

3. Primalprimo.com, Why Themed Restaurants Are Popular. URL: <https://www.primalprimo.com/why-are-themed-restaurants-popular> (дата звернення: 26.10.2023).
4. 5bestincity, 7 Best Theme Cafes and Restaurants around the World. URL: <https://5bestincity.com/blog/7-best-theme-cafes-and-restaurants-around-the-world/> (дата звернення: 26.10.2023).
5. Jetstogether.com, Themed Restaurants In Lviv. URL: <https://www.jetstogether.com/themed-restaurants-in-lviv/#4> (дата звернення: 26.10.2023).

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА РОЗВИТОК

Дорош Ю.С., асп.

Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

Дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) свідчать про те, що туристична індустрія оговтається від наслідків пандемії COVID-19 вже на початку 2024 року. Відзначимо, що український туризм, до 24 лютого 2022 року також знаходився на етапі відновлення, країну відвідували громадяни європейських країн, активно розвивався внутрішній туризм. Проте, від початку повномасштабного вторгнення галузь туризму суттєво скоротилася.

Туристичний сезон весна-літо 2023 року в Україні можна охарактеризувати деякими показниками зростання, адже для багатьох українців туризм є способом фізичного відновлення та психологічного розвантаження. Державне агентство розвитку туризму в партнерстві з проектом UNICEF U-ReportUkraine провели онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни, де опитано понад 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років.

Проаналізувавши відповіді респондентів, можна зробити висновки про те, що туризм є необхідним засобом відпочинку у часи війни для українців. Згідно із дослідженням, з часу повномасштабного вторгнення – 24 лютого 2022 року, понад 45% опитаних українців подорожували країною з туристичною метою [3]. Більшість опитаних (47,6%) вказали, що обирають подорожі влітку. Ставлення до подорожей через повномасштабну війну у 23% українців не змінилося взагалі, а 21% зазначили, що, подорожуючи, вони підтримують економіку країни.

Крім того, серед численних видів активностей під час подорожей переважна частина респондентів схиляється до звичних піших прогулянок під час мандрівки (54%), інші також обирають екскурсії та музеї (28,4%), відпочинок на пляжі (23,1%), подієвий туризм (22,8%), гастрономічний туризм (21,8%)[3].

Повномасштабна війна та наслідки пандемії вплинули також і на вибір місця для відпочинку громадян України. Відповідно, за результатами опитування ДАРТ в партнерстві з UNICEF U-ReportUkraine близько 52 % обирають природу як основне місце для здійснення своєї подорожі. Звичайно, що й не меншу увагу звертають на цінову доступність та бюджет подорожі (45,7%). Серед інших критеріїв, що мають значення для мандрівників є безпека та стабільність регіону (27,2%), місцева культура (15,9%), популярність дестинації (15,8%), місцева кухня (12,8%) тощо [2].

Основні напрями туристичного сезону 2023 року в Україні охоплюють переважно Українські Карпати та західні області нашої країни. Війна закрила доступ українцям до пляжного відпочинку на березі Чорного та Азовського морів. Узбережжя Азовського моря окуповане росіянами, а чорноморське – недоступне через мінну небезпеку та загрозу ракетних обстрілів.

Статистика надана туроператором «Join Up» свідчить про те, що у період з 1 червня по 31 серпня 2023 року послугами туроператора скористалися 100 743 українських туристів. З них 98 498 обрали закордонні курорти, а близько 2000 подорожували всередині країни. Лідерами закордонних мандрівок серед українців є Туреччина, Єгипет та Черногорія. Найпопулярнішим аеропортом вильоту для мандрівників з України залишається Кишинів (Молдова) [1].

Внутрішній туризм, як зазначають у туроператора «Join Up», частіше обирають сім'ї з дітьми, які їдуть переважно на 5–7 днів у західні області України. Серед популярних запитів: наявність басейну та можливість взяти з собою домашніх улюбленців. Топ-п'ять місць для відпочинку влітку 2023 року представлені такими дестинаціями: Буковель, Трускавець, курорти Закарпаття, Львів та Яремче [1].

Таким чином, тенденції розвитку туризму в Україні характеризуються популярністю на курортно-пляжний відпочинок, а також орієнтацією на внутрішній туризм у відносно безпечних регіонах країни. Актуальними тенденціями є мандрівки вихідного дня, подорожі, для покращення здоров'я (фізичного та ментального), перебування на природі, в горах тощо.

Список використаних джерел

1. Де українці найбільше відпочивали в Україні влітку: найпопулярніші локації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/travel/de-ukrayintsi-naybilshe-vidpochivali-ukrayini-1694708687.html>
2. Звідки українці беруть натхнення на подорожі під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pid-chas-viyuni>
3. Скільки українців подорожує країною під час війни? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/skilki-ukrayinciv-podorozhuie-krayinoyu-pid-chas-viyuni>

КІНО ЯК ПОПУЛЯРИЗАТОР ТУРИЗМУ

Спик Д.В., здобувач вищої освіти

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Кіно має надзвичайну силу впливу на глядачів та є одним з потужних інструментів для популяризації туризму. Фільми відкривають перед глядачами захопливі світи, розповідаючи цікаві історії та роблячи доступними найвіддаленіші куточки планети [1, с. 166-169]. Ось, як кіно сприяє популяризації туризму:

1. Візуальна привабливість.

Фільми відображають прекрасні пейзажі, місця та культури різних країн, надаючи глядачам можливість зануритися у них візуально. Великий екран дозволяє перенестися в екзотичні місця, де можна відчутти атмосферу та красу місця, навіть не покидаючи кімнату.

2. Вдихаючи життя в історію.

Фільми, які базуються на історичних подіях або локаціях, надають можливість глядачам дізнатися більше про минуле та культурну спадщину різних регіонів. Вони надихають подорожувати для вивчення історії та спадщини.

3. Реклама локацій.

Зняті на реальних місцях зйомки фільми надають туристичним об'єктам та регіонам значну рекламу. Популярність фільмів часто призводить до збільшення туристичних потоків у ті місця, де вони були створені[3, с. 83-84].

4. Підкреслення культурної різноманітності.