

УДК 338.48

Стефанишин Д.П.¹, Чорна Л.В.²

¹ студ. гр. Тм - 22, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

² канд. пед. наук, доцент, Карпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

ДЕСТИНАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Війна спричинила зміни географічної структури внутрішнього туризму України. Туристична галузь зазнала значних втрат. Східні та південні області країни стали недоступними для туристів через проведення активних бойових дій на їх території. У центральних регіонах простежується певне зниження рівня відвідуваності. Причини цього також пов'язані з загрозами ракетних атак.

Західні регіони стали тією місцевістю, де активізувалася туристична діяльність. Про затребуваність дестинації свідчить активність туристичного бізнесу та доходи від його діяльності. До регіонів, які отримали найвищі обсяги доходів від туристичної діяльності за першу половину 2024 року належать: м. Київ, Львівська та Івано-Франківська область. Столиця є незаперечним лідером. Виторг туристичних підприємств, зареєстрованих у м. Київ, склав 3,1 млрд грн, що відповідає майже 54% чистого доходу всіх компаній туристичної сфери. Важливо зазначити, що в столиці зареєстровано 817 підприємств, що є найбільшою їх концентрацією в одній адміністративній одиниці. У столиці зосереджено 38,9% від загальної кількості активних компаній у країні [1].

Львівська область посідає друге місце. За цей період дохід тут склав 1,1 млрд грн, що відповідає 19,1% від загальної кількості. На території області зареєстровано 229 туристичних підприємств, що становить 10,9% від загальної кількості активних у країні.

Івано-Франківська область закріпилася на третьому місці за доходами. В області зареєстровано 69 компаній, що відповідає 3,3% від загальної їх кількості у країні. Ці компанії згенерували майже 15% доходу всього сектору країни, а це є понад 852,2 млн грн [1].

З огляду на компанії у секторі туризму, які мають найбільші доходи, то до десятки найбільших за обсягом чистих доходів у першому півріччі 2024 р. увійшли: по дві компанії з Івано-Франківської та Львівської областей і 6 із м. Київ. З цих десяти підприємств сім компаній – це готельні комплекси, а три – туристичні оператори [1].

Обсяги туристичного збору вказують на атрактивні серед внутрішніх туристів дестинації. Зауважимо, що туристичний збір сплачують як громадяни України, іноземці, так і особи без громадянства авансовим внеском податковим агентам перед тимчасовим розміщенням у місцях проживання. Розмір збору встановлюють місцеві ради самостійно з розрахунку за кожну добу проживання в сумі до 0,5% мінімальної зарплати для громадян України та до 5% – для іноземців.

Сума туристичного збору в 2024 р. зросла майже на 23% у порівнянні з 2023 р. [2]. Минулого року до бюджетів місцевих громад поступило 273,1 млн гривень. Задля порівняння зазначимо, що в 2022 р. ця сума складала 178,9 млн гривень. За обсягом сплаченого туристичного збору лідерами є м. Київ, а з областей: Львівська, Івано-Франківська, Черкаська, Закарпатська та Дніпропетровська.

За підсумками першої половини 2025 року вже також визначено лідерів за обсягами надходжень туристичного збору. За цей час місцеві бюджети країни отримали рекордні 142,6 млн гривень туристичного збору. Трійка DESTINATION-лідерів представлена наступним чином:

- на першому місці – м. Київ, де було сплачено 33,6 млн грн туристичного збору. Столиця повернула собі першість лише в 2024 р. після двох років відставання;

- Львівська область, місцеві бюджети якої отримали 26,6 млн грн;

- Івано-Франківська область, де було сплачено 22,1 млн грн [3].

У сукупності ці три регіони формують більше половини всіх надходжень, а точніше 58% від загального обсягу.

У Чернівецькій, Івано-Франківській і Черкаській областях простежується стрімке зростання обсягів туристичного збору [3]. Вони зросли в три-чотири рази порівняно з довоєнними роками. На противагу цьому м. Одеса, яке ще у 2021 році посідало друге місце за розмірами такого виду місцевого податку, через війну втратило позиції. Тут обсяги туристичного збору скоротилися майже вдвічі.

Під впливом війни місцевий бізнес змушений був адаптуватися до викликів і формувати нові маршрути. Українські регіони розвивають альтернативні туристичні напрями, щоб залучити відвідувачів не лише до популярних міст, але й до менш відомих.

Звертаємо увагу на пропозицію внутрішньому туристу в м. Львів. Популярними є панорамні локації, зокрема вежа ратуші, з якої відкривається вид на місто. Активно розвивається напрямок меморіалізації, атрактивності набула

така локація як Меморіал пам'яті Героїв Небесної Сотні. Розвивається також концепція «повільного туризму», коли відвідувачам пропонують неквапливі маршрути, які дозволяють зануритися в атмосферу міста.

Інновацією є проєкт «Доступні туристичні маршрути Львовом», що реалізується в рамках міської програми соціально-культурного відновлення «Місто лікує». Цей маршрут пролягає Стрийським парком. Він є доступним для людей з обмеженими можливостями, з порушеннями слуху та зору. Маршрут складається з таких компонентів як: тексту в форматі простої мови та легкого читання з описом об'єктів; аудіозаписів з доповнюючими звуками на фоні; відео з перекладом на українську жестову мову та з субтитрами; фотографій з додаванням альтернативного тексту. Вздовж маршруту в парку передбачено інформаційні таблички з описом і картою, які дублюються шрифтом Брайля, та QR-коди з переходом на вебсторінку маршруту.

Місто Львів стало першим містом в історії України, яке отримало статус «Молодіжна столиця Європи». Ця перемога відкриває місту значні переваги, зокрема міжнародне визнання, нові партнерства, можливість посилити голос молоді в місцевому самоврядуванні та залучити до міста туристів.

Івано-Франківська область є привабливою для внутрішнього туриста через відпочинок та дозвілля. Серед пропозиції тут домінують тури вихідного дня. У літній період традиційними є екскурсійні тури. Проєкт «52 вікенди на Прикарпатті» представлено на сайті «Івано-Франківщина туристична». Ці тури різняться за видами туризму: від екстремального до пасивного.

Таким чином, війна спричинила зміни географічної структури внутрішнього туризму. Через війну низка областей країни стали недоступними для туристів. У центральних регіонах простежується значне зниження рівня відвідуваності, натомість у західних регіонах туристичний бізнес активізувався. Про атрактивність дестинацій західних областей свідчать обсяги доходів від туристичної діяльності та отримані суми туристичного збору.

Список використаних джерел:

1. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi> (дата звернення 01.10. 2025).

2. Чистий дохід українських туристичних компаній зріс на третину у першому півріччі 2024 року. Дослідження YouControl. URL: <https://business.diia.gov.ua/news/chystyi-dokhid-ukrainskykh-turystychnykh-kompanii-zris-na-tretynu-u-pershomu-pivrichchi-2024-roku-doslidzhennia-youcontrol> (дата звернення 01.10. 2025).

3. Україна отримала рекордні 142,6 млн грн туристичного збору за пів року: регіони-лідери. URL: <https://finance.liga.net/ua/ekonomika/novosti/ukraina-otrymala-rekordni-142-6-mln-hrn-turystychnoho-zboru-za-piv-roku-rehiony-lidery> (дата звернення 01.10. 2025).