МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ **Дудник І.М.**
«____»_____2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Тема:

ВПЛИВ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ЧИННИКА НА РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 **Назарова Софія Юріївна**

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____**Дудник І.М**

«____»_____2023 р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ
ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ
Назарової Софії Юріївни
(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Вплив геополітичного чинника на ринок туристичних послуг України» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «27» березня 2023 р.

2. Термін виконання роботи: з «29» травня 2023 р. по «25» червня 2023 р.

3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані офіційної статистики України, статті зі спеціалізованих періодичних видань, наукові видання.

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження впливу геополітичного чинника на розвиток ринку туристичних послуг

РОЗДІЛ 2. Сучасний стан та загальна оцінка туристичного ринку України

РОЗДІЛ 3. Функціонування туристичного ринку України в контексті геополітичної ситуації

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Перелік обов’язкового ілюстративного матеріалу: Рис. 1.1. Туристичні регіони світу, Таблиця 1.1. Визначення терміну «геополітика», Таблиця 1.2. Види впливу геополітичного чинника на розвиток туризму, Таблиця 2.1. Структура та види туризму в Україні за 2018 – 2021рр., Таблиця 2.2. Зміни в структурі та видів туризму в Україні за 2018 – 2021 рр., Таблиця 2.3. ТОП – 14

країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну у період з 2018 – 2021 рр., Таблиця 2.4. Доходи від туристичної діяльності за період 2018 – 2021рр.,

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	20.03 - 29.05 2023 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об’єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	29.05 – 31.05 2023 р.	Виконано
3.	Проаналізувати теоретичні основи дослідження впливу геополітичного чинника на розвиток ринку туристичних послуг. Написати перший розділ.	31.05 - 08.06 2023 р.	Виконано
4.	Розкрити сучасний стан та загальну оцінку туристичного ринку України Написати другий розділ роботи.	09.06 - 13.06 2023 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи функціонування туристичного ринку України в контексті геополітичної ситуації. Написати третій розділ роботи та висновки	14.06 - 19.06 2023 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	20.06 - 22.06 2023 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	22.06 - 23.06 2023 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	23.06 - 25.06 2023 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

7. Дата видачі завдання: «23» червня 2023 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Борисюк О.А.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Назарова С.Ю.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Вплив геополітичного чинника на ринок туристичних послуг України»: 60 сторінок, 1 рисунок, 6 таблиць, 41 використаних літературних джерел.

Об'єкт дослідження – ринок туристичних послуг.

Предмет дослідження – вплив геополітичних факторів на розвиток ринку туристичних послуг.

Мета дослідження – визначення впливу ключових геополітичних факторів на розвиток ринку туристичних послуг.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

– З'ясувати сутність понять «геополітика» та «геополітичні фактори»;

– Проаналізувати особливості сучасної світової геополітичної ситуації та положення України в геополітичному просторі;

– Визначити особливості впливу геополітичних чинників на туристичні регіони світу;

– Дослідити вплив великих терористичних актів на світовий туризм;

– Вивчити досвід успішної туристичної діяльності в країнах з нестабільною геополітичною ситуацією;

– Розробити комплекс заходів, необхідних для ефективного розвитку українського туризму в умовах військового конфлікту.

Методи дослідження. Теоретична та методологічна база проведеної роботи ґрунтується на дослідженнях зарубіжних та вітчизняних авторів, фахівців у галузі економіки, туризму, географії, міжнародних відносин. У процесі підготовки даної роботи було вивчено велику кількість джерел інформації, які відповідають цілям та завданням дослідження.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси туристичних сайтів, наукові видання, навчальні посібники.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні найновіших статистичних, теоретичних та практичних даних офіційних іноземних джерел, дослідженні національної туристичної системи України, її компонентів, особливостей, проблем та перспектив розвитку у післявоєнний час. Статистичні дані та таблиці можна використовувати як навчальний матеріал.

ГЕОПОЛІТИКА, ГЕОПОЛІТИЧНИЙ ЧИННИК, ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК, ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

ЗМІСТ

ВСТУП 7

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ЧИННИКА НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 9

1.1. Основні поняття, суть і особливості ринку туристичних полуг..... **9**

1.2. Сутність понять «геополітика» та «геополітичний чинник» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених 13

1.3. Особливості сучасної геополітичної ситуації в світі 18

1.4. Вплив геополітичної ситуації на туристичний ринок……...22

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 29

2.1. Передумови та чинники розвитку туризму в Україні 29

2.2. Сучасний стан і динаміка розвитку туризму в Україні 32

2.3. Особливості туризму України в умовах воєнного стану 39

РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ 43

3.1.Досвід успішного розвитку туризму країн світу в умовах геополітичної нестабільності..... 43

3.2. Перспективи розвитку туризму України у післявоєнний період……48

ВИСНОВКИ 56

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 58

ВСТУП

Актуальність теми. Як глобальне явище, туризм дедалі більше перетворюється на геополітичне явище, про що свідчить той факт, що міжнародні туристичні потоки вийшли за межі суто економічної сфери в безпрецедентних масштабах. Сучасні перспективи подальшого розвитку туризму пов’язані не лише з демографічними та технологічними змінами, а й із глобальними політичними змінами та очікуваними тенденціями розвитку світового політичного простору, які надзвичайно сильно впливають на туризм. Водночас залишаються малодослідженими такі питання, як подальший розвиток світового ринку туристичних послуг та вплив на нього глобальних політичних змін. Геополітичний ландшафт сучасного світу швидко змінюється. Ці зміни чітко відображені в індустрії туризму, яка є вразливою до таких змін. Постійний моніторинг та аналіз геополітичних трендів є важливим, оскільки різка негативна зміна світової геополітичної ситуації може повністю знищити туризм у тій чи іншій країні. Питання впливу геополітичних факторів на розвиток туризму є особливо актуальним для сучасної України.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг.

Предметом дослідження є вплив геополітичних факторів на розвиток ринку туристичних послуг.

Метою даної роботи є визначення впливу ключових геополітичних факторів на розвиток ринку туристичних послуг.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- З’ясувати сутність понять «геополітика» та «геополітичні фактори»;
- Проаналізувати особливості сучасної світової геополітичної ситуації та положення України в геополітичному просторі;
- Визначити особливості впливу геополітичних чинників на туристичні регіони світу;

- Дослідити вплив великих терористичних актів на світовий туризм;
- Вивчити досвід успішної туристичної діяльності в країнах з нестабільною геополітичною ситуацією;
- Розробити комплекс заходів, необхідних для ефективного розвитку українського туризму в умовах військового конфлікту.

Теоретичні основи даної роботи можуть бути використані при розробці навчальної програми «Геополітика», «Геополітика і туризм», «Міжнародний туризм», «Економіка міжнародного туризму», «Політика».

Методи дослідження. Теоретична та методологічна база проведеної роботи ґрунтується на дослідженнях зарубіжних та вітчизняних авторів, фахівців у галузі економіки, туризму, географії, міжнародних відносин. У процесі підготовки даної роботи було вивчено велику кількість джерел інформації, які відповідають цілям та завданням дослідження.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ЧИННИКА НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Основні поняття, суть і особливості ринку туристичних послуг

Ринок - це система економічних відносин з актом купівлі-продажу. Ринки визначають суспільне значення окремих товарів чи послуг, а також суспільно необхідні витрати праці на їх виробництво. Ринки формують і обслуговують економічні інтереси покупців і продавців.

Туристичний ринок - це сфера, яка задовольняє потреби людей в послугах, пов'язаних з розвагами, змістовним дозвіллям або оздоровленням [1].

Предметом обміну на туристичному ринку є туристичні послуги. Тому ринок туристичних послуг можна визначити як сукупність обмінних відносин послуг між продавцями та установами, які надають туристичні послуги (заявки) туристам, і споживачам та установами, які купують ці послуги. При цьому визначають об'єкт туристичного попиту (представницького попиту) [2].

У науковій літературі туристичні послуги визначають як будь-яку суспільно корисну діяльність, спрямовану на задоволення матеріальних (наприклад, харчування та розміщення), нематеріальних (духовних, релігійних або культурно-оздоровчих) потреб людини у подорожах.

Згідно з іншим визначенням, туристичні послуги – це нематеріальні продукти людської праці, які виникають у процесі виробництва внаслідок їх впливу на структуру об’єкта, внаслідок використання їх потенціалу для задоволення потреб людини, під час і після подорожей, а також туризму. період способу життя [3].

Виходячи з основної мети подорожі, туризмом називають комплекс різноманітних послуг (проживання, харчування, транспортні послуги, сімейні,

туристичні, екскурсійні та ін.), що надаються за певним маршрутом протягом певного періоду часу [4].

Окрім послуг, туристи можуть придбати туристичні товари. Сукупність туристичних послуг і товарів утворює поняття «туристичний продукт». Туристичні продукти включають:

- тури, організовані за призначенням;
- різні види туристично-екскурсійних послуг;
- сувеніри.

Іншою характеристикою туристичного ринку є існування суб'єктів, тобто юридичних і фізичних осіб, які є як виробниками, так і споживачами туристичних послуг. Можна виділити чотирьох основних акторів туристичного ринку:

- туроператори;
- туристичні агентства,
- виробники туристичних послуг;
- Споживачі (відвідувачі).

За державною ознакою туристичні ринки поділяють на *національний т*уристичний ринок та міжнародний туристичний ринок. Формування національного туристичного ринку обумовлене дією внутрішніх та зовнішніх чинників. До внутрішніх чинників відносяться наступні:

1. ***рівень соціально-економічного розвитку:***
   - науково-технічний прогрес;
   - історичні чинники формування економіки;
   - рівень розвитку галузей виробництва;
   - рівень розвитку транспорту та транспортної мережі;
   - демографічна ситуація і структура населення;
   - характер міграційних процесів;
   - особливості зайнятості.

2. якість життя населення:	- умови життя (екологічні, житлово-побутові, соціально-культурні); - рівень життя (рівень прибутків, заощаджень тощо).
3. соціально-політична ситуація	- суспільний устрій; - правове забезпечення соціальних та економічних свобод; - розвиток громадсько-політичного життя; - рівень розвитку інформаційної сфери та ЗМІ.

До зовнішніх факторів формування та функціонування національного ринку туристичних послуг належать:

- економічна та політична стабільність країни;

- участь держави в міжнародних організаціях;

- характер міжнародних відносин;

- ступінь інтегрованості у світову економічну систему.

Зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туристичні ринки через зміни в політиці, законах і постановах; технологічні зміни; розвиток торгівлі; транспортну інфраструктуру та безпеку подорожей [5].

Зовнішні фактори включають регіональне географічне розташування, політичні відносини між країнами, міжнародний поділ праці, міжнародні ринки та рівень цін у різних країнах.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. До них відносяться фізико-географічні особливості та кліматичні умови країни, наявність і якість природних ресурсів і легкість їх використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; соціальний устрій, рівень продуктивного розвитку, демографічна структура та добробут. Рівень; Можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок державних і громадських організацій, підприємств і установ; Інфраструктура туризму, стан розвитку транспортної мережі, соціальний рівень життя, освітній і культурний рівень населення. З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та

соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни).

З точки зору механізму впливу на розвиток туристичного ринку можна виділити об'єктивні чинники, що сформовані суспільно-історичним розвитком, і чинники, що цілеспрямовано регулюють туристичну діяльність, — перший тип факторів. група. До другої категорії належать національні туристичні політики, наявність і зміст туристичного законодавства, соціальна туристична освіта тощо [6].

Крім того, фактори, що впливають на розвиток ринку туристичних послуг, можна розділити на статичні та динамічні категорії.

Статика має постійне значення з часом (фізичний клімат, географічні, культурні та історичні фактори). До динамічних факторів належать:

- населення (загальне зростання чисельності населення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок зменшення кількості сільських жителів, зміна вікової структури населення (збільшення середньої тривалості життя населення) в багато країн, що призводить до збільшення кількості людей, які мають вільний час і засоби, що дозволяє їм подорожувати за кордон);

- соціальні (підвищення добробуту населення розвинутих країн, які активно беруть участь у туристичному обміні, збільшення оплачуваної відпустки та скороченого робочого тижня, збільшення кількості працюючих жінок та збільшення доходу на сім'ю (домогосподарство), збільшення частки одиноких осіб, затримка шлюбу та освіти Тенденції в сім'ях, стрімке зростання кількості бездітних пар серед населення, зменшення імміграційних обмежень, ранній вихід на пенсію, підвищення обізнаності про можливості подорожей.)

- економіка (включаючи зміни в структурі споживання товарів і послуг, збільшення частки різноманітних послуг у споживчому кошику населення, в тому числі туристів); іноземні культурні цінності);

- науково-технічний прогрес (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму);

- міжнародні фактори (пом’якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу.

1.2. Сутність понять «геополітика» та «геополітичний чинник» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених

Виникнення та розвиток геополітики як науки можна пов'язати з іменами та науковими досягненнями Миколи Данилевського, Фрідріха Ратцеля, Альфреда Меллена, Халфорда Маккіндера, Рудольфа Челлена, Карла Хаусхофера та Петра Савицького. Такі політики та вчені, як Ніколас Спікман, Сол Коен, Джозеф Най, П'єр Галуа, Мануель Валлерстайн, Семюел Хантінгтон, Збігнєв Бжезинський, Сергій Бабурін та Микола Доністрінський не були важливими для розвитку геополітики [7].

Найважливішим дослідженням, що підкреслює важливість геополітичного впливу на розвиток міжнародного туризму, є дослідження Лінди Ріхтер, професора політології Канзаського університету. Вона була однією з перших, хто зосередився на розумінні міжнародного туризму як фактору міжнародної політичної взаємодії та геополітичних впливів. У низці публікацій Ріхтер продемонстрував корисність політологічних досліджень політичних аспектів туризму і показав процес політизації розвитку туризму на прикладах країн Азії.

Для того, щоб чітко визначити важливість геополітичних чинників у розвитку туризму та підкреслити дуже тісний зв'язок між зміною

геополітичної ситуації у світі та розвитком туристичної галузі, необхідно зрозуміти, що таке "геополітика".

Термін «геополітика» був вперше введений Рудольфом Шелленом у 1899 році і означав вивчення держав як географічних об'єктів або просторових явищ, таких як країни, території та регіони.

Геополітика розглядає держави не як статичні та постійні утворення, а як динамічні та живі суб'єкти. Саме такий підхід демонстрував німецький теоретик Фрідріх Ратцель (1844-1904). Геополітика вивчає держави насамперед у зв'язку з їхнім оточенням - простором - і має на меті вирішувати проблеми, що виникають через просторові відносини. За словами Ратцеля, на відміну від політичної географії, геополітика не займається такими питаннями, як розташування, форма, розмір, кордони, економіка, торгівля і культура держав. Політична географія, як правило, обмежується описом статичного стану держави, але може також включати динаміку минулих подій.

Існують й інші визначення терміну "геополітика" (див. табл.1.1.).

Таблиця 1.1.

Визначення терміну «геополітика»

№ з/п	Автор	Визначення терміну
1	*А*. Шліффен [8]	Наука, що вивчає організаційні та функціональні закономірності геополітичного простору і політичних сфер, взаємозв'язки між просторово-географічними одиницями (країнами, регіонами, континентами), а також глобальні географічні, політичні, економічні та інші процеси в контексті дизайну. Використання стратегічного потенціалу держав, управління геополітичними факторами/процесами тощо.
2	В.Блаш [9]	Наука, що вивчає діяльність акторів міжнародних відносин у контексті всіх зовнішніх і внутрішніх чинників, які дозволяють їм контролювати простір з метою реалізації своїх інтересів.
3	Жана Тіріара [10]	Наука про багаторівневу політику держав та інших суб'єктів, що вивчає потенціал активного використання просторових даних для забезпечення військової, політичної, культурної, інформаційної, економічної та екологічної безпеки.

Джерело: складено на основі [8, 9, 10]

Підсумовуючи, «геополітика» – це наука, яка пояснює, як використовувати свою територію для досягнення своїх цілей.

Дії країн світу призводять до зміни глобальної геополітичної ситуації. А ці зміни, у свою чергу, відображаються на тому, як працює індустрія туризму.

Геополітичні фактори - це сукупність географічних параметрів, які визначають відповідний напрям політики держави та забезпечують її життєво важливі інтереси на певному етапі розвитку.

Геополітичні чинники, що впливають на сучасне і перспективне становище держави у світовій системі міжнародних відносин і на розвиток самої системи, можуть проявлятися по-різному. По-перше, вони можуть сприяти стабілізації ситуації у разі посилення міжнародної співпраці та взаємодії. Держави, які перебувають у схожих геополітичних умовах, мають схожі або близькі національні інтереси, що зумовлює посилення їхнього співробітництва, у тому числі у сфері зміцнення військової безпеки. Така співпраця, реалізована на колективній основі, сприяє сталому розвитку як на регіональному, так і на глобальному рівнях.

По-друге, геополітичні фактори можуть призвести до конкуренції між державами. Важливу роль у цьому процесі відіграють територіальні аргументи, геополітичні протиріччя, прагнення поставити іншу державу в невигідні умови на міжнародній арені. Такі дії та ситуації можуть спричинити стан протистояння та мати дестабілізуючий вплив на регіональні та світові процеси [11].

Геополітичний фактор у туризмі - це вплив певних політичних подій (війни, перевороти, теракти) на туризм. Негативні дії держав, такі як агресія, запровадження санкцій, посилення візового режиму, політичні перевороти та терористичні дії терористичних організацій негайно відображаються на туризмі. Це призводить до зменшення туристичних потоків і великих збитків. Крім того, певні геополітичні фактори, такі як військовий конфлікт чи анексія

національної території, можуть повністю знищити туристичну інфраструктуру та зробити певну частину країни придатною для туристичних цілей тощо [12].

Геополітика в сучасну епоху - одне з базових понять теорії міжнародних відносин, що характеризує положення держав або блоків держав по відношенню до розташування територіально-просторових об'єктів, конкретно-історичних форм і регіональних, континентальних і глобальних міжнародних процесів. Територіально-просторові ознаки включають площу території, довжину державних кордонів, клімат, топографію, флору і фауну, гідрологічні особливості тощо. Геополітику зазвичай визначають як теорію, яка обґрунтовує і практикує підхід до державної політики, що характеризується геополітичними, економічними, політичними, військовими та іншими факторами, спрямованими на забезпечення життєво важливих інтересів країни [13].

З геополітичної точки зору, відносини між державами визначаються національними інтересами. Національні інтереси розглядають питання державної та геополітичної безпеки через їх цілі та завдання, які представлені як різноманітні потреби окремих осіб та суспільства і держави в цілому. Як зазначає Н.Р. Нижник [14], вони забезпечують виживання, прогресивний розвиток і, певною мірою, соціальне та національне лідерство орієнтовані.

Закон України "Про основи національної безпеки України [15] визначає національні інтереси як матеріальні, інтелектуальні і духовні ключові цінності Українського народу, який є носієм суверенітету і єдиним джерелом влади, визначальні потреби суспільства і держави, реалізація яких гарантує національний суверенітет України та її розвиток.

Таким чином, процеси, що відбуваються в різних частинах світу, можуть безпосередньо впливати на стан національної безпеки України, її можливості та перспективи розвитку, а отже, впливати на розуміння та визначення її національних інтересів.

Тому геополітика є частиною міжнародної безпеки, концепція якої ґрунтується на визнанні єдності та взаємозв’язку світу, пріоритету

загальнолюдських цінностей над класовими та вузькоегоїстичними національними цінностями, свободи та поваги до соц. -економічний вибір націй, верховенство права в політиці [16].

Геополітичне положення України перетворює її на своєрідний геополітичний центр, державу, яка виконує комунікативні функції між двома регіональними системами, державу, як визначає З. Бжезінський, «значення якої полягає не в її силі чи мотиваціях, а перш за все насамперед місце його розташування», геополітичний центр, який може стати захистом для держави, що є життєво важливим на геополітичній арені. Геополітичний центр має функції території проміжного положення, і цю геополітичну ситуацію, пасивну за своєю природою, необхідно активізувати у власних інтересах. Це головне завдання для української геостратегії безпеки [17].

За таких умов, як вважає український учений В. Манжола [18], «концепція рівноправної близькості, суть якої полягає в розвитку поглибленої співпраці одночасно з усіма провідними міжнародними учасниками регіону, у прагненні налагодити відносини своєрідне або стратегічне партнерство, має стати важливим елементом зовнішньополітичної стратегії України».

Ще одне поняття, що пов’язане з геополітикою є «геополітична безпека». Геополітична безпека розуміється як: [19]:

• стан захищеності від викликів, ризиків, небезпек і загроз;

• стан сталого існування (розвитку) об'єкта, коли ймовірність небажаної зміни будь-яких параметрів (характеристик) його життєдіяльності не велика.

Геополітичний вимір безпеки в умовах формування нового світового порядку можна визначити як систему співвідношення між географічним положенням держави, її національним потенціалом і зовнішньоекономічною політикою.

Ці три складові, враховуючи їх тісний взаємозв’язок і взаємообумовленість, визначають у цілому позицію держави на міжнародній арені та сприйняття її світовим об’єднанням. Крім того, формування системи

безпеки будь-якої держави відбувається на трьох рівнях – національному (на території країни), регіональному (між державами) і глобальному (світ).

1.3. Особливості сучасної геополітичної ситуації в світі

Поширення процесу глобалізації та фактичний злам біполярної системи надає нам підстави говорити про те, що сьогодні сформувалась багатополярна модель світового устрою [20]. Разом з тим, переважна більшість науковців та провідних експертів схиляються до думки, що першість на світовій геополітичній арені утримують США.

З одного боку, можна з цим погодитись, адже, дійсно, США з кінця 80-х років XX ст. домінують і в економічній, і в політичній сферах. Протягом лише одного сторіччя, під впливом внутрішніх змін та динамічного розвитку міжнародних подій, США з держави, відносно ізольованої, трансформувалися в державу світового масштабу, передову та глобальну. З іншого ж боку, на геополітичній карті світу з'явилися такі гравці, як КНР, ЄС, Росія та інші.

Тож ми бачимо, що однополюсний світ не може існувати надто довго, обов'язково виникають нові центри сили. При цьому інтернаціоналізація світового господарства робить світ більш однорідним, космополітичним, породжуючи одночасно й жорстку реакцію у вигляді націоналізму, сепаратизму, увиразнюючи таким чином цивілізаційні й культурні відмінності між країнами та регіонами.

Шведський політолог Йохан Галтунг висунув цікаву гіпотезу про «сім паралелей однополярного світового простору», виділивши сім центрів, що можуть претендувати на глобальну гегемонію:

– США з гегемонією у Західній півкулі та на Середньому Сході й намаганням бути гегемоном гегемонів;

– ЄС, який грає на протистоянні Росія – Туреччина;

– Росія з СНД та, можливо, з православно – слов'янськими державами Центральної Європи;

– Туреччина з більш світськими мусульманськими державами;

– Індія та індуїстські держави;

– Китай — поширення впливу, як результат «прихованого капіталізму»;

– Японія, якій забракне лише економічного лідерства.

Незважаючи на свою послаблену державність та економічні негаразди, Росія також вважається геостратегічним агентом. Разом із найбільш дієвим інструментом з реалізації своєї зовнішньої політики — енергетичним чинником — Росія активно послуговується і військовим потенціалом, як засобом тиску або агресії на інші (в т. ч. пострадянські) країни.

Зараз ми бачимо і стрімкий економічний ріст Китаю. За словами самих китайців, XXI століття — століття китайської цивілізації, що за своїми основними характеристиками, насамперед гуманістичними, має перевагу над усіма іншими цивілізаціями. І це гарантуватиме тріумф Китаю в третьому тисячолітті. Помітні досягнення Китаю і у військовій галузі. Сучасний Китай — це ядерна наддержава з міцним економічним потенціалом. Свого часу Наполеон Бонапарт так казав про Китай: «Там розлягається гігант. Коли він прокинеться, то приголомшить світ». При цьому Китай — динамічна країна з плановою економікою та ринковим механізмом. Сьогодні Китай вже перетворився на наймогутнішу фінансово-економічну імперію. Головним чином він зосереджений на самому собі. Китай, як могутня країна, уже досить відчутно впливає на світову геополітику.

Один із засновників геополітики Карл Хаусхофер зарахував Японію до «острівних країн із континентальним типом мислення». На відміну від іншої острівної держави Англії, що завжди намагалася відгородитись від Європи, одночасно їй себе протиставляючи, Японія, навпаки, підтримувала тісні зв'язки з Азією, насамперед з Китаєм, Кореєю, і зобов'язана континенту практично всім: від писемності до знарядь праці й виробництва. Геополітика Японії й нині віддзеркалює особливості свого географічного розташування та політичного становища. Острівне розташування, перенаселеність, брак

природних ресурсів, з одного боку, а з іншого — могутня, що динамічно розвивається, промисловість, гостра потреба у сировині та ринках збуту визначили прагнення Японії посісти у світовому устрої місце, що гідне її потенціалу. Разом з тим, поки що її політичний вплив не відповідає наявній економічній могутності.

Серед країн Близького Сходу регіональним геополітичним лідером прагне стати Іран, який завдяки антишахській революції 1979 року надав поштовх виникненню феномену «ісламського відродження». Ця революція також дуже вплинула на всі країни ісламського світу. Помітна роль в регіоні також Саудівської Аравії та Іраку. Саудівська Аравія — край «чорного золота», батьківщина ісламу, країна Мекки і Медини. Вона посідає особливе місце не тільки на арабській, ісламській, а й взагалі — міжнародній арені. У другій половині XX ст. Саудівська Аравія не тільки здолала бідність свого населення, його неосвіченість, хвороби, але й досягла значних успіхів у системі його соціального захисту, освіти, охорони здоров'я, спорту. Країна кілька десятиліть сповідує один важливий принцип: «Саудівець — двигун розвитку, саудівець — кінцева мета розвитку». Навчання та освіта в політиці уряду Саудівської Аравії традиційно на чільному місці. Турбота про незаможних, знедолених — постійна політична лінія цієї ісламської держави.

Захід протягом століть існував за рахунок колоній і домініонів; новітні форми колоніалізму — фінансово-економічного — ще більш витончені, жорсткі та антигуманні. Зникнення на початку 90-х років Другого світу значно ускладнило існування народів країн Африки і Латинської Америки.

Важливою складовою світового співтовариства є Африка. Перед цим «континентом, що прокидається», постав широкий спектр складних геополітичних проблем. В Африці можна визначити кілька відносно самостійних геополітичних просторів.

До таких просторів відносяться наступні:

1. Арабо-берберський геополітичний простір, який з півдня обмежений меридіаном Ефіопія — Малі (включає країни узбережжя Середземного моря, Судан, Марокко, Нігер, Чад);

2. Атлантичний геополітичний простір (від Еритреї до Мозамбіку, включає також Ефіопію, Еритрею, Сомалі, Кенію, Джибуті, Уганду);

3. Західно-африканський геополітичний простір (країни Гвінейської затоки: Малі, Сенегал, Гвінея, Нігерія, Камерун, Конго);

4. Південно-африканський геополітичний простір (ПАР, Зімбабве, Замбія, Намібія, Ботсвана, Ангола, Демократична Республіка Конго і ЦАР).

В історичному контексті, по мірі зміцнення економічної, військової, фінансової могутності й політичної ваги США, Латинська Америка поступово всмоктувалась у геополітичне поле північного сусіда. І зараз в абсолютній більшості країн цього континенту США належить гегемоністське становище. «Прибирати до рук» латиноамериканців США розпочали ще в першій чверті XIX століття. Згідно з доктриною Монро, «переважне право» надавалося Сполученим Штатам Америки перед державами Священного союзу (Росія, Австрія, Пруссія), щодо країн Латинської Америки, стверджуючи тим самим фактично гегемонію США у південній півкулі континенту. Тобто, саме за доктриною Монро, США почали виконувати функцію «міжнародної політичної сили» для підтримки внутрішнього порядку в латиноамериканських країнах.

На даному етапі держави Латинської Америки стоять перед небезпекою маргіналізації у світі нових геополітичних центрів, що формуються. Лідери країн континенту доходять висновку про необхідність створення й загального латиноамериканського фронту боротьби проти гегемоністських устремлінь США [13].

Таким чином, можна зробити висновок, що геополітичні відносини у світі характеризуються загостренням боротьби різного роду світових, а також регіональних центрів сили (блоків, союзів, тимчасових альянсів), перш за все, за сфери впливу. Саме тому, геополітичні інтереси провідних країн світу та

регіонів стали основною рушійною силою сучасних політичних процесів. Тож ми бачимо постійну нестабільність та конкуренцію між геополітичними полюсами.

Докорінна зміна світоустрою і геополітичної ситуації на планеті відбувається на тлі повсюдного посилення загроз безпеці та проявів міжнародного тероризму. Сьогодні тероризм став більш організованим, ніж десятки років назад і є серйозною загрозою для багатьох цивілізованих країн.

Варто зазначити, що серйозною проблемою сучасного світу є недієвість механізмів міжнародного регулювання. Попри домовленості між державами, існування міжнародного права, більш сильні і могутні країни з легкістю, і майже безкарно диктують свою політику більш слабким країнам. Таким прикладом, на жаль, є і Україна.

1.4. Вплив геополітичної ситуації на туристичний ринок

Як феномен глобального порядку туризм усе виразніше стає геополітичним явищем, про що свідчить небувалий обсяг міжнародних туристичних потоків, які перетнули межі суто економічної сфери. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), за підсумками 2020 року кількість міжнародних туристичних прибуттів сягнула майже 1,5 млрд. осіб [21]. Перспективи подальшого розвитку туризму справедливо пов’язуються нині не тільки з демографічними та технологічними змінами (хоча такий підхід є домінуючим), а й з глобальними політичними змінами й очікуваними тенденціями розвитку світового геополітичного простору, які надзвичайно потужно впливають на туризм.

Нинішній глобальний політичний клімат підвищує ризики для усіх учасників міжнародного туристичного ринку. Серед основних ***геополітичних чинників***, що безпосередньо впливають на динаміку і розподіл туристичних потоків варто назвати наступні: ***політичні перевороти, терористичні атаки, військові конфлікти*** [22] (табл.1.2)

Таблиця 1.2.

Види впливу геополітичного чинника на розвиток туризму

Вплив геополітичного чинника на розвиток туристичного ринку	
ПРЯМИЙ ВПЛИВ (внутрішній)	*ОПОСЕРЕДКОВАНИЙ ВПЛИВ* (зовнішній)
Політичні перевороти, мітинги, революції	Наявні політичні або економічні проблеми у сусідніх країн
Сепаратизм	Міждержавні військові конфлікти
Географічне положення держави відповідно до світових акторів	Приналежність до потужних світових політичних блоків
Терористичний акт на території конкретної країни	Поширення епідемій небезпечних хвороб

Більш детально розглянемо вплив цих чинників в різних туристичних регіонах світу.

1. Європейський туристичний регіон

Проблемою останніх років, для субрегіону Західної та Північної Європи, стали терористичні акти. Загалом, починаючи з 2014 року напади терористів у цих країнах стаються кожен рік, що, певною мірою, відлякує туристів і кидає тінь на бездоганний туристичний імідж західноєвропейських держав.

Столиця Бельгії Брюссель вже два рази потерпав від терористів. Спочатку у 2014 році, коли у єврейському музеї французький ісламіст вбив чотирьох людей, а потім, у 2016, коли кількома бомбами ісламські смертники вбили 32 особи в аеропорту Брюсселя та на станції метро, а майже 300 людей було поранено. Наслідки цих терактів миттєво дали про себе знати, в лічені дні на 25% зменшилася кількість заброньованих місць в готелях. Про це стало відомо з даних американської компанії STR, що проводить дослідження у сфері готельної індустрії [23].

Жахливі теракти сталися і в одному з найпривабливіших міст світу, Парижі. Взимку 2015 року, внаслідок нападу на редакцію сатиричного

журналу Charlie Hebdo і кошерний супермаркет загинули 17 людей. Відповідальність за скоєний напад взяла на себе терористична організація «Аль-Каїда». Восени цього ж року у скоординованій серії нападів біля «Стад де Франс», у кількох ресторанах і музичному клубі Bataclan вбито 130 осіб, сотні отримали поранення. Відповідальність за теракт взяла на себе ІД. Як повідомляє STR, число заброньованих місць в готелях французької столиці знизилося до 67%.

Нападів терористів зазнали і Велика Британія та Іспанія. Влітку 2017 року стаються теракти у Лондоні та Барселоні. У Лондоні нападники спрямували фургон у натовп пішоходів на Лондонському мосту, а згодом з ножами атакували людей на вулиці та в барі поблизу. Загинули семеро людей, близько 50 отримали поранення. У центрі Барселони білий мікроавтобус в'їхав у натовп людей. Терористичний напад було вчинено на одній з найпопулярніших туристичних вулиць міста - бульварі Ла Рамбла. Щонайменше 13 людей загинули, понад 100 - були травмовані. Відповідальність за теракт взяла на себе терористична організація «Ісламська держава». Число заброньованих місць в Лондоні, після цих подій знизилося до 58% [24].

Терористичні атаки, також, сталися в Данії, Італії, Німеччині та Швеції.

Що стосується Центральної та Східної Європи, то тут основними проблемами є військові конфлікти та політичні протести.

В Білорусі після виборів президента, у серпні 2020 року, почалися масові протести населення через фальсифікацію результатів виборів, з вимогою відставки О. Лукашенко. Протести тривають і досі.

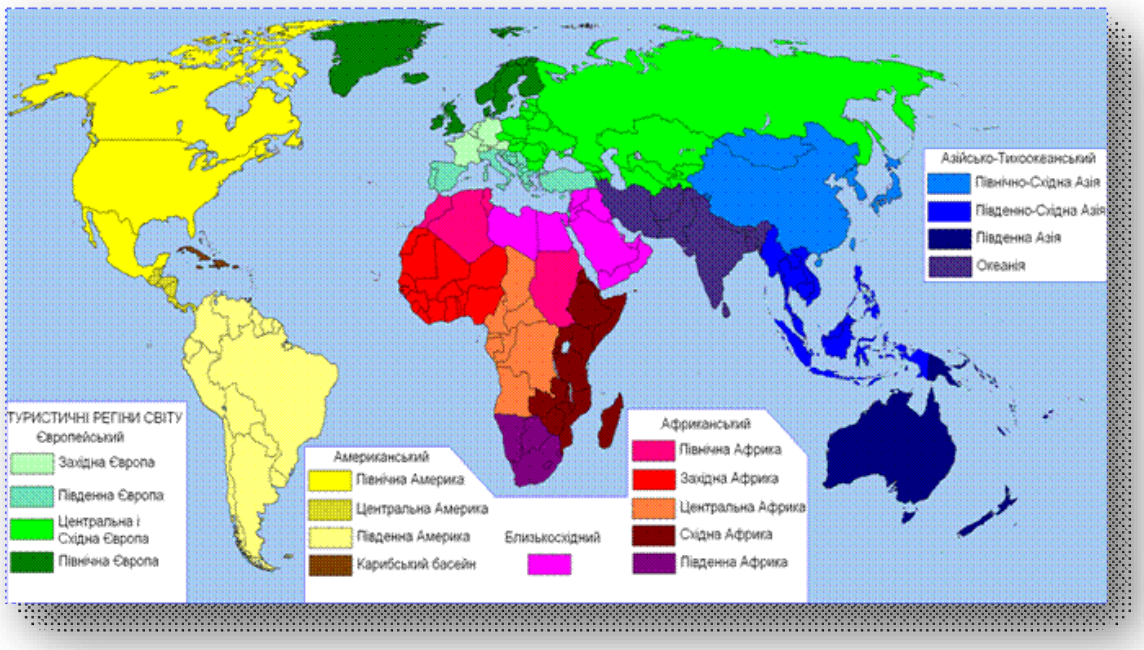

Рис. 1.1. Туристичні регіони світу

2. Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіон

У цьому регіоні сильно відчутний вплив Китаю, тому туристична індустрія країн регіону має підлаштовуватися саме під туристів з КНР.

Існує, також, проблема пов’язана з розмежуванням території в Південно-Китайському морі. Права на володіння островами в південно-західній частині Південно-Китайського моря періодично заявляють п'ять країн: В'єтнам, Китай, Малайзія, Філіппіни і Тайвань. Архіпелаг зручний не тільки своїм географічним положенням (контроль за ним дозволяє утримувати важливу стратегічну позицію), а й тим, що тут є досліджені родовища нафти і газу. Загострення конфлікту може негативно вплинути на розвиток туризму в цілому регіоні.

В цьому регіоні, також, існує проблема наркоторгівлі. Країни туристичного субрегіону Океанії є лідерами по виробництву опіумного маку в світі. Один лише Афганістан культивує близько 65% опію в світі.

Страждає туристична індустрія і від політичних переворотів. Це на собі відчув популярний серед багатьох туристів Таїланд. Там в 2014 році стався

військовий переворот, як наслідок, туристичний потік до країни вже у 2014 р. скоротився на 6,7% порівно із 2013 р. [25].

В Азійсько-Тихоокеанському регіоні існує і проблема тероризму. Напади терористів на готелі в цих країнах ставалися декілька разів. Від терористичних атак постраждали Індія, Філіппіни, Афганістан та Шрі-Ланка. Після терактів навесні 2019 року в місті Коломбо (Шрі-Ланка), коли сталися вибухи в трьох п'ятизіркових готелях Shangri-La, Cinnamon Grand і Kingsbury та загинули більше ста людей, кількість туристів знизилася майже на 70%. Такі дані оприлюднило Міністерство туризму Шрі-Ланки. За словами міністра туризму Джона Амаратунга туристична галузь країни зазнала великих втрат, адже готелі в Коломбо були своєрідною транзитною точкою для туристів [26].

3. Американський туристичний регіон

В даному туристичному регіоні геополітична ситуація більш спокійна, ніж в інших. Тут існують локальні проблеми в окремих країнах регіону. Туристичне, і не тільки, лідерство, в цьому регіоні, належить США. Наразі головною проблемою для цієї країни є масові акції протесту. В травні 2020 року спалахнули громадські протести проти поліцейського свавілля. Акції протесту були настільки масштабними, що охопили всю країну. Ці протести показують всьому світу одну із найбільших проблем США, расизм та нерівність. Після виборів президента, які відбулися в листопаді цього року знову почалися акції протесту. На цей раз люди вийшли на вулиці аби підтримати Дональда Трампа, який, за офіційними підсумками виборів програв цю битву Джо Байдену. Поки ситуація не стабілізувалася.

Звісно, одні з найбільш страшних подій в історії США сталися в 2001 році, коли було здійснено ряд терористичних актів в країні. Це призвело до важкої кризи в авіаперевезеннях і туристичній індустрії. Число авіапасажирів в США у вересні 2001 року в порівнянні з таким самим періодом 2000 року зменшилося вдвічі. Збитки авіакомпаній у 2001-2003 рр. по всьому світу, за даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту, перевищили 30 млрд. дол., ряд перевізників, зокрема US Airlines, збанкрутували.

Проблеми в Американському туристичного регіоні, також, пов'язані з наркоторгівлею. Країни Латинської Америки є лідерами по виробленню кокаїнових продуктів. В першу чергу, це стосується Колумбії, Перу та Болівії. Саме їм належить 80 % території, де вирощують рослину Коку.

4. Близькосхідний туристичний регіон

Основні проблеми в цьому регіоні пов'язані з тероризмом та політичною нестабільністю. Попри це туризм посприяв налагодженню стосунків між Ізраїлем та Саудівською Аравією. У січні 2020 році Міністерство внутрішніх справ Ізраїлю вперше дозволило своїм громадянам відвідувати Саудівську Аравію. Відвідати Саудівську Аравію можна тільки з релігійних причин (паломництво) або для ділових зустрічей. На початку вересня 2020 року після проголошення про нормалізацію відносин між Ізраїлем і ОАЕ, ізраїльська делегація відвідала Абу-Дабі. Літак «El-Al» вперше в історії пролетів у повітряному просторі Саудівської Аравії. Після завершення цього польоту, Саудівська Аравія оголосила про принципове відкриття свого неба для ізраїльських літаків, що прямують до або з Ізраїлю [27].

Негативно на туризм впливають і політичні перевороти. Після бурхливих подій «арабської весни», що розпочалася революцією 2011 року і зміною політичного режиму в Тунісі, а згодом охопила низку країн Близькосхідного та Африканського регіону найвідчутніших втрат зазнав Єгипет. Туристичний потік до цієї країн з 2010 по 2014 рр. скоротився на 31,5% .

5. Африканський туристичний регіон

До основних проблем цього регіону можна віднести: внутрішньо-політичну нестабільність в деяких країнах регіону, а також, бідність та тероризм.

Наприклад, у популярному серед туристів Тунісі за останні роки сталося 6 терактів. Найкривавіші були в 2015 році. Тоді навесні терористи обстріляли автобуси біля музею в місті Бардо, загинула 21 людина. А влітку того ж року терористи розстріляли відпочивальників на пляжі в місті Сус, загинули 39 людей. За підсумками 2015 року туристичний потік, після цих подій,

зменшився. Якщо в 2014 році країну відвідали більше 6 млн. туристів, то в 2015 році 5,3 млн [9].

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Передумови та чинники розвитку туризму в Україні

Розвиток туризму в Україні має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму. Завдяки вигідному геополітичному положенню Україна має великий рекреаційний потенціал: сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, транспортна мережа, унікальне поєднання природних і рекреаційних ресурсів, культурно-історична спадщина, санаторно-курортна та відпочинкова діяльність – усі ці фактори визначають розвиток України.

Туризм, безсумнівно, є одним з найбільш швидкозростаючих секторів української економіки. З кожним роком все більше іноземців відвідують Україну і все більше українців подорожують по всьому світу. Ця тенденція спостерігалася протягом останніх 2-3 років до початку війни [28], але Україна відстає від розвинених країн з щорічним темпом зростання міжнародних туристичних прибуттів на 3% та оборотом сектору, який, за прогнозами, досягне 1,8 млрд. доларів США до 2030 року [29].

До передумов та основних чинників можна віднести:

- Історичні фактори - можуть бути очевидними, якщо країна згадується в контексті світової історії або як місце, де відбулася відома подія (початок християнства, центр Римської імперії, Шовковий шлях, хрещення русичів у випадку України).
- Індустріальні фактори - країна має бути визнаною за своїми виробничими показниками та економічним статусом і мати відомі бренди (швейцарські годинники, індійський чай, японські або німецькі автомобілі, бразильська кава).

- Географічні фактори - регіональні особливості, які зроблять країну відомою на міжнародній арені, такі як невелика площа, велика абсолютна висота над рівнем моря, унікальні озера, кліматичні умови (наприклад, субтропічні, екстремально холодні або екстремально спекотні, у випадку України Карпати, гора Гук, гора Румшоли, гора Люксембург).
- Спортивні передумови: походження, мода на види спорту та хобі, наприклад, футбол, корида, східні єдиноборства, йога (в Україні плавання, бокс, шахи).
- Подієві фактори - відомі події, наприклад, південноамериканські карнавали, Сорочинський ярмарок в Україні, Одеський міжнародний кінофестиваль та ін. - Культурні передумови - книги відомих письменників і поетів, картини художників, народна музика і танці в Україні, представлені архітектурною спадщиною, бандура, багато представників світової культури, корінні народи України, сім місць в країні в списку ЮНЕСКО, архітектура тощо.

Історія розвитку туризму в незалежній Україні бере свій початок з розпаду Радянського Союзу, коли колишня єдина система туристично-екскурсійних проектів майже зникла і розпочався період становлення національного туризму та появи туристичних проектів. Визначимо, чи підходить територія України під поняття дестинації як складної організаційно-економічної структури, сформованої в результаті регіоналізації туризму [4].

З економічної точки зору, Україна є цілісним регіоном, де торгівля ведеться у власній валюті (гривні), а столиця - місто Київ - є центром, де розташовані основні банківські установи, промислові підприємства та представництва іноземних організацій. У місті також проживає близько 70 відсотків усього населення країни і воно може відігравати важливу роль на ринку. Все це свідчить про однорідність існуючих економічних векторів. Регіон відділений від сусідніх країн адміністративними та географічними бар'єрами і займає площу 603,6 тис. км². Його велика територія дозволяє легко

пересуватися, а розгалужена мережа повітряного, залізничного та автомобільного сполучення дозволяє йому підвищити свій статус за відносно короткий час.

З географічної точки зору важлива внутрішня просторова конфігурація системи туристичних об'єктів. Третім показником є орієнтація туристів. Завдяки радянським та останнім тенденціям в Україні склалися досить сприятливі умови для розвитку туризму. Це і поява як туристичних традицій, так і нових, а також реконструкція існуючої туристичної інфраструктури, туристичні об'єкти мають сприятливий стан і зовнішній вигляд, побудовані дороги, що з'єднують усі регіони, і майже всі регіони країни доступні для туристів. Коли регіон визнається дестинацією, з'являються переваги для дослідження, управління та розвитку туризму. Більшість дослідників відзначають багатий туристичний потенціал України, який проявляється у вигляді історичних та культурних ресурсів [30].

У центральному регіоні набули поширення природничий та краєзнавчий туризм, а також самостійні подорожі. Найактивнішими споживачами туристичних продуктів були групи з низьким попитом, такі як студенти, науковці та любителі активного відпочинку. Вирішальним фактором розвитку туристичної діяльності стала наявність туристичних кемпінгів, які забезпечували короткострокове проживання туристів.

Сьогодні сильними сторонами країни на світовому туристичному ринку є гостинність і доброзичливість українського народу, природна краса, історія, багате культурне та етнічне розмаїття та туристична інфраструктура. Туристична діяльність ґрунтується на чинному туристичному законодавстві. Основним законом є Закон "Про туризм", який визначає терміни, перераховує суб'єкти та види діяльності, а також регулює правові засади туризму [23].

Озера, річки та море займають особливе місце. Бальнеологічний потенціал та курорти України ще не є широко відомими серед іноземних туристів. На розвиток туризму в Україні та збільшення кількості туристів впливає низка факторів. Серед них, на нашу думку, найважливішими на

даному етапі розвитку туризму є привабливість регіону, соціальні, екологічні та економічні передумови та інформаційні ресурси.

Для негативного розвитку туризму стримують такі чинники:

- соціально-економічна нестабільність, що призводить до серйозного падіння попиту, надмірного дисбалансу попиту та пропозиції, погіршення асортименту та якості послуг і деградації всіх видів соціального туризму;

- відсутність коштів, необхідних для реалізації програм розвитку туризму;

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;

- відсутність єдиної рекламної політики туристичних операторів щодо створення національного іміджу та недостатній рівень просування туристичного продукту країни.

2.2. Сучасний стан і динаміка розвитку туризму в Україні

Основними туристичними напрямками в Україні були Чорне море та Азовське узбережжя, Карпати, Київ, Львів, Одеса та інші міста. Україна мала велику кількість морських курортів. На узбережжі Чорного моря — Коблеве і Затока, курорт Сергіївка, де є курорти. Інші населені пункти Одеської області - Приморський край, Лебедівка, Кароліно-Бугаза, Грибівка і навіть промислове місто Южний мають курорти. Майже 70 тисяч річок, у тому числі Дніпро, Придністров'я та Дунай. Важливими складовими туристично-рекреаційного потенціалу України є Південний Буг, Сіверський Донець, 8 національних природних парків, 4 біосферні заповідники, 15 національних заказників, численні заповідники, ботанічні сади, садово-паркові пам’ятки [25].

Основними туристичними напрямками зимового відпочинку в Україні є курорти Івано-Франківська, Львівщини та Закарпатської області. Туристів приваблюють мальовничі пейзажі, чисте повітря та можливості катання на лижах Карпат. Популярний гірськолижний курорт «Буковель», відомий

своєю сучасною інфраструктурою та трасами. У Яремче є санаторії та добре розвинена рекреаційна інфраструктура. Великою популярністю користується гірськолижний курорт Славське у Львівській області. Тут багато гірськолижних трас різної висоти, довжини та рельєфу. Славське вважається найбільш відвідуваним зимовим курортом України, сюди приїжджають покататися на лижах з усієї країни. Курорт «Драгобрат» користується великою популярністю серед любителів зимового екстриму [31].

Це найвищий гірський курорт України. Останніми роками гірськолижні курорти зі штучними лижними трасами відкриваються в безвисокогірних областях України. На лікування та відпочинок в українських санаторіях вони виїжджали на курорти Трускавця, Моршина, Скидниці та Закарпаття. Зелений або агротуризм став трендом останніх років. Мешканці великих міст їдуть у село не лише подихати свіжим повітрям, а й відчути сільське життя, дізнатися про традиційну культуру, народні промисли та ремесла унікальних регіонів України. Екскурсії по Україні проводяться протягом року. У 2019 році Карпати, поряд з Києвом, Львовом, Одесою та Черніговом, були найбільш відвідуваними місцями вітчизняних та іноземних туристів. Також популярні у туристів міста з великою кількістю пам’яток історії та архітектури – Чернівці, Батурин, Ужгород, Харків, острів Хортиця в Запоріжжі [14] .

Іноземні туристи, які приїжджали в Україну як туристи, в основному цікавляться гурман-туризмом, а цікаві місця та розваги для них йдуть на друге-третє місце. Україна стає все більш популярною серед іноземних гостей, про що свідчить рейтинг 11 найкращих міст України для відвідування, складений CNN, однією з найвідоміших телекомпаній світу. До нього входять Львів, Чернівці, Умань, Київ, Переяслав-Хмельницький, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород, Кам'янець-Подільський [12].

На сьогоднішній день туристичний потенціал України використовується не в повній мірі, про що свідчить частка туристичної галузі в структурі ВВП країни, яка становить 1,5-2,5%. Основними перешкодами,

які сьогодні гальмують розвиток туризму в Україні, є переважно військово-політичні, адміністративні, економічні, екологічні та культурні фактори. Туристичний ринок України недостатньо привабливий для туристів. Значний відсоток туристів обирає для відпочинку країни з високим рівнем безпеки, стабільною економікою, цікавими місцями та захоплюючими екскурсіями. У цьому плані Україна поступається багатьом країнам світу. Найочевиднішим проявом безпеки в Україні є поганий стан доріг. Українські державні автошляхи мають найгірші рейтинги серед більшості європейських країн, що призводить до великої кількості аварій та загиблих [31].

За даними Мінекономрозвитку, Україна у 2016 році увійшла до 30 найпривабливіших країн для іноземних туристів, посівши 27 місце. Україна обійшла Ірландію, Швейцарію, Сінгапур та ще 150 країн, повідомляє BusinessViews. У 2017 році їм вдалося посісти 25 місце, за даними Світового банку. За попередніми оцінками, цю позицію можна зберегти і в 2018 році. До пандемії COVID-19 внутрішній туризм перебував у фазі відновлення після подій 2014 року. Динамічний аналіз структури та видів туризму з 2017 по 2021 рр. показує, що найбільшу кількість українських туристів становить іноземний туризм, крім того, динаміка внутрішнього туризму в структурі пасажиропотоку має тенденцію до зростання (див. табл. 2.1).

Варто зазначити, що вітчизняна туристична галузь у 2015 році зазнала значних втрат, втративши Крим, але незважаючи на це, у 2017-2021 роках Україну продовжували відвідувати з метою відпочинку та відпочинку іноземні туристи, невеликий відсоток яких становили офіційні та ділові поїздки. лікування та участь у спортивному туризмі [31].

Таблиця 2.1

Структура та види туризму в Україні за 2018 – 2021рр.

Види туризму	2018	2019	2020	2021
Вїзний	34 062	38 503	74 636	85 930
Виїзний	2 050 873	2 0378 734	4 035 602	5 415 977
Внутрішній	423 462	466 817	455 899	510 272
Усього кількість туристів	2 569 615	2 707 536	4 668 447	6 243 086

Якщо розглядати відсоткові зміни структури та видів туризму у 2018-2021 рр. (див. табл. 2.2), то за цей період Україна зросла на 17% іноземного туризму, на 30% збільшилася іноземного туризму, а максимальне зростання – на 17%. 69% у внутрішньому зареєстрованому туризмі, що доводить, що туризм перебуває у фазі покращення до кінця події у 2021 році [32].

Таблиця 2.2

Зміни в структурі та видів туризму в Україні за 2018 – 2021 рр.

Види туризму	Зміни за 2018 – 2021 рр. у %
Вїзний	18%
Виїзний	31%
Внутрішній	70%

Традиційно українці відвідують прикордонні країни – Молдову, Білорусь, Польщу, Угорщину, Румунію (див. табл. 2.3). З 2018 року їхня частка поступово зменшилася з 85,5% до 80,7%, що, в тому числі, пояснюється внесенням 1 січня 2019 року змін до Митного кодексу України, які суттєво обмежили безмитне переміщення товарів через кордон Враховуючи, що громадяни першої семи прикордонних країн за кількістю візитів в Україну становлять 83% усіх іноземців, які в'їжджають в Україну, коливання показника туристичного потоку в основному залежить від цих країн [33].

Таблиця 2.3

ТОП – 14 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну у період з 2018 – 2021 рр.

Країни	2018	2019	2020	2021	Приріст 2017–2021
Молдова	1 895,7	2 022,3	1 858,7	1 684,5	–18,4
Білорусь	686,9	1 027,0	1 055,4	908,5	2,4
Польща	555,5	553	532,4	513,5	–7,8
Угорщина	581,3	608	447,4	417,3	–17,9
Румунія	363,8	401,6	342,8	342,7	–10,3
Словаччина	204,6	157,8	142,7	136,6	–36,3
Туреччина	86,7	112,4	133,3	134,7	52,8
Ізраїль	77,8	98,8	124,6	132	117,2
Німеччина	70,4	86,5	97,6	114,8	75,1
США	62,8	72,5	80,4	84,2	82,5
Великобританія	28,8	34,3	56,1	57,7	143,7
Азербайджан	42,3	44	42,5	43,3	12,2
Литва	22,2	33	41,1	53,2	232,5
Італія	31,3	34,5	41,4	44,2	55,4

Джерело: [33]

На фоні зниження транскордонних обмінів у першому півріччі 2019 року порівняно з першим півріччям 2018 року відбуваються якісні зміни в структурі в'їзних туристичних потоків з не прикордонних країн. Таким чином, на фоні зниження транскордонних обмінів у першому півріччі 2019 року порівняно з першим півріччям 2018 року відбуваються якісні зміни в структурі в'їзних туристичних потоків з не прикордонних країн. Відповідно, суттєво зріс приплив з наступних країн: Великобританії на 61,8%, Ізраїлю на 25,9%, Литви на 20,3%, Туреччини на 16,2%, Чехії на 15,6%, Італії на 13,9%, Німеччини на 12,7%, США Штати 12,5%, Франція – 8,1%, Азербайджан – 1,2% [33]. Важко підрахувати реальну кількість іноземців, які приїжджають в Україну як туристи. У країні досі діє радянський принцип розрахунку

пунктів пропуску для іноземних громадян за даними Держприкордонслужби. Велика кількість іноземних громадян, які відвідують Україну транзитом або приїжджають до нас за певними товарами. У Польщі, наприклад, принципи підрахунку інші – усі готелі, хостели тощо повідомляють про кількість іноземних туристів, які залишилися хоча б на одну ніч у квартирі. Це дозволяє бачити точнішу статистику.

У період 2018-2021 рр. спостерігається позитивна тенденція зростання доходів від надання туристичних послуг. У 2019 році цей показник становив 32,6 млрд грн. При цьому з 2018 по 2021 рік спостерігається стійка тенденція зростання доходів від туристичної діяльності, а саме з 5 млрд грн до 32,6 млрд грн. (див. таблицю 2.4) [34].

Таблиця 2.4

Доходи від туристичної діяльності за період 2018 – 2021рр.

Роки	Загальний дохід від надання туристичних послуг, млрд грн
2018	11,9
2019	18
2020	21
2021	32,6

Джерело: [34]

Незважаючи на втрати українського туристичного сектору через війну, за перші чотири місяці 2022 року сума туристичного збору становила 64 млн 611 тис. грн, що майже на 65% більше, ніж за аналогічний період 2021 року, коли до бюджету надійшло 39 млн.206 тис. грн. Місто Київ і чотири області входять до п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору. Так, місто Київ поповнив свій бюджет на понад 18 млн грн. Порівняно з відповідним періодом 2021 року найбільше зростання зафіксовано у Львівській області – 268%. З цієї області до бюджету надійшло 11 млн 463 тис. грн.

Важливу роль останніми роками у розвитку національного туризму відіграють туристично-інформаційні центри. Вони зараз стоять між методистами, екскурсоводами, краєзнавцями, керівниками екскурсійних

груп, науковцями, студентами виробничих і навчальних закладів, керівниками туристичних фірм. Ці центри навчають відвідувачів визначним пам’яткам міст, містечок та окремих пам’яток і пояснюють, як вони відкриті для відвідувачів. Навіть у найбільш відвідуваних туристичних містах центри поступово розвиваються, існують системи організованих розваг, є цікаві популярні анімаційні програми, але через пандемію більшість із них наразі недоступні [35].

З 24 лютого 2022 року триває російська збройна агресія в Україні, наслідками якої є не лише великі людські втрати, але й значні збитки інфраструктури та секторів економіки, зокрема туризму.

Замість розвитку туризму спостерігалась багатомільйонна міграція населення всередині держави, а масовий виїзд громадян України за кордон не пов'язаний із туристичною метою. Водночас поступове звільнення українських територій від російських військ дає надію на повернення до мирного життя в осяжному майбутньому. Війна спустошила сферу туризму, порушила фінансові, енергетичні та продовольчі ринки, спричинила шалену інфляцію по всьому світу. Туризм у центральній, східній та південній Україні повністю припинився.

Для України, яка має великий потенціал у сфері туризму, напрямок розвитку туризму має бути одним із пріоритетних з метою забезпечення збалансованого розвитку територій в гармонії з природою та охороною природних ресурсів. Реалізація цієї мети сприятиме:

– зростанню кількості туристів, які подорожуватимуть Україною, особливо іноземних;

– підвищенню рівня ВВП, особливо частки індустрії туризму в структурі ВВП;

– зростанню обсягу наданих туристичних послуг та створенню нових робочих місць в туризмі і суміжних галузях;

– розвитку туристичної інфраструктури та створенню сприятливих умов для подальшого розвитку інфраструктури для залучення туристів;

– збільшенню надходжень до всіх рівнів бюджету за рахунок здійснення туристичної діяльності;

– підвищенню ефективності управління туризмом в регіоні;

– підвищенню обізнаності потенційних туристів про туристичні привабливості регіонів та України в цілому і покращенню іміджу України у світі;

– створенню умов для надання туристичних послуг особам з інвалідністю, зокрема особам з вадами зору, слуху, опорно-рухового апарату та іншими порушеннями мобільності.

2.3. Особливості туризму України в умовах воєнного стану

Туризм – одна з основних галузей економіки України. У міру її розвитку в країні паралельно розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктура. Проте ринок туризму дуже вразливий до криз в ***геополітичному відношенні*** (політичні кризи, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни).

Цей факт підтверджує ситуація в туристичній галузі України, яка з початком повномасштабної війни пережила справжній крах. Зокрема, велика кількість туристичних компаній закрилася або перепрофілювала свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймають біженців з окупованих територій. Ситуацію ускладнює й те, що небо над Україною закрите для польотів.

Попри військові дії, які продовжуються в багатьох областях нашої держави, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, де не ведеться активних бойових дій. Мільйони українців через вторгнення змушені виїхати за кордон. Для туристичної індустрії така ситуація не дозволяє розвиватися, оскільки біженці

не приносять доходу у туристичні галузі, на відміну від туризму, а, навпаки, обтяжують додатковими витратами.

В 2022 році українським та іноземним туристам були недоступні морські курорти. Чимало з них знаходилися в окупації або в безпосередній близькості до зони проведення бойових дій. Це Запорізька, Херсонська та Миколаївська області. Курортний сезон не відкрився й в Одеській області.

Незважаючи на те, що західна Україна в 2022 році була відносно безпечною для туристів, але великого напливу туристів не було в жодному популярному курорті – Буковелі, Трускавці, Східниці чи Шацьких озерах. Також від війни постраждав перспективний медичний туризм, а саме, оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Іноземці боялися їхати в Україну, а самі українці не мали на це коштів. Більшість санаторіїв перепрофілювалися на реабілітаційні центри та приймають постраждалих від війни.

Розмір податків, сплачених суб'єктами туристичної сфери до державного бюджету за чотири місяці 2022 року, у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року скоротився на 18%. Скоротилася й кількість платників податків, які працюють в туристичній сфері. За перші місяці війни їх кількість зменшилася на 10%. Варто зазначити, що за перші чотири місяці 2022 року найбільше коштів до бюджету надійшло від готелів та санаторіїв. Вони сплатили 340 млн гривень, але все рівно це на 24% менше, ніж в минулому році. Разом з тим, зафіксований приріст доходу від діяльності турагенств. В порівнянні з 2021 роком, він зріс на 85%. Однак це пов'язано з тим, що в звітний період увійшли два довоєнні місяці, коли активізувалось раннє бронювання на новорічні та різдвяні свята.

Найбільше коштів за вказаний вище період надійшло від фізичних та юридичних осіб, які працюють в сфері туризму у м. Києві та Київській області, Івано-Франківській, Львівській, Одеській, Дніпропетровській, Закарпатській, Харківській, Запорізькій та Полтавській областях.

Однак незважаючи на поглиблення поточної кризи у туристичному напрямі, і на практичне знищення туризму у південних напрямах України, туристичний потенціал нашої країни залишається достатньо високим.

В цілому, на території нашої держави знаходиться 170 тис пам'яток, 65 історико-культурних заповідників, 6 культурних об’єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [36].

Українська туристична галузь приваблює туристів лікувальними водами Львівщини та Закарпаття, гірськими розвагами Буковелю, історичними місцями Полтавщини, соляними шахтами Донеччини, лікувальними грязями та морськими курортами Херсонщини й Одещини.

В умовах військових подій *внутрішній туризм* має особливості, пов’язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни. Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії.

Формування маршрутів з урахуванням розташування бомбосховищ. Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища. Планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година. Як правило, вона діє з 23.00 до 05:00. Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги. Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об’єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації.

Виїзний туризм в умовах війни теж мав свої особливості. Більшість українців виїжджала за кордон не для того щоб відпочити, а для того щоб евакуюватися з небезпечних територій, на яких продовжують йти бойові дії.

Крім цього, небо над Україною повністю закрите, що ускладнює подорож в інші країни.

Однак з початком сезону в 2022 році виїзний туризм почав дещо оговтуватися. Найпопулярніші серед українців – евакуаційні рейси до Болгарії, що зумовлено безкоштовним проживанням в готелях для українців, яке пропонує ця країна. Також почали відновлюватись вильоти на море в Туреччину, Єгипет, Іспанію, Туніс, але, для цього українцям потрібно було самостійно їхати до аеропорту в сусідню Польщу. Так само організовувалися й відпочинкові тури в Литву та Молдову.

РОЗДІЛ 3. ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ

3.1. Досвід успішного розвитку туризму країн світу в умовах геополітичної нестабільності

Сьогодні проблема геополітичної нестабільності зачіпає більшість країн світу. Гіркий досвід останніх років не навчив людство вирішувати конфлікти без зброї та військової агресії. А існування міжнародного права, на жаль, у більшості випадків не сприяє мирному врегулюванню конфліктів між державами. Проте всі країни хочуть розвиватися і рости. Більше того, хоча на туристичну галузь сильно впливають геополітичні фактори, деякі країни довели, що війна і тероризм не можуть знищити туристичну індустрію [37].

Оскільки найпопулярніші туристичні регіони Європи потерпають від тероризму, більшість країн докладають усіх зусиль, щоб зробити свої міста безпечнішими для мешканців і туристів. Це переважно локальні заходи, спрямовані на запобігання повторенню жахливих інцидентів. Наприклад, у 2016 році в Ніцці, Франція, чоловік на вантажівці в'їхав у натовп на Англійській набережній, в результаті чого загинуло понад 80 людей. Згодом міська влада розробила план захисту туристичної пам'ятки від подібних нападів. Уздовж набережної були встановлені стовпи, які перешкоджали проїзду транспортних засобів. Конструкція має глибину 2 метри і витримує тиск до 20 тонн. Через рік після інциденту туристи повернулися до свого улюбленого місця [7].

Теракт 2017 року в Лондоні, коли вантажівка з пішоходами з'їхала з Лондонського мосту на тротуар, в результаті чого загинуло більше десятка людей, призвів до встановлення додаткових бар'єрів на трьох мостах міста і посилення присутності поліції на вулицях. Процедури прокату автомобілів також ускладнилися.

Міста Німеччини вжили подібних заходів після терактів у Берліні наприкінці 2016 року, коли терорист в'їхав на автомобілі на різдвяний ярмарок

у центрі міста, убивши 11 людей. На різдвяних ярмарках у Гамбурзі, Штутгарті та Дрездені встановили бетонні блоки, щоб запобігти автомобільним нападам. Канцлер Німеччини Ангела Меркель також підписала ряд законів про безпеку, які включають посилене відеоспостереження в громадських місцях, камери для поліції та автоматичні зчитувачі номерних знаків для автомобілів [30].

Загалом, досвід Німеччини у боротьбі з тероризмом може слугувати взірцем для інших країн: згідно з дослідженням ESISC, опублікованим у березні 2018 року, теракти в Берліні докорінно змінили контртерористичну стратегію німецьких спецслужб. Лише через рік після теракту Міністерство внутрішніх справ Німеччини оголосило про значний прогрес у боротьбі з внутрішнім тероризмом.

Через три місяці після подій на різдвяному ярмарку Федеральна кримінальна поліція запровадила нову систему оцінки ризиків під назвою RADAR-iTE.

Як повідомляє Süddeutsche Zeitung, система ґрунтується на аналізі відповідей на 73 стандартні запитання про соціалізацію, ставлення до насильства, сімейні зв'язки, інтеграцію та гарантії зайнятості. За результатами цього аналізу респондентів відносять до однієї з трьох категорій ризику: помірного, значного або високого.

На початку минулого року федеральний уряд прийняв закон, що регулює використання даних пасажирів у системах бронювання для запобігання терористичним злочинам. Цей закон вимагає від авіакомпаній ділитися даними про пасажирів з країнами ЄС для того, щоб влада могла боротися з тероризмом та іншими серйозними злочинами; цей закон критикували протягом п'яти років, але після паризьких терактів у листопаді 2015 року опозиція його прийняттю значно зменшилася [6].

У той час як збитки, завдані терористичними актами, часто можна швидко усунути і вжити заходів для запобігання їх повторенню, збройні конфлікти можуть тривати роками і руйнувати туристичну галузь країни. Для

відновлення привабливого туристичного іміджу потрібно ще багато чого зробити. Прикладом такої країни є Грузія.

Російсько-грузинська війна 2008 року негативно вплинула на всі сфери економіки Грузії, особливо на туризм. Якщо проаналізувати загальні показники в'їзного туризму в Грузію в 2008 році, то загальна кількість міжнародних туристів зросла на 23% до 1,3 млн іноземних туристів, але це відбулося лише за рахунок стрімкого зростання іноземних туристичних потоків перед війною (через стратегічні планування в туристичному секторі).

Літо і осінь 2008 року були дуже важкими для туристів через відсутність туристичного попиту в Грузії через збройний конфлікт і низьку заповнюваність по всій країні. У другій половині року міжнародні перевезення зросли лише на 4,7% (так зване інерційне зростання).

Загалом можна виділити наступні наслідки збройного конфлікту для готельної індустрії Грузії [13]:

• Абсолютна знижка на закордонні туристичні групи. Майже всі групи були скасовані в 2008 році, а деякі в 2009 році. Зараз дуже неспокійні часи для грузинських туристичних агентств.

• Зменшення кількості приватних відпусток на 80%.

• Збільшення кількості іноземних туристів, які подорожують з діловою та професійною метою (переважно іноземні делегації, які прибувають з політичних мотивів, міжнародні ЗМІ тощо).

Після війни міжнародне туристичне співтовариство вважало Грузію небезпечним і нестабільним туристичним напрямком. Крім того, популярні туристичні напрямки, а також посольства інших країн попередили громадян не їздити до Грузії. Країна має змінити свій імідж як привабливого туристичного напрямку. Тому уряд Грузії вжив низку ефективних заходів для подолання впливу післявоєнного періоду (2008-2009 рр.) на індустрію туризму, що дозволило відновити туристичний потік [38]:

– Організація великої кількості прес-візитів (не лише туристичних ЗМІ, а й важливих міжнародних політичних та економічних видань), результатом

яких стала публікація численних матеріалів у ЗМІ країн, орієнтованих на потенційних туристів;

– Представлення головних міжнародних телеканалыв. Підхід полягає в тому, щоб рекламувати Грузію як безпечну країну, ідеальну для інвестицій і одну з найбільш відкритих країн світу для в'їзду (громадяни 100 країн можуть в'їжджати без візи, тоді як громадяни інших країн можуть отримати візу після прибуття). Бути однією з найкраще реформованих країн Східної Європи; комфортною країною з точки зору зручності ведення бізнесу (посідає високі позиції в міжнародних рейтингах); бути унікальним місцем для в'їзного туризму;

– Участь у міжнародних туристичних виставках та ярмарках, у тому числі просування конкретних спеціальні виставки туристичних продуктів;

– Позиціонування на ринку, тобто чітко визначена цільова група. При цьому зосередження на ринках Східної Європи (Україна, Польща), країн Західної Європи (Німеччина, Франція, Велика Британія) та високоприбуткових ринках (США, Китай, Японія, Південна Корея) та позиціонування країни на ринку Ізраїлю ;

– Запуск брендингової кампанії «Європа починається тут» для ефективного позиціонування Грузії як головного туристичного напрямку.

Згідно з десятьма урядовими генеральними планами, очікується, що до 2028 року кількість туристів перевищить 12 мільйонів. У плані підкреслюється, що розвиток туризму повинен поєднувати два підходи:

"горизонтальна політика", яка спрямована на створення непрямих умов для заохочення розвитку туризму, та "вертикальний підхід", який залучає інвестиції в туристичну інфраструктуру.

Уряд Грузії також прагне зробити країну одним зі світових центрів зимового туризму. Для досягнення бажаних результатів необхідно активізувати щорічну промоцію туризму, особливо в країнах з високим потенціалом залучення туристів, таких як Білорусь, Україна, Польща, Ізраїль та країни Балтії.

Слід зазначити, що за даними Всесвітньої туристичної організації, Грузія є країною з найбільш швидкозростаючим притоком іноземних туристів. Це призвело до швидкого розвитку інфраструктури та послуг, що, в свою чергу, сприяє створенню нових робочих місць [39].

Ще одним яскравим прикладом успішного розвитку туристичної галузі, незважаючи на негативні геополітичні чинники, є Ізраїль, який майже 70 років переживає військовий конфлікт.

Стан ізраїльського туристичного ринку визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні. Міністерство туризму визначає напрямок туристичної політики та розвитку туризму в країні. Основна мета міністерства - залучення іноземних туристів. З цією метою Міністерство туризму створило Національну туристичну компанію, яка займається маркетингом і просуванням, підготовкою професійних кадрів та управлінням готельною діяльністю.

Наступним важливим кроком є розвиток внутрішнього туризму, тобто заохочення ізраїльтян залишатися в країні.

Основними стратегічними цілями туристичного сектору є [7]:

- Створення туристичних комплексів з урахуванням місцевих особливостей.

- Розвиток місцевої інфраструктури (готелі, ресторани тощо).

- Модернізація засобів зв'язку (телефони, інформаційні системи) та розвиток інфраструктури (дороги, транспортні засоби).

- Розвиток туристичного персоналу (підвищення кваліфікації та перепідготовка туристичного персоналу, навчальні курси).

Наразі Міністерство та його підвідомчі установи розробляють нові програми розвитку туризму та підтримують існуючі програми розвитку туризму в Ізраїлі. Водночас, слід враховувати, що нинішня ситуація з геотуризмом в країні є суперечливою і складною. З одного боку, Ізраїль розташований у регіоні з величезними ресурсами, теплими морями і глобальними релігійними та культурними обмінами. З іншого боку, її

відносини з арабськими країнами складні, часто призводять до збройних конфліктів, і вона є однією з країн з найбільшим терористичним потенціалом. За даними Міністерства туризму, приплив туристів з-за кордону значно збільшився. Доходи від туризму досягли 25 мільярдів шекелів. У туристичній галузі працює 90 000 осіб.

Туристична політика Ізраїлю реалізується через низку програм на міжнародному, національному та регіональному рівнях з метою зміцнення ролі Ізраїлю на світовому туристичному ринку. Вони забезпечують популярність країни і таким чином отримують додаткові кошти, спрямовані на вирішення екологічних, соціально-економічних, політичних та релігійних проблем і викликів [38].

Коротше кажучи, як країни, що досягли успіху в туризмі, так і ті, що не досягли, однаково схильні до негативного впливу геополітичних чинників. Тим не менш, кожна з них намагається подолати існуючі проблеми і продовжувати ефективно розвивати свою туристичну галузь. Ці країни є прикладом того, як можна розвивати туризм в Україні в контексті нинішніх реалій.

3.2. Перспективи розвитку туризму України у післявоєнний період

Незважаючи на активний військовий конфлікт, Україна повинна використовувати наявні ресурси, продовжувати розвивати внутрішню туристичну галузь та формувати позитивний імідж туризму в країні.

Враховуючи досвід Грузії, можна сформулювати низку заходів, які сприятимуть розвитку туристичної галузі під час військового конфлікту [40]:

1. Реклама та зв'язки з громадськістю

- Варто розуміти, що сприйняття країни під час збройного конфлікту, хоч і об'єктивно покращується, але має яскраво виражену негативну конотацію. Однак таке сприйняття, як правило, не є набутим, і його потрібно правильно використовувати, тобто трансформувати з негативного на

позитивне. У довгостроковій перспективі таке сприйняття може бути дуже корисним для країни, якщо вдасться ефективно пом'якшити існуючі негативні повідомлення.

- Важливо надавати точну і перевірену інформацію про туристичні об'єкти країни та безпеку їх відвідування. Включення фотографій та відео може бути більш ефективним.

- Для розуміння іноземних туристів необхідно чітко розмежовувати безпечні та небезпечні зони під час відвідування країни. Якщо ви відвідуєте територію, де проходили військові дії, ви повинні надати чітку і достовірну інформацію про наявність мін і боєприпасів, що не вибухнули, в цій місцевості (ці території стають мішенями для "темного" туризму).

- Слід уникати суто емоційних рекламних кампаній, оскільки вони добре відомі. Кампанія повинна надавати спеціальні пропозиції, такі як ціни та контактні дані для забезпечення безпеки подорожей. Кампанія повинна включати спільне просування з приватними компаніями. Прямі авіалінії є ідеальними партнерами для національних туристичних органів у таких кампаніях.

- Працюйте з Google та Microsoft Virtual Earth, щоб публікувати карти країн в Інтернеті. Ці два сайти є важливими глобальними джерелами інформації, якими користуються багато мандрівників з усього світу. Для України важливо мати глобальний онлайн-ресурс, який представляє Кримський півострів як частину країни і допомагає мандрівникам зрозуміти, де безпечно, а де небезпечно.

- Розвивати внутрішню телевізійну та інтернет-рекламу. Це сприятиме розвитку внутрішнього туризму та підвищенню обізнаності українців щодо доступності, безпеки та розвитку туристичного сектору їхньої країни.

- Створити рекламу, що підкреслює ключові туристичні принади, такі як море, кухня, вино та культура (подібна реклама грузинських та турецьких туристичних напрямків активно транслюється на українському телебаченні).

2. Виставки. Це ефективний спосіб донести до світу унікальність українського туризму (природні, культурно-пізнавальні ресурси, історія, національна кухня тощо) та отримати вичерпну інформацію про політичну ситуацію в країні. Таким чином можна пояснити іноземним туристам, що більша частина України – це безпечний, цікавий та культурно багатий регіон, де можна відпочити та подорожувати.

3. ІТ-технології [13]:

– Особливу увагу варто приділити представленню України через сайти, соціальні мережі та різноманітні інформаційні портали. Онлайн-інформація є дуже важливим і ефективним каналом комунікації, оскільки сучасні потенційні туристи є «шукачами інформації», які автоматично звертаються до Інтернету для отримання додаткової інформації. Важливо, щоб Інтернет надавав доступну та достовірну інформацію про Україну всіма мовами світу;

– У випадку з Грузією доступні дистанційні веб-камери, якими керує користувач – це дуже зручний спосіб надання достовірної інформації про реальну ситуацію на місці, тому що люди вірять тому, що бачать на власні очі. Рекомендується використовувати цей інструмент у всіх основних туристичних напрямках, що характеризуються «спотвореним сприйняттям»;

– Ще одним ефективним заходом, на прикладі Грузії, є створення національного туристичного порталу як платформи для збору всієї достовірної та актуальної інформації про туристичний світ країни. Зараз в Україні є щось під назвою Zruchno.Travel, яке об’єднує туристичні послуги, туристичні ресурси, бази напрямків і місць, кожен українець може знайти відповідний курорт, а потім кожен може зупинитися в готелях, ресторанах. Коментувати і навіть додавати гілки пам’ятних культур, яких ще немає на порталі. Проблема цієї програми, як на мене, в тому, що вона доступна лише українською та російською мовами. Варто додати хоча б англійську.

Що стосується туристичного досвіду Ізраїлю, то ця країна також може слугувати взірцем для України, яка за роки навчилася ефективно розвивати туризм, незважаючи на негативний вплив геополітичних факторів. Хорошим

прикладом ізраїльської туристичної політики є створення незалежного урядового агентства для нагляду за туризмом. У моїй країні, за прикладом Ізраїлю, було створено окреме Міністерство туризму, яке відповідає за розвиток туризму та розробку планів на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях для залучення інвесторів і туристів. Адже перспективи розвитку є, а чітких цілей і завдань немає.

Якщо країна має чітку туристичну політику та правильну систему управління для сприяння розвитку, то туризм може стати важливою галуззю нашої країни. Україна також може запозичити досвід розширення та популяризації туризму у сфері туризму в країні та світі та започаткувати інноваційні програми розвитку туристичних дестинацій. Наприклад, досвід освоєння Мертвого моря може бути використаний для освоєння регіону Азовського моря (найменшого моря у світі з глибиною 15 метрів) [38].

Важливу роль в ефективному розвитку туризму відіграє державна політика, і це стосується не лише туристичної галузі. Навіть під час негативних подій у Грузії чи Ізраїлі уряди цих країн продовжували проводити ефективні реформи та створювали умови для всебічного розвитку своїх країн. Цим шляхом має йти і Україна. боротьба з корупцією; Покращення інфраструктури доріг, аеропортів, вокзалів та туристичних об’єктів; Підвищення рівня економіки в країні має бути реальним кроком нашої держави, а не просто гаслом українських політиків перед виборами. Лише комплекс дій допоможе змінити імідж нашої країни у світі та зробити її привабливою для мільйонів туристів [7].

За останні роки сфера міжнародного туризму в Україні пережила значну кількість криз. Все почалося з пандемії COVID-19 і закінчилося повномасштабним вторгненням Росії на територію України. Багато вчених стверджували, що 2022 рік стане порятунком для туристичної сфери, але 24 лютого 2022 рік змінив хід відновлення туризму та продовжив кризу, яка почалася у 2019 році. Сучасна ситуація в міжнародному туризмі виглядає дуже песимістично, але є багато прикладів, коли, наприклад, під час війни туризм

не припинявся і продовжував розвиватися. І українська влада має брати за зразок такі країни, щоб туристична сфера не стояла на місці.

Україна має всі можливості для розвитку міжнародного туризму, але держава та спеціалісти сфери туризму мають спрямувати всі чинники у правильне русло розвитку. Серед найбільш перспективних аспектів можна виділити наступні [41]:

– Спільно з професіоналами необхідно розробляти нові концепції міжнародного туризму;

– Прискорене оформлення віз для іноземних туристів або розгляд питання про запровадження безвізового режиму між країнами. Безвізовий режим в'їзду та транзиту через територію України вже запроваджено для громадян Австралії, Нової Зеландії, Королівства Бахрейн, Держави Кувейт, Султанату Оман та Королівства Саудівська Аравія [29];

– Утримання та реконструкція всіх пам'яток архітектури України;

– Оновлення стандартів обслуговування, нормативно-правової бази, відповідність та розвиток якості обслуговування;

– Працювати над збільшенням потоку іноземних туристів до міст України.

У 2018 році Україну відвідало близько 14 мільйонів іноземних туристів, за даними Мінекономрозвитку, а дохід від туристичної діяльності склав близько 4,3 мільярда гривень. Але розвиток туристичної сфери в Україні важко назвати «задовільним», оскільки потенціал країни ще не повністю реалізований. У світовій економіці частка туризму становить близько 10% ВВП країн, тоді як в Україні ця частка становить лише 2%, тому можна зробити висновок, що сфера туризму мало сприяє зростанню української економіки. Проте не можна сказати, що сфера туризму є неважливою, оскільки за допомогою промисловості розвиваються наступні сфери: готельне господарство, гастрономія, відпочинок, культура, пасажирські перевезення, різні сфери торгівлі.

Одним із факторів, який позитивно впливає на міжнародний туризм, є закон про легалізацію грального бізнесу в Україні. Законопроект було внесено у 2019 році, а 14 липня 2020 року було прийнято закон України «Про державне регулювання організації та діяльності з азартними іграми». Територією спеціальної ігрової зони грального закладу казино є [7]:

• територія міста Києва з готелями (житловими будинками, комплексами) класу «п'ять» не менше ніж на 150 (сто п'ятдесят) номерів;

• територія готелів (резиденцій, комплексів) категорії «п'ять зірок» та/або «чотири зірки» з номерною базою не менше 100 (сто) номерів в інших населених пунктах;

• територія національного санітарного комплексу - розташовані за межами міста об'єкти нерухомого майна, що складаються з двох і більше будівель і споруд загальною площею не менше 10 000 кв. зіркові готелі;

• спеціальні територіальні гральні зони, створені рішенням Кабінету Міністрів України.

Український уряд має дивитися на країни, де відбулася або триває військова деескалація. Хорватія є одним із прикладів, де на початку 1990-х велися військові дії, а сьогодні Хорватія є одним із найпривабливіших місць для відпочинку у світі. Уряд Хорватії зосередився на маркетинговій кампанії, у якій вони популяризували раніше невідомі острови, у Хорватії їх понад тисячу, а населені близько 66. Оскільки кампанія була проведена належним чином, іноземні туристи поїхали туди, і уряд Хорватії мав їх підтримати. Туризм в літаку, стежити за чистотою і екологією своїх островів. Важливість іноземних туристів та їх просування полягає в тому, що велика кількість іноземних туристів та відомих блогерів, які подорожують по всьому світу, почали писати про відпочинок та релаксацію в Хорватії. Це призвело до зростання ВВП на 15%, Хорватія щороку приймає близько 10 мільйонів іноземних туристів, що приносить значні доходи. Кіпр також вирішив запустити маркетингову кампанію, демонструючи свій туристичний потенціал [41].

Туризм в Ізраїлі розвивається під час війни з Палестиною. Вони воюють більше 70 років, і туристична сфера вже повністю адаптувалася до військового конфлікту. Проте кожен військовий конфлікт позбавляє Ізраїль 0,5% річного економічного зростання. У 2009 році Ізраїль втратив понад 1,5 мільярда доларів. Доходи США через ескалацію конфлікту в Газі. В Ізраїлі туристичний сектор є ключовим сектором економіки, на який припадає 5% експорту та 6% зайнятості, оскільки структура ВВП Ізраїлю структурована таким чином, що один сектор економіки не приносить грошей, а інший компенсує збитки.

Історію Грузії називають найбільш схожою на війну, яка зараз відбувається в Україні. Сфера туризму в Грузії не зупинялася навіть під час активних бойових дій. Військові дії в Грузії допомогли зробити цю країну відомою іноземним туристам. Туризм у післявоєнній Німеччині був доступний лише середньому класу, тому федеральний уряд розробив план створення соціального туризму, орієнтованого на пенсіонерів, студентів і молодь. Підтримання прийнятних цін для туристичної сфери здійснювалося за рахунок дотацій різних галузей економіки, а також розробленого дисконтного плану. Завдяки таким крокам внутрішній туризм у Німеччині став значно кращим, а найбільших успіхів туркомпанії досягли, коли вони зосередилися на масовому сегменті та туристичних турах [25].

Україна може використовувати методи відновлення туризму після військових дій за зразком країн, які вже мали подібний досвід, але не варто забувати, що велика кількість науковців відзначає, що складність ситуації полягає в тому, що це найбільша військова агресія після Другої світової війни. Вітчизняним фахівцям у сфері туризму варто націлити на пошук антикризових методів, за допомогою яких можна відродити галузь міжнародного туризму в Україні.

Державне агентство розвитку туризму запропонувало до розгляду кілька завдань, які допоможуть відродити туризм [14]:

1) сформулювати новий зміст внутрішнього туризму, наприклад Б. «Чому ми мандруємо Україною?»;

2) після війни, коли схід України буде безпечним, міністерство має намір розвивати туризм у Донецькій та Луганській областях;

3) планується розробка туристичних програм до місць бойової слави Збройних Сил .

Відгуки іноземних туристів дуже важливі, оскільки велика кількість потенційних туристів спілкуються на різних платформах, радячи один одному подорожувати в ту чи іншу країну. Інформація, яку Україна може надати про свої послуги, має бути повною, оскільки з неї складається туристичний бренд країни, інформація має бути різними мовами (мовою туристів, які найчастіше приїжджають в Україну) та містити: інформацію про авіа подорожі, інфраструктура, безпечне перебування в країні, які напрямки подорожі.

Багато туристів дивляться YouTube-блогерів, які відвідують різні країни і розповідають про особливості країн, в яких вони перебувають. Українські блогери є найвідомішими у світі завдяки тому, що вони перекладають свої відео англійською мовою та розповідають про ситуацію в Україні в сучасних реаліях, а деякі навіть почали подорожувати містами.

Зрозуміло, що після закінчення війни український ринок повністю зміниться. Завдяки великій кількості зруйнованих пам’яток та появі нових меморіалів українцям сфера туризму виходить на абсолютно новий рівень. Вже є ідеї відвідати деокуповані чи частково зруйновані місця.

ВИСНОВКИ

Туризм є глобальним явищем, про що свідчить великий обсяг міжнародних туристичних потоків між країнами по всьому світу. Таким чином, він чутливий до глобальних проблем, таких як економіка, навколишнє середовище, суспільство і, звичайно, геополітика.

Геополітичний аспект дуже важливий для функціонування світової індустрії туризму. Геополітичні чинники в туризмі — це вплив певних політичних подій (війни, перевороти, теракти) на туризм.

Негативні дії держави, такі як агресія, запровадження санкцій, посилення візового режиму, державні перевороти та терористична діяльність терористичних організацій, одразу відображаються на туристичній галузі.

Це призводить до зменшення туристичного потоку та більших збитків. Крім того, певні геополітичні фактори, такі як військові конфлікти чи анексія національних територій, можуть повністю зруйнувати туристичну інфраструктуру, зробивши певні частини країни непридатними для туристичних цілей.

Сучасна глобальна геополітична ситуація нестабільна. Світові геополітичні відносини характеризуються загостренням боротьби між глобальними та регіональними центрами сили (блоками, альянсами ad hoc), головним чином за сфери впливу. Крім того, актуальним є питання тероризму. Сьогодні тероризм є більш організованим, ніж кілька десятиліть тому, і становить серйозну загрозу багатьом цивілізованим державам. Другою серйозною проблемою сучасного світу є неефективність міжнародних механізмів регулювання. Що стосується України, яка перебуває в сучасному геополітичному просторі, то на сучасному етапі свого розвитку вона ще не повністю розвинула свій потужний потенціал, щоб зайняти своє місце у світі. Крім того, геополітичні фактори також негативно впливають на туристичну галузь та загальний розвиток нашої країни. За останні роки

Україна втратила частину своєї території і не змогла завершити військовий конфлікт на сході.

Україна втратила майже половину туристів у 2014 році через конфлікт з РФ і повну війну 24 лютого 2022 року. Це пов'язано з тим, що більшість людей, які їдуть до нашої країни – росіяни. Якщо говорити про вплив геополітичних чинників на розвиток туризму в туристичних регіонах світу, то в більшості випадків мова йде про негативні наслідки, тобто про прояви тероризму, військові конфлікти, військові перевороти. Але позитивним є те, що Ізраїль і Саудівська Аравія почали покращувати відносини. Цьому сприяє туризм. Терористичні атаки, що тривають, не є найбільшою геополітичною проблемою сьогодні. Їх можна зустріти по всьому світу, але більшість з них трапляється в країнах, які є лідерами в галузі туризму, а саме у Франції, Іспанії, Великобританії, Німеччині та Індонезії. 11 вересня 2001 року в США стався найбільший в історії людства теракт, у результаті якого загинуло майже 3000 осіб.

З негативним впливом геополітичних чинників стикаються і найбільш успішні в туризмі країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
2. Гонтаржевська, Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник. Донецьк: Східний дім, 2008. 180 с.
3. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
4. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: метод. рек. до вивч. дисц. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 49 с.
5. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М.Литвина. – Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с.
6. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
7. Смаль І. В. Геополітичні чинник розвитку міжнародного туризму URL: http://ekhsuir.kspu.edu/
8. Хронологія: терористичні атаки в Європі URL: https://www.dw.com/uk/
9. Tourisme en chiffres statistiques URL: http://www.tourisme.gov.tn/fr/
10. Un factor "cabalístico" en la elección de la fecha de la matanza en los trenes URL: https://elpais.com/
11. Ліпкан В. А. Національна безпека України: навчальний посібник / В. А. Ліпкан - К.: КНТ, 2009. – 576 с.
12. Нещадим Л. М. Туристичний потенціал України як частини світового центру туризму. URL: http://lib.udau.edu.ua/bitstream/
13. Тенденції розвитку сучасної геополітичної ситуації у світі URL: http://bintel.com.ua/uk/
14. Офіційний сайт дендропарк «Олександрія». URL: https://www.alexandria-park.com.ua/

15. Закон України “Про основи національної безпеки України” від 21.06.2018 р. № 2469-VIII. "Про нову редакцію Воєнної доктрини України"
16. 9/11 and Insurance: The Eight Year Anniversary - Insurers Paid Out Nearly $40 Billion Development URL: https://www.iii.org/
17. Department of Political Science. Linda K. Richter URL: https://www.k-state.edu/
18. Крисаченко В. С. Геополітика. Науковий інструментарій українознавця. Довідник / В. С. Крисаченко. – К.: ННДІУВІ, 2012.
19. Офіційний сайт. Парк «Софіївка».URL: https://trtryrt
20. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П. Ващенко, О.В. Горохова //Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: зб. наук. праць. – Київ: КНЕУ, 2001. – 240 с.
21. UNWTO 2020 Tourism Results. URL: https://www.unwto.org/
22. Мірела М. Геополітичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс] ДВНЗ «Ужгородський національний університет» // URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/
23. Теракти в Парижі і Брюсселі вдарили по туризму в ЄС URL: https://economics.segodnya.ua/
24. Хронологія: терористичні атаки в Європі URL: https://www.dw.com/uk/
25. Tourisme en chiffres statistiques URL: http://www.tourisme.gov.tn/fr/
26. Шри-Ланка открыла границы для туристов со всего мира. URL: https://www.unian.net/
27. Израильтянам впервые разрешили ездить в Саудовскую Аравию. URL: https://www.rbc.ua
28. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули [Електронний ресурс]: за даними Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/
29. Кононов І.Ф., Бородачов В.П., Топольськов Д.М. Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика: Хрестоматія з сучасної зарубіжної соціології регіонів – Луганськ: Знання, 2010. 384 с.

30. Attentats à Paris : retenu en otage au Bataclan, il révèle la discussion avec les terroristes URL: https://www.rtl.fr/
31. UNWTO 2019 Tourism Results URL: https://www.unwto.org/
32. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL: https://ntoukraine.org
33. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2021. 352 с.
34. Офіційний сайт «Шацький національний природний парк». Про парк. URL: http://shpark.com.ua/
35. Impact of 9/11 Terrorist Attacks on US and International Tourism Development URL: https://www.modul.ac.at/
36. Вечерський В. В. Культурна спадщина України, 2022. URL: https://vue.gov.ua
37. Цей день в історії: Хроніка подій 2014 року. URL: https://www.jnsm.com.ua/
38. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів /А.А. Романова // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics» / Чернігівський національний технологічний університет. – 2022. – № 9.
39. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: Геополітичні аспекти глобального явища / А. Ю. Парфіненко // Actual problems of international relations. Release 126 (part I) / Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – 2015.
40. Найкривавіші теракти за останні 15 років. Інфографіка URL: https://tsn.ua/
41. Bali death toll set at 202 URL: http://news.bbc.co.uk/