним підприємством і споживачем. Однією з його ключових переваг є можливість двосторонньої комунікації, яка дозволяє користувачам оперативно отримувати необхідну інформацію, залишати відгуки, оцінювати якість наданих послуг та взаємодіяти з брендом через вебсайти, соціальні мережі та інші цифрові канали. Такий формат комунікації сприяє зміцненню довіри до туристичної компанії, підвищенню лояльності клієнтів і формуванню позитивної ділової репутації.

Важливою перевагою цифрових технологій також є можливість оперативного збору, обробки та аналізу інформації в режимі реального часу. Сучасні цифрові інструменти дають змогу оцінювати результативність маркетингових заходів за такими показниками, як охоплення цільової аудиторії, рівень залученості користувачів, коефіцієнт конверсії та обсяги реалізації послуг. Отримані аналітичні дані слугують основою для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, оптимізації маркетингової діяльності та своєчасного коригування стратегії розвитку підприємства.

Ефективна система цифрового маркетингу в туристичній сфері передбачає використання комплексу взаємопов'язаних інструментів та технологій. Центральним елементом такої системи виступає вебсайт підприємства, який

виконує функції представлення туристичних продуктів, комунікації зі споживачами та збору аналітичної інформації щодо поведінки користувачів [6].

Важливим складником цифрової стратегії є пошукова оптимізація (SEO), спрямована на підвищення видимості вебресурсів у пошукових системах та збільшення обсягів органічного трафіку. Значну роль також відіграє контент-маркетинг, який передбачає створення та поширення корисного інформаційного контенту, зокрема матеріалів, сформованих самими користувачами (User Generated Content), що сприяє зміцненню довіри до туристичного бренду.

Вагомого значення набуває маркетинг у соціальних мережах (SMM), який забезпечує можливість формування активної спільноти навколо бренду та ефективного просування туристичних продуктів серед цільових аудиторій. Додатковим інструментом підтримання комунікації з клієнтами залишається email-маркетинг, що дозволяє здійснювати персоналізовані інформаційні та рекламні розсилки.

Технологічною основою сучасної туристичної діяльності виступають системи електронної комерції та комп'ютеризовані системи бронювання (CRS). Застосування таких технологій сприяє автоматизації процесів продажу туристичних послуг, зниженню операційних витрат та підвищенню рівня обслуговування клієнтів. Для ефективної діяльності туристичного підприємства важливого значення набуває інтеграція систем бронювання з офіційним вебсайтом та іншими цифровими платформами. Це забезпечує оптимізацію робочих процесів, зменшує ймовірність виникнення помилок, запобігає дублюванню бронювань і гарантує своєчасне оновлення інформації щодо наявності та доступності туристичних продуктів [2].

Сучасні системи бронювання туристичних послуг можуть бути класифіковані за функціональним призначенням та масштабами діяльності. Залежно від виконуваних функцій виокремлюють інвенторні та дистрибутивні системи. Інвенторні системи використовуються постачальниками туристичних

послуг для управління власними ресурсами, зокрема контролю наявності місць у транспортних засобах, закладах розміщення чи інших об'єктах туристичної інфраструктури. Дистрибутивні системи забезпечують реалізацію туристичних продуктів через мережу посередників, об'єднуючи пропозиції різних постачальників та надаючи доступ до них туристичним агентствам і кінцевим споживачам.

За масштабом охоплення ринку системи бронювання поділяються на глобальні, національні та локальні. Глобальні дистрибутивні системи (Global Distribution Systems, GDS), такі як Amadeus, Galileo та Sabre, забезпечують інтеграцію великої кількості авіакомпаній, готельних мереж, транспортних операторів і сервісів прокату автомобілів у світовому масштабі. Національні комп'ютеризовані системи бронювання (National Computer Reservation Systems, NCRS) функціонують з урахуванням особливостей окремих країн та їхніх туристичних ринків. Локальні системи туроператорів орієнтовані на управління власними базами даних і туристичними продуктами, що дозволяє пропонувати клієнтам спеціальні умови обслуговування та конкурентні цінові пропозиції завдяки прямій співпраці з постачальниками послуг.

Ефективна система бронювання повинна поєднувати низку функціональних компонентів, серед яких управління заявками клієнтів, формування туристичних маршрутів, обробка електронних платежів, ведення клієнтської бази даних (CRM), створення аналітичної звітності та збір відгуків користувачів. Важливе значення має інтеграція таких систем у єдину цифрову екосистему підприємства, що забезпечує підвищення якості обслуговування, зміцнення довіри клієнтів та зростання обсягів реалізації туристичних послуг [11].

Незважаючи на складні соціально-економічні та безпекові виклики, туристична галузь України зберігає здатність до впровадження інновацій та ефективної адаптації до нових умов функціонування. Важливу роль у розвитку

ринку відіграють продуктивні й технологічні інновації, які сприяють підвищенню доступності туристичних послуг, покращенню якості обслуговування та розширенню можливостей для здійснення подорожей. Їх активне впровадження створює передумови для модернізації туристичної сфери та зміцнення її конкурентних позицій у сучасному середовищі.

Одним із яскравих прикладів цифрової трансформації туристичної галузі є впровадження електронної системи продажу залізничних квитків, яка суттєво спростила процес планування та організації подорожей. Використання цифрових сервісів дало змогу підвищити зручність придбання квитків, скоротити часові витрати споживачів, забезпечити оперативний доступ до інформації про маршрути та розклад руху, а також покращити загальну якість транспортного обслуговування туристів.

Позитивні результати також демонструє використання електронних туристичних путівників, інтерактивних карт та цифрових сервісів навігації в окремих регіонах України. Додаткові можливості для туристів створюють онлайн-платформи, які інтегрують функції пошуку, бронювання та придбання туристичних послуг в єдиному цифровому середовищі.

Важливим напрямом інноваційного розвитку є створення нових туристичних продуктів, орієнтованих на унікальні регіональні особливості. Прикладом такого підходу є розвиток гастрономічних маршрутів, винного туризму, етнокультурних подорожей та тематичних екскурсійних програм. Значну популярність також отримали туристичні маршрути, пов'язані з об'єктами індустриальної спадщини та історичними подіями, що дозволяє диверсифікувати національний туристичний продукт та залучати нові категорії туристів [5].

Вагоме значення для популяризації туристичного потенціалу України мають цифрові медіапроекти та сучасні маркетингові технології. Використання мультимедійного контенту, онлайн-платформ, соціальних мереж і цифрових

каналів комунікації сприяє формуванню позитивного туристичного іміджу держави, підвищенню її впізнаваності та розширенню охоплення потенційної аудиторії. Водночас розвиток екологічних маршрутів і ініціатив у сфері сталого туризму підтверджує ефективність сучасних маркетингових інструментів у просуванні регіональних туристичних продуктів, зміцненні конкурентних переваг територій та залученні нових категорій туристів.

Вплив цифрових технологій на розвиток туристичної галузі проявляється через низку взаємопов'язаних аспектів, які формують сучасні тенденції функціонування туристичного ринку та визначають перспективи його подальшої трансформації.

Передусім важливим є інформаційний аспект, оскільки туристичний продукт належить до категорії послуг, вибір яких значною мірою залежить від обсягу, достовірності та доступності інформації. Саме якість інформаційного забезпечення впливає на прийняття рішень потенційними туристами та формує рівень довіри до туристичних підприємств.

Не менш важливим є аналітичний аспект цифровізації. Новітні інформаційні технології дозволяють оперативно відстежувати зміни споживчих уподобань, аналізувати ринкові тенденції та прогнозувати попит на туристичні послуги. Завдяки використанню цифрових аналітичних інструментів туристичні компанії отримують можливість своєчасно адаптувати власні пропозиції до потреб цільової аудиторії та підвищувати ефективність маркетингової діяльності.

Однією з характерних тенденцій розвитку сучасного туристичного ринку є зростання попиту на персоналізовані туристичні продукти та послуги. У цьому контексті цифрові технології відкривають широкі можливості для індивідуалізації туристичного обслуговування, надаючи споживачам можливість самостійно конструювати маршрути подорожей, обирати окремі складові туристичного продукту та адаптувати їх відповідно до власних потреб,

інтересів і вподобань. Такий підхід сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів, покращенню якості туристичного досвіду та зміцненню конкурентних переваг туристичних підприємств.

Окрему роль відіграє інтерактивність цифрових сервісів. Поєднання реальних подорожей із цифровими технологіями створює новий формат туристичного досвіду, який характеризується високим рівнем залучення користувача. Використання мультимедійного контенту, технологій віртуальної та доповненої реальності, інтерактивних карт і мобільних застосунків сприяє формуванню більш насиченого та персоналізованого туристичного досвіду [6].

Повномасштабна військова агресія російської федерації суттєво трансформувала соціально-економічний простір України та вплинула на функціонування туристичної галузі. Водночас після завершення воєнних дій відкриваються нові можливості для розвитку туристичного сектору. Перспективним напрямом може стати формування нових туристичних дестинацій, пов'язаних із подіями російсько-української війни, зокрема меморіальних комплексів, історико-пізнавальних маршрутів та об'єктів військово-історичної спадщини. Ефективне просування таких туристичних продуктів потребуватиме активного використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, цифрових платформ та інструментів онлайн-маркетингу.

Таким чином, інноваційний розвиток виступає одним із ключових стратегічних напрямів модернізації туристичної галузі України. Використання цифрових технологій забезпечує підвищення ефективності управління, покращення якості туристичних послуг та зміцнення конкурентних позицій підприємств на внутрішньому й міжнародному ринках. Важливе значення мають процеси автоматизації бізнес-процесів, впровадження систем штучного інтелекту, цифрової аналітики та сучасних інформаційних платформ, які дозволяють підвищувати стійкість туристичного бізнесу до зовнішніх викликів.

У перспективі саме інноваційні цифрові рішення можуть стати основою відновлення та подальшого розвитку туристичної галузі України. Їх впровадження сприятиме формуванню сучасного, конкурентоспроможного туристичного середовища, розширенню міжнародних туристичних потоків та створенню якісно нового туристичного досвіду, що відповідатиме світовим стандартам обслуговування та очікуванням сучасних споживачів.

Висновки до розділу

У третьому розділі було розглянуто перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні в контексті післявоєнного відновлення та досліджено значення інноваційних і цифрових технологій для модернізації туристичної галузі. Результати проведеного аналізу дали змогу визначити пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності національного туристичного ринку, а також окреслити стратегічні підходи та механізми забезпечення його подальшого сталого розвитку.

Встановлено, що післявоєнне відновлення туристичної сфери повинно базуватися на комплексному підході, який поєднує модернізацію інфраструктури, підвищення рівня безпеки, розвиток людського капіталу, залучення інвестицій та активне впровадження інноваційних технологій. Значний потенціал для зростання мають культурно-пізнавальний, екологічний, гастрономічний, військово-історичний та меморіальний види туризму, які можуть стати важливими складовими формування нового туристичного іміджу України на міжнародному рівні.

Доведено, що важливим чинником відновлення туристичної галузі є розвиток сучасних туристичних дестинацій, орієнтованих на принципи сталого розвитку, інклюзивності та ефективної взаємодії між бізнесом, органами влади й місцевими громадами. Формування конкурентоспроможного туристичного

продукту потребує комплексного використання природно-рекреаційного, історико-культурного та соціального потенціалу регіонів України.

Особливу увагу приділено інноваційним підходам до розвитку туризму. Встановлено, що цифровізація стала одним із ключових інструментів підвищення ефективності туристичної діяльності. Використання цифрових платформ, систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків, технологій штучного інтелекту, великих масивів даних, віртуальної та доповненої реальності сприяє покращенню якості туристичних послуг, персоналізації туристичного продукту та розширенню можливостей комунікації зі споживачами.

Дослідження показало, що цифровий маркетинг набуває стратегічного значення для просування туристичних дестинацій і підприємств. Використання інструментів SEO-оптимізації, контент-маркетингу, соціальних мереж, електронної комерції та сучасних систем бронювання забезпечує підвищення впізнаваності туристичного бренду, залучення нових клієнтів та зміцнення позицій на міжнародному ринку туристичних послуг.

Визначено, що важливою умовою успішного розвитку туристичної галузі є впровадження інноваційних організаційно-управлінських моделей, зокрема туристичних кластерів, публічно-приватного партнерства та міжсекторальної співпраці. Такі механізми сприяють ефективному використанню ресурсів, посиленню регіонального розвитку та забезпеченню сталого функціонування туристичної індустрії.

Отже, перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні безпосередньо пов'язані з реалізацією комплексної стратегії післявоєнного відновлення, що передбачає поєднання інноваційних рішень, цифрових технологій, інвестиційної підтримки та міжнародного співробітництва. Використання сучасних цифрових інструментів і впровадження інноваційних підходів створюють необхідні передумови для формування

конкурентоспроможної туристичної галузі, інтегрованої до європейського та світового туристичного простору, що сприятиме економічному розвитку України та зміцненню її міжнародного іміджу.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі досліджено теоретичні, практичні та стратегічні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах сучасних глобальних викликів і післявоєнного відновлення. Проведене дослідження дозволило комплексно проаналізувати особливості функціонування туристичного ринку, визначити основні тенденції його розвитку, оцінити вплив цифрової трансформації на туристичну діяльність та окреслити перспективні напрями модернізації галузі.

У процесі дослідження встановлено, що міжнародний туризм є важливою складовою світової економіки та виконує не лише рекреаційну, а й соціально-економічну, культурну та інтеграційну функції. Туристичний ринок являє собою складну систему взаємодії між виробниками та споживачами туристичних послуг, діяльність якої ґрунтується на механізмах попиту та пропозиції. Сучасний міжнародний туризм характеризується високим рівнем динамічності, диверсифікацією туристичних продуктів, розвитком нових видів туризму та активним впровадженням інноваційних технологій.

Дослідження сучасного стану туристичної галузі України засвідчило, що внаслідок пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення російської федерації туристичний сектор зазнав значних втрат. Водночас галузь продемонструвала здатність до адаптації та поступового відновлення. Визначено, що основним чинником стабілізації туристичного ринку став розвиток внутрішнього туризму, який забезпечив підтримання економічної активності у багатьох регіонах країни. Особливого значення набули культурно-пізнавальний, гастрономічний, екологічний, волонтерський та військово-історичний види туризму.

Встановлено, що цифровізація є одним із ключових факторів модернізації туристичної галузі. Використання цифрових платформ, систем онлайн-бронювання, мобільних застосунків, технологій штучного інтелекту,

віртуальної та доповненої реальності сприяє підвищенню якості туристичних послуг, оптимізації бізнес-процесів та розширенню можливостей взаємодії між туристичними підприємствами і споживачами. Цифровий маркетинг, аналітичні інструменти та електронна комерція формують нові підходи до просування туристичних продуктів і підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

Проведений SWOT-аналіз туристичної галузі України дозволив виявити її основні сильні та слабкі сторони, а також визначити перспективні можливості та потенційні загрози розвитку. До ключових переваг належать значний природно-рекреаційний потенціал, багата культурно-історична спадщина, розвиток внутрішнього туризму та поступова цифрова трансформація галузі. Водночас основними проблемами залишаються наслідки воєнних дій, пошкодження інфраструктури, обмежені інвестиційні ресурси та високий рівень безпекових ризиків.

Доведено, що післявоєнне відновлення туристичної галузі має здійснюватися на засадах сталого розвитку, інноваційності та цифрової трансформації. Перспективними напрямками розвитку є модернізація туристичної інфраструктури, впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, формування конкурентоспроможних туристичних дестинацій, розвиток туристичних кластерів та поглиблення міжнародного співробітництва. Важливу роль у цьому процесі відіграватимуть державна підтримка, залучення міжнародних інвестицій та інтеграція України до європейського туристичного простору.

У результаті проведеного дослідження підтверджено, що туристична галузь України має значний потенціал для відновлення та подальшого розвитку. Поєднання інноваційних технологій, ефективного державного регулювання, цифрових інструментів управління та сучасних підходів до формування туристичного продукту створює передумови для підвищення

конкурентоспроможності України на міжнародному туристичному ринку. Реалізація визначених стратегічних напрямів сприятиме не лише відновленню туристичної сфери, а й забезпеченню сталого соціально-економічного розвитку держави, зміцненню її міжнародного іміджу та інтеграції у світовий туристичний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туристична діяльність в Україні.
URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm
2. Семів С. Р. Гуманітарні інновації економіки підприємств сфери послуг / С. Р. Семів, П. О. Куцик, Б. М. Шевчик. Економіка та суспільство. 2024. № 64. С. 86-95.
3. Семів С. Р. Інноваційні механізми підвищення економічної ефективності діяльності кооперативних підприємств на ринку товарів та послуг / С. Р. Семів, Б. М. Шевчик // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2024. Вип. 41. С. 86-95.
4. Ковальчук С.В., Миколишина В.В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. Вісник Хмельницького національного університету. 2011, № 6, Т. 4. С. 60-65.
5. Аврята А.В. Розвиток туристичного ринку в Україні в умовах цифрової трансформації та глобалізації. <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17419709616410.pdf>
6. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму. Наукові записки. 2010. №2. С.15-18.
7. Бригілевич Г.М. Міжнародний туризм як інструмент підвищення ефективності функціонування економіки: досвід країн ЄС Наукові перспективи № 6(24) 2022. С. 253–262.
8. Звіти Державної служби статистики України.
URL: <https://ukrstat.gov.ua>
9. Дані UNWTO (World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org>
10. Худавердієва В.А. Тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму. Наука і техніка сьогодні. 2022. № 10(10). С. 158–171.

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10\(10\)-158-171](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-10(10)-158-171)

11. Горіна Г., Черевата А. Сталий розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління. Торгівля і ринок України. 2023. № 1(53). С. 52–63. URL: <http://torgivlya.donnuet.edu.ua>

12. Литвин О.В. Міжнародний туризм в сучасних умовах кризи і соціально-економічних потрясінь. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. С.35–40.

13. Олійник, А., Діченко, Д. Туристичний ринок України: аналіз, виклики та можливості. Економіка та суспільство, 2023. (50). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>

14. Павлішина Н.М., Харін А.В. Інновації в епоху цифровізації. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 1(84). С. 179–187. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.1.24>

15. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

16. Дунська А.Р., Чорна К.В. Формування сучасної стратегії просування підприємства на міжнародному ринку в умовах цифрової трансформації. Вісник ХНТУ. 2022. № 4(83). С. 89–96. URL: https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/13/12

17. 1,255 cultural heritage sites damaged in Ukraine due to russian aggression as of December 31, 2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/en/news/1255-cultural-heritage-sites-damaged-in-ukraine-due-to-russian-aggression-as-of-december-31-2024/>

18. Кирилюк І. М., Чвертко Л. А. Безпекові аспекти розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2021. Вип 17. Т. 2. С. 178–189. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.17.178-189>.

19. Якименко-Терещенко Н., Корюгін А., Бикова М. Перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії туризму і гостинності

в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 35. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-40>.

20. Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol. 3, No. 2. P. 56-68. DOI: 10.46299/j.isjmef.20240302.06.

21. Ofitsiinyi sait Derzhkomstatu Ukrainy [Ofitsiinyi sait Derzhkomstatu Ukrainy]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

22. Doran, G. T. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. Management Review, 1981, Volume 70, Issue 11(AMA FORUM), pp. 35-36.

23. Про електронні комунікації: Закон України від 12.01.2021 р. № 3014. Редакція від 29.07.2023, підстава - 3245-IX. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68059

24. Про національну програму інформатизації: Закон України від 01.12.2022 р. № 2807-IX. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/TM002768.html

25. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. Економіка та суспільство. № 39 (2022). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/39>.

26. Ukraine has lost almost US\$20 billion in culture and tourism sectors due to war. URL: <https://www.pravda.com.ua/eng/news/2024/02/29/7444335/>

27. UNWTO – UNWTO world tourism barometr. 2025. URL: www.unwto.org/unwto-world-tourismbarometer-data

28. Про інформацію: Закон України 2 жовтня 1992 року. № 2657-XII. Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. Ст. 650. Редакція від 27.07.2023, підстава - 3005-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

29. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Редакція від 01.04.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

30. Кудріна О.Ю. Регулювання розвитку ІТ-сфери в Україні як мегатренд інтеграції цифрових технологій і бізнес-процесів. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2023. Вип. 67. С. 15–23. DOI <https://doi.org/10.24025/2306-4420.67.2022.278791>
31. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/temnyk.htm
32. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: схвал. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
33. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: кол. монографія / за ред. проф. Л.Ю. Матвійчук, проф. Ю.М. Барського, доц. М.І Лепкого. Видання восьме. Луцьк : ІВВ ЛНТУ, 2022. 340 с.
34. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму : [монографія / за ред. Н. Г. Ничкало]. К. : Видавничий Дім «Слово», 2004. 472 с.