

**Туризм і рекреація в Україні
у воєнний та повоєнний час:
збірник матеріалів Всеукраїнської
науково-практичної конференції**

м. Полтава 2024 р.

**УДК 338.48(477)(082)
Т87**

Рекомендовано до друку вченою Радою факультету обліку та фінансів
Полтавського державного аграрного університету (протокол № 10 від 17.06.2024 р.).

Редакційна колегія

- **Безкровний Олександр Валентинович**, к. е. н., доцент, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;
- **Шостя Анатолій Михайлович**, д. с.-г. н., старший науковий співробітник, декан факультету технологій тваринництва та продовольства, професор кафедри технології виробництва продукції тваринництва Полтавського державного аграрного університету;
- **Шевчук Сергій Миколайович**, д. геогр. н., професор, завідувач кафедри геоматики, землеустрою та планування територій, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;
- **Перерва Петро Григорович**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»;
- **Шуканова Анжела Анатоліївна**, к. п. н., доцент завідувач кафедри географії, методики її навчання та туризму Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка;
- **Каролоп Олена Олександрівна**, к. п. н., доцент кафедри професійної освіти, ресторанного і туристичного бізнесу ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»;
- **Городянська Лариса Володимирівна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну;
- **Бражник Людмила Василівна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;
- **Єгорова Олена Володимирівна**, к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету.

Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с.

До збірника матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час» ввійшли результати теоретичних та прикладних досліджень викликів, що стоять перед туристичною сферою України, та перспектив її розвитку у повоєнний час.

Матеріали надруковані в авторській редакції. Редакційна колегія може не розділяти поглядів авторів. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність іншої інформації та за додержання норм авторського права несуть автори.

Канцедал Наталя, Лега Ольга, Липський Роман БЛАГОУСТРІЙ ТЕРИТОРІЇ ЯК ОСНОВНА ПЕРЕДУМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОКАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СТАРТАПІВ: ПОНЯТТЯ ТА ОБЛІКОВІ ОСОБЛИВОСТІ.....	46
Каптюх Анна, Єгорова Олена СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ.....	51
Каролоп Олена, Бикадорова Наталя КУЛІНАРНА ДИПЛОМАТІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	54
Князь Олександр ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ: КУЛЬТУРНА ПРАКТИКА	58
Колотюк Вікторія ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ: ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ ТА ІМІДЖУ	62
Копилець Євгеній ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ПОЛТАВЩИНИ: ДОСВІД ПНПУ ІМЕНІ В. Г. КОРОЛЕНКА	67
Копиця Андрій ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	71
Косенко Софія МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	76
Косенко Олександра, Ткачова Надія, Перерва Петро ІСТОРІЯ ТА ТРАДИЦІЇ ЯРМАРКОВОГО РУХУ В УКРАЇНІ.....	81
Кулакова Софія ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БУЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	86
Лепетень Дар`я ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	91

Каптюх Анна Олександрівна

здобувач вищої освіти ОС Бакалавр,
спеціальність Туризм і рекреація,
Полтавський державний аграрний університет,

Єгорова Олена Володимирівна

к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Полтавський державний аграрний університет

СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

Сучасний стан світової галузі туризму та рекреації характеризується змінами у потребах туристів, що зумовлює актуальність дослідження сучасних світових тенденцій змін у цій сфері. В умовах глобалізації, міжнародної конкуренції та загального стану галузі в Україні, зумовленого військовою агресією російської федерації, необхідно переосмислити та актуалізувати структуру видів туристичної діяльності із використанням найкращого світового досвіду задоволення попиту на туристичні та рекреаційні послуги. У післяковідний період багато людей прийшли до усвідомлення, що життя проходить і не потрібно відкладати на завтра, це стосується, зокрема, й подорожей.

Світовий туризм переживає значні зміни через вплив глобалізації, технологічного розвитку та зміни в уподобаннях споживачів. Попит на туристичні послуги зростає, спонукаючи галузь до постійного адаптування та інновацій. Технологічні досягнення змінюють способи планування подорожей та взаємодії з місцевими культурами. Крім того, росте популярність альтернативних форм проживання, що надає більше можливостей для індивідуального підходу до подорожей. Однією з ключових тенденцій є збільшення популярності сталого туризму, що включає еко-туризм та відповідальний підхід до використання природних ресурсів. Також спостерігається розвиток нових туристичних напрямків і маршрутів, які

пропонують унікальні та екзотичні враження. Усе це вказує на постійну еволюцію туристичної індустрії в напрямку більш інтегрованого, екологічно чутливого та культурно різноманітного досвіду для подорожуючих по всьому світу.

Слід відмітити істотні зміни у попиті на туристичні послуги – тури «влітку на пляжі» або «узимку на лижах» поступово втрачають популярність. Одна з причин – зміни в кліматі: екстремальну жару влітку краще перечекати вдома під кондиціонером, а холодну зиму – у теплій країні, наприклад на Шрі-Ланці. Також люди, які не працюють в офісі постійно, наприклад, бізнесмени та менеджери середньої й вищої ланки, мають можливістьта бажання подорожувати у бізнес-сезон – восени або навесні.

Сучасні туристи стали краще розбиратися у відпочинку, а отже стали більше вимогливими щодо власних вражень і потреб. Вкладаючи в поїздку мінімум коштів, вони прагнуть одержати максимум сервісу й вражень, більш якісний сервіс, комфортний відпочинок і насичену програму. Туристи стали уважніше ставитися до своїх витрат під час подорожей.

Ще одна тенденція – подорожі стали коротшими (тривалістю 4-5 днів) та частішими. Вплив післякризової свідомості сприяє популярності легких для втілення подорожей, таких як вихідні в Європі або довгі уїк-енди в Азії.

Останнім часом в усьому світі суттєво збільшилася кількість людей, які хочуть самостійно планувати поїздки без покупки готового тура: складатити маршрут, купувати квитки на транспорт, знайти й бронювати місце для ночівлі та харчування, подбати про броні й вхідні квитки до музеїв та визначних пам'яток. Таким чином турист може істотно заощадити (до 500, а в деяких випадках і 1000 євро). У цьому сегменті також є досить зайняті люди, які можуть бути готові платити невелику комісію агентам, які можуть допомогти в організаційній роботі щодо поїздки.

Ще одним трендом є використання сучасних інформаційних технологій у сфері туризму та рекреації. Усім акторам цієї галузі варто активно просувати свої бренди в Інтернеті та розробляти сайти, які будуть задовільняти потреби вимогливих клієнтів. Також штучний інтелект дозволить швидко розпізнавати клієнтів та покращувати їх обслуговування, пропонувати персоналізовані маршрути.

Серед інших помітних тенденцій у туризмі також можливі відмітити зростання відповідальності туризмів щодо впливу на навколишнє середовище, зростання попиту на зелений туризм і відпочинок; розвиток велнес-туризму, який сприяє відновленню фізичного та психічного здоров'я; інклюзивність, яка забезпечує можливості для подорожей людям з обмеженими можливостями та іншими особливими потребами; більшу включеність туристів до місцевої культури, участь у місцевих святах, заходах тощо.

Список використаних джерел

1. Chuck Pettis technoBrands. How to Create & Use Brand Identity to market, advertise & Sell technology Products. URL: <http://www.brend.com/frame1.htm>.
2. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>.
3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.