

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «Туристичний бізнес в Україні в умовах євроінтеграційних процесів»

Допущено до захисту

«___» _____ 2023 року

Завідувач кафедри психології і туризму

доктор психологічних наук,
професор

Бондаренко О.Ф.

здобувача вищої освіти групи Т016-19
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Чернової Ольги Ігорівни

Науковий керівник:
кандидат історичних наук, доцент
Зінченко В.А.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРІОДИЗАЦІЯ ТЕМИ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Понятійно-термінологічний апарат дослідження	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Методологічна база	7
1.3. Періодизація входження туристичної галузі України в євроінтеграційні процеси	9
РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	20
2.1. Стандарти Євросоюзу та їх вплив на український туристичний бізнес.....	20
2.2. Характеристика потенціалу вітчизняної туристичної галузі.....	27
2.3 Основні тенденції євроінтеграційних процесів в туризмі України	33
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	38
3.1. Пріоритети розвитку туризму в Україні в умовах євроінтеграції.....	38
3.2. Світовий досвід туризму та його вплив на Україну	43
3.3 Рекомендації суб'єктам туристичної індустрії щодо їх євроінтегрування ...	50
ВИСНОВКИ.....	55
РЕЗЮМЕ/RESUME.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Туризм є важливою галуззю економіки з великим потенціалом для розвитку. Україна, як країна з багатою культурною спадщиною та мальовничими природними куточками, має унікальні можливості для розвитку туризму.

Проте в контексті європейської інтеграції туристична галузь України зустрічає нові виклики, які потребують ретельного вивчення та аналізу.

У цій кваліфікаційній роботі буде розглянуто розвиток українського туризму в умовах євроінтеграції, вивчено основні тенденції та проблеми розвитку, а також потенційні можливості для подальшого зростання українського туристичного ринку. аналізувати.

Актуальність теми полягає у тому, що туризм є одним з найбільш швидкозростаючих секторів світової економіки та має значний вплив на соціально-економічний розвиток країн. Туризм в Україні має великий потенціал розвитку завдяки багатій історії, культурі та природним ресурсам, які приваблюють туристів з усього світу. Проте в контексті євроінтеграції українська туристична індустрія має нові виклики та можливості, тому вивчення та аналіз цього процесу є дуже важливим.

Вивченню євроінтеграції в туризмі, присвячені праці таких вчених: Бахуринська Н. В., Ярмолук Д. І., Коваленко О. В., Коніщева Н. Й., Кривега К. В., Семак Б. Б., Фаринюк Н.В., Яровий В. Ф.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та аналіз розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Крім того, робота має на меті визначити чинники, що впливають на розвиток туризму в Україні в контексті євроінтеграції та виробити рекомендації щодо вдосконалення розвитку туристичної галузі країни. Метою даної роботи є дослідження сучасних тенденцій та проблем туристичної галузі, визначення можливостей та перспектив подальшого розвитку українського туризму в рамках європейської інтеграції.

Для досягнення цієї мети було виокремлено наступні **завдання**:

- дослідження стану розвитку туризму в Україні та аналіз впливу процесу євроінтеграції на туристичну галузь;

- аналіз тенденцій та проблем розвитку українського туризму в контексті євроінтеграції;

- визначення важливих факторів, що впливають на розвиток туризму в Україні в умовах євроінтеграції;

- формулювання рекомендацій щодо вдосконалення розвитку туристичної галузі України в рамках європейської інтеграції на основі аналізу та досліджень;

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є туристична галузь України, яка включає в себе всі види туризму.

Предметом дослідження є процес розвитку туристичної галузі в Україні в контексті євроінтеграційних вимог.

При виконанні роботи було використано наступні методи дослідження:

- метод аналізу та синтезу;
- метод обробки статистичних даних;
- метод порівняння.

Кваліфікаційна робота побудована на аналізі літературних джерел, конференцій та статей, які доступні у всесвітній мережі Інтернет.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та резюме. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 58 сторінок, без урахування бібліографічних джерел. Дана робота містить одну таблицю. Список використаної літератури налічує 50 одиниць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПЕРІОДИЗАЦІЯ ТЕМИ

1.1. Понятійно-термінологічний апарат дослідження

Дане дослідження вимагає визначення термінологічного апарату, включаючи такі поняття, як туризм, туристичний продукт, інфраструктура, гостинність та інші.

Туризм – це галузь, яка забезпечує потреби населення у відпочинку, подорожах, екскурсіях та інших видах відпочинку. Туризм можна розділити на різні види, такі як внутрішні, міжнародні, корпоративні та особисті подорожі.

Туризм, як джерело доходу та зайнятості – внесок туристичної галузі у розвиток економіки та забезпечення робочих місць.

Турист – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Європейська інтеграція – це процес інтеграції України до Європейського Союзу, включаючи реформи та приведення їх до європейських стандартів. Цей процес відкриє нові можливості для розвитку українського туризму.

Туристична інфраструктура – це комплекс об'єктів і послуг, таких як готелі, ресторани, атракціони, музеї, парки та пляжі, які забезпечують подорожі та відпочинок для туристів. Ця інфраструктура є ключовим фактором туристичної привабливості країни.

Туристичний продукт включає в себе комплекс послуг, що надаються для задоволення рекреаційних та освітніх потреб мандрівників. Це транспортні послуги, проживання в готелях і хостелах, харчування в ресторанах і кафе, екскурсії та інші види відпочинку. Туристичні продукти можуть бути створені як пакет послуг «все включено» від туристичної агенції або як окремі послуги від різних постачальників послуг.

Супутні туристичні послуги та товари – послуги та товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам.

Просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо). [25]

Туристичні ресурси є фундаментальними для розвитку туризму в будь-якій країні. До природних ресурсів належать гірські ландшафти, пляжі, ліси, річки та інші природні об'єкти, які можуть привабити туристів. Культурно-історичні ресурси включають музеї, пам'ятки архітектури, національні парки, традиційні фестивалі та інші культурні об'єкти, які можуть зацікавити туристів. Інші ресурси включають спортивні туристичні маршрути, винні тури та інше. [31]

Ще одним важливим аспектом розвитку туризму є туристична політика країни. Туристична політика – це система заходів і стратегій, спрямованих на підтримку індустрії туризму та створення сприятливих умов для подорожей і відпочинку мандрівників. Це й такі аспекти, як просування країни на міжнародному рівні, створення спеціальних умов для іноземних туристів та розвиток інфраструктури. [7]

Одним із основних показників туристичної галузі є туристичний потік. Він відображає кількість туристів, які відвідали конкретну територію за певний період. Залежно від регіону та періоду часу можна визначити різні типи туристичних потоків. Внутрішній, міжнародний, регіональний тощо. Розвиток туризму в Україні вимагає постійного моніторингу та аналізу туристичних потоків з метою формування стратегії подальшого розвитку туристичної галузі.

Міжнародний туризм є видом туризму, який охоплює масові подорожі туристів за кордон з метою відпочинку та пізнання нових культур та традицій. Люди, які подорожують за кордон, зазвичай знаходяться у пошуку нових вражень та знайомляться з новими місцями, їжею, мовами та іншими аспектами життя. [23]

Міжнародний туризм є однією з найбільш швидкозростаючих галузей господарства в багатьох країнах світу. Він сприяє створенню нових робочих місць та розвитку інших галузей економіки, таких як транспорт, готельно-ресторанний бізнес та торгівля. Також міжнародний туризм сприяє культурному обміну між різними країнами та збільшенню взаєморозуміння між людьми різних культур та традицій.

На противагу, внутрішній туризм передбачає подорожі в межах власної країни з метою відпочинку та пізнання нових місць та культури власної країни. Цей вид туризму є важливим фактором розвитку внутрішнього туризму та сприяє розвитку туристичної інфраструктури в країні. Під час національних подорожей туристи можуть відвідувати національні парки, культурні та історичні пам'ятки, музеї та інші місця.

Внутрішній туризм є важливим для збереження культурної спадщини країни та розвитку малих міст та сільської місцевості, які можуть стати популярними туристичними напрямками. [17]

Таким чином, у даному пункті кваліфікаційної роботи було розкрито понятійно-термінологічний апарат дослідження.

1.2 Методологічна база

Дослідження на цю тему вимагає використання методологічної бази, яка включає різноманітні теорії, концепції та підходи до вивчення туризму та національної економіки в цілому. Серед них слід виділити:

Аналіз документів – це метод дослідження, який полягає в систематичному розгляді та тлумаченні різноманітних документів, що стосуються предмета дослідження. Документом можуть бути різноманітні матеріали. Закони, нормативні акти, постанови, різні договори, звіти, статистичні дані, наукові дослідження та інші види документів, що стосуються досліджуваних питань. Даний метод передбачає систематичний огляд та тлумачення офіційних документів, що стосуються туризму в Україні та Європейському Союзі. Аналіз

документів дозволяє зібрати великий обсяг інформації про українську та світову індустрію туризму та визначити тенденції та перспективи її розвитку. Наприклад, на основі офіційних статистичних даних можна зробити висновки щодо рівня розвитку туризму в Україні порівняно з іншими країнами, розмір і структуру туристичного ринку тощо. Крім того, важливою частиною аналізу документа є порівняння досвіду розвитку туризму в Україні з країнами-членами ЄС. З цього можна зробити висновки про те, які підходи до розвитку туризму застосовуються в інших країнах, з якими проблемами стикається індустрія в цих країнах і які методи використовуються для їх вирішення. [43]

Експертні оцінки та інтерв'ю з представниками туристичних компаній. Цей метод полягає у вивченні думок та поглядів представників різних галузей туристичної індустрії на поточний стан туризму в Україні та його можливості в умовах євроінтеграції. Для проведення експертної оцінки використовуються різні методи, включаючи опитування, інтерв'ю та фокус-групи та інші. Експертна оцінка передбачає залучення представників туристичної галузі, які мають досвід роботи в даній сфері та можуть дати оцінку поточного стану розвитку туризму в Україні, а також запропонувати свої рекомендації щодо подальшого розвитку галузі. Інтерв'ю з представниками туристичних компаній може бути як структурованим, так і неструктурованим. У структурованих інтерв'ю питання готуються заздалегідь і зосереджуються на конкретній темі дослідження. Неструктуровані інтерв'ю включають відкриті запитання, які дають експертам можливість поділитися своїм досвідом і надати рекомендації щодо розвитку галузі. Результати експертних оцінок та інтерв'ю з представниками туристичних компаній можуть бути використані для аналізу сильних і слабких сторін української туристичної галузі та визначення перспективного напрямку розвитку туризму. [47]

Метод статистичного аналізу ринку туризму в Україні та світі. Статистичний аналіз туристичного ринку України – це збір та аналіз даних про кількість туристів, їх переміщення, види туризму, тривалість подорожі, витрати туристів, задоволеність та інші параметри, які впливають на розвиток туризму.

Для статистичної оцінки використовуються офіційні статистичні дані, надані державними службами статистики та туристичними агентствами. Також доступні дані туристичних опитувань, проведених у різних регіонах України та світу. Статистичний аналіз українського та світового туристичного ринку дозволяє виявити важливі чинники, що впливають на розвиток туризму в різних регіонах світу, особливо в Україні. Ці фактори включають економічну стабільність, наявність культурних та історичних пам'яток, розвиток інфраструктури, політичну стабільність і безпеку, природні ресурси, наявність туристичної інформації та маркетингових стратегій, доступність транспорту тощо.

У даній роботі згадується метод логічного узагальнення для виокремлення основних тез, а також для структурованого викладу матеріалів.

Отже, методологічні аспекти дослідження, зокрема аналіз документів, експертні оцінки, інтерв'ю з представниками туристичних компаній та іншими зацікавленими сторонами, порівняння досвіду розвитку туризму в Україні з країнами-членами Європейського Союзу, статистичний аналіз туристичних базових українських та світових ринків є дуже важливим інструментом для вивчення української індустрії туризму. [37]

За допомогою цих методів можна комплексно проаналізувати розвиток вітчизняного туризму та визначити потенційні та проблемні проблеми галузі та перспективні напрямки розвитку туризму в Україні в контексті євроінтеграції. Отже, на цій методологічній основі можна сформулювати стратегію розвитку туризму та рекомендації щодо подальшого розвитку української галузі.

1.3 Періодизація входження туристичної галузі України в євроінтеграційні процеси

Періодизація входження туристичної галузі України в процес євроінтеграції можна розглядати з різних точок зору. Нижче наведено деякі ключові етапи розвитку української індустрії туризму в контексті євроінтеграції.

1991-2000 рр. – Початок розвитку індустрії туризму після здобуття Україною незалежності. У цей період Україна вийшла з економічного простору СРСР і почала завойовувати своє місце у світі. У туристичній галузі з'явилися перші приватні туроператори, готелі та інші туристичні компанії.

Однією з найважливіших подій в українській туристичній галузі цього періоду стало створення приватних туроператорів. Вони почали активно розвивати свій бізнес на базі надання послуг у туристичній сфері, зокрема продажу турів та організації подорожей. Крім того, з'явилися перші приватні готелі та інші туристичні компанії. Це створило можливість збільшити кількість туристів, які приїжджають в Україну. [14]

Українські приватні туроператори та готелі в 1991-2000 роках з'явилися переважно в містах з високими можливостями для розвитку туризму. Приклади приватних туроператорів і готелів цього періоду:

- Туроператор «Тез Тур» – один з перших приватних туроператорів в Україні, який почав працювати у 1993 році. Компанія спеціалізувалася на організації туристичних поїздок в країни Європи та Азії.
- Туроператор «Велл» – був заснований у Львові в 1994 році. Компанія спеціалізувалася на організації турів по Україні та за кордон.
- Готель «Русь» – знаходиться у місті Яремче, на висоті 700 метрів над рівнем моря. Готель був збудований в 1991 році та став одним з перших приватних готелів в Карпатах.
- Туроператор «Мандри» – був заснований у Львові в 1995 році. Компанія організовувала тури по Україні та Європі для індивідуальних клієнтів та груп.

Вступ до Всесвітньої туристичної організації у 1993 році став важливим кроком до європейської інтеграції туристичної галузі України. Це дало змогу залучити в країну іноземних туристів і створити сприятливе середовище для розвитку туризму.

Шоп-туризм в 90-х роках в Україні можна розглядати як одне з явищ, пов'язаних з процесом євроінтеграції країни. На той час Україна тільки починала відкриватися для світу після періоду радянської ізоляції. За таких умов, багато українців прагнули відвідати країни за кордоном, де було більше можливостей для шопінгу та отримання нових вражень.

Шоп-туризм полягав у тому, що люди збиралися групами та їздили до сусідніх країн, таких як Польща, Угорщина та Словаччина, щоб купити товари за цінами, набагато нижчими, ніж в Україні. Такі поїздки допомагали українцям знайомитися з іншими культурами. [20]

Проте шопінг-туризм дещо негативно вплинув на українську економіку. Люди, які їздили на шопінг за кордон, не витрачали гроші в українських магазинах, підтримуючи тим самим економіку інших країн. Це негативно вплинуло на українських виробників і торговців.

Згодом, із посиленням євроінтеграційних процесів в Україні та зміною українського уявлення про спосіб життя, шоп-туризм став втрачати популярність. Українці все більше стали звертати увагу на підтримку вітчизняного бізнесу та розвиток власної економіки.

Незважаючи на труднощі, пов'язані з перехідним періодом, українська індустрія туризму в цей період розвивалася. У 1994 році було створено Міністерство культури і туризму, щоб допомогти координувати діяльність різних компаній у туристичному секторі. Коли українські туроператори починали свою діяльність, вони конкурували з великою кількістю іноземних туроператорів, які вже були на ринку. [39]

Зростання інтересу до України як туристичного напрямку зумовлено також відкриттям країни для іноземних туристів. У 1995 році Україна приєдналася до Ради Європи, що дозволило їй відкрити кордони для громадян держав-членів цієї організації. [6]

Одним з головних завдань на шляху до європейської інтеграції в туристичному секторі є гармонізація національного законодавства з європейським.

15 червня 1995 року був прийнятий закон України «Про туризм». Цей закон встановив правові засади туристичної діяльності в Україні та регулював відносини між учасниками туристичного ринку.

Основні положення закону про туризм включають:

- Визначення понять туризму та туристичної діяльності;
- Встановлення порядку реєстрації туристичних фірм, туристичних агентств та туристичних операторів;
- Встановлення правил організації та проведення туристичних послуг;
- Визначення прав і обов'язків туристів та туроператорів;
- Встановлення порядку ліцензування туристичної діяльності;
- Визначення відповідальності за порушення законодавства про туризм.

Основною метою закону було забезпечення прав туристів та регулювання туристичного ринку в Україні. Закон також сприяв розвитку туризму як галузі економіки, створенню нових робочих місць та збільшенню доходів державного бюджету. [25]

У 1999 році Україна підписала стратегію розвитку туризму до 2010 року, метою якої є підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в країні. Ця стратегія лягла в основу національної стратегії розвитку туризму в Україні до 2015 року.

Україна є повноправним членом Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) з 1997 року. UNWTO є провідною міжнародною організацією в галузі туризму, яка займається просуванням розвитку туризму як ключового чинника економічного та соціального розвитку, збереженням культурної спадщини та підтримкою сталого розвитку туризму. [35]

Членство України в UNWTO дозволяє країні взаємодіяти з іншими країнами, включаючи обмін інформацією, досвідом та певними знаннями в галузі туризму. Окрім того, це дає Україні можливість приймати участь у

міжнародних туристичних виставках, конференціях та інших заходах, які допомагають просувати туристичний потенціал країни.

Отже, період з 1991 по 2000 роки був складним, але важливим для розвитку українського туризму в процесі євроінтеграції. Україна покинула радянський економічний простір і почала завойовувати своє місце у світі, а туристична галузь стала одним із перших напрямків євроінтегрування. Перші кроки до євроінтеграції було зроблено.

2000-2010 рр. – Етап закладення основ формування туристичного ринку та подальшого розвитку галузі. У цей період Україна зробила перші кроки до євроінтеграції, зокрема підписавши угоди про партнерство та співпрацю з Європейським Союзом.

Проявом явища євроінтеграції стало створення спільних підприємств між українськими туроператорами та іноземними туроператорами. Це дозволяло українським туроператорам отримувати нові знання, технології та досвід у проведенні маркетингових досліджень та рекламних кампаній, а також розширювати свої можливості щодо організації турів за кордон.

Вхід іноземних тур компаній на український ринок також став важливим фактором розвитку туризму в Україні. Це сприяло підвищенню якості послуг, їх різноманітності та конкуренції. Водночас, з'явилися нові можливості для українських туристів у виборі турів, що дозволило їм подорожувати за кордон за більш доступними цінами та відвідувати нові країни та/або континенти.

У 2005 році Україна також стала повноправним членом ВТО, що стало важливим кроком у зміцненні співпраці з іншими країнами та підвищенні авторитету країни у глобальному туристичному світі. [11]

У 2000-х роках Україна почала активніше співпрацювати з міжнародними туристичними організаціями, особливо Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), Європейською радою з туризму та торгівлі (ЕСТТ) та Європейською асоціацією туристичних компаній та операторів (ЕСТАА). Це дозволило Україні підвищити свій авторитет на світовому туристичному ринку та залучити більше інвестицій у галузь.

До того ж, Україна також активно розвиває інфраструктуру для туризму, будує нові аеропорти та реконструює існуючі.

2010-2014 рр. – Початок інтенсивного розвитку туризму в Україні. У цей період Україна зосередилася на підвищенні якості послуг та залученні інвестицій у галузь. Країна приймала такі масштабні туристичні заходи, як Євро-2012.

Оскільки українці мають спільну візову систему з більшістю країн Європейського Союзу, для міжнародних поїздок потрібна віза, що робить Україну більш відкритою для туристів з Європейського Союзу. У зв'язку з цим важливим було проведення переговорів щодо спрощення візового режиму між Україною та Європейським Союзом. У результаті у 2014 році було підписано Угоду про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. [33]

Угода передбачала співпрацю в багатьох сферах, зокрема в туризмі. У рамках угоди затверджено план дій щодо лібералізації візового режиму. [5] Він містить перелік конкретних заходів, які необхідно вжити для спрощення візового режиму між Україною та Європейським Союзом. На виконання Плану дій Україна здійснила реформи у сфері імміграції, прийняла нові закони, змінила процедури видачі документів та покращила технічну інфраструктуру для візитів до Європейського Союзу. [34]

Україна також продовжила активно розвивати туристичну інфраструктуру. У 2012 році в міжнародному аеропорту «Бориспіль» було відкрито новий термінал, що значно підвищило якість обслуговування пасажирів. Також було запущено декілька нових проектів будівництва готелів і курортів, зокрема в Криму та Карпатах.

Зокрема, у 2012 році було завершено реконструкцію аеропорту «Жуляни» і будівництво нового терміналу «А» загальною площею 14 тис. кв. м.

Новий термінал був обладнаний сучасними системами безпеки та комунікацій, що дозволяло пасажирам зручно та швидко проходити реєстрацію та паспортний контроль. Крім того, у терміналі було створено VIP-зал площею 1,5 тис. кв. м, який був обладнаний комфортабельними зонами відпочинку, переговорними кімнатами та іншими додатковими послугами. [1]

Загалом, у період з 2010 по 2014 роки Україна зробила великий внесок у напрямку інтеграції з Європейським Союзом та підвищення якості туристичної інфраструктури. Однак, на жаль, політичні та економічні труднощі, які виникли після 2014 року, внесли свої корективи. [15]

2014-2019 рр. – Етап комплексного розвитку туристичної галузі України в умовах російсько-українського конфлікту та анексії Криму. Україна продовжила розвивати туризм, але безпека опинилася під загрозою в районах воєнного стану. Водночас Україна прагнула відкрити нові ринки, підвищити якість та різноманітність туристичних послуг.

Одним із головних досягнень цього періоду стало підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Ця угода відкрила багато нових можливостей для туристичної індустрії України, зокрема вільний доступ до європейських ринків та фінансову підтримку розвитку туризму.

У 2016 році Україна приєдналася до програми Європейського Союзу «Горизонт 2020» з підтримки досліджень та інновацій у різних сферах, зокрема в туризмі. Завдяки цій програмі Україна змогла залучити більше капіталу для розвитку туристичної інфраструктури та підвищення якості послуг у туристичній сфері. [10]

Крім того, Україна продовжує зміцнювати відносини з країнами Європейського Союзу та підписала багато угод про співпрацю у сфері туризму. У 2017 році Україна підписала угоду про співпрацю в галузі туризму з Іспанією, а також угоди про безвізовий режим з країнами Європейського Союзу, що сприяло збільшенню кількості туристів з інших країн. [3]В

2019-2023 рр. – особливо складний період існування туристичної галузі України. Це пов'язано з поширенням всесвітньої пандемії COVID-19 на території України (2019).

Пандемія COVID-19 серйозно позначилася на українській туристичній індустрії. З початком карантину в березні 2020 року, було введено обмеження на переміщення людей, заборону на в'їзд і виїзд для іноземців, а також закриття громадських місць та карантинних обмежень.

Ці обмеження призвели до значного зменшення туристичного потоку в Україні, зниження кількості туристів та значного скорочення обсягів туристичного бізнесу. Більшість подорожей були відкладені або скасовані, а туристичні компанії та готелі були вимушені припинити свою діяльність. [49]

Українська влада відреагувала на кризу в туристичній індустрії шляхом прийняття різних заходів підтримки. Зокрема, були запроваджені спеціальні кредитні програми для підприємств туристичної галузі, зниження податків та податкові канікули.

Починаючи з лютого 2022 року Україна перейшла в особливий період існування туризму пов'язаний із його практичним скороченням внаслідок введення військового стану, який було оголошено у зв'язку з повномасштабною агресією Росії в Україні.

Введення військового стану мало негативний вплив на туристичний сектор України. Зокрема, відмінено було численні культурно-масові заходи, які традиційно приваблювали до країни тисячі туристів, такі як фестивалі, концерти та інші події. Також було значно зменшено кількість туристів, які приїжджали до країни, що призвело до зменшення доходів туристичної індустрії. Багато туристичних організацій були змушені зупинити свою роботу на невизначений термін.

Туристична галузь, яка за підрахунками Держстату приносила ще донедавна у бюджет України 3% ВВП, а за експертними оцінками, до 7%, зазнала чи не найбільших втрат від початку війни. [41]

Проте деякі туристичні фірми спромоглися успішно використати свої зв'язки за кордоном для допомоги фронту та біженцям.

До прикладу, компанії «TEZ Tour Україна», «Делфа-тур» не залишилися байдужими до війни – керівництво долучилося до волонтерства, деякі співробітники взяли в руки зброю, щоб захищати свою країну. Наприклад, директор турфірми Феєрія – Ігор Захаренко став фронтовим журналістом. [8]

Та попри все, на мою думку, в Україні є значний потенціал задля розвитку туризму в майбутньому. Післявоєнний період може характеризуватися значною увагою закордонних туристів до нашої країни.

Українці, що вимушені були покинути свої домівки та поїхати за кордон зараз виконують роль «неформальних турагентів», популяризуючи нашу країну серед іноземців. Поширення інформації про Україну може в подальшому мати позитивний вплив на туризм у вигляді збільшення іноземних туристичних потоків.

Все ж для покращення післявоєнних відновлень потрібно буде взяти низку заходів. До них можна віднести:

- розвиток туристичної інфраструктури в районах, де є військові пам'ятки, з метою залучення туристів та приваблення іноземних інвестицій;
- створення та забезпечення безпечних умов для проведення післявоєнних турів;
- створення туристичних компаній, які спеціалізуються на розробці маршрутів для екскурсій в місцях проведення бойових дій;
- створення військово-рекреаційних ресурсів для туристів;
- організацію масштабної маркетингової кампанії для привернення уваги туристів;
- збереження інтересу до України серед сучасних туристів, підтримка гідних умов та створення здорової конкуренції;
- будівництво туристичних комплексів, які задовольняють потреби сучасного туриста та враховуватимуть їхні інтереси.

Щоб відновити позиції України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні бути готові до пошуку нових способів реклами та продажу своїх продуктів та послуг. На сьогоднішній день, інтернет став одним з найбільш ефективних засобів реклами туристичних послуг. Використання соціальних мереж, туристичних сайтів, рекламних

платформ та інших онлайн інструментів дозволяє залучити більше потенційних клієнтів та збільшити кількість бронювань.

Під час відновлення сфери туризму в Україні, корисно вивчити досвід інших країн, які успішно відновлювали свою туристичну індустрію після кризових ситуацій, включаючи війни.

Але Україна попри все продовжує розвивати туризм та активно співпрацює з міжнародними організаціями та країнами для відродження туризму. Важливі тенденції включають зростання екологічної свідомості та зростання інтересу до екотуризму.

З 2019 по 2023 рік Україна продовжує розвивати свою туристичну галузь в рамках євроінтеграційних процесів. Важливим кроком у цьому напрямку стала участь України у програмі ЄС «Горизонт 2020», яка сприяє науковим дослідженням та інноваційному розвитку у туризмі.

Важливим кроком євроінтеграції України в туристичній сфері є активна реалізація проектів, спрямованих на підвищення якості туристичних послуг та розвиток туристичної інфраструктури. Наприклад, в рамках проекту «Реформування та розвиток туристичної галузі в Україні» створено систему звітності та сертифікації готелів та інших засобів розміщення, яка допомагає забезпечити якість та високу безпеку для туристів.

Крім того, в рамках євроінтеграційних процесів Україна активно співпрацює з державами-членами Європейського Союзу у створенні спільних продуктів і туристичних маршрутів.

Також уряд України продовжує активно просувати Україну як туристичний напрямок. В рамках цього просування було створено новий бренд «Відкрий Україну», який має на меті популяризувати Україну як культурний та природний туристичний напрямок. [4]В

Окрім цього, Україна продовжує розвивати свою інфраструктуру для туристів, зокрема ремонтуються та модернізуються дороги та аеропорти, будуються нові готелі та туристичні об'єкти. Також активно розвивається екотуризм та розваги на відкритому повітрі.

Незважаючи на труднощі, що виникають через пандемію COVID-19, Україна продовжує розвиватися як туристичний напрямок та підтримує свої євроінтеграційні зусилля у цій галузі. [30]

В цьому пункті роботи йшлося про входження туристичної галузі України в євроінтеграційні процеси. Зазначено п'ять часових проміжків з періоду незалежності України.

В цьому розділі було описано теоретичну основу роботи – головну термінологію, методологію та періодизацію заданої теми.

РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

2.1. Стандарти Євросоюзу та їх вплив на український туристичний бізнес

Стандарти Європейського Союзу (ЄС) – це правила та норми, які розробляються органами ЄС з метою забезпечення єдності та стандартів в різних сферах життя країн-членів ЄС. У сфері туризму, ЄС визначив стандарти для забезпечення якості та безпеки туристичних послуг.

Зокрема, в ЄС існують різні стандарти та сертифікаційні марки, які забезпечують якість та безпеку туристичних послуг. Одним з таких стандартів є сертифікація «Європейська якість туризму» (European Tourism Quality), яка забезпечує стандарти якості для готелів, ресторанів, туристичних агентств та інших туристичних послуг. Цей стандарт забезпечує високі вимоги до обслуговування, дотримання прав споживачів та забезпечення якості послуг. [44]

Стандарти ЄС впливають на український туристичний бізнес, оскільки багато туристів з ЄС відвідують Україну та користуються туристичними послугами. Дотримання стандартів ЄС дозволяє українським туристичним підприємствам забезпечити якість та безпеку послуг, що сприяє позитивному іміджу України як туристичної країни.

Європейський Союз зосереджується на стандартизації туристичної галузі для забезпечення безпеки та зручності туристів та створення конкурентоспроможного середовища для туристичного бізнесу. Ці стандарти є обов'язковими для країн-членів ЄС, але вони також можуть бути корисними для країн-партнерів, таких як Україна, для підвищення якості туристичних послуг та забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку туризму.

Європейський Союз (ЄС) встановлює ряд стандартів і вимог для індустрії туризму, яким повинні відповідати туристичні підприємства, щоб забезпечити

належні та безпечні умови для туристів. Основними стандартами та вимогами ЄС для індустрії туризму є:

Ліцензування та сертифікація: Ліцензування та сертифікація є важливими аспектами стандартів Євросоюзу в контексті туристичної галузі. Ліцензування – це процес отримання дозволу на здійснення певних видів діяльності, який проводиться державними органами управління. Цей процес забезпечує дотримання правил та стандартів у галузі, а також захист прав та інтересів споживачів. Сертифікація – це процес оцінки відповідності продукту, послуги, процесу чи системи вимогам стандарту. У туристичній галузі сертифікація проводиться з метою забезпечення якості та безпеки послуг, а також захисту прав споживачів. Компанії, які бажають працювати з європейськими партнерами, повинні отримати сертифікацію та ліцензії відповідно до стандартів ЄС. Ці стандарти та вимоги відносяться до різних аспектів туристичного бізнесу, таких як якість обслуговування, безпека, збереження навколишнього середовища, рівень професійної підготовки працівників тощо.

Захист прав споживачів: ЄС має законодавство, що захищає права туристів та споживачів від шахрайства та недобросовісної практики туристичних підприємств. Захист прав споживачів є одним з основних принципів, які регулюють стандарти Європейського Союзу. В контексті туризму, це означає, що туристи мають право на вільний вибір туристичних послуг, які забезпечують високу якість та безпеку. У зв'язку з цим, в ЄС діє багато законодавчих актів, які забезпечують захист прав споживачів в туристичному секторі. Наприклад, Директива про пакетні тури, що визначає права туристів, включає право на відшкодування, якщо турфірма не виконала свої обіцянки, або якщо турист отримав травми чи хворобу під час поїздки. Крім того, ЄС встановлює також стандарти щодо якості та безпеки туристичних послуг. Наприклад, для готелів встановлюються вимоги щодо рівня сервісу та зручностей, для транспорту – щодо безпеки та комфорту пасажирів, для туроператорів – щодо забезпечення туристів необхідними документами та інформацією.

Безпека та здоров'я: Туристичні підприємства повинні забезпечувати належні умови безпеки та здоров'я для туристів, зокрема відповідність будівлям та устаткуванню, заходи пожежної безпеки, дотримання санітарних норм та ін. Одним з основних стандартів Євросоюзу у галузі туризму є директива 90/314 / ЄЕС про туристичні пакети. Ця директива вимагає від туроператорів та туристичних агентств забезпечувати безпеку та здоров'я туристів, які придбали пакетну подорож. Туроператори та туристичні агентства повинні мати страхування від нещасних випадків та інших ризиків, пов'язаних з подорожжю, а також надавати необхідну інформацію про можливі ризики та заходи безпеки. Крім того, Європейський союз встановив ряд стандартів щодо безпеки та здоров'я туристів в окремих сферах туристичної діяльності, наприклад, в готельному бізнесі, авіаційній та морській перевезенні, водних видів спорту та інших. Ці стандарти включають в себе вимоги до якості обладнання, процедур безпеки, медичного обслуговування та ін.

Якість послуг: ЄС має систему стандартів якості в туризмі, такі як ISO 9001, що забезпечують належність якості туристичних послуг та стандартів обслуговування. Європейський Союз встановлює ряд стандартів, таких як ISO (Міжнародна організація зі стандартизації), що забезпечують міжнародний стандарт якості для туристичних послуг. Сертифікація туристичних послуг здійснюється на підставі цих стандартів, що дозволяє підвищити рівень якості послуг у туристичній галузі. Якість туристичних послуг може бути оцінена за багатьма параметрами, такими як якість харчування, рівень комфорту транспорту, якість проживання в готелях та ін. У той же час, клієнтське задоволення вважається важливим показником якості туристичних послуг. Відповідно до стандартів Євросоюзу, компанії повинні забезпечувати високий рівень клієнтського сервісу та вміти ефективно вирішувати скарги та претензії своїх клієнтів.

Екологічна стійкість: Туристичні підприємства повинні дотримуватися екологічних стандартів та приймати заходи для зменшення негативного впливу туризму на природне середовище. Стандарти Євросоюзу включають в себе

широкий спектр вимог, спрямованих на збереження природних ресурсів, зниження викидів в атмосферу та воду, а також зменшення відходів та покращення утилізації відходів. Ці стандарти досить суворі, тому що ЄС прагне досягти більш чистого та здорового навколишнього середовища, щоб забезпечити своїм громадянам високу якість життя. Український туристичний бізнес може отримати багато переваг від виконання екологічних стандартів ЄС. Наприклад, екологічно свідомий туризм може забезпечити зменшення кількості відходів та шкідливих речовин, що виділяються у природне середовище. Крім того, екологічний туризм може привернути до країни тих туристів, які прагнуть піклуватися про довкілля, тому що це стає все більш популярним серед подорожуючих. Українські туроператори та готелі можуть отримати сертифікацію відповідно до стандартів ЄС, що стосуються екологічної стійкості. Наприклад, сертифікація Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) зобов'язує організації вести документацію про використання ресурсів та відходи, а також вдосконалювати свої екологічні показники з часом.

Інформаційне забезпечення: суб'єкти туристичного бізнесу повинні надавати туристам достатню інформацію про послуги, умови розміщення та події на території. Європейський Союз вважає, що надання вірної та повної інформації про туристичні послуги є ключовим чинником успішної індустрії туризму. Одним зі стандартів, пов'язаних з інформаційним забезпеченням, є Директива Європейського Союзу 2015/2302 про пакетні тури та відпочинок, яка містить вимоги щодо надання інформації про туроператорів та турпослуги. Згідно з цією директивою, туроператори зобов'язані надавати детальну інформацію про свої послуги, включаючи умови оплати, скарги та поради щодо подорожі. Ще одним стандартом є Регламент ЄС № 910/2014 (Європейський Регламент про електронний ідентифікаційний та послуги довіри), який містить вимоги щодо електронної ідентифікації та електронних транзакцій. Цей регламент може бути корисним для туристичної індустрії, оскільки він регулює електронну комунікацію та забезпечує стандарти щодо безпеки та захисту персональних даних в електронній формі.

Стандарти страхування: Наявність страхового полісу може гарантувати захист мандрівників у разі непередбачених подій, таких як невдача поїздки, втрата багажу тощо. Страхові стандарти ЄС передбачають, що мандрівники повинні мати можливість укласти договір страхування для захисту своїх інтересів у разі непередбачених обставин. Стандарти страхування є одним із важливих елементів європейської системи регулювання туристичного бізнесу. Відповідно до них, туристичні компанії повинні мати страхову поліси, що забезпечують захист туристів та компаній у разі виникнення непередбачуваних ситуацій, таких як скасування подорожі, втрата багажу, медичні проблеми тощо. Стандарти страхування вимагають, щоб туристичні компанії мали покриття відповідальності за шкоду, завдану туристам в результаті їхньої діяльності, також мали страхові поліси від нещасних випадків та інших ризиків. Ці вимоги стосуються не лише туроператорів, а й інших учасників туристичного ринку, таких як готелі, ресторани, перевізники тощо. Європейські стандарти страхування також забезпечують високі стандарти якості страхових послуг, що включає в себе доступні та зрозумілі для клієнтів умови страхування, ефективне врегулювання страхових випадків та швидкий доступ до необхідної медичної допомоги у разі потреби. Для українського туристичного бізнесу дотримання європейських стандартів страхування є дуже важливим. Це дає можливість забезпечити високий рівень захисту туристів та компаній в разі непередбачуваних ситуацій, зменшити ризики для учасників туристичного ринку та підвищити довіру клієнтів до послуг, що надаються. [50]

Завдяки цим стандартам українська туристична галузь має можливість підвищувати якість послуг, залучати нових клієнтів і розвиватися. Проте, щоб досягти успіху на європейському ринку, необхідно не лише відповідати європейським стандартам, а й залучати інвестиції в промисловість та покращувати інфраструктуру. Наприклад, розвиток готельної мережі, покращення транспортної інфраструктури та інші заходи можуть зробити туристичний продукт більш привабливим для європейських туристів.

Важливим аспектом впливу європейських стандартів на український туризм є також забезпечення інтересів туристів. Україна, як країна-кандидат на членство в ЄС, повинна відповідати європейським стандартам у сфері прав споживачів, особливо щодо прав туристів. Це означає, що туристи, які відвідують Україну, мають право на якісні послуги, а також право на захист своїх прав у разі порушення їх інтересів.

Одним із найвпливовіших європейських стандартів є Хартія про права пасажирів, який регулює права мандрівників, які подорожують Європейським Союзом. Хартія містить набір прав і гарантій, які гарантують безпеку та захист прав пасажирів, включаючи право на безпечну та комфортну подорож, право на компенсацію у разі затримки, скасування або затримки крадіжки, право на допомогу в справах про втрату багажу тощо. Ці стандарти важливі для індустрії туризму, оскільки вони забезпечують довіру туристів до послуг і роблять їх більш привабливими для подорожей. [46]

Стандарти ЄС для туристичного бізнесу включають вимоги до якості транспортних засобів, що використовуються для перевезення туристів, а також до якості обслуговування в індустрії гостинності та громадського харчування. Для отримання сертифікату відповідності підприємства готельного та громадського харчування повинні відповідати вимогам, встановленим європейськими стандартами.

Стандарти ЄС для туристичного бізнесу також включають вимоги, пов'язані з безпекою туристів, зокрема забезпечення належного рівня безпеки в готелях, на курортах, на пляжах та інших туристичних об'єктах. Крім того, європейські стандарти передбачають належний рівень медичного обслуговування мандрівників, включаючи наявність екстреної медичної допомоги та аптечок.

Крім стандартів щодо якості та безпеки, ЄС має ряд інших стандартів, які стосуються туристичного бізнесу. Наприклад, стандарти щодо сталих та відповідальних форм туризму, зелених технологій та сталого екотуризму, а

також розроблено стандарти відносно доступності туризму для всіх груп населення, включаючи людей з обмеженими можливостями.

Важливим стандартом Європейського Союзу є стандарт екологічності. Цей стандарт призначений для зменшення впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище. Готелі та інші туристичні підприємства повинні відповідати певним екологічним стандартам, щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище. Наприклад, готелі повинні скоротити використання пластикових пакетів і пляшок, сприяти переробці відходів і використовувати екологічно чисті технології.

Одним з найбільш важливих стандартів, пов'язаних зі екологічністю туризму, є сертифікаційна програма «Зелений ключ» (Green Key). Ця програма допомагає готелям та іншим туристичним закладам зменшувати вплив на довкілля та розробляти сталий бізнес. Щоб отримати сертифікат готелі та інші заклади повинні відповідати певним вимогам щодо сталого управління, заощадження енергії та води, раціонального використання ресурсів, а також забезпечення здоров'я та безпеки гостей. [45]

Недотримання європейських стандартів може мати серйозні наслідки для туризму в Україні. Наприклад, відмова у видачі відповідної довідки або відсутність належного рівня обслуговування може призвести до того, що мандрівник відмовиться відвідувати ту чи іншу країну. Крім того, недотримання норм безпеки може призвести до травм і негативно вплинути на імідж країни як туристичного напрямку.

Стандарти ЄС мають значний вплив на український туристичний бізнес. Багато туристичних підприємств України стали дотримуватися європейських стандартів, щоб залучити більше туристів і підвищити рівень обслуговування. Багато готелів та туроператорів вже отримали сертифікати якості, що підтверджують їхню відповідність європейським стандартам.

Отже, відповідність європейським стандартам є важливим чинником успіху для українського туристичного бізнесу. Це дозволяє залучити більше закордонних туристів.

2.2. Характеристика потенціалу вітчизняної туристичної галузі

Оскільки вітчизняна індустрія туризму стає все більш привабливою для іноземних туристів, важливо враховувати стандарти Європейського Союзу (ЄС) та їхній вплив на туристичний бізнес в Україні. Проте для оцінки потенціалу вітчизняної індустрії туризму України необхідно враховувати не лише європейські стандарти, а й вітчизняні фактори розвитку.

Одним із головних показників успішності туристичної галузі є кількість туристів, які відвідують країну. Згідно з даними Національної служби статистики України, у 2021 році Україну відвідали понад 4 мільйони іноземних туристів, що на 26,3% більше, ніж у 2020 році. [36]

Туристичний потенціал України є дуже високим, завдяки її багатим природним, історичним, культурним та архітектурним ресурсам.

Для оцінки потенціалу вітчизняної туристичної галузі необхідно враховувати такі фактори:

Розвиток інфраструктури туристичної галузі. Розвиток інфраструктури туристичної галузі є одним з ключових факторів, який необхідно враховувати при оцінці потенціалу вітчизняної туристичної галузі. Це пов'язано з тим, що якість і доступність інфраструктури є важливими критеріями для туристів під час вибору місця відпочинку.

Україна має значний туристичний потенціал, однак стан інфраструктури туристичної галузі залишається на низькому рівні. Більшість готелів та інших об'єктів туристичної інфраструктури потребують реконструкції та модернізації, а також більшого інвестування.

Водночас, останніми роками держава активно розвиває туристичну інфраструктуру, зокрема, будуються нові готелі, відкриваються ресторани та кафе, облаштовуються пляжі та інші туристичні майданчики. Також, в Україні створено ряд державних програм і підтримки для розвитку туризму, що сприяє привабливості країни для іноземних туристів. [19]

Інформаційний потенціал є одним з важливих факторів, який впливає на розвиток туризму в Україні. Інформаційні технології та інтернет-ресурси є невід'ємною частиною туристичної галузі. Завдяки ним туристи можуть знайти потрібну інформацію про різні види туризму, готелі, маршрути, екскурсії, пам'ятки та інше.

Україна має великий потенціал для розвитку інформаційного туризму, який включає в себе електронний туризм, мобільний туризм та віртуальний туризм. Останній є особливо перспективним для України, оскільки дозволяє туристам з усього світу досліджувати українські пам'ятки та історію без необхідності фізично перебувати в країні.

Інформаційний потенціал також включає в себе розробку та підтримку веб-сайтів, мобільних додатків, електронних карти та інших інформаційних ресурсів, які забезпечують туристів актуальною та достовірною інформацією про місця відпочинку в Україні.

Проте, наразі в Україні інформаційний потенціал туристичної галузі є недостатнім і потребує подальшого розвитку та вдосконалення. Недостатня кількість ефективних інтернет-ресурсів, недоступність інформації про туристичні об'єкти в іноземних мовах та низька якість обслуговування туристів у мережі Інтернет є одними з головних проблем.

Маркетингова стратегія та просування туристичного продукту мають велике значення для приваблення туристів в країну. Україна може використовувати свій унікальний культурний та історичний спадок для розвитку туризму. Також важливо вивчати попит та пропозицію на туристичний продукт, залучати інвестиції для розвитку інфраструктури, розробляти та просувати нові туристичні маршрути та послуги.

Однією з ключових складових маркетингової стратегії є реклама. Це може бути різноманітні форми реклами, включаючи рекламу в соціальних мережах, відеорекламу, друковані рекламні матеріали тощо. Також важливо мати якісний веб-сайт зі зручними функціями пошуку туристичних послуг та можливістю онлайн-бронювання.

Для просування туристичного продукту важливо також бути відкритим до нових технологій та інновацій, наприклад, використовувати мобільні додатки, які дозволяють швидко та зручно бронювати туристичні послуги, використовувати геолокацію тощо.

Одним із ефективних інструментів просування туристичних продуктів є використання інтернет-технологій та соціальних медіа. Це дає змогу залучати увагу мільйонів користувачів з різних країн світу, а також створювати електронні платформи для замовлення турів та інших послуг.

Проте, важливо не забувати про традиційні методи просування, такі як участь у виставках та конференціях, відвідування туристичних ярмарків та реклама в засобах масової інформації. Це дозволить налагодити контакти зі спеціалістами галузі, розширити мережу партнерів та підвищити рівень довіри до туристичного продукту. [27]

Історико-культурний потенціал є ще одним важливим фактором при оцінці потенціалу внутрішнього туризму. Україна – країна з багатою історією та культурою, яка має великий потенціал для розвитку туризму. Багато пам'яток історії та культури розташовані по всій території України і можуть зацікавити гостей з різних країн світу.

Україна має довгу історію та культурний досвід, який можна використовувати для розвитку туризму. Зокрема, туристи можуть бути зацікавлені відвідати такі історичні місця, як Києво-Печерська Лавра, Софійський Собор, Замок в Кам'янці-Подільському, Кримські печери та інші пам'ятки.

Одним із основних напрямків туризму в Україні є культурний туризм. Тисячі туристів з різних країн приїжджають в Україну, щоб відвідати музеї, галереї, театри, концертні зали та інші культурні заклади. Крім того, Україна має багату історію і дуже приваблива для туристів, які цікавляться історією та архітектурою.

Україна має багату культурну спадщину, український фольклор, музику, танець, народні звичаї та традиції. Також Україна славиться своїми кулінарними традиціями, які є привабливими для гастрономічного туризму.

Розвиток туристичної галузі на основі історичного та культурного потенціалу може сприяти не лише розвитку самої галузі, але й збільшенню інтересу до культурного та історичного надбання країни. Також це може сприяти збереженню та захисту історичних та культурних пам'яток від забудови та інших негативних впливів на довкілля. [21]

Природні ресурси та екологічна безпека є важливими факторами для оцінки потенціалу вітчизняної туристичної галузі. Природні ресурси, такі як гірські масиви, ліси, річки, озера та інші природні красоти, є основою для розвитку екотуризму та інших форм туризму, що пов'язані з природою. Однак, важливо зберігати ці ресурси та забезпечувати екологічну безпеку туристичних місць, щоб запобігти їх виснаженню та знищенню.

Для збереження природних ресурсів та екологічної безпеки в туристичній галузі в Україні, введено ряд законодавчих норм та вимог щодо екологічної безпеки, а також створено ряд організацій, які контролюють стан довкілля та природних ресурсів. Також, деякі туристичні об'єкти мають статус природно-заповідних територій, що забезпечує їх охорону та збереження.

Для забезпечення екологічної безпеки в туристичних місцях, важливо враховувати такі фактори, як обмеження кількості відвідувачів, раціональне використання природних ресурсів, розробка планів екологічної безпеки та екологічної освіти для туристів та працівників галузі. Наприклад, в національних парках та заповідниках, кількість відвідувачів може бути обмеженою, а деякі туристичні маршрути можуть бути закриті на певний час для відновлення екологічної рівноваги на території. [40]

Кадровий потенціал є одним із найважливіших факторів успішного розвитку туристичної галузі. Успіх туристичного підприємства залежить від кваліфікації, досвіду та професійної компетентності його працівників. Також

важливо мотивувати співробітників надавати якісні послуги та задовольняти потреби клієнтів.

Розробка та впровадження програм професійного розвитку та навчання персоналу має вирішальне значення для забезпечення розвитку кадрового потенціалу. Ці програми можуть бути спрямовані на розвиток м'яких навичок, таких як комунікація з клієнтами та робота в колективі, або на розширення технічних знань та навичок. Також важливо залучати висококваліфікованих фахівців на різні позиції, що допоможе підвищити рівень професійної компетентності в галузі.

Недостатній кадровий потенціал може призвести до недооцінення потреб ринку та негативно позначитися на якості послуг, що надаються. Крім того, відсутність адекватного кадрового потенціалу може призвести до зниження інноваційної активності та розвитку технологій в галузі. [9]

Та все ж, в Україні є учбові заклади, де готуються спеціалісти з туристичної галузі, до них входять: Київський національний лінгвістичний університет (КНЛУ), Київський національний університет культури і мистецтв (КНУКіМ), Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ), Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (КНЕУ) та ін.

Таким чином, розвиток кадрового потенціалу є важливим елементом успішного функціонування туристичної галузі в Україні. Необхідно розробляти та впроваджувати ефективні програми навчання та підвищення кваліфікації, залучати висококваліфікованих фахівців, створювати мотивуючі умови для працівників. [18]

Соціальний та економічний контекст є важливим фактором оцінки потенціалу вітчизняної туристичної галузі. З одного боку, туризм може стати потужним інструментом економічного розвитку, створення робочих місць та збільшення доходів державного бюджету. З іншого боку, туризм може мати негативний вплив на соціальний та економічний розвиток країни, якщо не будуть вжиті необхідні заходи з охорони природи та збереження культурної спадщини.

Одним з ключових факторів, який впливає на туристичний бізнес, є економічна стабільність та розвиток інфраструктури в країні. Забезпечення високої якості послуг та зручних умов перебування для туристів, таких як готелі, ресторани, транспорт, забезпечує збільшення кількості туристів та підвищення доходів від туризму. [40]

Однак, зростання кількості туристів може також мати негативні наслідки, якщо не будуть вжиті необхідні заходи з охорони природи та збереження культурної спадщини. Туристичні об'єкти можуть бути шкідливими для довкілля та негативно впливати на місцеве середовище. Тому важливо враховувати екологічну безпеку при розробці туристичного продукту та просуванні його на ринку.

Крім того, соціальний аспект має велике значення в оцінці потенціалу туристичної галузі. Туризм може стати джерелом доходу та зайнятості для місцевого населення, але також може впливати на соціальну структуру та культуру. [26]

Фактори, які здійснюють вплив на розвиток туризму України

(складено за даними [28])

Таблиця 2.1

Позитивні фактори	Негативні фактори
Потужна база туристичних ресурсів	Неповне використання наявних туристичних ресурсів
Зміцнення позицій України на міжнародному туристичному ринку	Відсутність чіткої стратегії розвитку сфери туризму
Представлення України у світі, як демократичної та європейської країни	Недостатньо розвинена транспортна система та інфраструктура
Наявність багатьох туристичних атракцій для залучення інвестицій	Неефективний менеджмент

Розвиток комунікацій	Відсутність позитивного іміджу країни, як перспективного туристичного напрямку
Позитивна екологічна ситуація більшої частини України, що сприяє розвитку зеленого та еко туризму	Зanedbanня чи знищення туристичних об'єктів та культурної спадщини країни
Наявність транскордонного співробітництва	Недостатні вкладення внутрішніх та іноземних інвесторів

2.3. Основні тенденції євроінтеграційних процесів в туризмі України

Євроінтеграційні процеси – це процес поглиблення інтеграції України до Європейського Союзу (ЄС) та її пристосування до європейських стандартів, норм і правил.

Основна мета євроінтеграції для України – це забезпечення стабільного економічного розвитку країни та політичної стабільності національної держави в контексті Європейської інтеграції.

Впровадження європейських стандартів, норм і правил у всіх галузях життя допоможе Україні збільшити конкурентоспроможність свого економічного сектору, залучити інвестиції та забезпечити високі соціальні стандарти для громадян. Це також сприятиме розвитку демократії, правової держави та зміцненню регіональної та міжнародної безпеки. [12]

У результаті євроінтеграційних процесів Україна має можливість співпрацювати з іншими країнами ЄС на рівні партнерства та отримувати користь від вільної торгівлі, співпраці в галузі науки та технологій, освіти та культури. Таким чином, євроінтеграційні процеси є важливим кроком для України у зміцненні її позиції на міжнародній арені та розвитку країни в цілому. [24]

Україна активно працює над євроінтеграційними процесами в туризмі з метою підвищення конкурентоспроможності та привабливості туристичного продукту на міжнародному ринку. Основними тенденціями євроінтеграції в туризмі України є:

– Гармонізація законодавства. Україна активно працює над гармонізацією свого законодавства відповідно до вимог Європейського Союзу, зокрема, щодо захисту прав споживачів, забезпечення якості послуг, охорони навколишнього середовища та інших важливих питань. Основними напрямками гармонізації законодавства в туризмі України є:

- 1) Встановлення стандартів та правил щодо якості туристичних послуг. Це стосується як самого процесу надання послуг, так і умов їх надання та відповідальності за неналежне їх виконання.
- 2) Регулювання взаємодії між туроператорами, турагентами та іншими учасниками туристичного ринку. Наприклад, це може бути регулювання взаємодії між туроператорами та готелями, які пропонують послуги харчування, або встановлення правил щодо повідомлення туристів про зміни у програмі туру.
- 3) Встановлення правил перетину кордону для туристів та регулювання міграційних питань, пов'язаних з туризмом. Наприклад, це може бути встановлення правил отримання віз, оформлення прикордонних документів, встановлення термінів перебування у країнах-партнерах.
- 4) Забезпечення екологічної безпеки в туризмі. Це стосується збереження природних ресурсів, дотримання вимог щодо очищення води та повітря, контролю за

забрудненням навколишнього середовища та іншими аспектами, які можуть впливати на екологічну стійкість туристичних об'єктів.

- Розвиток інфраструктури. Україна активно вдосконалює туристичну інфраструктуру, щоб забезпечити комфортний відпочинок для туристів. Наприклад, будується нові готелі та гостьові будинки, модернізуються транспортні вузли, створюються туристичні маршрути та інфраструктура для активного відпочинку. Україна активно вдосконалює туристичну інфраструктуру, будуючи нові готелі та гостьові будинки, модернізуючи транспортні вузли, створюючи туристичні маршрути та інфраструктуру для активного відпочинку. Окрім цього, розвивається інфраструктура для медичного туризму, спортивного туризму, екотуризму та інших видів туризму. Також важливим аспектом є підвищення якості інфраструктури, забезпечення її відповідності міжнародним стандартам та вимогам, зокрема, щодо безпеки та екології. Це допоможе залучити більше туристів, які шукають відпочинок в комфортних та екологічно чистих умовах. Україна також активно взаємодіє з Європейським Союзом та іншими країнами щодо розвитку транскордонного туризму та створення спільних туристичних маршрутів. Це дозволяє привернути більше туристів, які бажають відвідати кілька країн за одну поїздку та насолодитися різноманітністю культур та природних пам'яток.
- Збільшення обсягів інвестицій у туристичний сектор. Україна вже отримала значну кількість інвестицій у сфері будівництва нових готелів, розвитку інфраструктури та створення нових туристичних продуктів. Такі інвестиції сприяють покращенню інфраструктури, підвищенню якості послуг та збільшенню привабливості України як туристичної дестинації. Останнім часом Україна активно привертає інвестиції у туристичний сектор. Зокрема, національна програма

«Велике будівництво» містить ряд проектів, спрямованих на покращення туристичної інфраструктури в Україні. Наприклад, планується будівництво нових готелів, реконструкція транспортних вузлів, створення туристичних маршрутів та інфраструктури для активного відпочинку. Також, в Україні активно розвивається практика публічно-приватного партнерства, коли держава співпрацює з приватними інвесторами для реалізації спільних проектів. Це дозволяє не тільки залучати додаткові інвестиції, але й забезпечує ефективну реалізацію проектів за рахунок спільних зусиль держави та бізнесу. Надзвичайно важливою тенденцією розвитку інвестиційного клімату в Україні є покращення регуляторного середовища та сприяння бізнесу. Україна зосереджує зусилля на розвитку позитивного інвестиційного клімату та створенні прозорих правил гри для інвесторів, що впливає на зростання довіри та залучення інвестицій в туристичну галузь.

- Підвищення якості послуг. Україна активно розвиває систему сертифікації та стандартизації туристичних послуг, щоб забезпечити високу якість та стандартизацію послуг на міжнародному рівні. Україна активно впроваджує систему сертифікації та стандартизації для різних сегментів туризму, зокрема для готелів та ресторанів, туристичних агентств та туроператорів, транспортних компаній та інших. Це дозволяє туристам мати впевненість в тому, що вони отримають високоякісні послуги, відповідні міжнародним стандартам. Ще одним способом підвищення якості туристичних послуг є підвищення кваліфікації туристичних працівників. Україна працює над вдосконаленням системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних працівників, зокрема, за допомогою проведення тренінгів та семінарів, організації стажувань та інших заходів. Це дозволяє туристичним працівникам отримувати професійні знання та навички.

- Поширення туристичного продукту. Україна активно працює над просуванням свого туристичного продукту на міжнародному ринку. Зокрема, проводяться різноманітні туристичні заходи, фестивалі та виставки. Одним з інструментів поширення туристичного продукту є активна рекламна кампанія, спрямована на просування України як туристичного напрямку. Це може бути реклама у відеосюжетах на телебаченні, створення рекламних роликів для соціальних мереж, участь у міжнародних туристичних виставках, фестивалях та конференціях. Крім того, Україна активно працює над розвитком туристичних маршрутів та відповідних інфраструктурних проєктів, які можуть привернути увагу туристів. Наприклад, розвиток маршрутів винного туризму, релігійного туризму, культурно-історичного туризму, туризму з використанням екотехнологій та ін. Для залучення іноземних туристів до України важливо мати зручний спосіб в'їзду та виїзду з країни, а також відповідні візові умови. Тому Україна працює над спрощенням в'їзду для туристів, введенням електронної візи та ін. [42]

Таким чином, в даному розділі було згадано європейські стандарти – їх норми та необхідність виконання цих правил українським туристичним об'єктам. Також було розглянуто туристичний потенціал України, включаючи позитивні та негативні фактори. Йшлося також про основні тенденції євроінтеграційних процесів та їх наслідки для країни.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

3.1. Пріоритети розвитку туризму в Україні в умовах євроінтеграції

Україна, як країна з багатим культурним і природним потенціалом, має великий потенціал для розвитку туризму. Євроінтеграція відкриває нові можливості для розвитку цієї галузі в Україні та вимагає від нас дотримуватися європейських стандартів і підходів до туризму.

Пріоритети розвитку туризму в Україні в контексті євроінтеграції потребують комплексного підходу та особливої уваги державних органів, громадських організацій та бізнесу. Важливо зробити все можливе, щоб зробити Україну туристично привабливою, збільшити прибутки галузі та підвищити якість туристичних послуг. У цьому контексті необхідно визначити пріоритетні напрями розвитку туризму в Україні та запропонувати ефективні рішення щодо їх реалізації.

Одним із пріоритетів розвитку туризму в Україні є залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру. Інвестиції можуть бути спрямовані на будівництво готелів, ресторанів, туристичних маршрутів та іншої інфраструктури. Це залучить більше туристів і збільшить кількість робочих місць у туристичній галузі.

Залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру є одним із найважливіших пріоритетів розвитку туризму в Україні в контексті євроінтеграції. Це важливий фактор для забезпечення конкурентоспроможності туристичної галузі, збільшення кількості відвідувачів і доходів від туризму.

Європейські інвестори дуже зацікавлені в українському туристичному ринку через його потенціал та багату культурну та природну спадщину. Для залучення інвестицій необхідно створити сприятливі умови для бізнесу, зменшити бюрократичні бар'єри та підтримувати інвесторів на правовому рівні.

Одним із шляхів залучення інвестицій є розвиток партнерства між державою та приватним сектором, зокрема через підписання концесійних договорів. Франчайзингова модель передбачає передачу інвесторам на певний період права користування туристичною інфраструктурою (готелі, курорти, музеї тощо). На цьому етапі інвестор зобов'язується вкладати кошти в розвиток закладу, покращення якості послуг та створення нових робочих місць. Така модель сприятиме розвитку туризму в регіонах з високим потенціалом, а також залучить інвестиції для реконструкції та модернізації вже існуючих об'єктів.

Для залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру України необхідно розробити та реалізувати ефективну стратегію, яка враховує потреби ринку та можливості країни. Одним із ефективних методів залучення інвестицій є створення сприятливого інвестиційного середовища в країні, зокрема налагодження відносин співпраці з інвесторами, забезпечення стабільності правового та економічного середовища, впровадження прозорих правил інвестування, а також зменшення адміністративних бар'єрів.

Крім того, для залучення інвестицій у туризм необхідно визначити пріоритетні напрями розвитку туризму та зосередити зусилля на їх розвитку. Наприклад, розвиток екотуризму, агротуризму, культурного, винного туризму та інших напрямків може стати пріоритетним завданням для України в контексті євроінтеграції.

Важливо також розробити та реалізувати програми підтримки інвестицій у туризм, такі як надання фінансової підтримки малим та середнім підприємствам у туристичній сфері, створення спеціальних інвестиційних фондів та інших заходів, що сприятимуть залученню інвесторів та розвитку туризму в Україні.

Слід приділити увагу збільшенню кількості внутрішніх туристичних заходів та подій для залучення більшої кількості туристів та інвесторів. Наприклад, організація великих фестивалів, конференцій і туристичних виставок. [13]

Підвищення якості туристичних послуг є одним із головних пріоритетів розвитку туризму в Україні в контексті євроінтеграції. Висока якість

туристичних послуг є важливим чинником залучення іноземних туристів та підтримки розвитку внутрішнього туризму. Залучення іноземних туристів сприяє економічному зростанню та покращує міжнародну репутацію країни, одночасно підтримуючи внутрішній туризм, який сприяє збільшенню зайнятості та зменшенню рівня бідності.

Одним із шляхів підвищення якості туристичних послуг є розвиток туристичної інфраструктури, зокрема готелів, ресторанів, закладів та інших об'єктів. Для забезпечення якості туристичної інфраструктури необхідно враховувати європейські стандарти та вимоги до якості туристичних послуг. Ці стандарти регламентують використання новітніх технологій, дотримання екологічних стандартів та інших норм, що забезпечують комфорт і безпеку подорожуючих.

Крім того, для підвищення якості туристичних послуг необхідно покращити якість обслуговування та надати туристам інформацію про місцеві мальовничі місця, традиції та культуру. Для цього можна запроваджувати різноманітні навчальні курси для працівників сфери туризму, а також сприяти розвитку туристичних маршрутів та заходів, які дозволять туристам краще пізнати культуру та історію України.

Потрібно активно працювати над забезпеченням якості обслуговування клієнтів в готелях, ресторанах, транспортних засобах тощо. Необхідно вдосконалити систему сертифікації та класифікації готелів та інших туристичних об'єктів, налагодити якість обслуговування відповідно до стандартів і правил, забезпечуючи високий рівень сервісу та комфорту.

Безпека туристів та їхнього майна є одним із найважливіших питань у туристичній індустрії, що безсумнівно вплине на покращення якості туристичних послуг. Необхідно забезпечити безпеку в транспорті, в готелях і ресторанах, а також під час екскурсій та інших заходів. Для цього можна використовувати певні сучасні технології, а також забезпечити належний рівень освіти та підготовки працівникам туристичної галузі.

Залучення нових ринків збуту є ще одним із пріоритетів розвитку туризму. Цей пункт можна розглядати з кількох різних аспектів.

По-перше, для залучення нових ринків збуту необхідно продовжувати розвивати внутрішній туризм, який є потужною складовою туристичного ринку. Для цього необхідно створювати нові туристичні маршрути, покращувати якість туристичної інфраструктури та послуг, просувати національний туристичний бренд, використовувати передові технології та інші заходи. Внутрішній туризм також може стати хорошою платформою для розвитку міжнародного туризму, оскільки туристи, які вже відвідали Україну, можуть стати посередниками для залучення нових іноземних туристів.

По-друге, необхідно активно використовувати можливості міжнародної співпраці та партнерства з країнами. Україна має потенціал для розвитку туризму, який може залучити іноземних інвесторів. Для цього необхідно активніше взаємодіяти з дипломатичними представництвами, туристичними агентствами та іншими міжнародними туристичними організаціями.

По-третє, слід відзначити важливість розвитку культурного туризму. Україна має багату культурну спадщину, яка може бути цікава іноземним туристам. Тому потрібно приділити ще більше уваги культурному та історичному видам туризму.

Залучення молоді до туристичної галузі є одним з пріоритетів розвитку туризму. Молодь є важливим сегментом ринку туристичних послуг, тому її активна участь у формуванні туристичного продукту може сприяти розвитку туризму в Україні.

Одна з головних проблем, з якою стикається молодь при виборі туристичного напрямку, – це відсутність адекватної інформації про туристичні маршрути, відпочинкові зони та інші можливості для активного відпочинку. Тому участь молоді в туристичній галузі зумовлює необхідність розробки та реалізації спеціальних програм популяризації туристичних маршрутів та зон відпочинку серед молоді.

Також важливо залучати молодь до роботи в туристичній сфері. Для цього необхідно створити умови для підготовки молоді в галузі туризму та сприяти її інтеграції в індустрію туризму. Наприклад, можна організовувати стажування та практику для студентів, проводити курси підвищення кваліфікації молоді в сферах, пов'язаних з туризмом.

Участь молоді в індустрії туризму також передбачає створення нових туристичних продуктів і послуг, які відповідають потребам та інтересам молоді. Наприклад, це можуть бути туристичні маршрути, пов'язані з екстремальними, водними видами спорту, екотуризмом, культурними екскурсіями тощо.

Присутність молоді в індустрії туризму також може сприяти розвитку різноманітних туристичних ініціатив і проєктів, спрямованих на розвиток місцевих і регіональних громад. Наприклад, молодь може брати участь у проєктах розвитку екотуризму та агротуризму. [29]

Необхідно розуміти, що в майбутньому, після закінчення військових дій на території нашої країни, ми будемо мати проблему відновлення туристичної інфраструктури, а саме: готелі, парки, історично-культурні об'єкти. Відбудова та реставрація також стануть майбутнім пріоритетом при розвитку та відновленні туризму. Надзвичайно важливою у цьому процесі буде участь ЄС.

Таким чином, розвиток туризму в Україні в умовах євроінтеграції потребує зосередження зусиль на різних напрямках. Одним із ключових пріоритетів є залучення інвестицій в туристичну інфраструктуру, що дасть можливість розширювати і розвивати туристичний продукт та збільшувати його якість. Також важливо підвищувати якість туристичних послуг та забезпечувати безпеку туристів та їх майна.

До інших пріоритетів можна віднести залучення нових ринків збуту для українського туризму, розвиток інфраструктури масового спорту та активного відпочинку, створення інтерактивних туристичних маршрутів, підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі та залучення молоді до роботи в цій сфері.

Розвиток туризму в Україні може забезпечити економічне зростання, збільшення зайнятості та поліпшення життєвого рівня населення. Для досягнення цих цілей важливо реалізовувати ефективні стратегії розвитку туризму, спрямовані на розвиток інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг, залучення нових ринків збуту та залучення молоді до туристичної галузі.

3.2. Світовий досвід туризму та його вплив на Україну

Туризм є однією з найбільш динамічних галузей у світі, що робить значний внесок у соціально-економічний розвиток країн. Сьогодні він став важливим елементом світової економіки, формуючи нові ринки та сприяючи розвитку культурного обміну між націями. В Україні туризм також має великий потенціал, адже наша країна має багату історію та культуру, чарівну природу, унікальні пам'ятки архітектури, а також розвинену інфраструктуру.

На жаль, незважаючи на свій потенціал, туристична галузь України ще не розкрила свій повний потенціал. Сьогодні Україна займає незначне місце серед туристично привабливих країн, тому інтеграція світового досвіду та передових технологій у туристичну галузь може допомогти Україні стати більш конкурентоспроможною та привабливою для міжнародних туристів. У цьому контексті досвід розвинутих країн, які досягли успіхів у розвитку туристичної галузі, може бути корисним при формуванні стратегії розвитку туризму в Україні.

Туризм є значним внеском у світову економіку та є однією з найбільш швидкозростаючих галузей. За даними Всесвітньої туристичної організації, у 2019 році було зареєстровано понад 1,5 мільярда міжнародних туристських прибуттів, що на 4% більше, ніж у 2018 році. Туризм також є важливим засобом культурного обміну, він сприяє міжнародному розумінню та співпраці між країнами.

Світовий досвід подорожей може суттєво вплинути на розвиток туризму в Україні. Багато країн дослідили позитивний вплив туризму на економіку та вкладають значні кошти в розвиток туризму, допомагаючи їм залучати більше туристів і отримувати більший дохід.

Досвід туризму у світі відіграє важливу роль у розвитку туристичної галузі в Україні. Знання досвіду інших країн дозволяє використовувати успішні практики та інноваційні підходи у розвитку українського туризму. Окрім того, досвід інших країн може допомогти вирішити проблеми, які є в українському туризмі.

Світовий досвід може дати Україні корисні приклади, які можуть допомогти покращити туристичну інфраструктуру та підвищити якість туристичних послуг. Наприклад, Іспанія, одна з найпопулярніших туристичних країн світу, рекламує свої туристичні послуги за допомогою зручного онлайн-бронювання та відгуків клієнтів. З іншого боку, Японія будує свій маршрут подорожі на культурному досвіді, що дозволяє туристам відчувати себе частиною японського життя та традицій.

Україна також може зробити крок у напрямку підвищення якості туристичних послуг та розвитку нових видів туризму, таких як екотуризм, гастротуризм чи культурний туризм. Зараз в Україні досить багато територій, які можуть стати привабливими місцями для екотуризму та активного відпочинку. Крім того, розвиток гастротуризму може стати додатковою стимуляцією для розвитку сільського господарства та ресторанного бізнесу.

Однак слід зазначити, що залучення великої кількості туристів також може мати негативний вплив на навколишнє та культурне середовище країни. Тому при розвитку туризму в Україні важливо забезпечити екологічну стабільність та зберегти культурну спадщину.

Звичайно, немає однієї універсальної моделі розвитку туризму, яка б підходила до всіх країн. Однак, є багато прикладів з різних країн, де розвиток різних видів туризму відбувався відносно успішно.

Одним із прикладів успішного досвіду туризму є Хорватія, країна з багаторічним досвідом розвитку туризму на узбережжі Адриатичного моря. Країна успішно використовує природні ресурси, такі як пляжі та гірські хребти, для залучення туристів. Хорватія також приваблює туристів своєю культурною та історичною спадщиною, зокрема містом Дубровник та іншими місцями, які були включені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Хорватія – це чудовий приклад того, як країна може ефективно використовувати свої природні та культурні ресурси для розвитку туризму. Україна також може використовувати свої унікальні природні та культурні ресурси для розвитку туризму. [38]

Наприклад, Україна має великий потенціал у розвитку туризму на узбережжі Чорного та Азовського морів. Мальовничі пляжі, морські прогулянки та відпочинок на воді можуть бути привабливими для відпочиваючих. Крім того, Україна має багату історію та культурну спадщину, яку можна використовувати для розвитку культурного туризму. Київ, Львів, Одеса та інші міста України можуть приваблювати туристів своєю архітектурою, історією та культурою.

Також варто розглянути таку країну, як Нова Зеландія – вона успішно використовує свої природні ресурси та екотуризм для просування себе як визначного туристичного пункту. Даний підхід став важливим елементом стратегії розвитку туризму в країні та приніс неабиякі плоди. Новозеландські міста та природні красоти вже давно стали захоплюючим об'єктом для туристів з усього світу.

Один з ключових елементів успіху Нової Зеландії у галузі туризму – це спроможність країни ефективно використовувати свої унікальні природні ресурси. Новозеландські гори, озера, ліси та парки дають незабутні враження та можливості для різних видів активного відпочинку, таких як туризм, риболовля, гірськолижний спорт та багато інших.

Крім того, Нова Зеландія також відома своїм розвиненим екологічним туризмом. Країна активно використовує свої природні багатства для залучення туристів, які бажають дізнатися більше про світ природи та залишити місце свого

перебування чистим та екологічно безпечним. Туроператори Нової Зеландії використовують екологічно чисті технології та розробляють маршрути, щоб забезпечити мінімальний вплив на природні ресурси. [22]

Україна має великий потенціал для розвитку цього виду туризму. Зокрема, наша країна має багату систему лісів, річок, заповідників. Екотуризм може стати однією з основних галузей туризму в Україні та сприяти залученню іноземних туристів.

Японія є однією з найпопулярніших туристичних країн світу завдяки своїй багатій історії та культурі. Туристи з усього світу приїжджають до Японії, щоб дізнатися більше про традиції, звичаї, кухню, мистецтво та архітектуру.

Одним з найпопулярніших місць для туристів в Японії є місто Кіото, де збереглося понад 1600 будівель і пам'ятників, що відносяться до періодів Хейан і Мурамачі. Нара – місто оленів, де можна побачити багато храмів, і Токіо – місто, яке поєднує сучасні технології з традиційною японською культурою.

Україна також має багату історію та культурну спадщину, яку можна використати для розвитку туризму. Наприклад, у Карпатах можна побачити українські народні традиції та звичаї. Тут можна зустріти гуцулів та бойків, які досі зберігають свою традиційну культуру, мистецтво та ремесла. Також в Україні є багато історичних місць, які можуть привабити туристів, таких як Києво-Печерський монастир, Львівська опера, замок Острозьких тощо.

Крім того, Японія відома своїм гастрономічним досвідом, що включає суші, рамен та інші страви. Це дозволяє їм рекламувати себе як місце, де можна спробувати унікальні страви та дізнатися про їхню культуру через їжу. Крім того, Японія активно розвиває медичний туризм, надаючи відвідувачам висококласні медичні послуги, в тому числі пластичні операції. [32]

Свої кулінарні традиції та якісні медичні послуги Україна також може використати для розвитку туризму. Наприклад, в українській кухні є свої унікальні страви та продукти, такі як борщ, вареники та сало, які можуть привабити іноземних відвідувачів. Крім того, в Україні є висококваліфіковані

медичні працівники, які можуть надати якісні медичні послуги за доступними цінами.

Іспанія є однією з провідних країн світу в галузі морського рекреаційного туризму. Країна приваблює мільйони туристів на свої пляжі та туристичні курорти на південному узбережжі Коста-дель-Соль, в Балеарських та Канарських островах. Іспанські курорти пропонують широкий спектр послуг, включаючи проживання в готелях, курортних комплексах, туристичних апартаментах, ресторанах, барах, магазинах та розважальних закладах. [48]

Україна також може використовувати свої природні ресурси для розвитку морського рекреаційного туризму. Українські пляжі на Чорному та Азовському морях мають великий потенціал для залучення туристів. Наприклад, Одеська та Миколаївська області мають багато пляжів, які приваблюють туристів влітку. У цих регіонах можна відвідати відомі курорти, такі як Аркадія, Затока, Чорноморськ, Очаків та інші. Також можна розвивати інші форми рекреаційного туризму, наприклад, еко-туризм на південному сході України, де є багато мальовничих місць, що можна відвідати.

Також можна розвивати рекреаційний туризм, просуваючи курорти та пропонуючи більш різноманітні туристичні пакети та послуги, щоб привернути більше туристів. Також важливо вдосконалювати інфраструктуру на курортах та забезпечувати високу якість обслуговування для забезпечення комфортного відпочинку для туристів.

Латвія та Естонія, як і багато інших країн, зрозуміли важливість розвитку туризму для свого економічного зростання та стали активно розвивати цей напрямок. Вони зосередили свої зусилля на створенні гостинного середовища та розвитку інфраструктури для туристів.

Країни Балтії приваблюють туристів своєю культурною та історичною спадщиною, а також природними красотами, такими як ліси, озера та морські узбережжя. Ці країни також відомі своїми традиційними ремеслами, такими як вишивка, кераміка та скляні вироби.

Україна може скористатися досвідом країн Балтії та розвивати туризм у своїх регіонах, наприклад у Карпатах, Чернігівській області та на Поліссі. Важливо забезпечити прийом і безпеку туристів, створити інфраструктуру, таку як готелі, кемпінги та ресторани, а також популяризувати свою культурну та природну спадщину, щоб залучити більше туристів.

Канада – країна, що славиться своїми величезними гірськими масивами, річками, озерами та парками національного значення, які пропонують безліч занять на свіжому повітрі. Багато туристів з усього світу з'їжджаються до Канади, щоб насолоджуватися її природою та пройти різноманітні туристичні маршрути.

Один із найпопулярніших видів активного відпочинку в Канаді – це гірські походи та літня та зимова гірськолижна розвага. Канадські гори, такі як Роккі, Аппалачі та Костальні гори, приваблюють туристів своїми величезними масивами, які надають безліч маршрутів для походів та екскурсій. Крім того, Канада славиться своїми велосипедними маршрутами, де туристи можуть насолоджуватися красою природи, проїжджаючи через мальовничі місця та природні пам'ятки. [16]

Україна також може скористатися досвідом Канади та розвивати туризм, пропонуючи активний відпочинок на своїх горах та велосипедних маршрутах. Карпати – це одна з найпопулярніших гірських областей України, де можна пройти безліч маршрутів для походів та екскурсій. Крім того, Україна має багато велосипедних маршрутів, де туристи можуть насолоджуватися красою природи, їх проїжджаючи. Наприклад, Велодніпро – це один з найбільших велосипедних маршрутів України, який проходить вздовж річки Дніпро.

Країни Скандинавії, зокрема Норвегія та Швеція, славляться своєю непересічною красою природи та екологічно чистим середовищем. У тих країнах дуже популярний екологічний туризм, який спрямований на знайомство з незайманою природою та дотримання екологічних стандартів.

Україна також може розвивати екотуризм і приваблювати туристів своєю природою. Наприклад, Карпати мають унікальну природну красу та багаті екосистеми, які можуть заворожити багатьох туристів. Крім того, в Україні є

чисті озера та річки, які можна використовувати для екотуризму, наприклад водних видів спорту та риболовлі.

Розвиток екотуризму може бути корисним для України, оскільки сприятиме збереженню природних ресурсів та збалансованому розвитку туристичної галузі в країні. Охорона природи та збереження біорізноманіття може стати важливою складовою розвитку туризму в Україні, який відповідатиме високим стандартам екологічної безпеки.

Крім того, у країнах Європи та Північної Америки дуже розвинений агротуризм, коли туристи можуть відвідати ферми, сади, виноградники та інші сільськогосподарські підприємства, де вони можуть не тільки насолоджуватись природою та краєвидами, але й взяти участь у роботі на фермі, ознайомитись з традиціями та культурою країни. Україні, де є багато сільських територій та традиційне сільське господарство, також є потенціал для розвитку агротуризму. Туристи можуть відвідати ферми, де можна побачити, як вирощуються різні види сільськогосподарських культур та тварин, спробувати свіжі продукти, взяти участь у роботі на фермі та ознайомитись з традиціями та культурою сільської місцевості.

Також в Україні є потужний потенціал для розвитку етнотуризму, коли туристи можуть відвідати села та міста, що зберегли свою традиційну архітектуру та культуру. Туристи можуть познайомитись з народними звичаями, традиційною кухнею, ручною роботою та іншими аспектами народної культури. Наприклад, у Карпатах можна відвідати Гуцульщину та познайомитись з гуцульською культурою, а в селі Медзибіж на Хмельниччині можна побачити красу палацу Радзівіллів, з яким пов'язана багата історія та легенди.

Таким чином, Україна має потенціал для розвитку різноманітних видів туризму, включаючи пляжний, активний, екологічний, агротуризм та етнотуризм. Розвиток туризму в Україні може допомогти покращити інфраструктуру, сприяти розвитку економіки та створенню нових робочих місць.

За світовим досвідом туризм є важливою галуззю економіки, яка може створити нові робочі місця та збільшити доходи країни. Розвинені країни, такі як

Іспанія, Канада, Норвегія та Швеція, пропонують туристам різноманітні види відпочинку, що дозволяє їм привертати туристів з усього світу. Значний вплив на туристичну привабливість країн має їх природне середовище, яке можна розвивати та показувати туристам.

Україна має великий потенціал для розвитку туризму, особливо з урахуванням свого різноманітного природного середовища та культурних та історичних наслідків. Проте, для досягнення успіху в цій галузі, потрібно покращити інфраструктуру та послуги для туристів, включаючи розвиток готельної та ресторанної галузі, розвиток активного та екологічного туризму та підтримку агротуризму.

Отже, важливо враховувати питання екології та сталого розвитку в туристичній галузі, щоб забезпечити збереження природного середовища та здоров'я туристів. Україна може використовувати світовий досвід туризму, щоб розвивати цю галузь відповідально та ефективно, забезпечуючи при цьому користь для країни та її населення.

3.3 Рекомендації суб'єктам туристичної індустрії щодо їх євроінтегрування

Інтеграція в Європейський Союз пропонує нові можливості для українського туризму, зокрема, доступ до більш широкого ринку, збільшення інвестицій та покращення інфраструктури. Однак, цей процес вимагає від підприємств, які надають туристичні послуги, ретельної підготовки та адаптації до нових вимог, стандартів та нормативів.

У зв'язку з євроінтеграційними процесами, що відбуваються в Україні, суб'єкти туристичних послуг стикаються з новими вимогами та стандартами, які необхідно виконувати для успішної інтеграції в європейський ринок туризму. Це стосується як туроператорів та турагентств, так і готельних комплексів, ресторанів, музеїв.

Тому надзвичайно важливо, щоб суб'єкти організації туристичних послуг розуміли необхідність адаптації до європейських стандартів та були готові до змін. У цьому контексті, необхідно акцентувати увагу на рекомендаціях щодо євроінтеграції, які можуть бути корисні для розвитку туристичної галузі в Україні та її пристосування до європейських стандартів.

Наприклад, необхідно підвищити якість послуг, покращити інфраструктуру, внести законодавчі зміни для забезпечення безпеки туристів та розвинути інші аспекти, які сприятимуть відповідності стандартам Європи.

Одним із головних факторів, що впливають на високий рівень обслуговування та залучення іноземних туристів, є професійна підготовка персоналу. Туристичні організації повинні забезпечити професійне навчання своїх працівників, у тому числі навчання англійській та іншим мовам, якими користуються туристи. Також важливо регулярно оновлювати знання та навички співробітників, організовувати навчання та семінари.

Щоб забезпечити високу якість обслуговування, не менш важливо мати відповідну інфраструктуру. Це і якісні готелі та ресторани, правильна транспортна система, а також наявність необхідних технічних засобів, які допоможуть забезпечити комфорт і безпеку туристів.

Також не можна забувати про безпеку туристів. Суб'єкти туристичного обслуговування повинні забезпечувати належний рівень безпеки та відповідати стандартам охорони здоров'я та безпеки на території України.

Збереження природних ресурсів і культурної спадщини є важливим аспектом європейського туризму, оскільки туристи стають все більш обізнаними та обережними щодо впливу туризму на навколишнє середовище та культурну спадщину. Суб'єктам, що надають туристичні послуги, слід звернути увагу на відповідальність за збереження природних ресурсів та культурної спадщини.

Щоб зберегти природні ресурси, суб'єкти тур. послуг повинні використовувати екологічно чисті технології, енергоефективні системи та процеси, які заощаджують енергію та ефективно використовують ресурси. Зокрема, можна відзначити впровадження відновлюваних джерел

енергії, раціональне використання водних ресурсів та екологічно чистих матеріалів.

Щодо збереження культурної спадщини представники туристичних послуг повинні працювати на збереження та реставрацію пам'яток історії та культури, забезпечуючи ефективний моніторинг та консервацію. Крім того, суб'єкти туристичних послуг повинні забезпечувати повагу до місцевих традицій і культурних особливостей, інформувати про них туристів і сприяти їх збереженню.

Для успішної інтеграції в європейський туристичний ринок туристичні організації повинні якісно підходити до своєї діяльності. Це означає, що вони повинні знати європейські стандарти та вимоги, особливо щодо якості та безпеки туристичних послуг, а також поважати навколишнє середовище та культуру.

Крім того, суб'єкти повинні мати мережу міжнародних партнерів та використовувати міжнародні стандарти та критерії для оцінки якості та безпеки туристичних послуг. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та привабливості для іноземних туристів.

Також важливо, щоб суб'єкти туристичних послуг були орієнтовані на міжнародний ринок та вміли ефективно просувати свої туристичні продукти та послуги. Для цього необхідно володіти маркетинговими та комунікаційними навичками, а також використовувати сучасні інструменти і технології.

Наприкінці, важливо зазначити, що для успішного євроінтегрування суб'єкти надання туристичних послуг повинні бути відкриті до взаємодії з місцевими громадами та використовувати їх потенціал для збільшення привабливості своїх туристичних продуктів та послуг.

Залучення фінансової підтримки є ще одним важливим елементом євроінтеграції. Суб'єкти тур. послуг можуть звертатись до різних джерел фінансування, таких як державні програми, міжнародні фонди та локальні інвестори.

Однак, для отримання фінансування важливо мати розроблені бізнес-плани, які відповідають європейським стандартам та вимогам. Крім того,

суб'єкти туристичних послуг повинні мати ефективні механізми використання отриманих коштів та забезпечення їхньої повної транспарентності.

Фінансова підтримка може бути використана для вдосконалення інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу, збільшення видимості та просування туристичної продукції на міжнародному ринку, розробки нових туристичних маршрутів та послуг. Залучення фінансування допоможе підвищити конкурентоспроможність туристичних організацій на міжнародному ринку та зробити туризм в Україні привабливішим для іноземних туристів.

Одним зі засобів фінансової підтримки є гранти та субсидії, які надаються з метою розвитку інфраструктури, підвищення якості та безпеки послуг, просування туристичного продукту на міжнародному ринку та збільшення кількості іноземних туристів. Крім того, держава може надавати пільги та знижки на податки для тур. організацій, що сприяє їхньому розвитку та залученню інвестицій.

Важливим елементом фінансової підтримки є також кредитування. Банки можуть надавати кредити для розвитку туристичної інфраструктури та послуг, що допомагає суб'єктам у туризмі збільшити їхній потенціал та залучити нових клієнтів. Крім того, інвестори можуть вкладати кошти у туристичний бізнес, отримуючи прибуток від розвитку цієї галузі.

Узагалі, фінансова підтримка є важливим фактором успішного євроінтегрування представників туристичних послуг. Вона дозволяє розвивати туристичну інфраструктуру, вдосконалювати послуги та їх якість тощо.

Тому, можна зробити висновок, що важливо, щоб представники туристичних послуг розвивалися відповідно до європейських стандартів та вимог. Для досягнення цієї мети, необхідно, щоб вони мали професійно підготовлений персонал, відповідну інфраструктуру, а також забезпечували безпеку та комфорт для туристів.

Також, суб'єкти даної індустрії повинні враховувати вимоги щодо збереження природних ресурсів та культурної спадщини. Вони повинні

використовувати екологічно чисті технології та працювати на збереження та реставрацію історичних та культурних пам'яток.

Крім того, успішне євроінтегрування суб'єктів туристичних послуг вимагає орієнтації на міжнародний ринок та знання європейських стандартів та вимог. Важливо мати розвинену мережу міжнародних партнерів та використовувати міжнародні стандарти та критерії для оцінки якості та безпеки туристичних послуг.

Для забезпечення фінансової підтримки розвитку туризму, представники туристичних послуг повинні активно залучатися до різних програм та проектів, які фінансуються з різних джерел, в тому числі з міжнародних та європейських фондів.

Отже, виходячи з зазначеного в даному розділі, виконання рекомендацій з євроінтеграції сприятиме підвищенню рівня якості та безпеки туристичних послуг, збільшенню їх популярності та конкурентоспроможності, а також досягненню відповідності європейським стандартам. Це, в свою чергу, дозволить залучити більше іноземних туристів до України та збільшити дохід від туризму.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі на тему «Розвиток туристичної галузі України в умовах євроінтеграції» було проаналізовано теоретичні та методологічні аспекти розвитку туризму, розглянуто періоди його розвитку, визначено проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні в умовах євроінтеграційних процесів.

У першому розділі було визначено, що туризм є важливою сферою господарства, яка впливає на економіку країни, соціальний розвиток регіонів, збереження культурної спадщини та природних ресурсів. Було проаналізовано основні теорії та підходи до вивчення туризму, а також визначено періоди розвитку туризму в Україні.

У другому розділі розглядалася детальна періодизація розвитку туризму в Україні та його характерні прояви. Було проаналізовано стан розвитку туристичної галузі, виділено головні напрями розвитку туризму в Україні, а також досліджено вплив євроінтеграційних процесів на розвиток туризму. Окрім того, в даному розділі згадувався нелегкий період розвитку туризму з 2019 по сьогоднішній день.

У третьому розділі було визначено перспективи розвитку туризму в Україні в умовах євроінтеграційних процесів та надано рекомендації щодо покращення розвитку туризму. Було проаналізовано важливість залучення інвестицій та розвитку інфраструктури, використання міжнародних стандартів та критеріїв, залучення молоді до туризму тощо.

В роботі зазначено, що впровадження стандартів та вимог Європейського Союзу є ключовим етапом в процесі євроінтеграції української туристичної галузі. Відповідно до цього, українські туристичні компанії та готелі повинні пристосувати свої послуги та інфраструктуру до вимог ЄС, щоб збільшити конкурентоздатність та привабливість українського туризму для іноземних туристів.

Відомості про суспільно-економічну ситуацію, національні та глобальні процеси, що відбуваються в Україні та у світі, свідчать про те, що туристична

галузь має великий потенціал для подальшого розвитку в Україні. Це стосується як внутрішнього, так і зовнішнього туризму. Останнім часом в Україні спостерігається збільшення кількості іноземних туристів, що свідчить про зростання інтересу до культурно-історичної спадщини, природних ресурсів, традицій та культури українського народу.

Отже, за результатами проведених досліджень встановлено, що процес євроінтеграції має значний вплив на розвиток туризму в Україні, особливо на покращення якості та безпеки туристичних послуг, розвиток інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності туризму. Також були розглянуті проблеми, які необхідно вирішити для майбутнього розвитку галузі, такі як низький рівень розвитку інфраструктури, недостатній рівень фінансування.

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота Чернової Ольги Ігорівни була присвячена темі «Розвиток туристичної галузі України в умовах євроінтеграції». Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є туристична галузь України. Предметом дослідження є процес розвитку туристичної галузі в Україні в контексті євроінтеграційних вимог. Мета роботи являє собою дослідження та аналіз розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Досягнення мети передбачало ознайомлення з необхідною базовою термінологією, періодизацією входження туристичної галузі України в євроінтеграційні процеси; а також дослідження розвитку туризму в Україні, починаючи з оцінки наявного туристичного потенціалу країни та пристосування туристичного бізнесу до європейських стандартів; були виявлені основні пріоритети розвитку туризму за євроінтеграційних процесів, досліджено світовий досвід в галузі туризму та складено рекомендації суб'єктам туристичної індустрії щодо їх євроінтегрування. Для виконання поставлених завдань автор звертався до системно-аналітичного, описового методів, дедуктивного методів. В результаті даного дослідження було проаналізовано розвиток туристичної галузі в Україні в умовах євроінтеграційних процесів. По завершенню роботи було зроблено висновок, що процес євроінтеграції має значний вплив на розвиток туризму в Україні.

Ключові слова: євроінтеграція, тенденції євроінтеграційних процесів, стандарти ЄС, співпраця України та ЄС у туристичній сфері.

RESUME

The qualification work of Olha Chernova was devoted to the topic «Development of the tourism industry of Ukraine in the context of European integration». The object of research of the qualification work is the tourism industry of

Ukraine. The subject of research is the process of development of the tourism industry in Ukraine in the context of European integration requirements. The purpose of the work is to study and analyze the development of the tourism industry in Ukraine in the context of European integration. Achieving this goal involved familiarization with the necessary basic terminology, periodization of the entry of the tourism industry of Ukraine into the European integration processes; as well as a study of tourism development in Ukraine, starting with an assessment of the country's existing tourism potential and the adaptation of the tourism business to European standards; the main priorities for tourism development in the context of European integration processes were identified, the world experience in the field of tourism was studied and recommendations were made to the tourism industry entities for their European integration. To accomplish the tasks set, the author used system-analytical, descriptive, and deductive methods. As a result of this study, the development of the tourism industry in Ukraine in the context of European integration processes was analyzed. Upon completion of the work, it was concluded that the process of European integration has a significant impact on the development of tourism in Ukraine.

Keywords: European integration, trends in European integration processes, EU standards, cooperation between Ukraine and the EU in the tourism sector.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аеропорт «Жуляни» відкриє ще один термінал : веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/kyiv/818769-aeroport-julyani-vidkrie-sche-odin-terminal.htm> (дата звернення: 06.04.2023).
2. Бахуринська Н. В., Ярмолюк Д.І. Перспективи розвитку туризму в Україні у післявоєнний час. Проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні: матеріали практ. конференції (м. Житомир, 4 лист. 2022 р.). Житомир, 2022. С. 232-233.
3. Безвізовий режим. Угода між Україною та ЄС : веб-сайт. URL: <https://kyiv.mfa.ee/bezvzovij-rezhim-ugoda-mzh-ukrajinoju-ta-jevropejskim-spvtovaristvom/> (дата звернення: 08.04.2023).
4. Відкрий Україну. Місія Фонду : веб-сайт. URL: <https://openukraine.org/ua/page/open/id/1> (дата звернення: 12.04.2023).
5. Віза в Україну : веб-сайт. URL: <https://mfa.gov.ua/consul/foreigners/entry-and-stay/visa-ua>
6. Вступ України до Ради Європи : веб-сайт. URL: https://tax.gov.ua/diyalnist-/mijnarodne-/arhiv/integratsiya-ukraini-do-es/spivrobotnytstvo-z-radou_es/chlenstvo-v-radi-evropy/vstup/ (дата звернення: 02.04.2023).
7. Державна туристична політика України : веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/31098> (дата звернення: 23.03.2023).
8. Евакуація та заморожені рахунки. Що відбувається з турфірмами в Україні після початку війни : веб-сайт. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/evakuatsiya-zamorozhennye-scheta-proishodit-1650917336.html> (дата звернення: 10.04.2023).
9. Економіка туристичного бізнесу : веб-сайт. URL: https://tourlib.net/books_ukr/dyadechko41.htm (дата звернення: 23.03.2023).
10. Євроінтеграційний портал. Програма horizon 2020 <https://eu-ua.org/horizon-2020/> (дата звернення: 08.04.2023).

11. Євроінтеграційні процеси в Україні: становлення та розвиток : веб-сайт. URL: <https://prihodko.com.ua/my-i-zmi/my-i-zmi/stattya/evroitegracijni-proczesy-v-ukrayini-stanovlennya-ta-rozvytok/> (дата звернення: 06.04.2023).
12. Зінченко В. А. Туризм як фактор євроінтеграції України. Вісник КНЛУ. Сер. Історія, економіка, філософія. 2019. Вип. 24. С. 70-76.
13. Інвестиційна діяльність в туристичній індустрії : веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/33250/> (дата звернення: 16.04.2023).
14. Історія організації туризму в Україні : веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/27209/> (дата звернення: 31.03.2023).
15. Історія становлення відносин Україна-ЄС : веб-сайт. URL: <https://minjust.gov.ua/m/istoriya-stanovlennya-vidnosin-ukraina-es> (дата звернення: 08.04.2023).
16. Канада : веб-сайт. URL: <https://feerie.com.ua/ru/country/canada> (дата звернення: 18.04.2023).
17. Коваленко О.В. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України. Туристичний, готельний і ресторанный бізнес: інновації та тренди: матеріали наук. Конференції (м. Київ, 7 квітня 2016 р.). К.: КНТЕУ, 2016. С.151-153.
18. Коніщева Н.Й. Формування кадрового потенціалу сфери туризму. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. 2011. Випуск 1. С.97-107.
19. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2005. Вип. 21. С. 118–124.
20. Малиновська О. А.. Україна, Європа, міграція: міграції населення України в умовах розширення ЄС. К.: Бланк-Прес, 2004. 171 с.
21. Методика оцінки історико-культурних туристичних ресурсів / Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П. Наукове видання. Львів: НАН України, 1999. 78 с.
22. Нова Зеландія : веб-сайт. URL: <https://feerie.com.ua/ua/country/newzeland> (дата звернення: 18.04.2023).

23. Основні терміни і поняття туризмології : веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/1376102543741/turizm/osnovni_termini_ponyattya_turizmologiy (дата звернення: 24.03.2023).

24. Про євроінтеграційні процеси в Україні : веб-сайт. URL: <https://vodaif.gov.ua/pro-yevrointegratsijni-protsesy-v-ukrayini> (дата звернення: 15.04.2023).

25. Про туризм : Закон України від 15 чер. 1995р. №31. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 21.03.2023).

26. Свірідова Н.Д., Тихонова Ю.О. Теоретичні і прикладні проблеми психології: Соціально-економічні та психологічні особливості взаємодії сфери туризму з економікою регіону. Луганськ, 2009. 372с.

27. Семак Б.Б. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку міжнародного туристичного ринку: інфраструктура ринку. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2019. Вип.31. С.52-59.

28. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії : у 61 т. / університета ім. В.И. Вернадського Цьохла С.Ю. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Київ. 2009. Т. 22. С. 380.

29. Сучасна туристична інфраструктура дасть змогу задіяти у сфері молодь : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3084699-sucasna-turistica-infrastruktura-dast-zmogu-zadiati-u-sferi-molod-i-pensioneriv-tkacenko.html> (дата звернення: 16.04.2023).

30. Туристична галузь: важкий шлях до відновлення : веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/21/674127/> (дата звернення: 12.04.2023).

31. Туристично-рекреаційні ресурси України : веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/27364/> (дата звернення: 21.03.2023).

32. Туризм в Японії : веб-сайт. URL: <http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism> (дата звернення: 18.04.2023).

33. Угода про асоціацію : веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu> (дата звернення: 06.04.2023).

34. Угода про асоціацію між Україною та ЄС : веб-сайт. URL: <https://mfa.gov.ua/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu-mizh-ukrayinoyu-ta-yes> (дата звернення: 06.04.2023).

35. Україна та Всесвітня туристична організація : веб-сайт. URL: <https://spain.mfa.gov.ua/posolstvo/3333-ukrajina-ta-vsesvitnya-turistichna-organizacija> (дата звернення: 04.04.2023).

36. Україну торік відвідали понад 4 мільйони іноземців : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3388681-ukrainu-torik-vidvidali-ponad-4-miljoni-inozemciv.html> (дата звернення: 13.04.2023).

37. Фаринюк Н. В., Наумова М. А. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг України. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2017. Вип. 1(9). С. 127-131.

38. Хорватія : веб-сайт. URL: <https://feerie.com.ua/ua/country/croatia> (дата звернення: 18.04.2023).

39. Худавердієва В. А. Правові засади євроінтеграційних процесів в Україні в контексті імплементації законодавства ЄС у галузі туризму. Нове українське право: спецвипуск (м. Київ, 16 лист. 2022 р.). Київ: Київський регіональний центр Національної академії правових наук України, 2022. С. 24-26.

40. Шарко В.В. Економіка і управління. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 6. С.113-116.

41. Як переживає війну туристична галузь : веб-сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034> (дата звернення: 10.04.2023).

42. Яровий В.Ф. Євроінтеграція та вітчизняний туризм: основні аспекти. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2016. Вип.17. С.21-23.

43. Document Analysis Guide: Definition and How To Perform It : веб-сайт.
URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/document-analysis>
(дата звернення: 29.03.2023).

44. ETQA. About us : веб-сайт. URL:
https://www.etqa.org/ETQA_WEB/UK/about_us-6280.awp (дата звернення:
12.04.2023).

45. Green key. Our programme : веб-сайт. URL: <https://www.greenkey.global/>
(дата звернення: 13.04.2023).

46. Passenger rights : веб-сайт. URL: https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/passenger-rights_en (дата звернення: 12.04.2023).

47. The expert interview as a method of qualitative social research : веб-сайт.
URL: <https://www.grin.com/document/1158768> (дата звернення: 29.03.2023).

48. Turismo internacional en España : веб-сайт. URL:
<https://elpais.com/noticias/turismo-internacional-en-espana/> (дата звернення:
18.04.2023).

49. Update: How is Covid-19 affecting international travel and tourism? : веб-сайт.
URL: <https://www.economicsobservatory.com/update-how-is-covid-19-affecting-international-travel-and-tourism> (дата звернення: 10.04.2023).

50. What are the requirements for tourism services in the European market? : веб-сайт.
URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/buyer-requirements>
(дата звернення: 12.04.2023).