

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Виконав: студент II курсу, групи МТЕ-112м
Спеціальності 242 Туризм
(код і найменування спеціальності)
Освітня програма Туризмознавство
ХИМОЧКА О.С.
(прізвище та ініціали)
Керівник ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В.
(прізвище та ініціали)
Рецензент ПОПОВА В.Д.
(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ХИМОЧКА Олексія Сергійовича

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.
керівник роботи (проекту) ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., д.е.н., професор,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні використані закони України, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України, Державного агентства розвитку туризму України, наукові праці українських і зарубіжних учених, статистичні матеріали Державної служби статистики України, закордонні аналітичні матеріали, інформація з інтернет-джерел.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні основи туризму та його видів. Розділ 2. Дослідження розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Розділ 3. Перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
7 таблиць, 7 рисунків.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	01.09.2023	02.09.2023
2	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	23.09.2023	25.09.2023
3	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	16.10.2023	18.10.2023
Нормо контроль	ГРЕСЬ-ЄВРЕЙНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	01.09-01.10.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	01.10.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	20.10.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	05.11.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	06-09.11.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10-11.11.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12-15.11.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	16-20.11.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	22-23.11.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	16-20.11.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	виконано

Студент

(підпис)

Олексій ХИМОЧКА

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Тетяна ШЕЛЕМЕТЬЄВА

(ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 106 с., 7 рис., 7 табл., 6 додатків, 91 джерело.

Об'єкт дослідження – внутрішній туризм.

Мета роботи – дослідження значення, особливостей, проблем та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Методи дослідження: логічного узагальнення; узагальнення й систематизації; аналізу та синтезу; схематичного й графічного зображення; статистичного аналізу та розрахунку.

В першому розділі кваліфікаційної роботи досліджено теоретичні основи туризму та його видів; розглянуто сутність туризму як економічного феномену; охарактеризовано фактори впливу на розвиток туризму в Україні. В другому розділі проаналізовано розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни; охарактеризовано туристичний потенціал України як важливого чинника розвитку внутрішнього туризму; виокремлено проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. В третьому розділі обґрунтовано перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни; виокремлено нові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни; запропоновано розвиток рекреаційного туризму Західних регіонів України як актуального напрямку відновлення внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Одержані результати кваліфікаційної роботи дозволять сприяти розширенню додаткових наукових досліджень та відновленню сфери туризму та функціонуванню туристичного бізнесу.

ТУРИЗМ, ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ, АКТУАЛЬНІСТЬ,
ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, НАПРЯМИ,
ДОСЛІДЖЕННЯ.

АНОТАЦІЯ

Химочка О. С. Розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. – Кваліфікаційна робота.

У роботі охарактеризовано теоретичні основи розвитку туризму та його видів. Розглянуто сутність туризму як економічного феномену. Досліджено фактори впливу на розвиток туризму в Україні. Охарактеризовано туристичний потенціал України як важливий чинник розвитку внутрішнього туризму. Проаналізовано особливості розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Досліджено основні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Відзначено нові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Запропоновано перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Ключові слова: туризм, внутрішній туризм, актуальність, особливості, проблеми, перспективи, напрями, дослідження.

ANNOTATION

Himochka O. S. The development of domestic tourism in Ukraine in wartime conditions. – Qualifying work.

The paper describes the theoretical foundations of the development of tourism and its types. The essence of tourism as an economic phenomenon is considered. The tourist potential of Ukraine is characterized as an important factor in the development of domestic tourism. The peculiarities of the development of domestic tourism in Ukraine during the war are analyzed. The main problems of the development of domestic tourism in Ukraine in the conditions of the war were studied. New trends in the development of domestic tourism in Ukraine during the war were noted. Prospective directions for the development of domestic tourism in Ukraine in wartime conditions are proposed.

Keywords: tourism, domestic tourism, relevance, features, problems, prospects, directions, research.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВНП – Валовий національний продукт

ВВП – Валовий внутрішній продукт

Держкомстат – Державна служба статистики

Держагентство – Державне агентство

ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму

див. – дивись

ін. – інший

м. – місто

млн. грн – мільйонів гривень

НТО – Національна туристична організація

од. – одиниць

рр. – роки

рис – рисунок

с. – село

ст. – стаття

тис. грн – тисяч гривень

тис. осіб – тисяч осіб

ТІЦ – Туристичний інформаційний центр

SWOT – strength, weaknesses, opportunities, threats

UNWTO – World Tourism Organization (Всесвітня туристична організація)

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВИДІВ	11
1.1. Сутність туризму як економічного феномену, його форми та види	11
1.2. Фактори впливу на розвиток туризму в Україні	22
Висновки до розділу 1	35
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	37
2.1. Туристичний потенціал України як важливий чинник розвитку внутрішнього туризму	37
2.2. Аналіз особливостей розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни	48
2.3. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни	58
Висновки до розділу 2	62
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	64
3.1. Нові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни	64
3.2. Рекреаційний туризм як актуальний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни	70
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ	85
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	87
ДОДАТКИ	97

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи полягає в тому, що враховуючи надзвичайно високий рівень наявних природних, рекреаційних та культурно-історичних ресурсів України, є всі передумови і перспективи розвитку внутрішнього туризму як складника туристичної діяльності. В умовах війни, внутрішньому туризму відводиться особисте значення, тому що під впливом емоційних факторів туристи хочуть втекти від повсякденності та стресу, щоб знайти нові виміри життя, новий досвід, унікальні чи нестандартні ситуації.

У багатьох зарубіжних країнах внутрішній туризм займає провідні місця, оскільки туристи в першу чергу прагнуть вивчити свою країну, а вже після цього знайомитися з культурою і історією інших країн. Україна має великий потенціал для розвитку внутрішнього туризму, це і особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного. Сьогодні, в умовах війни, внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження туристичної галузі України.

Вагомий внесок у теоретичні та практичні аспекти, дослідження питань оцінювання, виявлення тенденцій та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні зроблено великою кількістю науковців: Д. Басюк, В. Герасименко, Г. Горіна, В. Зайцева, Т. Жданова, М. Жукова, В. Кифяк, Н. Корж, Т. Кукліна, О. Любіцева, М. Мальська, Н. Моїсєєва, Т. Сокол, В. Худо, В. Цибух, Т. Шелеметєєва, І. Школа та ін. Особливості функціонування, туристичної галузі в умовах війни досліджувало багато вітчизняних науковців: Барна М., Зарубіна А., Паньків Н., Роїк О., Тараненко Г., Філюк С. та ін. Проте, на думку авторів, в опублікованих наукових працях не повною мірою досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму в умовах війни та шляхи їх вирішення.

Метою роботи є дослідження значення, особливостей, проблем та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Досягнення мети зумовлює необхідність виконання таких завдань:

- охарактеризувати теоретичні основи туризму та його видів;
- проаналізувати особливості розвитку та виокремити проблеми внутрішнього туризму в Україні в умовах війни;
- визначити та обґрунтувати перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Об'єктом дослідження є внутрішній туризм.

Предметом дослідження є процес розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі методи дослідження: логічного узагальнення (для забезпечення послідовності в проведенні наукового дослідження й формування висновків); узагальнення й систематизації (для систематизації поглядів учених та узагальнення категорійного апарату, виділення підходів до туризму); аналізу та синтезу (для визначення особливостей, проблем та факторів впливу на розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни); схематичного й графічного зображення – (для схематичного подання ключових теоретичних аспектів дослідження проблеми й наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних); статистичного аналізу та розрахунку (для оцінки розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни).

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні видання Верховної Ради України та органів виконавчої влади, Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України, Державної агенції розвитку туризму України, статистичні дані Державної служби статистики України, монографії, наукові публікації щодо розвитку внутрішнього туризму, Інтернет-ресурси.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту теоретичних основ та практичних пропозицій щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни, які дозволять сприяти розширенню додаткових наукових досліджень в цій сфері.

Практична значимість полягає у тому, що запропоновані пропозиції щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни сприятимуть відновленню сфери туризму та функціонуванню туристичного бізнесу.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати кваліфікаційної роботи були викладені і ухвалені на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліка посилань (91 найменування) та 5 додатків. Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 86 сторінках. Робота містить 7 таблиць та 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВИДІВ

1.1. Сутність туризму як економічного феномену, його форми та види

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс.

Туризм розглядають як одну з провідних галузей в сфері економіки. Нині кожен шостий мешканець планети принаймні раз на рік виїжджає за кордон. Таким чином, із 7,5 мільярдів населення подорожують 1 мільярд 230 тисяч – кількість мандрівників майже дорівнює населенню Китаю. А у 2050 році, за прогнозами Міжнародної організації туризму, подорожуватиме вже кожен четвертий [45].

Маючи довгу історію розвитку, туризм до теперішнього часу не отримав однозначного визначення. Формування поняття «туризм» відбувається паралельно з розвитком його як галузі народногосподарського комплексу у світі.

Загалом слово «туризм» походить від виразу «великий тур» (Grand Tour), що означало спочатку ознайомчу поїздку. Її робили в XVII – XVIII ст. молоді представники дворянства, а в XIX ст. такі поїздки стали популярними й серед інших верств населення [17].

Туризм спочатку не був об'єктом наукового дослідження і в первинному змісті суспільного усвідомлення трактувався як переміщення та тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання. Необхідність більш чіткого визначення туризму виникла в середині XX століття, коли туристичні потоки значно збільшились, відповідно як і їх вплив на економіку держав. Ініційоване в цей час наукове осмислення туризму як виду діяльності потребувало встановлення його чіткого категорійного апарату.

Закон України «Про туризм» подає таке тлумачення: «туризм –

тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [1].

Попри його законодавче затвердження, науковці пропонують власні тлумачення поняття «туризм». За Бейдик О., туризм – форма масового подорожі та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, яке характеризується екологічною, освітньою та іншими функціями [7]. Гудзь П. вважає, що туризм – це «активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання». Польський дослідник Каспар С. визначає туризм як сукупність явищ, що виникають внаслідок зміни місця перебування людей, причому нове місце перебування не є ні постійним місцем проживання, ні місцем праці. Український вчений Кифяк В. надає таке визначення: «туризм – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів, які у вільний від роботи час тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання з певною метою» [23].

Деякі науковці вважають, що туризм як економічне явище зводиться до поняття туристичного туру, тобто до діяльності туроператорів та турагентів. Такої точки зору дотримуються деякі зарубіжні та вітчизняні вчені: Хунцикер В., при цьому стверджують, що тільки незначна частина організацій спеціалізується на виробництві товарів та послуг виключно для туристів. [21]. Тому, як стверджують прихильники «генеральної теорії туризму», яку вивели професори Бернського університету В. Хунцикер та К. Крапф, немає необхідності виділяти туризм в окрему сферу. Суть «генеральної теорії туризму» полягає у визначенні поняття «туризм» як сукупність стосунків і явищ, що виникають під час переміщення, і перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи. Пізніше дане визначення було прийняте за основу Міжнародною асоціацією наукових експертів з туризму (AIECT) [5].

Зокрема, Кукліна Т. та Зайцева В., розглядають поняття туризм в

контексті економічного підходу, та надають таке визначення: «туризм – це особливий вид споживання туристами матеріальних благ, послуг і товарів, який виділяється в окрему сферу господарства, що забезпечує туриста всім необхідним: транспортними засобами, об'єктами харчування, розміщення, культурно-побутовими послугами, розважальними заходами» [33].

М. Колосінська у своєму дослідженні йде далі і визначає три підгрупи визначення, що характеризують туризм як галузь; як відносини та як діяльність виділяє. Ряд дослідників, розглядають туризм не як окрему галузь, а як групу пов'язаних галузей. До приклада, М. Бондаренко [8] дає наступне означення «туризм – це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів».

Н. Фоменко дає визначення «туризм» – як сукупність відносин, зв'язків і явищ, які супроводжують поїздки і перебування людей в місцях, які не є місцями їх постійного або довгострокового проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю [73].

І. Афанасенко трактує поняття туризму як особливий рід міжособистісної діяльності, що в умовах інтернаціоналізації життя перетворилися у форми використання вільного часу, засіб міжособистісних зв'язків у процесі політичних, економічних і культурних контактів, в один із факторів, які визначають якість життя [45].

Згідно з визначенням яке дала Міжнародна асоціація наукових експертів у сфері туризму, туризм – це сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, які відрізняються від їхнього постійного місця проживання та роботи.

Вчені розглядають туризм не як галузь, а як групу пов'язаних між собою галузей, до якої входять:

- індустрія гостинності, розміщення та харчування туристів;
- індустрія всіх видів перевезення туристів та їхнього багажу;

- індустрія туристично-екскурсійних та музейних послуг;
- індустрія послуг розваг та інших послуг (санаторно-курортних, освітніх тощо);
- об'єкти пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення;
- організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів;
- індустрія туристичних послуг і робіт, що сприяють їх споживанню, продаж товарів туристичного асортименту та сувенірів [60].

Підсумовуючи наведені визначення, необхідно зазначити, що індустрія туризму, туристична галузь, туризм забезпечують пропозицію комплексного туристичного продукту та туристичних послуг, вироблених суб'єктами туристичного ринку. Отже, під туризмом слід розуміти складну систему, яка має сукупність соціально-економічних відносин та зв'язків, чинник суспільного розвитку та невід'ємний атрибут сучасних світових глобалізаційних процесів.

В даний час туризм – одна з наймогутніших галузей що, динамічно розвивається, високоприбуткова галузь економіки, яка виступає в числі найважливіших факторів соціально-культурного розвитку. Це сприяє підвищенню рівня і якості життя населення. Розвиток туризму, що виявляється в його багатогалузевому характері і тісній факторній взаємозалежності практично з усіма сферами життєдіяльності, дозволяє використовувати туризм як діючий інструмент стимулювання соціально-економічного росту на національному і місцевому рівнях.

Розвиток – поняття, яке має велику кількість значень. Наукові підходи до філософського обґрунтування цієї категорії є досить різноплановими, мають різноманітні види та форми [61].

Розвиток може бути «прямолінійним, драбинно-поступальним, ламаним, хвилеподібним, спіралеподібним тощо» [26].

Виходячи з цього, «форма розвитку визначається характером змін, інтенсивністю в часі, періодичністю змін та їхньою повторюваністю».

О. Гапоненко, О. Панкрухин дають таке визначення поняттю «розвиток – це рух вперед, формування нових рис, становлення нових структурних характеристик об’єкта, його еволюція, поліпшення, удосконалення, прогрес, а також зростання і розширення [11].

Ю. Погорелов у своїх дослідженнях розглядає розвиток у трьох аспектах: як закон, як принцип та як явище. Розвиток як закон характеризує перехід від одного буття до іншого, кращого за кількісними або якісними характеристиками. Розвиток як явище є протилежним до буття, яке перебуває в незмінному стані. Розвиток як принцип є іманентною рисою буття, його невід’ємною характеристикою [58].

Одже, розвиток – це поступовий процес, у дію якого появляється нові якісні стани, нові типи організації та систем, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого. Це зміни, які є розгортанням можливостей, що знаходяться в попередніх якісних станах.

Сучасна наука поділяє розвиток туризму на декілька етапів залежно від зміни наступних факторів:

- мотивації подорожей;
- способу подорожей і розвитку транспортних засобів;
- кількості подорожуючих і охоплення туризмом різних верств населення.

Увесь історичний шлях розвитку туризму можна поділити на 4 етапи (див. табл. 1.1).

Розвиток туризму починається від найперших його проявів до сучасного рівня, наразі розвиток туризму дає змогу підвищити рівень зайнятості населення, диверсифікацію національної економіки, збереже і сприятиме розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищить

рівень інноваційності національної економіки, сприятиме гармонізації відносин між різними країнами і народами та реалізації зовнішньої політики держави.

Таблиця 1.1 – Історичний шлях розвитку туризму

Назва етапу	Роки
I: Початковий етап розвитку туризму	до 1841 року
II: Етап становлення організованого туризму	з 1841 року до 1914 року
III: Формування індустрії туризму	з 1914 року до 1945 року
IV: Етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії.	з 1945 року по теперішній час

Туризм – явище цікаве та надзвичайно багатогранне. Серед основних функцій туризму можна зазначити рекреаційну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку та виховну.

Туризм – одна із специфічних сфер економіки, яка безпосередньо залежить від примих природи і в якій фактор сезонності є одним і основоположних і визначальних чинників функціонування підприємств туріндустрії

На даний час виділяють внутрішній і міжнародний туризм, причому внутрішній туризм за ступенем охоплення домінує над міжнародним. На частку внутрішнього туризму припадає 75–80 % загальної кількості туристів у світі, відповідно за фінансовими результатами у багатьох країнах він значно перевищує іноземний.

Внутрішній туризм – тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання в межах національних кордонів тієї ж країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом і в інших туристичних цілях. Внутрішній туризм не представляє собою окрему сферу, а пов'язаний з усіма іншими секторами національного життя.

Міжнародний туризм – цілеспрямована діяльність, пов'язана з наданням послуг іноземним туристам на території держави, яка їх приймає (в'їзний туризм) і громадянам країни постійного проживання, котрі мандрують за її межами (виїзний туризм). Тобто, виїзний або зарубіжний туризм – це подорожі громадян країни, які проживають на її території і виїжджають на відпочинок до інших держав, а в'їзний, або іноземний туризм – подорожі чи мандрівки в межах держави, які здійснюються особами, що проживають за її межами.

Має також місце поняття національний туризм – сукупність діяльності сфері внутрішнього і виїзного туризму, тобто обслуговування туристів з числа жителів своєї держави.

Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників сфери туризму. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму [22].

У вітчизняній науці представлена велика кількість класифікацій видів туризму за різними ознаками. Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: за метою, характером, термінами і тривалістю подорожі, засобами розміщення, залежно від інтенсивності діяльності людини або за кількістю учасників (див. табл. 1.2).

У Законі України «Про туризм» наведено наступну класифікацію видів туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний [1].

Ця класифікація не розкриває усіх видів та напрямів туризму. Більш того види туризму змішані за різними класифікаційними ознаками, наприклад: мета поїздки, спосіб пересування, вікова група та ін. [24].

Таблиця 1.2 – Класифікація видів туризму

Класифікаційна ознака	Види туризму
Географічний принцип	Внутрішній. Міжнародний.
Напрямок туристичного потоку	В'їзний. Виїзний.
Мета подорожі	Рекреаційний. Оздоровчий відпочинок. Пізнавальний відпочинок. Професійно-діловий туризм. Науковий (конгресний). Спортивний відпочинок. Шоп-тури. Пригодницький. Паломницький. Ностальгічний. Екотуризм. Екзотичний. Елітарний.
Джерело фінансування	Соціальний. Комерційний.
Спосіб пересування	Пішохідний. Авіаційний. Морський. Річковий. Автотуризм. Залізничний. Велосипедний. Змішаний.
Засоби розміщення	Готелі. Мотелі. Пансіонати. Кемпінги. Намети.
Кількість учасників	Індивідуальний. Сімейний. Груповий.
Тривалість перебування	Короткочасний. Довготривалий.
Розташування туристичного місця	Гірський. Водний. Сільський. Приміський.
Інтенсивність туристичного потоку	Постійний. Сезонний.
Організаційна форма	Організований. Неорганізований.
Ступень підготовки	Запланований. Спонтанний.

Доцільна класифікація за географічною ознакою, напрямом туристичного потоку, метою поїздки, способом пересування, засобам розміщення туристів, кількістю учасників, організаційно-правовими

формами і т. п.

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року, залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їхніх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо [2].

Класифікувати види туризму можна за різними ознаками, до найважливіших з яких належать: місце туризму, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів [25].

В.Ф. Кифяк [23] стверджує, що всі види туризму за метою поїздки тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому виді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з рекреаційним та ін.

У класифікації запропонованій авторами М.П. Мальською, В.В. Худо та В.І. Цибухом виділені різноманітні форми та види туризму і виявлено їх залежність від низки чинників [39].

Отже, класифікаційні системи туризму досить чіткі, стрункі й ґрунтовні. Існують різні класифікації туризму і туристських маршрутів. Ці класифікації залежать від цілей і завдань, що стоять перед організаторами туристичної діяльності і туристичними підприємствами. Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників туристської сфери. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму. Втім, при порівнянні українських та закордонних класифікаційних систем виникають певні труднощі. Окрім того, більшість українських класифікацій застарілі й

потребують суттєвого оновлення.

Розвиток туризму залежить від запитів та інтересів населення. Туризм зумовлений наявністю на певній території місць, сприятливих для відпочинку й оздоровлення. Також важливе значення має наявність пам'яток природної й культурної спадщини.

Загалом туристичними ресурсами вважається все, що можна використовувати в конкретному районі для організації туристичної діяльності та залучення туристів. Туристичні ресурси – категорія історична, змінна в часі, оскільки переінакшення структури й обсягу рекреаційних потреб суспільства призводить до залучення в рекреаційну і туристичну діяльність нових елементів природного і соціально-антропогенного характеру. Властивості туристичних ресурсів: привабливість; кліматичні умови; доступність; ступінь дослідженості; екскурсійна значущість; пейзажні і екологічні характеристики; соціально-демографічні характеристики; потенційний запас; спосіб використання та ін.

Рекреаційні ресурси – це об'єкти, явища і процеси природного та антропогенного походження, що використовуються або можуть бути використані для розвитку рекреації і туризму. До рекреаційних ресурсів належать території та окремі об'єкти, що можуть бути використані для відпочинку і лікування людей, відновлення їхніх фізичних і духовних сил.

Рекреаційні ресурси поділяються на дві основні групи: природні та історико-культурні.

До природних рекреаційних ресурсів належать природні та природно-антропогенні геосистеми, природні об'єкти, явища і процеси. У межах природних рекреаційних ресурсів можна виокремити кліматичні, ландшафтні, орографічні, бальнеологічні, біотичні, грязьові, водні та інші ресурси [23].

Групи природних туристичних ресурсів:

1. За походженням:

- фізичні, до яких належать компоненти неживої природи

(геологічні, кліматичні, гідрологічні, термальні ресурси);

- біологічні – жива природа (грунтові ресурси, флора, фауна);
- енергоінформаційні – специфічні поля ноосферної природи, що служать факторами привабливості (наприклад, місцевість чи ландшафт).

2. За видами рекреаційного використання: мінеральні води, грязі, ванни, солярії, ліси.

3. За швидкістю вичерпання ресурсів:

- вичерпні природні ресурси, тобто ті, кількість яких швидко зменшується в міру видобутку чи вилучення з природного середовища. Вони, своєю чергою, поділяються на відновлювальні (чисте повітря, прісна вода, родючий ґрунт, рослинність, тваринний світ) і невідновлювальні (грязі, мінеральні води тощо);

– невичерпні природні ресурси, до яких належить частина природних ресурсів (сонячна енергія, вітер, морські припливи).

4. За можливістю самовідновлення і культивування:

- відновлювані ресурси (наприклад, ліс);
- невідновлювані ресурси (наприклад, незворотні кліматичні зміни).

Окремо виділяють природні лікувальні ресурси – рекреаційні ресурси, призначені для лікування і відпочинку населення країни чи регіону, а також туристів. До туристсько-рекреаційних ресурсів природного походження належать: кліматотерапевтичні; водні; бальнеологічні; ландшафтні; лісові; орографічні; флоро-фауністичні.

Історико-культурні рекреаційні ресурси включають рекреаційно привабливі пам'ятки історії, архітектури, археології, місця, які пов'язані з життям і діяльністю видатних історичних осіб, території, де збереглися яскраво виражені етнографічні особливості, культові споруди, музеї, картинні галереї тощо.

Основою використання туристичних ресурсів і туристичних об'єктів для цілей туризму є туристський інтерес і туристські враження. Об'єкти туристського інтересу – визначні пам'ятки, природні об'єкти і

природнокліматичні зони, соціально-культурні об'єкти показу тощо, спроможні задовольнити потреби туриста під час туристичної поїздки або подорожі й споживанні туристичних послуг або туристичного продукту. Туристське враження виникає під час екскурсій, споглядання мальовничих природних ландшафтів, відвідування атракціонів, ресторанів, проживання у готелі тощо.

За виконуваними функціями туристсько-рекреаційні ресурси поділяються на ресурси місцевого значення, обласного, національного та світового.

Туристично-рекреаційний потенціал об'єкту або території – це сукупність належних до нього природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристського продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм.

Зростання туристично-рекреаційного потенціалу країни залежить від збільшення кожного окремого ресурсу [60]. Використання туристично-рекреаційних ресурсів, здатне підвищити потенціал країни та окремого регіону за рахунок припливу коштів від туристичних, оздоровчих та рекреаційних послуг для зовнішніх і внутрішніх споживачів, відновлення і забезпечення умов для ефективного функціонування капіталу.

1.2. Фактори впливу на розвиток туризму в Україні

Розвиток туристичної галузі залежить від багатьох факторів, які діють на двох основних рівнях – макроекономічному та мікроекономічному. Макроекономічний рівень – це, перш за все, діяльність вищих органів державного управління та регулювання, яка спрямована на розвиток туристичної галузі та, відповідно, формує мікроекономічний рівень.

Під час розробки політики перспективного розвитку туризму, визначенні форм і методів управління та регулювання сфери туризму мають враховуватися як негативні, так і позитивні фактори, пов'язані з політичною,

законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі [29, с. 160].

Як зазначає В. Кіптенко, до позитивних факторів розвитку туризму в Україні належать [24]:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого та збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- орієнтація суспільства на інтелектуальну економіку;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток туризму;
- зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку;
- спрощення та гармонізація податкового, митного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму серед дітей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетною туристичною діяльністю.

З-поміж чинників, які зумовлюють негативні явища в розвитку туристичної сфери, можна виділити такі:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики і закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- юридичні обмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвиненість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно-історичної та культової спадщини і навколишнього середовища;
- низький рівень доходів населення й нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека;

- низький рівень знань про туризм серед населення, погана реклама;
- недооцінювання ролі туризму в інтелектуалізації туризму;
- недооцінювання ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету країни.

Як слушно зауважує С. Цьохла, на розвиток туристичної галузі впливає велика кількість різноманітних та багатограних факторів: постійних та мінливих [77]. Фактори в туризмі – це момент, суттєва обставина туристичної практики. При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної галузі необхідно враховувати дію факторів впливу. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і, навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік. Існує багато пропозицій учених стосовно їх класифікації.

Так, Т. Момонт пропонує основні фактори, що впливають на розвиток туризму, поділити на дві групи: статичні й динамічні. Статичні мають незмінне в часі значення (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні). До динамічних належать демографічні; соціальні; економічні; культурні; науково-технічний прогрес; міжнародні фактори [42].

На думку Н. Жукової, «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, можна поділити на дві групи: фактори, що діють незалежно від діяльності організацій туризму; фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [19, с. 27].

І. Писаревський виділяє такі групи факторів впливу на розвиток туристичного ринку: статичні та динамічні; зовнішні та внутрішні; екстенсивні та інтенсивні; стимулюючі [54, с. 38].

Отже, єдиної загальноприйнятої систематизації факторів впливу на розвиток туризму не існує, вітчизняні та зарубіжні фахівці по-різному ставлять акценти. Беручи до уваги вищевикладене, пропонуємо таку класифікацію факторів впливу на розвиток туризму в Україні (див. табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Класифікація факторів впливу на розвиток туризму в Україні

Ознаки класифікації	Групи	Види
1	2	3
За ступенем впливу	Статичні	природно-кліматичні; географічні; культурно-історичні
	Динамічні	демографічні; соціальні; економічні; культурні; науково-технічний прогрес; міжнародні
За напрямом впливу	Зовнішні (екзогенні)	демографічних і соціальних змін; економічного й фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури й безпеки подорожей
	Внутрішні (ендогенні)	природно-географічні особливості й кліматичні умови країни; наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання; економічна ситуація в країні; внутрішня політика країни; політична стабільність; суспільний лад; рівень розвитку продуктивних сил; структура й рівень
		добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж; рівень життя в суспільстві; освітній та культурний рівень населення
За характером впливу	Екстенсивні	зростання чисельності робітників; збільшення кількості залучених до обороту матеріальних ресурсів; будівництво нових об'єктів туризму з технічним рівнем існуючих
	Інтенсивні	підвищення кваліфікації персоналу; розвиток професійно-кваліфікаційної структури; технічне вдосконалення матеріальної бази завдяки впровадженню науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм покращення якості обслуговування; індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туризму; раціональне використання наявних матеріальних ресурсів, об'єктів, маршрутів тощо

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
За результатами впливу	Позитивні	стабільність і відкритість політики та економіки; зростання доходів населення; скорочення робочого й збільшення вільного часу; розвиток транспорту, інформаційних технологій; посилення урбанізації; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму; зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку; спрощення податкового, валютного, митного, прикордонного форм регулювання; стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку тощо
	Негативні	кризи; мілітаризація економіки; зростання зовнішньої заборгованості; політична нестабільність; зростання цін на предмети споживання; безробіття; фінансова нестабільність; зменшення обсягів споживання; несприятливе екологічне становище; банкрутство туристичних підприємств; невиконання туристичними фірмами своїх зобов'язань

Крім того, особливе місце серед факторів, що впливають на розвиток туризму, посідає фактор сезонності [35, с. 38]. Залежно від сезону обсяг туристичної діяльності може зазнавати значних коливань. Вивчення наведених факторів дає можливість більш ретельно прогнозувати тенденції розвитку туризму в країні. На нашу думку, трансформаційні зміни в економіці України можна зарахувати до динамічних, зовнішніх та позитивних факторів впливу на розвиток туристичної галузі.

Зауважимо, що туризм є масовою та соціальною категорією, він формується під впливом багатьох факторів, що може визначати рівень туристичного попиту та розвиток туристичної галузі в цілому.

На нашу думку, найбільш важливими і значними факторами, що впливають на зміну рівня попиту на туристичному ринку, є такі (див. рис. 1.1).

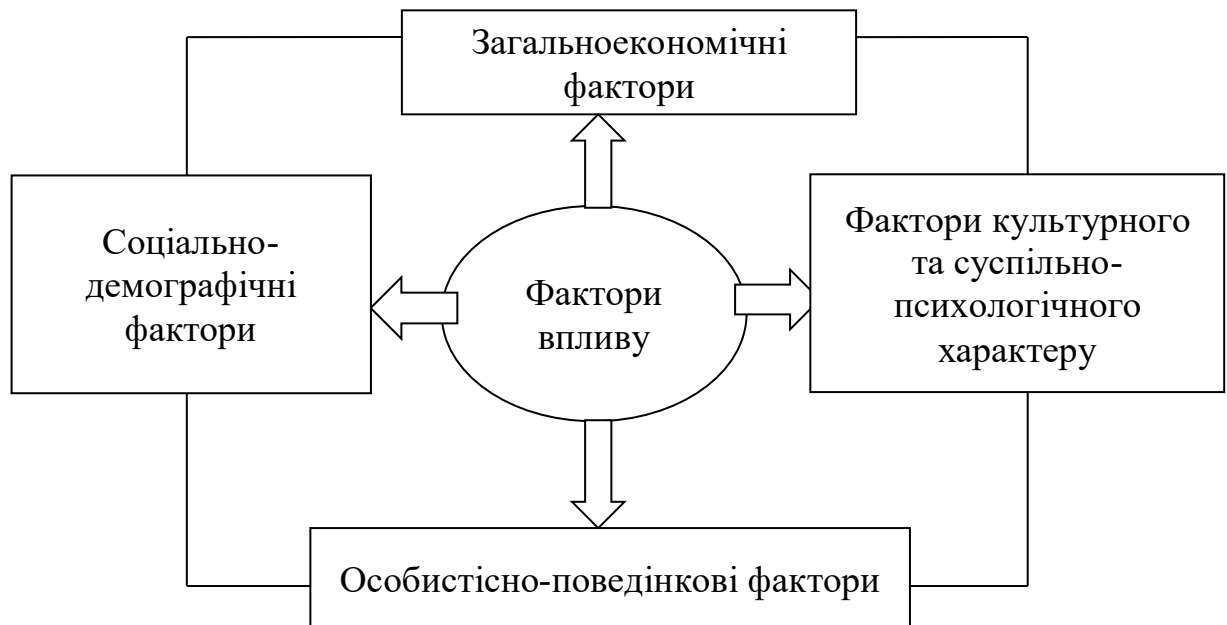


Рис. 1.1 – Загальні фактори впливу на розвиток туризму в Україні

Ця система включає такі фактори як:

- загальноєкономічні (добробут суспільства й збільшення вільного часу; взаємозв'язок розвитку попиту на ринку туризму та загальноєкономічної кон'юнктури);
- культурні та суспільно-психологічні;
- соціально-демографічні (вікова структура; структура сім'ї; рівень доходів та освіти населення; співвідношення міського й сільського населення);
- особистісно-поведінкові.

Для того, щоб виявити особливості споживачів туристичних послуг та сформувати систему ефективного управління розвитком туризму, докладніше розглянемо вплив факторів на соціальні процеси в туризмі в цілому.

Важливим загальноєкономічним фактором є добробут суспільства та збільшення вільного часу. Туризм як галузь економіки, що займається в першу чергу організацією вільного часу клієнта, може успішно існувати й розвиватися за наявності як мінімум двох складових: вільного часу та достатніх матеріальних коштів для його організації. Тобто основу сучасного туристичного ринку, як у якісному, так і в кількісному аспекті, становлять

оплачувані відпустки працівників з урахуванням того, що останнім часом у міжнародному туризмі значно зростає роль ділових поїздок, а також подорожей осіб пенсійного віку.

Існує прямий зв'язок між тенденціями розвитку туризму й загальними економічними, технічними та інноваційними досягненнями. Зростання рівня життя в розвинених країнах світу приводить до збільшення тривалості відпусток працівників і достатньо високого рівня їх забезпечення, що значно впливає на розвиток туристичної галузі.

Таким чином, необхідними передумовами виникнення масового туризму, його розвитку та підтримки високих обсягів попиту є збільшення вільного часу й зростання матеріального добробуту суспільства. Збільшення вільного часу – це, на нашу думку, один з найважливіших позитивних факторів розвитку ринку туристичних послуг в Україні.

Разом з тим, за А. Маслоу, потреба людини у відпочинку належить до фізіологічних. Туризм задовольняє потреби людини у відновленні й розвитку фізичних і психічних сил; фізичному, інтелектуальному та духовному вдосконаленні. Але для того, щоб ці потреби набули масового характеру, суспільство повинно досягти високого рівня добробуту.

Вимірювання рівня життя й диференціації доходів населення здійснює багато міжнародних організацій, зокрема Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Вона була створена у 1961 р. на базі Європейської організації економічного співробітництва, заснованої для управління допомогою з боку США та Канади у рамках Плану Маршала з реконструкції Європи після Другої світової війни [36]. Відповідальним за співробітництво України з ОЕСР центральним органом виконавчої влади визначене Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. У 1980 р. ОЕСР затвердив список соціальних індикаторів, до яких входить і «час і відпочинок», а його показниками є величина вільного часу і його використання. Як критерій раціональності структури витрат сімей використовують закон, відкритий німецьким статистиком Е. Енгелем, згідно з яким зі зростанням

доходів сім'ї знижується частка витрат на харчування, а частка витрат на задоволення культурних та інших нематеріальних потреб (до яких можна зарахувати й використання вільного часу) істотно збільшується [37].

Наступним загальноекономічним фактором, на нашу думку, є взаємозв'язок розвитку попиту на ринку туризму й загальноекономічної кон'юнктури. Необхідно відзначити високий ступінь залежності туризму від стану національної економіки. У період економічного піднесення завдяки зростанню матеріального добробуту й купівельної спроможності населення інтенсивність туризму збільшується, і ця індустрія також переживає певне піднесення. У період економічного спаду попит на туристичні послуги дещо падає, що не може не позначатися на сфері туризму в цілому.

Водночас дослідники туризму в західних країнах, визнаючи безсумнівну залежність зміни в попиті на туристичному ринку від загальноекономічної кон'юнктури, зазначають, що економічні спади й кризи справляють на туристичну індустрію менший вплив, ніж, наприклад, на такі галузі, як будівельна, автомобільна, виробництво меблів та інші, орієнтовані на виробництво товарів тривалого користування або предметів розкоші.

Таку відносну стійкість туризму до змін загальноекономічної кон'юнктури ринку західні дослідники пояснюють, перш за все, еластичністю попиту на туристичні послуги. І саме тому в роки кризи відбувається не повне припинення попиту на туристичні послуги, а лише його деякі зміни, тобто збільшується попит на дешевші види туристичних послуг і зменшується на найдорожчі.

Таким чином, економічні кризи впливають на попит туристичних послуг, але в меншою мірою, ніж на багато інших галузей. І викликано це, передусім, тим, що туризм, став практично необхідною потребою масового споживача, а також тим, що еластичність попиту і різноманіття форм туризму забезпечують у період економічної кризи можливість переходу попиту від дорогих видів туризму (VIP) до дешевших (економ).

Значний вплив на формування туристичного попиту справлять

переважно такі соціально-демографічні фактори: вікова структура; структура сім'ї; рівень доходів та освіти населення; співвідношення міського й сільського населення.

Як видно з таблиці 1.4, найбільшу питому вагу має вікова група 16–59 років (58–63%) [48].

Таблиця 1.4 – Аналіз динаміки та структури постійного населення України

Роки	Усього, тис. осіб	Вікові групи населення					
		0 – 15 років		16 – 59 років		60 років і старше	
		тис. осіб	питома вага, %	тис. осіб	питома вага, %	тис. осіб	питома вага, %
1991	51 623,5	11 762,1	22,8	30 230,3	58,6	9 631,1	18,7
2008	46 192,3	7 071,0	15,3	29 738,5	64,3	9 382,8	20,3
2009	45 963,4	7 005,0	15,2	29 586,0	64,3	9 372,4	20,3
2010	45 782,6	6 982,6	15,2	29 328,6	64,0	9 471,4	20,2
2011	45 598,2	6 975,7	15,3	29 090,1	63,8	9 532,4	20,9
2012	45 453,3	6 993,1	15,4	28 842,2	63,4	9 618,0	21,2
2013	45 372,7	7 047,7	15,5	28 622,9	63,1	9 702,1	21,4
2014	45 245,9	7 120,1	15,7	28 372,5	62,7	9 753,3	21,6
2015	42 759,7	6 816,0	15,9	26 613,3	62,3	9 330,4	21,8
2016	42 590,9	6 856,3	16,1	26 317,4	61,8	9 417,2	22,1
2017	42 414,9	6 887,0	16,2	25 982,0	61,3	9 545,9	22,5
2018	42 386,4	6 895,7	16,3	25 641,3	60,8	9 679,8	22,9

Структура населення за віковими групами свідчить про зростання частки осіб віком понад 60 років. Так, у 1991 р. частка осіб, старше 60 років, становила 18,7%, а у 2018 р. – 22,9%, хоча чисельність цієї вікової групи майже не змінилася: у 1991 р. – 9,631 млн. осіб, у 2018 р. – 9,68 млн. осіб. Питома вага вікової групи населення до 15 років у 1991 р. становила 11,762 млн. осіб, а у 2018 р. – 6,896 млн осіб. Тобто кількість дітей за 16 років зменшилася в 1,7 разу, майже вдвічі, хоча відносна вага цієї вікової групи за такий самий період зменшилася на 6,6%.

Упродовж 2013 – 2015 рр. частка найбільш активного населення вікової групи 16 – 59 років постійно зменшувалася на 0,4%.

Проте у 2017 та 2018 рр. негативна динаміка зросла до 0,5%.

За рахунок зменшення найбільш активної групи населення (16 – 59 років) зростали частки вікових груп до 15 років та від 60 і більше. При цьому частка вікової групи 60 і більше років перевищує частку вікової групи до 15 років на 5,3%. Вікова структура населення України має регресивний тип демографічної структури, для якої характерна висока частка людей похилого віку та низька частка дітей (див. табл. 1.4) [48, с. 8].

Стосовно вікової структури зауважимо, що на сьогодні практично всі форми й види туристичних послуг в Україні для людей старших вікових груп є недоступними. На нашу думку, такий стан справ зумовлений низкою причин:

- зниження матеріального добробуту; у цей час через вимушену неплатоспроможність групи літніх людей, які готові до активного життя, не можуть дозволити скористатися туристичною послугою й витрачають своє пенсійне забезпечення на необхідні елементи власного споживання (рівень середньомісячної пенсії у 2020 р. – 3083 грн) (див. рис. 1.2):

- зменшення тривалості життя;
- недостатня кількість соціальних програм і відсутність соціальної допомоги держави;
- ціна туристичної послуги у багато разів перевищує рівень пенсійного забезпечення.

Необхідно зазначити, що співвідношення міського і сільського населення – 70/30, такого немає ніде в Європі. Тобто сьогодні 30% населення України проживають у сільській місцевості [90]. Наприклад, згідно з даними ООН, у 2015 році близько 54% населення світу проживало в містах. Експерти очікують, що до 2030 року цей показник досягне 60%.

В Україні в останні роки активно розвивається міський туризм. Міський туризм є особливим видом спеціалізованого туризму, що орієнтований на комплексне використання природних, культурно-історичних, етнографічних та інших ресурсів міст з метою формування специфічного духовно-ментального уявлення про їх середовище та створення

комплексного туристичного продукту.

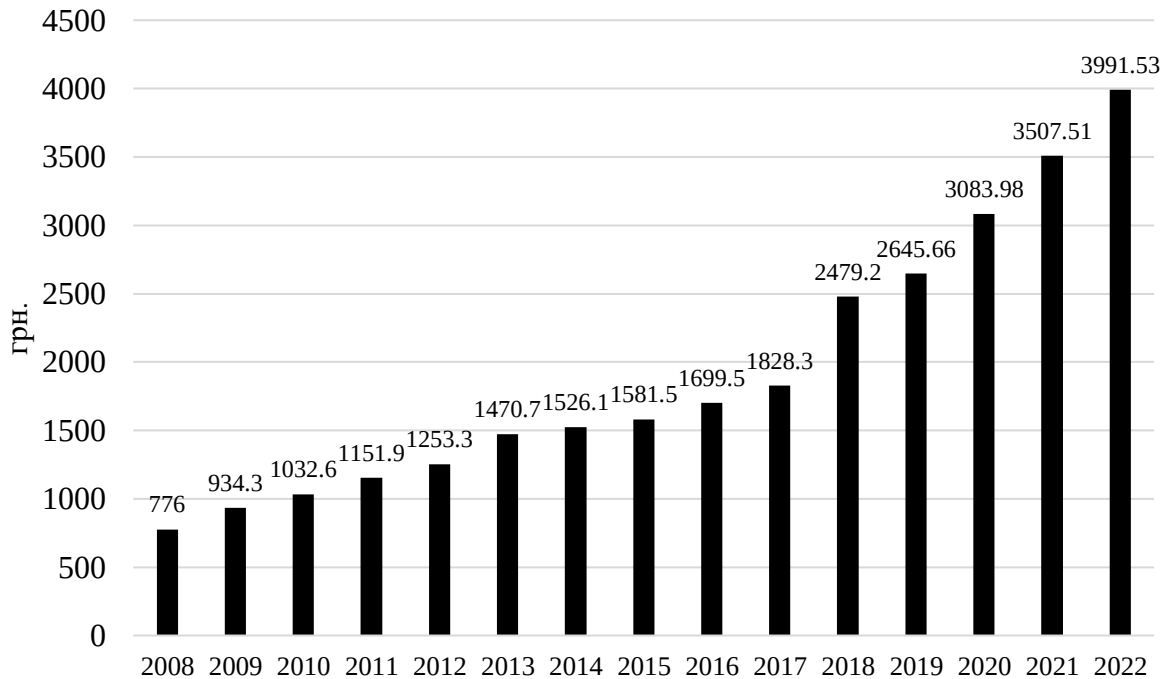


Рис. 1.2 – Динаміка середнього розміру місячної пенсії в Україні, грн. [41]

Середньорічну чисельність населення України за останні роки наведено на рисунку 1.3.

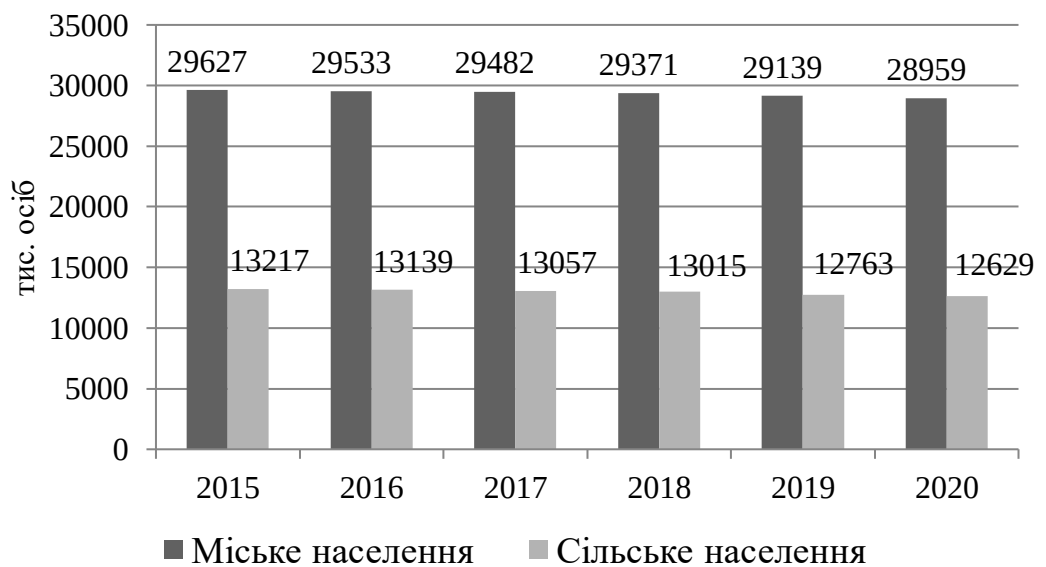


Рис. 1.3 – Середньорічна чисельність наявного населення України, тис. осіб [50]

Як бачимо з рисунку 1.3, зменшилася чисельність як міського, так і сільського населення. У силі поки що залишається таке правило: чим менш населений пункт, тим нижча інтенсивність туризму серед його жителів і тим ближче вони вибирають цілі туристичних поїздок. Тим самим відбувається соціальна сегрегація, викликана різницею в рівні доходів, відсутністю можливості скористатися бажаною туристичною послугою.

Зауважимо, що рівень доходів та освіти населення мають особливе значення. Як відомо, попит – це платоспроможна потреба, тобто сума грошей, яку споживачі можуть і мають намір заплатити за потрібні їм товари та послуги. Таким чином, туристична активність перебуває в прямо пропорційній залежності від рівня доходів, а також від освіти потенційних споживачів. Як бачимо з рисунку 1.4, за останні роки спостерігається явна динаміка рівня доходів населення України.

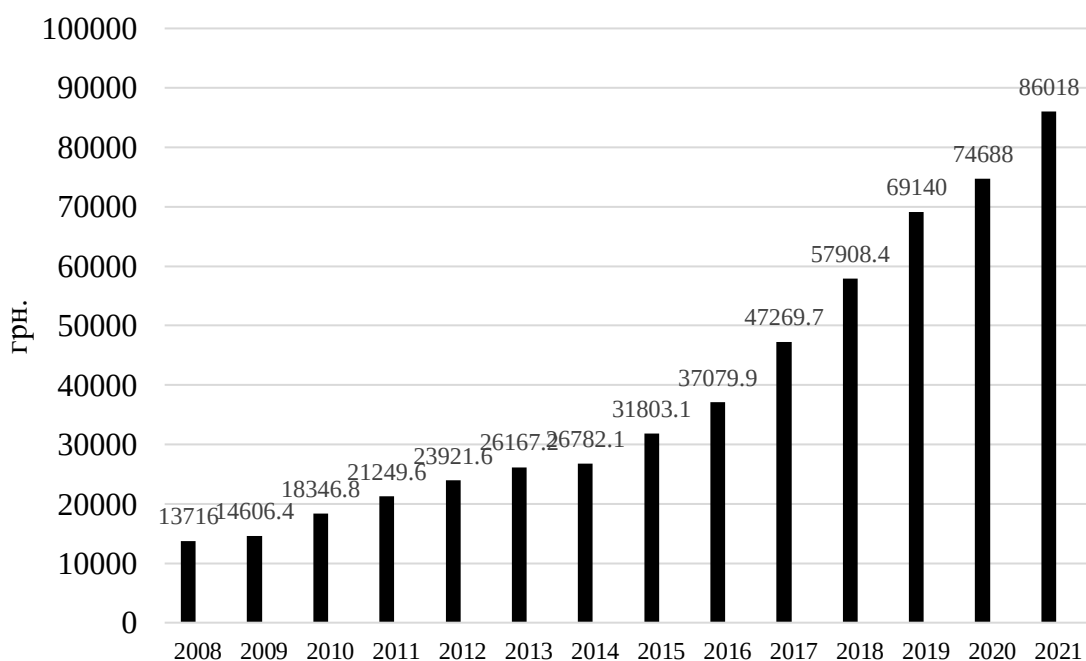


Рис. 1.4 – Динаміка середньорічних доходів населення в Україні, на одну особу, грн. [14]

Нині спостерігається й активізація туристичного попиту серед населення з невисоким рівнем доходів та освіти. Причому вибір туристичних

послуг для цієї групи населення необмежений, багато туристичних фірм пропонують тури для цього сегмента.

Основну тенденцію розвитку суспільної психології споживання в сучасному світі можна позначити так: трансформація суспільства продуктивності й добробуту в «суспільство вільного часу».

А оскільки саме «вільний час» є необхідним і найважливішим компонентом існування й процвітання туристичної галузі, то паралельно цій тенденції спостерігається й інша, не менш значуща, – збільшення кількості подорожуючих.

На цей час величезні відстані вже не є фактором, що обмежує й гальмує мандрівників, як раніше. Як відомо, до факторів, що найбільш істотно впливають на розвиток міжнародного туризму і збільшення числа подорожуючих, належить культурний, а саме: зростання культурного рівня різних країн світу й прагнення до ознайомлення з культурою інших країн.

Завдяки цьому прагненню, а також збільшенню кількості поїздок і подорожуючих, глобальним телекомунікаціям, безпрецедентним став темп обміну між різними країнами світу. Майже в усіх містах світу є риси міжнародної культури.

Але в міру того, як спосіб життя різних країн стає все більш схожим, у міру того, як люди все ближче знайомляться з культурою інших народів, виникають риси сильної протидії тенденції: протест проти одноманітності, бажання затвердити унікальність своєї культури та мови, своєрідна боротьба з іноземним впливом.

Таким чином, на нашу думку, чим більше наш спосіб життя стає схожим, тим міцніше будемо триматися за такі цінності, як релігія, мова, мистецтво, література й національна культура в цілому. Зі зближенням зовнішніх сторін життя люди все більше цінують традиції, породжувані всередині своєї країни.

Зауважимо, що серед усіх факторів, які впливають на розвиток туризму, особистісно-поведінкові відіграють провідну роль у сучасному

світі. Вони складаються з мотивів, які забезпечують бажання споживачів подорожувати, при цьому відповідати вимогам туриста [32].

Ефективного впливу на поведінку споживача досягають за умови, що запропонований туристичний продукт дійсно є засобом задоволення потреб клієнта, тоді стає можливим досить сильний вплив на мотивацію й поведінку споживачів. Розглядаючи туризм як соціальне явище в постійному розвитку, все більше уваги приділяють соціологічним дослідженням. Практично на кожному великому туристичному заході проводять анкетування потенційних туристів з метою отримання різноманітної інформації, що надає змогу отримати важливі дані для оцінювання мотивації подорожей. Величезна кількість навчальних закладів розробляє різні форми анкет як для туристів, так і для працівників туризму. Дані соціологічних опитувань є важливою вихідною базою для побудови прогнозів і рекомендацій з формування політики просування туристичного продукту на цьому ринку споживача, а також підставою для прийняття важливих політико-економічних рішень у сфері митних і міграційних відносин.

Досліджена система факторів може вплинути на формування стратегічних напрямків розвитку туризму в Україні в цілому, та окремих його видів.

Висновки до розділу 1

1. Маючи довгу історію розвитку, туризм до теперішнього часу не отримав однозначного визначення. Формування поняття «туризм» відбувається паралельно з розвитком його як галузі народногосподарського комплексу у світі. Сам характер туризму як особливої соціально-економічної сфери розвитку суспільства при вмілій постановці справи може успішно поєднувати в собі і ринкові аспекти економічних зв'язків, і соціально орієнтовані цілі розвитку суспільства в цілому і окремих регіонів. При цьому соціальний аспект туризму має виступати як мета, а ринковий аспект – як

засіб її реалізації.

2. Економічний аспект «туризму» передбачає розгляд його як індустрії. Вчені зазначають, що туристична індустрія включає в себе сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги гідів-перекладачів

3. Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників сфери туризму. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму. Розвиток туристичної галузі залежить від багатьох факторів, які діють на двох основних рівнях – макроекономічному та мікроекономічному. Макроекономічний рівень – це, перш за все, діяльність вищих органів державного управління та регулювання, яка спрямована на розвиток туристичної галузі та, відповідно, формує мікроекономічний рівень.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Туристичний потенціал України як важливий чинник розвитку внутрішнього туризму

Україна – розташована у Східній Європі, на північному узбережжі Чорного та Азовського морів. За розмірами території Україна посідає перше місце серед країн Європи. Країна розташована в основному на південному заході Східноєвропейської рівнини, в Центральній-Східній Європі. Західні регіони мають на території частину Альпійської системи, зокрема гори Карпати та Східні Карпати, що проходять через Польщу, Україну та Румунію. Територію України омивають води Чорного та Азовського морів. Більше 95% річок входять до складу водозбірних басейнів цих двох морів.

Україна – найбільша держава в Європі, площа країни становить 603,7 тис. км кв. Територія країни простягається зі сходу на захід на 1316 км, крайньою східною точкою є с. Червона Зірка в Луганській області, а на заході м. Чоп в Закарпатській області.

Кордон простягається по суходолу на 5740 км та по морях на 1960 км. 1560 км морського кордону припадає на Чорне море і 400 км – на Азовське. За протяжністю державного кордону Україна посідає одне з перших місць у Європі. Кордони України. Держава безпосередньо межує з сімома країнами, а саме Росією, Білоруссю, Молдовою, Румунією, Польщею, Угорщиною і Словаччиною. Найдовшими є кордони з Росією (2063 км), Молдовою (1191 км) і Білоруссю (1084 км). Довжина кордону України з Румунією становить 625 км, Польщею – 543 км, Угорщиною – 135 км, Словаччиною – 99 км. Через Чорне море Україна має спільні кордони з Туреччиною, Болгарією і Грузією.

Рівнинна частина країни включає три географічних зони: зону мішаних лісів – Полісся (близько 14%), лісостепову (майже 34%) і степову (близько

40%) зони. Ці останні, в свою чергу, так само як і Карпати, теж поділяються на фізико-географічні області. Всього на території України виділяють 57 фізико-географічних областей [55].

Територія України характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами для відпочинку, лікування, різних видів туризму. Природно-рекреаційні ресурси – це природні умови, явища природи, що створюють комфортні умови для рекреаційно-туристичної діяльності і сприяють організації відпочинку і оздоровлення. Основними серед них є клімат, акваторії, ландшафт, а також деякі природні об'єкти, що мають пізнавальні і атрактивні властивості. Кліматичні ресурси визначають загальну комфортність території, її придатність для лікування і відпочинку. Серед основних кліматичних особливостей, що визначають її комфортність – температурний режим, кількість сонячних днів на рік, вологість, атмосферний тиск, режим вітрів [55].

Територія України лежить у помірному кліматичному поясі Північної півкулі. У межах території України добре простежується кліматична зональність, а також спостерігаються помітні зміни клімату із заходу на схід, що приводить до зростання його континентальності. Територіальне розмаїття кліматичних умов посилюється циркуляцією повітряних мас, наявністю гір. Клімат України добре вивчений. На її території розміщено сотні метеорологічних станцій і постів. Дані їхніх спостережень дають змогу прогнозувати кліматичну ситуацію в державі загалом та в окремих її регіонах. Для дослідження клімату широко використовують космічну техніку.

Температури повітря найхолоднішого місяця січня в Україні досягає до мінус 7,5 °С; найтеплішого липня – плюсові 19 – 23°С. Пересічна тривалість безморозного періоду від 260 – 270 днів.

Україна знаходиться в другому (київському) часовому поясі.

В Україні налічується більш як 4 тис. річок довжиною понад 10 км, з них 117 – понад 100 км. Більшість річок належить до басейнів Чорного та

Азовського морів і лише Західний Буг та Сян – до Балтійського басейну [17].

Найбільшою водною артерією України є Дніпро – третя за величиною (після Волги і Дунаю) річка Європи. Сукупна довжина Дніпра становить 2201 км, у межі України довжина становить 981 км. Площа басейну становить 504 тисячі км², з них в межах України – 291,4 тис. км². В Україні басейн Дніпра займає 65% усієї її території.

На березі Дніпра лежить багато великих міст України – столиця держави Київ, Черкаси, Кременчук, Дніпродзержинськ, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Нікополь, Херсон. На Дніпрі є багато островів – наливних і корінних. Найбільший корінний острів – Хортиця, розташований поблизу Запоріжжя. Його площа – близько 30 км², значно витягнутий (близько 13 км) за течією Дніпра (ширина – близько 2,5 км), складається з твердих кристалічних порід, що утворюють круті береги у вигляді скель (Чорна, Тараса та ін.), які на 50 – 70 м підносяться над водою. Понад 10% площі острова займають ліси [20].

Ближче до лівого берега Дніпра в межах Кієва знаходиться Труханів острів (450 га) заввишки 3 – 4 м, витягнутий уздовж Дніпра. Острів укритий чагарниками, є місцем відпочинку.

З-поміж природних водойм провідне місце в Україні належить озерам і лиманам. На території України налічується близько 20 тис. озер, у тому числі понад 7 тис. площею від 0,1 км кв і більше, 43 площею від 10 км кв і більше.

У північно-західній частині країни на Волині є озера, що утворилися у карстових зниженнях рельєфу це – Шацьким поозер'ям. Найбільшим озером цього краю є Світязь, берегова лінія якого перевищує 30 км. Крім того, тут розташовані озера Пулемецьке, Луки та ін. Живляться ці озера атмосферними і підземними водами. Великі озера зосереджені в плавнях Дунаю (Кагул, Ялпуг; Катлабуг, Китай та ін.). Багато озер і закритих лиманів є на узбережжі Чорного та Азовського морів (Сасик, Хаджибейський, Куяльницький). Багато озер у заплавах Дніпра, Десни, Орелі, Самари та Прип'яті. Заплавні озера здебільшого невеликі за розміром, неглибокі.

Водосховище – штучна водойма, що утворюється під час спорудження (в долині річки) водопідпірної греблі. Найбільші водосховища створено на Дніпрі: Київське, Канівське, Кременчуцьке, Дніпродзержинське, Дніпровське (Запорізького) та Каховське. Функціонують також великі водосховища на Дністрі – Дністровське, на Сіверському Дінці – Печенізьке, на Осколі – Червонооскільське та ін.

В Україні зосереджені значні площі боліт, що становлять 1,2 млн. га, в тому числі торфові – майже 1 млн га. Більшість їх розміщена на Поліссі, особливо на Волинському. Близько 10% площ усіх боліт України охороняється.

Чорне та Азовське моря омивають південну частину України на протязі майже 2 тис. км і мають важливе значення для розвитку господарства.

Площа Чорного моря становить 422 тис. км., середня глибина – 1300 м, найбільша – 2245 м та місткістю 547 тис. км куб. Максимальна протяжність Чорного моря зі сходу на захід – 1167 км, з півночі на південь – 624 км. Довжина його берегової лінії – близько 4090 км, у тому числі в межах України – 1560 км. Солоність у верхньому шарі чорноморської води становить 17 – 18%, з глибиною зростає до 22,5%, у цілому ж нижча, ніж у Середземному морі.

Температура морської води на поверхні влітку досягає +20...+25 °С, взимку – до +8...+9 °С, крім північно-західної і північно-східної частин, де у суворі зими море замерзає. Температура води на глибині майже постійна +9 °С.

Азовське море омиває південно-східні береги України. Це внутрішнє море басейну Атлантичного океану та сполучене з Чорним морем Керченською протокою. Його площа становить 39 тис. км кв, пересічна глибина 7 – 10 м, максимальна 15 м. Найбільша його протяжність з північного сходу на південний захід 360 км. Солоність води центральної частини Азовського моря становить 13 – 14%, біля східних берегів 2 – 5%, тобто солоність значно нижча, ніж солоність чорноморської води.

Оскільки Азовське море неглибоке, його води добре прогріваються. Взимку море поблизу берегів замерзає майже на 3 місяці; в центральній частині воно вкривається плавучою кригою. Повністю море замерзає лише в суворі зими.

Серед природно-рекреаційних ресурсів важливу роль відіграють бальнеологічні, до яких належать мінеральні води, лікувальні грязі. Заклади, що функціонують за рахунок використання бальнеологічних ресурсів, розташовані переважно в Карпатському і Причорноморсько-Азовському регіонах. Найбільша кількість мінеральних джерел припадає на західну частину України у Львівській та Закарпатській області [55].

У Закарпатті зосереджено 600 джерел і свердловин мінеральних вод. Зокрема, дуже цінними у лікуванні є вуглекислі води. Також тут зосереджені джерела сірководневих вод, а на базі цінних питних лікувальних і лікувально-столових залізистих вод діє Шаянський санаторний комплекс. Закарпаття багате на рідкісні миш'якові вмісні підземні води, а також борвмісних, які використовуються як для ванн, так і для внутрішнього вживання [39].

Важливим бальнеологічним регіоном є Поділля. Тут розташовано 10 родовищ і 16 ділянок мінеральних вод. Сьогодні у цьому регіоні функціонують такі курорти, як Заліщики (Тернопільська обл.), Хмільник (Вінницька обл.) та ін. Лікувальні властивості грязей відомі в Україні з давніх часів [63].

Значні запаси лікувальних грязей зосереджені в південних і північнозахідних областях [55].

Важливою складовою рекреації, оздоровлення і лікування є лісові ресурси.

За кількістю лісових насаджень Україна посідає одне з провідних місць серед країн Європи. Наявність лісів сприяє також розвитку специфічних видів туризму, зокрема полюванню. Найбільш значними мисливськими ресурсами володіють Карпатський і Поліський регіони.

Для туризму значну цінність мають ландшафти, що відзначаються оздоровчими чи пізнавальними властивостями, включаючи рельєф, мальовничі краєвиди, печери. В Україні є печери, що за своїми розмірами не поступаються найбільш відомим у світі, і при відповідному обладнанні їх можна перетворити на рекреаційно-туристичні об'єкти міжнародного значення. Вони локалізуються переважно в Подільсько-Буковинському, Карпатському регіонах [55].

Українські Карпати – один з найбільш мальовничих регіонів України. Вони характеризуються середньовисотним і низькогірним рельєфом, наявністю великих площ.

Карпатські гори багаті на різноманітні природні ресурси, мають неповторні гірські краєвиди, низький рівень забрудненості довкілля. Винятково важлива роль належить рекреаційним ресурсам, які освоєні ще недостатньо. Тут надзвичайно сприятливі умови для організації санаторно-курортного господарства міжнародного значення. Перспективними щодо розвитку санаторно-курортного і туристського господарства є всі райони Карпат, особливо райони Трускавця, Моршина, Сваляви, Східниці з їх унікальними водами, що мають високі лікувальні властивості і дуже популярні у світі [20].

Карпати мають великі ресурси мінеральних і термальних вод – близько 350 джерел. Загальновідомими є мінеральні води Сваляви, Квасової Поляни, Східниці. Поблизу Ужгорода розвідано запаси термальних вод.

У Карпатських горах зосереджено понад 15% усіх лісів України. Ліси Карпатських гір розміщені великими суцільними масивами аж до верхніх субальпійських та альпійських лук. Вони відіграють важливу водозберігаючу і природоохоронну роль, багаті на лікарські рослини, ягоди і гриби.

Найвища вершина – Говерла (2061 м). Над полонинами здіймаються вершини Бребенескул (2032 м), Піп-Іван (2022 м), Петрос (2020 м), Гутин Томнатик (2016 м), Ребра (2010 м).

Особливу групу ландшафтів утворюють національні парки, державні

заповідники, заказники, унікальні природні об'єкти, пам'ятки природи, парки, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, дендропарки, ботанічні сади, зоологічні парки, заповідні урочища, що складають природно-заповідний фонд. Основним призначенням заповідних територій і об'єктів є сприяння збереженню унікальних і типових природних ландшафтів, рослинного і тваринного генофонду, екологічної рівноваги, а також відтворенню і примноженню відновлюваних природних ресурсів [55].

За роки незалежності площа природно-заповідного фонду України зросла більш ніж удвічі. Станом на листопад 2009 року до його складу входять більше 7200 територій та об'єктів загальною площею 2,8 млн. га, що становить 4% території держави. Це, зокрема, 17 природних і 4 біосферних заповідника, 19 національних природних парків, 45 регіональних ландшафтних парків, 3078 пам'яток природи, 2729 заказників, 616 ботанічних, зоологічних садів, дендропарків та парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 793 заповідних урочища.

Найвідомішими є біосферний заповідник «Асканія-Нова» (Херсонська область) – єдина в Європі ділянка типчаково-ковилового степу, якого ніколи не торкався плуг, має велику наукову, культурно-пізнавальну та практичну цінність. Заповідна територія сертифікована як еталон типчаково-ковилових степів планети, які підлягають збереженню і вивченню за програмою ЮНЕСКО «Людина і біосфера». У складі заповідника дендрологічний парк загальнодержавного значення, зоопарк, колекція тварин якого є національним надбанням України. До «Червоної книги України» занесено 13 видів вищих рослин, 3 види грибів та 4 – лишайників. Шість видів квіткових асканійської автохтонної флори занесені до міжнародних червоних списків [4].

Шацький національний природний парк (Волинська область) – створений був 28 грудня 1983 року з метою збереження та охорони рідкісних природних комплексів у районі Шацьких озер. Територія шацького національного парку є однією з найбільших озерних систем Європи, оскільки

на ній розташовано понад 30 озер різного походження. Походження більшості озер шацького парку є льодовиково карстовим про, що свідчать характерні водно-льодовикові форми рельєфу дна та території. Найбільшими озерами парку є Пулемецьке, Луки, Люцимир, але з поміж усіх їх справжнім велетнем є озеро Світзь, яке займає площу понад 2600 га. Крім цього озеро Світзь є найбільшим озером природного походження України довжина якого становить понад 9,2 км, а ширина 4 км. Також рівним по глибині оз. Світязь в Україні немає, максимальна глибина озера сягає близько 60 м [53].

Національний дендрологічний парк «Софіївка» (Черкаська область) є шедевром світового садово-паркового мистецтва кінця XVIII – початку XIX століть. Це зразок пейзажного паркового мистецтва – композиції води, землі, каменів, рослин, архітектурних споруд і скульптур. Площа парку сягає 180 гектарів. Парк «Софіївка» занесений до Державного реєстру національного культурного надбання як музей природи і садово-паркового мистецтва. Нині «Софіївка» – найбільший центр з інтродукції та акліматизації рослин Правобережного лісостепу України, де нараховується понад 3 тисячі таксонів різноманітних рослин [52].

Дендропарк «Олександрія» (Київська область) – він належить до числа найбільших та найстаріших парків в Україні пам'ятка садово-паркового мистецтва і має територію 400 га. Парк було створено понад 200 років тому родиною великого землевласника, графа Франциска Ксаверія Браницького, як предмет родинної гордості та магнатської величі. На території парку зростає понад 2500 видів рослин, у тому числі завезених з інших континентів. Окрім природи, дендропарк має архітектурні споруди, унікальні скульптури та ландшафтні форми. У 2008 році парк брав участь в акції «7 чудес України» [51].

В Українських Карпатах також зосереджений великий природоохоронний фонд різного рівня заповідності (майже 1500 об'єктів). Найбільший природно-заповідний об'єкт створено у 1980 р. це – Карпатський національний природний парк (50,3 тис. га), в якому значну

площу займають ліси, луки і пасовища. У парку багаті рослинність і тваринний світ (близько 60% усієї флори Українських Карпат). Парк знаходиться у верхів'ях Пруту і Черемошу. Тут зосереджені середньовисотні Горгани, Ворохта-Путильське низькогір'я і найвищий в Українських Карпатах масив – Чорногора.

Другим за величиною є створений в 1989 р. національний природний парк Синевир, розташований у верхів'ях річок Теребля та Ріка. Район характеризується різким вертикальним розчленуванням, крутосхилими формами рельєфу, кам'янистими осипищами, глибокими річковими долинами, багатими і різноманітними флорою та фауною. У верхів'ях р. Теребля (989 м) розміщене відоме озеро Синевир.

У 1993 р. в Українських Карпатах створено Карпатський біосферний заповідник (57,9 тис. га) на основі Карпатського природного заповідника. Заповідник було створено з метою збереження унікальних, найбільших в Європі площ букових, ялицевих та смерекових пралісів. Тут розміщений найбільший у Європі суцільний буковий праліс, що охоплює понад 10 000 га площі із висотою окремих дерев понад 45 метрів. Карпатський біосферний заповідник входить у чільну десятку найбільш цінних природо-заповідних територій України та є однією із найбільш популярних заповідних територій України, знаних у Європі та світі, завдяки сукупності та унікальності природних комплексів та біорізноманіття. З 1993 року заповідник входить до міжнародної мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО, а у 2007 р. його букові праліси включені до об'єкта Всесвітньої природної спадщини ЮНЕСКО «Букові праліси Карпат». До складу заповідника входять п'ять окремих гірських масивів (філіалів), розміщених у різних гірських районах Українських Карпат: Угольсько-Широколужанський, Чорногірський, Мармароський, Свидовецький і Стужицький, і один рівнинний масив – Хустський, або Долина нарцисів, розміщений на Закарпатській низовині. Унікальною пам'яткою природи, що входить до Карпатського біосферного заповідника, є найвищий в Українських Карпатах Чорногірський масив.

Охороняються субальпійські і альпійські біоценози, а також старі ялинові і ялицеві ліси [66].

На початку 1997 р. у Покутсько-Буковинських Карпатах створено національний природний парк Вижницький (Чернівецька обл.) площею 7,9 тис. га. Основне призначення парку – охорона і раціональне використання лісових ресурсів і довкілля, дослідження актуальних екологічних проблем регіону.

У 1997 р. в Українських Карпатах у Надвірнянському районі на Івано-Франківщині організовано природний заповідник Горгани (5,3 тис. га). Єдиний природоохоронний об'єкт IUCN дин із найочільніших осередків пралісів в Карпатах (понад 65% площі заповідника). Заповідник містить єдину, неперервну у горизонтальному і вертикальному розміщенні смугу п'яти субформацій пралісів і демонструє стадії розвитку первинної рослинності з раннього голоцену. Унікальним також є те, що у заповіднику збереглося 67,5% пралісів, які відрізняються високою стійкістю і стабільністю. Завдання заповідника – охорона земель, комплексне вивчення горганського середньогір'я [66].

У 1999 р. в північно-західній частині Українських Карпат створено національний природний парк Сколівські Бескиди, що безпосередньо підходить до державного кордона України з Польщею. Він включає території Турківського, Дрогобицького і Сколівського районів Львівщини, займає площу 35,7 тис. га. Тут вивчаються ерозійні і паводкові процеси, питання збереження лісових ресурсів, рідкісних рослин і тварин. Особлива увага приділяється відтворенню і раціональному використанню типових та унікальних природних комплексів, що мають важливе природоохоронне, естетичне, наукове, освітнє, рекреаційне та оздоровче значення. У 1999 р. в Українських Карпатах створено великий (208 тис. га) перший у світі міжнародний біосферний заповідник Східні Карпати, куди входять природоохоронні об'єкти України, Польщі і Словаччини. Від України до цього біосферного заповідника включено територію Надсянського

регіонального ландшафтного парку, що зосереджений в прикордонному Турківському районі Львівщини, а також Стужицький масив Карпатського біосферного заповідника (Закарпаття).

Україна багата на унікальні історичні пам'ятки. На сьогодні в Список Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в силу їх особливої культурної, історичної або екологічної значимості включено 7 об'єктів, які знаходяться на території України: Софійський Собор та Києво-Печерська Лавра, Історичний центр Львова, Пункти геодезичної дуги Струве, Незаймані букові ліси Карпат, резиденція митрополитів Буковини, Стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора, Дерев'яні церкви Карпатського регіону [65].

В Україні 150 тисяч пам'яток культури, історії, археології, містобудування і архітектури, палацово-паркового мистецтва, а також понад 300 музеїв, серед них понад 12 тис. особливо цінних у туристичному плані, які є зразками монументальних витворів мистецтва. Створено 7 національних історико-культурних заповідників. Найціннішими є пам'ятки епохи держави «Київська Русь» – 80 відсотків пам'яток цього періоду зосереджені саме на території України тощо [46].

Пам'ятки архітектури в Україні розміщені нерівномірно. Основна їх частина зосереджена на Заході, а також у Київській, Хмельницькій, Вінницькій, Чернігівській, Сумській областях. Південно-Східні території не такі багаті на історичні пам'ятки, це пов'язано з освоєнням території.

Найбільша кількість пам'яток архітектури в Україні припадає на місто Львів (2500) та Львівську область. Особливо цінними є архітектурні ансамблі площі Ринок (XV – XIX ст.), Вірменської (XIV – XIX ст.) та Руської вулиць, вони занесені до списку світової архітектурної спадщини ЮНЕСКО. Мистецьку цінність європейського рівня мають Успенська церква (XVI – XVII ст.), Святоюрський (XVII ст.) та Вірменський (XIV – XVIII ст.) собори; Домініканський костел (XVIII ст.).

Далі по кількості пам'яток архітектури слідує Київ (понад 1500). В основному, це споруди часів Київської Русі – Золоті ворота (1037 р.),

Софійський собор (1037 р.), Видубицький монастир (XI ст.), Києво-Печерська Лавра (XI ст.) [39].

Третє місце за історико-культурним значенням посідає Кам'янець Подільський. Особлива цінними є Стара фортеця (XI – XVIII ст.), церкви, костели, житлові споруди.

Одже, Україна має все необхідне для розвитку внутрішнього туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Туристично-рекреаційний потенціал створює можливості для всебічного задоволення пізнавальних, оздоровчо-спортивних і духовних потреб вітчизняних та іноземних туристів. Загальна площа придатних для туризму і відпочинку природних ландшафтів становить 9,4 млн. га. На території країни налічується понад 125 тис. пам'яток археології, архітектури, містобудування, працюють сотні музеїв. Кожен куточок в Україні є унікальним у своїй красі: природній, архітектурний, фестивальний, гастрономічний, атмосферний.

2.2. Аналіз особливостей розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни

У 2019-2020 роках, галузь туризму на світовому рівні стикнулася із надзвичайним випробуванням, яке було викликано стрімким поширенням COVID-2019. Багато країн, зокрема і Україна закрили свої кордони та тимчасово призупинили транспортне сполучення. Але в кінці 2021 року та на початку 2022 року спостерігалася тенденція відновлення цієї галузі. У січні 2022 року було зафіксоване раптове зростання кількості туристів у порівнянні з 2021 роком.

Однак, в лютому 2022 році туристична галузь зіткнулась з новим випробуванням – російсько-українською війною, що незважаючи на свою обмежену географію, вплинула на стан туризму у глобальних масштабах.

Безумовно, туристична індустрія зазнала найбільших втрат не лише в Європі, але також в Україні. З початку повномасштабного вторгнення морські курорти стали недоступними для українських та іноземних туристів. Багато з них розташовані в зоні окупації а, отже, в безпосередній небезпеці через військові конфлікти. Мова йде про регіони Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей. Курортний сезон також не розпочався в Одеській області. Внутрішній туризм в умовах війни істотно трансформується. Основна увага внутрішніх туристів спрямована на рекреаційний та санаторно-курортний, психологічний туризм, етнографічний, «пам'ятний» та мілітарний туризм. У регіонах, які розташовані у відносно безпечній зоні, внутрішній туризм поступово відновлюється, і туристичні компанії організовують подорожі до Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Тернопільської областей. Ці поїздки, як правило, короткострокові і призначені як місцевих жителів, так і для внутрішньо переміщених осіб. Знову набувають популярності екскурсії до музеїв і замків [91].

У багатьох зарубіжних країнах внутрішній туризм займає провідні місця, оскільки туристи в першу чергу прагнуть вивчити свою країну, а вже після цього знайомитися з культурою і історією інших країн. Україна має великий потенціал для розвитку внутрішнього туризму, це і особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного. Сьогодні, в умовах війни, внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження туристичної галузі України.

За даними звіту проведеного компанією «Хьюмен Ресерч» на замовлення Держаного агентства розвитку туризму (ДАРТ) 38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік [23].

Найчастіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці – відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці,

втім його називають в сім разів рідше, ніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші види мотивів набирають 5% і менше. Серед яких – участь або відвідування культурних заходів, лікування тривалістю до одного місяця, дослідження історії, релігійний, шопінг, навчання до одного місяця та ін.

Зазначено, що жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму, в той час як вік українців суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість туристичних мандрівок. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується. Крім того на туристичну активність істотно впливає тип населеного пункту, де проживають українці. Частіше подорожують міські жителі, при цьому дещо частіше – мешканці великих міст (обласних центрів). За даними опитуваних, на першому місці (63%) опинилась Київська область, мешканці якої подорожують Україною. Показники туристичної активності в різних регіонах України не мають великих розбіжностей. Певною мірою активніше подорожують жителі Сходу і Заходу України, дещо менше – жителі південних і центральних областей.

За даними Державного агентства розвитку туризму України за I квартал 2023 року зросли податкові надходження від туристичної галузі в 10 регіонах України (див. рис. 2.1) [73].

Як бачимо, за I квартал 2023 р. серед лідерів областей України по сплаті податків від туристичної галузі є Львівщина. За I квартал 2023 р. від області до бюджету надійшло 60 млн 434 тис. грн, що на 16% більше ніж у 2022 р. – 52 млн 59 тис. грн і на 59% більше ніж у 2021 р. – 37 млн 900 тис. грн. На другому місці – Закарпатська область, де у порівнянні з 2022 р. надходження зросли на 15% (16 млн 842 тис. грн проти 14 млн 629 тис. грн).

А у порівнянні з 2021 р. майже в два рази – на 46%. На третьому місці – Дніпропетровська область, яка спочатку року сплатила податків на 4% більше (13 млн 268 тис. грн) ніж у 2022 р. (12 млн 759 тис. грн) і на 5% менше (14 млн грн) ніж у I кварталі 2021 р.

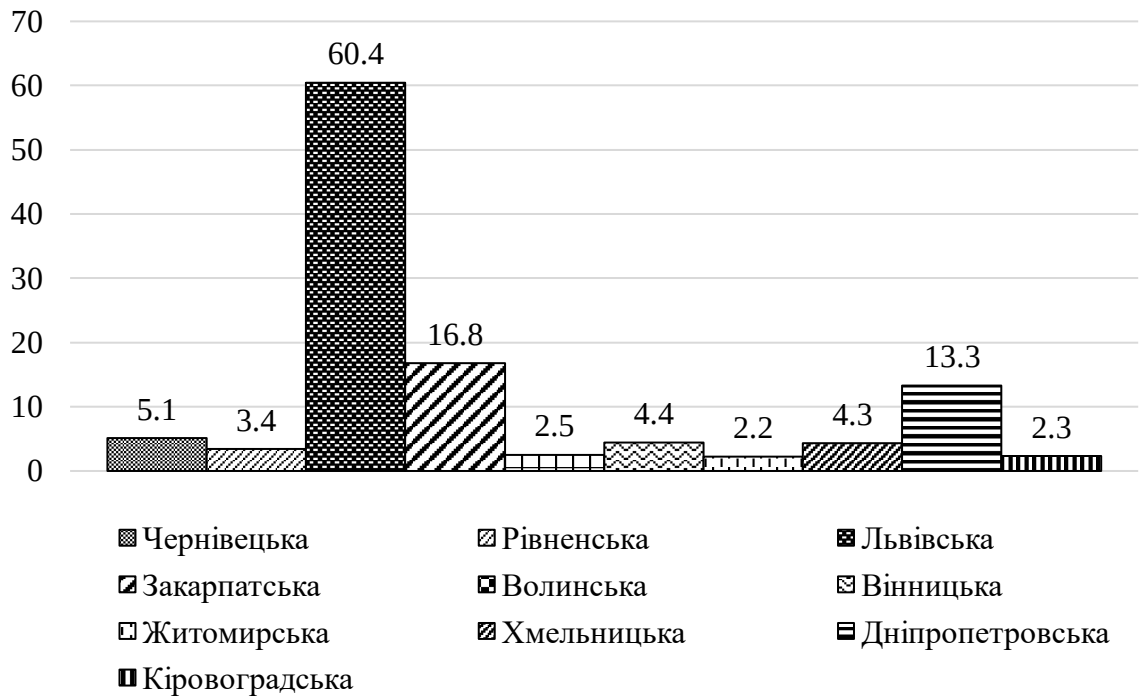


Рис. 2.1 – Податкові надходження до бюджету від туристичної галузі за I квартал 2023 р. в десять регіонах України в умовах війни, млн. грн (побудовано автором за даними [73])

Зазначимо, що відмічено найбільший спад податкових надходжень до бюджету від туристичної галузі у 6-ти регіонах України, які перебувають у зоні активних бойових дій. Так, у Луганській області на 100%, Херсонській на 97%, Донецькій на 87%, Запорізькій на 79%, Миколаївська на 67% та у Харківській на 54%, що є очікуваним [73].

У 2022-му представники туристичної галузі України сплатили 1,5 млрд грн туристичного збору. Це на 31% менше, ніж у 2021 році. Тоді надходження в державний бюджет були 2,2 млрд грн.

За минулий рік кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, скоротилася на 17%. Так, юридичних осіб стало менше на 14%, а фізичних – на 18%.

На падіння надходжень до бюджету, зокрема, вплинуло руйнування туристичної інфраструктури через повномасштабну війну. Також знизилася

купівельна спроможність населення, яке закриває свої базові потреби, а необхідність у подорожах відходить на другий план.

У першому кварталі 2023 року готелі, туристичні бази й кемпінги в 10 регіонах України показали зростання податкових надходжень [11].

За даними ДАРТ туристичний збір в Україні за перші шість місяців 2023 р. зріс майже на чверть в порівнянні з аналогічним періодом у ковідному 2021 році – 85 млн 471 тис. грн проти 69 млн 453 тис. грн. У минулому році загальна сума турзбору по регіонах за перше півріччя склала майже 89 млн грн.

До п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору увійшли місто Київ та 4 області.

Найбільше турзбору надійшло до бюджету Львівська області – 20 млн 365 тис. грн проти 19 млн 774 тис. грн за той же період у 2022 році. Бюджет столиці поповнився на 14 млн 171 тис. грн. Ця сума майже на третину менша, ніж за шість місяців минулого року – 20 млн 43 тис. грн. Закарпатська область заробила 9 млн 53 тис. грн, що трохи більше ніж за аналогічний період торік (8 млн 872 тис. грн). У Івано-Франківській області сума туристичного збору виявилася меншою ніж торік – 8 млн 755 тис. грн у 2023 році проти 9 млн 47 тис. грн у 2022 році. Замикає п'ятірку лідерів Дніпропетровська область, до бюджету громад якої надійшло 5 млн 279 тис. грн, що на третину більше, ніж за перше півріччя минулого року (майже 4 млн грн).

Значно зросли суми туристичного збору в трьох регіонах Західної України: Чернівецькому – (1 млн 419 тис. грн цього року проти 733 тис. грн торік), Рівненському – (1 млн 111 тис. грн проти 657 тис. грн) та на Волині (1 млн 253 тис. грн проти 821 тис. грн).

Падіння туристичного збору зафіксовано в 15 регіонах України. Найбільше ця сума скоротилася на Луганщині, де спад становив 100%, на Херсонщині – 98%, на Донеччині – 91%, на Миколаївщині – на 72%.

Також значне скорочення відбулося в Запорізькій (40%), Черкаській

(35%), Одеській (33%), м. Київ (29%), Харківській (23,5%), Київській (20,3%), Тернопільській (20%) Кіровоградській (18,5%), Чернігівській (11,5%), Хмельницькій (6%) та Івано-Франківській (3%) областях.

Зауважимо, що ставка збору встановлюється за рішенням місцевих рад за кожен добу тимчасового розміщення в розмірі до 0,5% для внутрішнього туризму і до 5% для в'їзного. Станом на 2023 рік суми складали до 30 грн для внутрішнього туризму і до 300 грн для в'їзного туризму [23].

Отже, враховуючи надзвичайно високий рівень наявних природних, рекреаційних та культурно-історичних ресурсів України, є всі передумови і перспективи розвитку внутрішнього туризму як складника туристичної діяльності. В умовах сьогодення, внутрішньому туризму відводиться особисте значення, тому що під впливом емоційних факторів туристи хочуть втекти від повсякденності та стресу, щоб знайти нові виміри життя, новий досвід, унікальні чи нестандартні ситуації [91].

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) у партнерстві з проєктом UNICEF U-Report Ukraine провели онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни [60].

Зазначено, що із 24 лютого 2022 року понад 45,3% респондентів подорожували Україною з туристичною метою. Відповідно, 54,7% жодного разу з початку великої війни не відвідували регіони України з туристичною метою.

За півтора роки з початку війни серед внутрішніх туристів 1-2 рази їздили кудись 26%; 3-5 разів – 12% та тільки 7,3% – подорожували понад 5 разів.

Серед видів туризму під час війни популярними для українців були наступні: міський туризм і піші прогулянки; екскурсії до історичних пам'яток та музеїв; відпочинок на пляжі; подієвий туризм (заходи, фестивалі); гастротуризм; активний відпочинок; екотуризм; рекреаційний туризм (див. рис. 2.2).

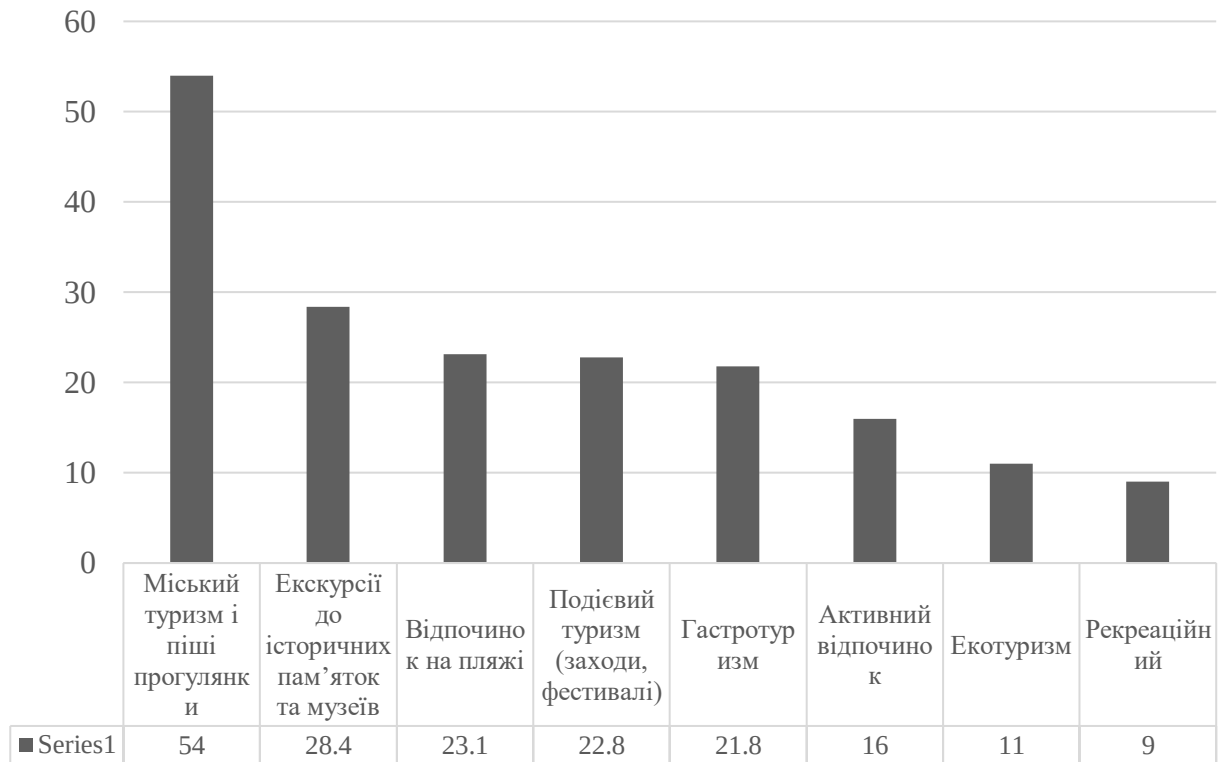


Рис. 2.2 – Популярні види внутрішнього туризму в Україні в умовах війни, %
(побудовано за даними [60])

Тобто з наведених даних опитування на рисунку 2.2. бачимо, що найбільш популярним серед видів туризму для українців був міський туризм та піші прогулянки (54% опитаних).

Крім того, ставлення до подорожей через повномасштабну війну у 23,4% українців не змінилося. Але 23,2% – не подорожують через матеріальні складнощі. 21,1% українців вважають, що своїми поїздками підтримують економіку країни. 20,7% відповіли, що не подорожують через небезпеку в Україні, а 11,7% опитаних не вважають доцільними подорожі під час воєнного стану.

47,6% опитаних українців мандрують влітку. Навесні подорожують лише 4,3%, восени 2,8%, взимку 2,2%. А для 43,2% респондентів пора року взагалі не грає ролі для мандрів.

Серед опитаних – 56% заявили, що вибір часу поїздок залежить від

часу відпустки чи канікул. 22% українців відповіли, що на вибір впливає ціна, ще у 22% – важливе значення мають погодні умови [60].

Голова ДАРТ зазначає, «...що під час повномасштабної війни туристична галузь у цілому тримається саме на внутрішньому туризмі: «Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників і їхніх родин, так і для цивільних. А ще це спосіб підтримати економіку країни, яка сьогодні працює лише на нашу оборону» [60].

Відзначимо також, що за цей час було розширило карту туристичних магнітів України. Тепер у цьому списку 170 визначних туристичних місць з усіх 25 регіонів України, зокрема і з Криму [55].

Найбільше таких місць у семі західних регіонах України – 61 об'єкт культурної, релігійної та історичної спадщини (див. Додаток В).

У 5 центральних областях зосереджено 32 туристичні локації, серед яких 8 заповідників та національних парків. У 4 південних регіонах та в Криму – 31 туристичний магніт, здебільшого культурно-туристичні та природні місцини. На півночі країни, у 4 областях та в столиці Києві, зосереджено 27 привабливих для туристів місць. У трьох східних областях, які поки або в окупації, або на лінії фронту, ДАРТ зібрало дані 20 туристичних магнітів [60].

На 1 вересня 2023 р. ДАРТ оприлюднило дані про стан податкових надходжень від туристичної галузі різних регіонів України. Ріст податків за два квартали цього року року зафіксували у Києві та 14 регіонах. А найбільший спад податкових надходжень – у шести регіонах, які перебувають у зоні активних бойових дій, або були деокуповані [19].

За перші три місяці 2023 року найбільший приріст податків з туризму показали Буковина, Львівщина, Закарпаття.

До пандемії коронавірусу й повномасштабного вторгнення, туристична сфера складала 2,3% ВВП України й давала близько 375 тис. робочих місць. Однак реальний внесок туризму в якість життя й добробут українців був

більшим, адже його мультиплікативний ефект стимулює витрати в суміжних галузях: транспорті, торгівлі, закладах харчування тощо. Такий непрямий результат того ж 2019 року становив 7% ВВП і 1,2 млн робочих місць. Звісно, є ще неофіційний сегмент бізнесу, підрахувати значення якого дуже складно. Також ці цифри не відображають внесок туризму в ментальне й фізичне здоров'я українців.

Масштаби впливу воєнних дій на український туризм поки складно оцінити сповна, адже повномасштабна війна триває. Однак уже зараз відомо, що 2023 року туристичних підприємств поменшало на 36 % порівняно з 2021 роком. Російська окупація, воєнні дії та постійні обстріли різних регіонів призводять до руйнувань інфраструктури: готелів, баз відпочинку, аеропортів, залізничного сполучення. А також музеїв, історичних пам'яток, природи – того, заради чого люди мандрують (якщо не йдеться про робочі поїздки). Значні території на сході, півдні й півночі України заміновані. За оцінками іноземних експертів, це близько 30 % від усієї площі країни. Ще важче оцінити довготривалий вплив війни на туристичний потенціал країни, адже допоки у світі Україну асоціюватимуть із руйнуваннями й горем, викликом буде переконати міжнародну спільноту в її безпечності й надійності для туризму та вкладання інвестицій [9].

Попри все, туризм в Україні працює далі, підлаштовуючись під нові реалії. У бюджети регіонів надходить туристичний збір, який сплачують мешканці готелів та інших закладів тимчасового розміщення. Державне агентство розвитку туризму фіксує (див. Додаток Г), що обсяг такого податку за перші шість місяців 2023 року був вищим за аналогічне півріччя 2021-го. Наразі немає достовірних даних, скільки людей і хто саме подорожує. Однак, проаналізувавши національні й регіональні медіа за перший рік після повномасштабного вторгнення, можна зрозуміти, що чимало українців продовжують мандрувати для відпочинку, хоча з меншим бюджетом і на коротші періоди. Крім цього, Україну відвідують міжнародні журналісти, волонтери, дипломати, політики чи просто шукачі пригод. Всі вони

користуються туристичною інфраструктурою, а отже, прямо чи опосередковано інвестують у цю галузь. Водночас через наслідки й ризики повномасштабної війни місцями для туризму найчастіше обирають відносно безпечні регіони, передусім західні.

2.3. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни

Внутрішній туризм, хоч поступово і активізується, проте є дуже обмежений та залежить від ситуації в країні, що зумовлено продовженням бойових дій у багатьох регіонах України, загрозою ракетних ударів по всій території держави, зруйнованою інфраструктурою та низькими доходами громадян.

Також у туристичній галузі з'явилися проблеми з кадровим забезпеченням, оскільки велика кількість працівників готелів, ресторанів, туристичних підприємств їдуть до інших країн у пошуку безпеки та роботи. І якщо війна затягнеться на тривалий період, значна частина тих, хто знайшов роботу за кордоном, буде вирішувати: залишатися жити за кордоном чи повертатися в Україну [15].

У цих умовах внутрішній туризм має свої специфічні особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями, що існують під час війни. Ці обмеження повинні бути враховані як туристами, так і туристичними компаніями. При розробці маршрутів для туристів необхідно враховувати розташування укриттів. Туроператори та екскурсоводи, які визначають 24 маршрути, мають пам'ятати, що в разі небезпеки під час повітряної тривоги туристи повинні бути в безпеці. Планування туристичних подорожей повинно враховувати також обмеження такі як комендантська година. У зв'язку з необхідністю забезпечення громадського порядку в умовах воєнного стану, комендантська година діє у всіх областях України, зазвичай з 23:00 до 05:00. Тому планування відпусток або відвідин конкретних місць

має враховувати це обмеження [32].

Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації [21].

Необхідно відзначити, що кожна область України має свої особливості відпочинку та туристичної діяльності на її території. Здебільшого вони пов'язані з певними обмеженнями, які діють в тих чи інших регіонах (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Обмеження відпочинку та роботи об'єктів туристичної інфраструктури у різних регіонах України (складено за даними [9])

Область	Обмеження, особливості
1	2
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією.
Львівська	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією.
Закарпатська	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках.
Івано-Франківська	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель.

Продовження таблиці 2.1

1	2
Тернопільська	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режим.
Вінницька	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури.
Рівненська	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині.
Житомирська	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття.
Хмельницька	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Чернівецька	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Миколаївська	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями.

Повномасштабне вторгнення рф в Україну завдало сильного удару по туристичній галузі. Війна призвела до того, що туристична галузь зі стратегічного етапу розвитку перейшла у стан необхідності її збереження, що є необхідною умовою як для економічної підтримки країни в умовах війни, так і для майбутнього відновлення галузі після нашої перемоги.

Україна відома в усьому світі завдяки тому, що володіє унікальними природними ландшафтами, величезним історико-культурним потенціалом, деякі складові якого є унікальними і мають загальносвітове значення. До війни, на території України знаходилося майже 170 тисяч пам'яток, 65 історико-культурних заповідників, 6 культурних об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Знищення культурної спадщини є основною метою російської армії і, як наслідок, стерти українську ідентичність і культуру українського

народу. Окупаційні війська систематично завдають ударів по пам'ятниках та історичних місцях, спеціально намагаючись потрапити в серце суспільства. Сьогодні неможливо оцінити, скільки пам'яток архітектури та культури втрачені Україною під час війни, що триває. Український культурний фонд створив сайт «Зруйнована культурна спадщина України», на якому зафіксовані пошкоджені та зруйновані об'єкти культурної спадщини і культурних установ України. Ворог артилерійськими обстрілами і бомбардуванням частково або повністю знищив такі населені пункти, як: Бахмут, Волноваха, Вугледар, Ізюм, Кременна, Куп'янськ, Лиман, Маріуполь, Мар'їнка, Миколаїв, Охтирка, Попасна, Рубіжне, Сєвєродонецьк, Соledар, Суми, Харків, Херсон, Щастя та інші. Значних руйнувань зазнав історичний центр Одеси, Чернігова. Постраждали DESTИНАЦІЇ, що користувалися попитом серед вітчизняних та іноземних туристів.

Незважаючи на великі труднощі, під час війни туристичний бізнес продовжує діяльність, переорієнтовуючи свою роботу на: розвиток внутрішнього туризму; розроблення автобусних турів за кордон; вихід на нові ринки. Багато підприємств зосередилися на пропозиції турів до безпечних регіонів України та сусідніх країн. Зросла популярність внутрішнього туризму, українці почали більше подорожувати по своїй країні, переважно у західноукраїнському напрямку.

Пляжний туризм в Україні також практично не можливий, оскільки війна його зруйнувала на 90%, а значна частина морського узбережжя тимчасово окупована. Там, де все-таки є доступ до моря, небезпечно, бо є ризик обстрілів та підривання мін.

Також від війни постраждав перспективний медичний туризм, а саме: оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Іноземці бояться їхати в Україну, а самі українці не мають на це коштів. Більшість санаторіїв перепрофілювалися на реабілітаційні центри та приймають постраждалих від війни [77].

Внаслідок активних бойових дій суттєво знизився попит на послуги

суб'єктів туристичного бізнесу, оскільки велика частина потенційних споживачів таких послуг виїхала за кордон, а ті, хто залишилися у державі, – почали економити. Зменшилась купівельна спроможність населення. Негативно на туристичну галузь впливає інфляція та девальвація національної валюти.

Через війну сфера туризму зіткнулася зі складними завданнями, такими як безпека персоналу і клієнтів, відновлення зруйнованих об'єктів туристичної привабливості та інфраструктури, зміна логістичних ланцюгів постачання і формування нових каналів, проведення переговорів з орендодавцями щодо гнучких умов оренди тощо.

У районах бойових дій, унаслідок обстрілів у прифронтових регіонах відбулося закриття чи руйнування об'єктів туристичного бізнесу, величезні території, які характеризувались туристичним потенціалом, стали непридатними для такого бізнесу. На окупованих територіях власники втратили контроль над об'єктами туристичного бізнесу.

Спостерігається скорочення робочого часу роботи об'єктів розваг, торгівлі, ресторанного господарства, інфраструктури унаслідок запровадження комендантської години, відключень електроенергії, кардинальної економії енергоресурсів. Виникла необхідність облаштування сховищ від атак ворога. Стали недоступні ті постачальники, які опинилися на території бойових дій чи в окупованих регіонах. Вагомим чинником зміни надходження імпорتنих товарів стала блокада українських портів.

Стало проблемним отримання товарів, які традиційно надходили морським шляхом. Частково суб'єкти господарювання переключилися на порти Туреччини та Румунії. Довелося переорієнтуватися на доставку товарів автомобільним транспортом. Підприємства індустрії туризму відчули відтік персоналу через мобілізацію, евакуацію за кордон, міграцію у західні регіони. В таких умовах актуальним напрямком економічних перетворень в економіці України в цілому і безпосередньо в туристичному бізнесі є процес застосування інновацій як на мікро-, так і на макрорівні. Це одне з

пріоритетних завдань в сфері конкурентного розвитку, оскільки на сучасному етапі інноваційний розвиток процесів створення економічної цінності в туристичному бізнесі є безальтернативним напрямом, який здатний підвищити конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів туристичного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринках. Все це передбачає створення сучасної системи застосування та управління інноваційними процесами, які орієнтовані на максимізацію цінності та мінімізацію вартості для кінцевого споживача. Вона не можлива без використання науково-практичного інструментарію, здатного підтримувати в актуальному стані оптимальну структуру процесів діяльності сучасного підприємства в сфері туризму. Інноваційний підхід до економічного зростання у туристичному бізнесі має бути заснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямований на суттєве покращення всіх аспектів діяльності суб'єктів туристичного бізнесу, періодичне «перегрупування» сил, зумовлене логікою розвитку науково-технічного прогресу, цілями і завданнями розвитку такої системи, можливістю використання тих чи інших ресурсних чинників для створення інноваційних продуктів, послуг і формування конкурентних переваг [91].

Висновки до розділу 2

1. Україна має все необхідне для розвитку внутрішнього туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Туристично-рекреаційний потенціал створює можливості для всебічного задоволення пізнавальних, оздоровчо-спортивних і духовних потреб вітчизняних та іноземних туристів. Загальна площа придатних для туризму і відпочинку природних ландшафтів становить 9,4 млн. га. На території країни налічується понад 125 тис. пам'яток археології, архітектури, містобудування, працюють сотні музеїв. Кожен куточок в Україні є

унікальним у своїй красі: природній, архітектурній, фестивальній, гастрономічній, атмосферній.

2. За даними ДАРТ туристичний збір в Україні за перші шість місяців 2023 р. зріс майже на чверть в порівнянні з аналогічним періодом у ковідному 2021 році – 85 млн 471 тис. грн проти 69 млн 453 тис. грн. У минулому році загальна сума турзбору по регіонах за перше півріччя склала майже 89 млн грн. До п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору увійшли місто Київ та 4 області. Найбільше турзбору надійшло до бюджету Львівська області – 20 млн 365 тис. грн проти 19 млн 774 тис. грн за той же період у 2022 році. Бюджет столиці поповнився на 14 млн 171 тис. грн. Ця сума майже на третину менша, ніж за шість місяців минулого року – 20 млн 43 тис. грн. Закарпатська область заробила 9 млн 53 тис. грн, що трохи більше ніж за аналогічний період торік (8 млн 872 тис. грн). У Івано-Франківській області сума туристичного збору виявилася меншою ніж торік – 8 млн 755 тис. грн у 2023 році проти 9 млн 47 тис. грн у 2022 році. Замикає п'ятірку лідерів Дніпропетровська область, до бюджету громад якої надійшло 5 млн 279 тис. грн, що на третину більше, ніж за перше півріччя минулого року (майже 4 млн грн).

3. Повномасштабне вторгнення рф в Україну завдало сильного удару по туристичній галузі. Війна призвела до того, що туристична галузь зі стратегічного етапу розвитку перейшла у стан необхідності її збереження, що є необхідною умовою як для економічної підтримки країни в умовах війни, так і для майбутнього відновлення галузі після нашої перемоги. Через війну сфера туризму зіткнулася зі складними проблемами, такими як безпека персоналу і клієнтів, відновлення зруйнованих об'єктів туристичної привабливості та інфраструктури, зміна логістичних ланцюгів постачання і формування нових каналів, проведення переговорів з орендодавцями щодо гнучких умов оренди тощо.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

3.1. Нові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни

Щодо майбутнього туристичної галузі в довгостроковій перспективі, то, як тільки бойові дії припиняться, туризм стане невід'ємною частиною довгострокового економічного відновлення країни.

Зараз важливо не відкладати питання туристичної індустрії на потім. Від якості своєчасно проведеної підготовки залежить швидкість та якість перезапуску галузі в післявоєнний період. Спричинені збройними конфліктами поштовхи вносять глибокі зміни в туристичний «ландшафт» країни. Проте, з'являється нова спадщина, з'являється «туризм пам'яті», який із часом змішується з іншими видами туризму, а головне, що туристи з усього світу бажатимуть відвідати країну, що привертає увагу всього світу. Досвід деяких країн, які пережили війну і вивели туризм на новий рівень, підтверджує це [64].

До нових тенденцій відпочинку в Україні, яким будуть віддавати перевагу внутрішні туристи під час та після війни наведено на рисунку 3.1.

1. Зростає потреба в рекреаційному туризмі.

Два роки пандемії COVID, які стрімко перенесли нас у воєнний хаос, далі – хвиля міграції, вихід за рамки буденності, стрес, горе, втрати. Після цих жахів людям захочеться щось простого і відпочинкового. Відпочинок у моря, в горах чи лісі – те, що буде повертати до життя і допоможе відновити сили.

2. Стануть популярними релакс-тури, чи як називають їх інші оператори – експрес-тури. Вони допомагатимуть відновити психіку. Безліч людей виснажені морально і фізично. Особливо ті, хто був в гущі подій: військові, лікарі, поліція.

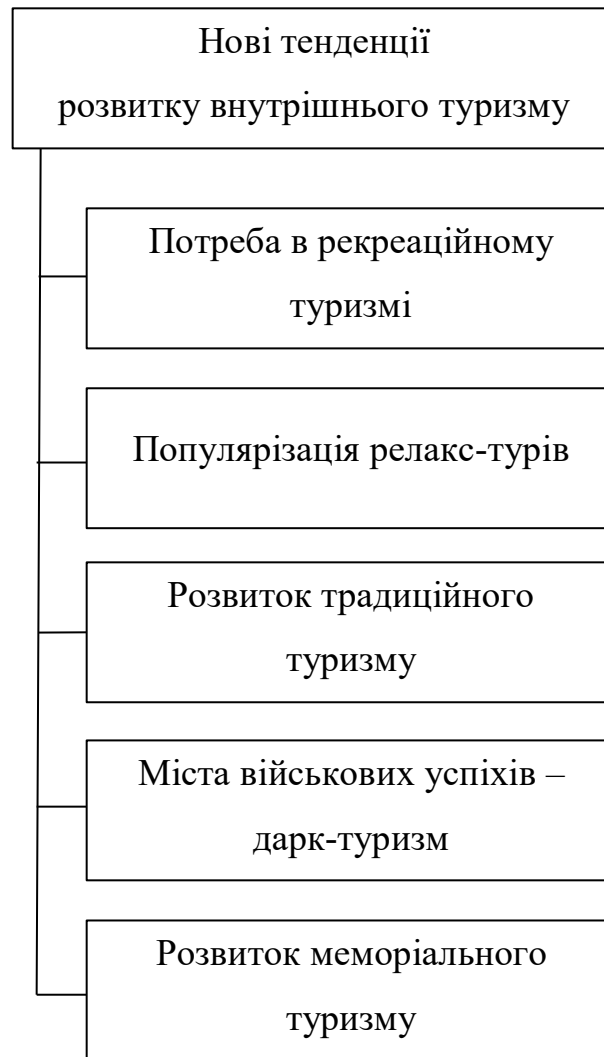


Рис. 3.1. – Нові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни

Мешканці, які опинилися в епіцентрі війни та руйнувань. Вони розраховані максимум на 5 днів, а бюджет майже по собівартості. Релакс-тури передбачають природу, еко-садиби, де можна надихнутись і почуватись у безпеці. Вони передбачають відпочинок на Західній Україні.

3. Поїздки у рідні знайомі краї, ріст інтересу до традицій. Людям вже зараз хочеться відчувати щось звичне. Провести прості вихідні з вудочкою біля ставка. Дивитися, як граються діти у дворі. Це даватиме відчуття звичного життя, яке було до війни. Стрес допоможуть вилікувати гончарство, писанкарство. Людей цікавитимуть дуже заземлені, майже рутинні речі, що

повертають впевненість у тому, що життя триває, і які допоможуть відчутти радість моменту.

4. До нашого дарк-туризму відносився Чорнобиль. Але зараз дарк-туризм – це вся наша Україна. Українці будуть прагнути на власні очі побачити міста наших військових успіхів і ті місця, про які читали в новинах. Захочуть побачити Рудий ліс, де недолуго закопувалися окупанти, зруйновані домівки у Бородянці, чи спустошені вулиці Маріуполя. Люди захочуть побачити, допомогти місту і людям особисто, й відчутти енергію відновлення [72].

5. Під час війни на карті України і Київщини зокрема з'явилося безліч міст та громад, які незламно і героїчно чинили і чинять спротив агресору. Маріуполь, Чернігів, Харків, Буча, Гостомель, Ірпінь, Бородянка та багато інших міст і громад. Ними вже зараз пишаються ті, хто там ніколи не був. І українці й іноземці захочуть побувати у місцях, де російські злочинці чинили звірства, а наш народ героїчно виборював свободу.

6. В Україні також в майбутньому буде розвиватись меморіальний туризм. Але такі делікатні теми потрібно розкривати з повагою до жертв трагедії та місцевого населення, що пережило травматичні події. Тому Державна агенція розвитку туризму в Україні запропонував залучити Український інститут національної пам'яті. Співпраця державних інституцій та бізнесу, а також культурних ініціатив дозволить в майбутньому реалізувати дійсно релевантні проекти для цього напрямку. Зазначимо що середньостатистичний турист відправляється в подорож не заради відвідування місць трагедії. Туристичні бренди будуються навколо зрозумілих речей – це природа, архітектура, атмосфера, історичні локації, їжа.

Отже, щоб відродити внутрішній туризм в Україні необхідно підтримувати інтерес до країни зараз. Й до цього можуть долучитися усі наші громадяни, які виїхали зараз зі своїх місць. Потрібно розповідати про свої улюблені місця, страви, події, культурні традиції й видатні історичні події.

Ділитися емоціями й зацікавленнями. Особисті історії завжди цікавіші за будь-яку рекламну кампанію. Відбудова може стартувати не тільки з програми фінансування, але й з простої розмови.

Після завершення війни туристична Україна потребуватиме нових, сучасних методів та результативних інструментів для відновлення і подальшого розвитку, а також створення ефективних партнерських зв'язків з країнами Європейського Союзу.

У міжнародній практиці є багато прикладів, коли після масштабних воєнних конфліктів країни відновлювалися та збільшували туристичну активність, і, як результат, кількість туристів пост-воєнного періоду збільшувалася.

Досвід поствоєнної реабілітації туристичної галузі мають ряд Європейських держав, тож проаналізувавши події сьогодення та можливі наслідки, ми спробуємо визначити найбільш актуальні для України антикризові методи відновлення туристичної галузі у післявоєнний період.

Дослідженню питання антикризового управління туристичними підприємствами присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні науковці, у працях яких було розглянуто особливості розвитку туризму в розвинених країнах світу, визначено проблеми розвитку туристичної індустрії України та запропоновано можливі заходи щодо подолання економічних кризових явищ. Проте, дане питання потребує подальшого дослідження та обговорення з огляду на те, що частина території України знаходиться під окупацією, а вся інша територія страждає від терористичних загроз, що унеможливорює будь-який цивілізований підхід до ведення бізнесу, порушує безпеку пересування й перебування в країні.

На сьогодні, наша країна страждає від військових дій та їх наслідків, коли основна турбота йде про виживання суспільства й збереження нації, а не про розваги та рекреацію. З моменту незалежності та обраного демократичного шляху розвитку Україна, як і її економіка в цілому, так і окремі її галузі, не зазнавали такого рівня негативних наслідків. Більшість

постраждалих від російського вторгнення регіонів зазнали невинних втрат людського потенціалу, інфраструктури міст та відпочинку, анексовані оздоровниці АР Крим, що складали майже третину всієї інфраструктури курортного відпочинку нашої держави. Все це потребуватиме відновлення та реінкарнації, яке триватиме десятиріччями. А екоцид територій півдня та сходу країни внесли невинні втрати екології, природи, рекреаційним ресурсам DESTINATION.

На даному етапі складно спрогнозувати та передбачити алгоритм відновлення туристичного бізнесу України та передбачити розуміння шляхів виходу з пост-військового стану країни, її основних секторів економіки, відновлення та налагодження інфраструктури регіонів, особливо тих, які перебували під окупацією, і найбільше постраждали від російського вторгнення. Ситуація з туризмом в Україні виглядає песимістично, оскільки війна не закінчилася і важко передбачити витрати територій, втрати інфраструктури туризму. Однак, в світовій практиці є багато прикладів, коли після масштабних конфліктів країни відновлювалися та знову приймали туристів. При цьому кількість подорожан збільшувалася, атрактивність DESTINATION збільшувалася, зацікавленість солідарним, волонтерським, мілітарі-туризмом зростала. Однак, навіть негативні тенденції на туристичних ринках Європейських держав наприкінці ХХ сторіччя є значно меншими, ніж ті, що трапилися із туристичним ринком України.

Туризм як бізнес, із зрозумілих причин, зруйновано повністю. Більшість готелів або зачинено або трансформовано під потреби житла для внутрішньо переміщених осіб. Що стосується туристичних компаній консолідаторів міжнародного туризму – то галузь також майже заморожена в Україні. Поодинокі спроби організувати подорожі українців на відпочинок за кордон стали можливими за підтримки асоційованих бізнес-структур і-за кордону і рамках їх партнерських контрактів за домовленістю з іноземними партнерами та організованими вильотами з іноземних аеропортів. Наприклад, компанія SkyUp змогла організувати вильоти з аеропорту Кишинєва

(Молдова), авіакомпанія МАУ з аеропорту Варшави чи Жешува (Польща), інші туроператори почали пропонувати автобусні тури до популярних чи найближчих destinations.

Однак, гостро стоїть невирішене ключове питання, яке постане перш за все для української туристичної галузі: якими методами антикризового управління можливо буде оперувати задля її реанімації в подальшому.

Однак слід зауважити, що неминучою є дійсно 46 трансформація туристичного «ландшафту» країни. Створення нових сенсів, маршрутів «історичної спадщини» та туристично привабливих об'єктів – все це ще попереду. Для формування нового туристичного ландшафту потрібні дотації, інвестиції, донати та залучення коштів на відновлення, в т.ч. за рахунок контрибуції від вилучення майна російських компаній. Важливим буде ще відновлення туристичної інфраструктури.

Що стосується промо-компанії на міжнародному ринку, звичайно, багато іноземних туристів будуть зацікавлені у відвідуванні місць бойової слави ЗСУ. Однак лише потенційного інтересу недостатньо. Слід сформувати профіль destinations, наситити змістом туристичні продукти; акцентувати увагу на більш дешевій ціні турпакетів, як масового туризму так і варіантності індивідуальних програм відпочинку. При цьому також слід забезпечити варіантність турпродукту «від середньовічних замків» до сучасних «івент-містечок митців, художників»; від урбан-культури Києва та арт-культури великих міст (в тому числі національного супротиву війні, тероризму, геноциду) до екотуризму, турів по крафтових виробництвах, унікальних виноградниках Карпат й Закарпаття.

Для поціновувачів природи – колосальна кількість таких унікальних місць, як Полісся, Національний парк «Прип'ять-Стохід» та озеро Світязь на Волині, озеро Синевір на Закарпатті. Для туристів з Європи та Америки, захоплених популярним зараз «urban exploration» (туризм, з метою дослідження територій і об'єктів, виробничого або спеціального призначення, а також будь-яких покинутих споруд) буде цікавим не тільки

Чорнобиль, а й маса локацій у великих українських містах-мільйонниках.

У багатьох ключових розвинутих країнах слід буде відкрити національні офіси українського туризму або центри українського туризму при культурних центрах чи консульствах посольства України за кордоном.

Також слід продумати ребрендинг українського туризму «Ukraine-Now» та виокремити індивідуальні риси кожній туристичній дестинації з вдосконаленням зображення бренду місцевого чи регіонального рівня. І головне: виділити кошти на проведення рекламних кампаній. При цьому слід уникати моносферності у формуванні туристичного іміджу України (наприклад, туризм для любителів мілітарі). Наприклад, проблема моноіміджу Словаччини полягає в тому, що багато років рекламували виключно як країну замків та гірськолижних курортів. Через це європейці сприймають своїх сусідів як країну, в якій зовсім немає великих міст – самі лише гори й замки. І тепер усі спроби переконати, що словацькі міста так само варті уваги, як інші центральноєвропейські великі міста, – поки що не мають успіху.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що туризм є однією з пріоритетних галузей для швидшого відновлення національної економіки в повоєнний період. Піднятий війною національний супротив об'єднав українців по всьому світу й викликає захоплення іноземців, які радо б відвідали Україну якщо це буде безпечно [91].

3.2. Рекреаційний туризм як актуальний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни

Туризм в Україні все ж адаптувався до умов війни і поступово перелаштувався на інші формати. Поновився частково і внутрішній туризм. Тут найпопулярнішими серед українців стали більш безпечні західні регіони України. Найбільше на відпочинок у 2023 році їдуть у Чернівецьку, Львівську та Закарпатську області.

Внутрішній туризм і особливо його рекреаційна складова буде розвиватись інтенсивно, адже багато людей потребують якісної допомоги для відновлення. Як було зазначено у другому розділі, за даними ДАРТ рекреаційному туризму надають перевагу майже 9% українців.

Основою для розвитку туризму в нашій державі є багаті рекреаційні ресурси: ландшафтні (мальовничі краєвиди, лісові масиви, карстові печери, мережа природних національних парків та інших природоохоронних об'єктів) кліматичні (сприятливі погодні умови як для літнього, так і для зимового видів відпочинку).

Рекреаційний туризм (від лат. *recreatio* – відновлення) – різновид туризму, метою якого є відпочинок для фізичного та/або психічного відновлення організму [11].

Рекреаційний туризм – це невід'ємна складова туристичної галузі, яка не тільки зміцнює здоров'я, покращує фізичні та моральні здібності, навчає людей ретельніше слідкувати за якістю свого здоров'я, а й сприяє розвитку здорової нації.

Так як, рекреаційний туризм це не тільки лікування, а ще й цікаве та корисне дозвілля в природному середовищі, цей вид туризму сприяє розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди відносно дешевого і одночасно ефективного відпочинку, що в умовах невисоких матеріальних доходів значної частини населення країни надає йому соціально-пріоритетного значення для відповідних державних, громадських та комерційних організацій.

Сьогодні, в умовах війни рекреаційний туризм – це не тільки допомога для туристичної сфери та економіки країни, а й спосіб реабілітувати свій організм після перенесених стресів, укріпити імунітет та оздоровитися провівши свій час не тільки з користю, а й з цікавістю.

В другому розділі кваліфікаційної роботи було відмічено, що Львівська область входить в трійку регіонів найбільших за надходженнями податків від туризму.

Львівська область – це одна із західних областей України, яка має свої переваги не тільки в вигідному геополітичному та географічному розташуванні, а й має високий курортний та природно-рекреаційний потенціал. Так як ця область є прикордонною і межує з Польщею – це дає можливість заохочувати туристів в майбутньому із-за кордону. Окрім цього, ця територія має самобутню історію та культуру, розгалужену мережу туристично-рекреаційних, санаторно-курортних та готельних закладів, вдалу інфраструктуру для розвитку туризму. Все це в комплексі створює сприятливі умови для відпочинку та оздоровлення (див. Додаток Е).

Що стосується бальнеологічних ресурсів, то Львівська область має великий арсенал цілющих мінеральних вод та грязей. З відомих за своїми лікувальними властивостями вод у цій області знайдено сім, на їх базі було побудовано такі курортні міста та села як Трускавець, Східниця, Моршин, Шаян і т.д. Лікувальні торф'яні грязі Немирівського, Велико-Любінського, Моршинського родовищ також користуються попитом у рекреантів.

Бальнеологічні ресурси – це основа оздоровчого туризму Львівщини. В санаторно-курортних закладах області є можливість лікувати понад 100 хвороб. Санаторні-оздоровчі комплекси пропонують сучасні методики лікування, проживання у комфортабельних номерах та розвинену інфраструктуру.

Львівщина надзвичайно перспективний регіон України з точки зору туризму, рекреації та відпочинку. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області. З року в рік туристичний потенціал Львівської області нарощується. Унікальний рекреаційний потенціал, який сприяє розвитку практично усіх видів туризму, з кожним роком залучає все більше відпочиваючих.

Трускавець це один із найпопулярніших рекреаційних курортів Львівщини. Це місто починає свою історію, як курорт з 19-ого століття, коли стало відомо, що підземельні джерела мають свої цілющі якості.

У Трускавці відкрито та активно використовується близько 25 джерел

мінеральних вод. Ці води відрізняються ступенем мінералізації та хімічним складом. За хімічним складом вода може бути: гідрокарбонатна, сульфатна, натрієва, кальцієво-магнієва, сульфатно-хлориднаі т.д. Мінеральна вода використовується для проведення різноманітних оздоровчих процедур: питне лікування, лікувальні ванни, інгаляції, промивання, зрошування, полоскання, гідромасажі, обгортання і прогрівання.

Мінеральне джерело «Нафтуса» – це найвідоміша та унікальна мінеральна вода, серед всіх відкритих на Львівщині і не тільки, бо вона не має аналогів у світі. Вона відноситься до слабомінералізованої магнієво-кальцієвої води з високим вмістом органічних речовин нафтового походження. Характерна риса «Нафтусі» – це гіркий присмак і запах нафти. Ця вода показана при захворюваннях шлунково-кишкового тракту, підшлункової залози, печінки.

«Нафтуса» показала свою ефективність також при лікуванні жовчнокам'яної хвороби – вона не тільки сприяє відходженню дрібного піску і каменів, але при цьому ще діє як запобіжник для утворення нових.

Мінеральне джерело «Марія» – ця вода займає друге місце за своїми цілющими властивостями, після «Нафтусі». Відповідно до складу цієї води, її можна віднести до хлоридно-сульфатно-натрієвого типу з низькою мінералізацією. На відміну від «Нафтусі», вона вже не має сильного неприємного запаху, а на смак гіркувато-солоня.

Джерело «Марія» призначається при з хронічних захворюваннях шлунку, жовчних протоків, печінки і кишківника. Також, «Марія», в залежності від рекомендацій лікаря вживається в теплому або холодному виді.

Джерело №1 «Марія» може регулювати кислотність шлунку, розріджувати і видаляти з нього слиз, підсилювати жовчоутворення і жовчовиділення, знижувати запальні процеси і спастичні явища шлунково-кишкового тракту.

Джерело №2 «Софія» - це вода, яка за типом є хлоридно-

сульфатнонатрієвою. Використовується вона для покращення кислотної функції шлункових залоз, стабілізації обмінних процесів та сприяє стимуляції шлункової секреції і моторної функції кишечника.

Джерело №3 «Броніслава» – мінеральна вода, що за своїм складом є хлоридно-натрієвою. «Броніслава» на смак дуже схожа на «Марію» та «Софію», проте вона є найбільш солоною з усіх трускавецьких вод, тому для питного лікування не використовується. Вона використовується тільки для полоскання горла. «Броніслава» має лікувальний вплив на хронічні захворювання органів дихання. Джерело №11 «Юзя» – це вода, що за складом дуже близька до «Нафтусі», але не має запаху нафти, що означає про присутність інших органічних речовин. «Юзя» містить кремнієву і вуглекислоту, а також органічні речовини гліцеринового походження, які підсилюють лікувальну дію на організм людини. Також, «Юзю» вважають справжнім джерелом краси і молодості, адже після вмивання нею шкіра стає пружною і еластичною, набуває природнього кольору і сяєва. Курорт Східниця не менш цікавий за асортиментом та властивістю мінеральних вод, які там було знайдено. Східницьке родовище в даний час налічує 38 джерел і 17 свердловин, які поділяються на такі види:

- води слабкої мінералізації, насичені органічними речовинами;
- залізисті води слабкої мінералізації;
- середньомінералізовані гідрокарбонатні, хлоридногідрокарбонатні, натрієві і хлоридно-натрієві води.

Джерело № 2С – це найпопулярніше джерело курорту, через свою схожість до джерела «Нафтуся». А відрізняються вони тим, що Східницька (содова) «Нафтуся», на відміну від Трускавецької не має присмаку нафти, а має тільки різкий запах. Вона призначається для регулювання кислотно-лужного балансу і патологічних станів органів шлунково-кишкового тракту.

Джерело № 3 – це гідрокарбонатно-кальцієва, слабо кислотна вода. Її цікава особливість в тому, що вона виводить радіонукліди з організму, а цинк, що міститься в ній, покращує стан хворих на цукровий діабет.

Джерело №13 – це залізна вода, котра має значний вплив на кровотворення, а саме пришвидшує формування еритроцитів, відновлює рівень гемоглобіну і виводить радіоактивний цезій.

Основними напрямками розвитку туризму на Львівщині є екскурсійний, історико-культурний, гастрономічний, спортивний, екологічний, діловий та рекреаційний. У області є всі умови для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, які набули популярності. Важливо зауважити, що сьогодні в умовах війни відчутно зросла популярність рекреаційного туризму.

Пропозицій багато і всі вони дуже різні по своїй вартості та наповненості. Українці ще не звикли до оздоровчого туризму не тільки в розрізі лікування, а й цікавого дозвілля. Саме тому, найпопулярнішим вибором серед туристів залишається путівка в санаторій. Проте для молодого покоління, яке вчиться цінувати не тільки своє здоров'я, а й свій час, більш прийнятними стають пропозиції які будуть дорожчі ніж звичайна путівка, проте матимуть цікаве та всебічне наповнення, і не займатимуть такий великий проміжок часу, як зазвичай займає курс в санаторії (21 день).

Пропонуємо розглянути пропозицію санаторію «Кристал» у м. Трускавець. При одномісному поселенні у вартість туру входить:

- проживання у одномісному номері;
- 3-разове харчування за системою шведський стіл;
- санаторно-курортне лікування за призначенням лікаря;
- користування внутрішнім бюветом мінеральних вод;
- цілодобовий медичний нагляд;
- дитяча кімната;
- користування Wi-Fi в холі 1-го поверху;
- вартість путівки 16590 грн (790 грн/доба).

Санаторій «Хорол» у м. Миргород, Полтавської області пропонує також різноманітні путівки. Якщо взяти по найнижчому щаблі цін, то можна сформувати таку путівку:

- проживання одномісне у двомісному номері економ класу;
- 3-разове дієтичне харчування;
- санаторно-курортне лікування за призначенням лікаря
- відвідування басейну;
- користування внутрішнім бюветом мінеральних вод;
- відвідування пляжу санаторію (санаторій знаходиться на березі річки Хорол);
- ігрова кімната для дітей;
- вартість путівки 20 916 грн (996 грн/доба).

З огляду на запропоновані путівки можна зробити висновок, що рекреаційні тури відрізняються комфортністю номерів, наповненістю та різноманіттям дозвілля. Тривалість частіше однакова – від 14 до 21 днів, а ціни варіюються від 16 000 – 25 000 грн.

При розробці успішного туристичного продукту (рекреаційного туру на території Львівської області) будемо спиратися на такі головні принципи:

- наповненість – дуже важливо створити продукт, який задовольнив би декілька необхідностей та бажань туриста;
- інтенсивність – максимум користі за короткий проміжок часу;
- унікальність – для того, щоб турпродукт був конкурентоспроможним, він не повинен мати аналогів. Це має бути така послуга, яку може запропонувати тільки одне агентство і туроператор;
- класичність – не варто забувати, що це має бути рекреаційний тур, саме тому потрібно відноситись до нього, в першу чергу, як до можливості лікування та відновлення організму;
- безпечність – це те, що навіть не обговорюється, адже все те, що стосується сфери обслуговування людей має бути безпечним для їх життя;
- популяризація здорового способу життя – кожен тур продукт має мати свою корисність для суспільства, тому важливою є популяризація рекреаційного туризму, як пропаганда здорового способу життя та любові до свого організму.

Запропонований рекреаційний тур в м. Трускавець, Львівської області, розрахований на всестороннє та комплексне відновлення туриста. Цей тур поєднуватиме рекреаційні, спортивні, екскурсійні та бальнеологічні послуги (див. Додаток Д).

Цей тур буде мати назву «Рекреація по-львівськи». Маршрут: Київ – Трускавець – Київ.

Основні показники маршруту: Вид маршруту – круговий, рекреаційний тур. Пересування: залізничне. Строк подорожі (дн./ночей) – 11 днів/10 ночей; Вартість путівки – 23 896 грн. (вона може змінюватися в залежності від обраного розміщення).

Тур містить: розміщення у санаторії «Женева» у м. Трускавець, харчування трьохразове, розроблене за рекомендаціями дієтолога після детального вивчення звичного раціону харчування. Також у вартість туру включені консультації з рядом лікарів, та проведення ситуаційного лікування. В турі передбачено, також, відвідування 3 екскурсій.

Тур «Рекреація по-львівськи» можна проводити в будь-яку пору року, проте від цього буде залежити підбір екскурсій. Тур складаються з трьох груп послуг:

- оздоровлення;
- емоційна наповненість;
- робота над собою.

Перша група послуг включає в себе консультацію терапевта, визначення поточного стану організму, розроблення програми оздоровлення, назначення лікувальних процедур.

Друга група націлена на відновлення емоційного балансу рекреанта. Для цього пропонується подарувати туристу яскраві емоції та спогади за допомогою екскурсій.

Третя група, яка має назву «Робота над собою» є дуже важливою, адже вона спрямована на пошук та вирішення психологічних та косметичних проблем туриста. Будуть проведені консультації з психологом, дієтологом,

фітнес тренером та косметологом (за бажанням). Комплексний підхід до теми оздоровлення дає можливість значно покращити якість здоров'я та світосприйняття, що в свою чергу прививає здоровий образ мислення та життя.

В Додатку Д ми бачимо, що чітко виділено час на оздоровчі процедури, прийоми їжі, відвідування екскурсій та заняття з профільними спеціалістами. Всі екскурсії також включені у вартість туру. Номери санаторію «Женева» облаштовані з підвищеним рівнем комфорту: власна ванна кімната, підлога з підігрівом, кондиціонери, гігієнічні засоби, фен, міні-бар, телефон, супутникове телебачення, та Wi-Fi в номері. Харчування відбувається за вибором та рекомендацією лікаря, можливі варіанти: шведський стіл чи триразове дієтичне харчування. Окрім цього, кожному гостю подарунок – безкоштовна вечеря в ресторані «A la carte» італійської чи грузинською кухні. Також на території санаторію розташований великий SPA-комплекс, який складається з: басейнів, бань, саун, джакузі, відкритого басейну на свіжому повітрі, соляної кімнати та дитячої зони. Користування комплексом включено у вартість.

В санаторії турист може отримати консультацію таких лікарів:

- терапевта;
- педіатра;
- стоматолога;
- гінеколога;
- ендокринолога;
- уролога;
- окуліста;
- дієтолога;
- рефлексотерапевта;
- психотерапевта;
- кардіолога;
- невропатолога;

- травматолога-ортопеда, вертебролога;
- лікаря репродуктивного здоров'я, сексології, венерологи;
- дерматолога.

Для обстеження організму лікар-терапевт назначить необхідні аналізи, ось повний перелік можливих: загальний аналіз крові; Цукор крові; загальний аналіз крові розгорнутий; загальний аналіз крові розв. із тромбоцитами; визначення групи крові; глікемічний профіль; печінкові проби; нирковий комплекс; креатинін, ліпідограма; час згортання крові; загальний білок, ревмопроби; тромбоцити крові; загальний аналіз сечі; сечова кислота, амілаза; сечовина, ацетон сечі; добова протеїнурія; проба Нечипоренко.

Для оздоровлення організму проводяться різні процедури, які назначають лікарі: перлинно-мінеральні ванни; душ Шарко, підводний душ масаж; фонофорез, гальванізація; електрофорез, дарсонвалізація; магнітотерапія; гідролазерний масаж; скануюча лазеротерапія; лазер-оптон, Тубус-кварц; УВЧ, Інгаляції, Лампа Біоптрон; пресотерапія (лімфодренаж); вакуум-терапія, озонотерапія; лазерне оздоровлення; плазмфарез, масажі.

Лікування та обстеження входить у вартість путівки, аналізи призначає лікар за необхідністю. У вартість включено 3 процедури в день, по призначенню лікаря. Якість екскурсійного наповнення – дуже важливий аспект, адже завдання цього туру через подорожі дати нові, цікаві та яскраві емоції, розказати та показати туристу щось незвідане. Детальніше про екскурсії туру «Рекреація по-львівськи»:

1. Екскурсія оглядова по Трускавцю (по бажанню). Наш екскурсивод розкаже про курортні історії та легенди міста, напоїть цілющими водами Нафтуса і Марія та вміє цілющою Юзею, покаже унікальні архітектурні перлини Трускавцю, найстарішу дискотеку та музеї.

2. Костюмована шоу-екскурсія «Львів скрізь століття» Це неймовірна екскурсія, яка подарує танці, пісні, цікаві пригоди, познайомить з культурою батяр, покаже підземелля Львову та багато іншого.

3. Екскурсія «Урич та Східниця» Міні подорож на півдня в ближні Карпати, яка познайомить туриста з: неймовірної красою національного парку «Сколівські Бескиди», цікавими історіями та легендами навколо залишків фортеці Тустань і корисними мінеральними водами курорту Східниця. За окрему плату можна скуштувати бойківську кухню.

4. Екскурсія «До бойків на сир» Це екскурсія повного дня, яка дасть можливість насолодитися карпатськими краєвидами та національною кухнею. Туристи відвідають сироварню Богдана та Наталії Комарницьких, яка працює з 1939 року. Там власники розкажуть історію сироваріння України та своєї сироварні також. Гості матимуть можливість не тільки дегустувати різноманітні сири, а й зварити сир у величезному чані. Під час обіду туристи зможуть розважитися під пісні групи «Боринські музиканти». Після цього туристів відвезуть на джерело аналог Боржомі. Після буде відвідування давньої церкви Архистратига Михаїла та музею побуту.

Економічне обґрунтування туру – це необхідний аналіз туристичного продукту, який спрямований на те, щоб оцінити успішність та прибутковість розробленого туру. Саме тому, нижче, в таблиці 3.1-3.2 буде подано всі проведені розрахунки калькуляції туру, прогнозованої реалізації та фінансових результатів від продажу туру.

Таблиця 3.1 – Калькуляція туру «Рекреація по-львівськи»

№ п/п	Стаття	Показники		
		Кількість	Ціна	Вартість
1	2	3	4	5
1	Страховка	1	250	250
2	Транспорт			
	Потяг «Київ-Трусковець»	1	304	304
	Потяг «Трусковець-Київ»	1	414	414
3	Путівка (проживання, харчування, лікування)			

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5
	1-місне розміщення	1	1 312	13 120
4	Екскурсії			
	1. Оглядова по Трускавцю	1	0	0
	2. «Львів скрізь століття»	1	200	200
	3. «Урич та Східниця»	1	230	230
	4. «До бойків на сир»	1	800	800
5	Разом прямих витрат			15 318
6	Виробнича собівартість		15 318	15 318
7	Прибуток	30%	4 595,4	4 595,4
8	Ціна одного ваучера без ПДВ			19 913,4
9	ПДВ	20%		3 982,7
10	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ			23 896

З таблиці 3.1 можна зробити висновки, що виробнича собівартість цього туру – 15 318 грн; ціна туру без ПДВ – 19 913,4 грн; ціна з ПДВ – 23 896 грн. Також, бачимо, що прибуток з однієї путівки буде складати 4 595,4 грн.

Таблиця 3.2 – Прогнозний план реалізації туру «Рекреація по-львівськи»

Період	Кі-сть реалізованих турів	Дати заїздів
1	2	3
Січень	2	03.01-13.01; 17.01 – 27.01
Лютий	2	31.01 – 10.02; 14.02 – 24.02
Березень	2	28.02 – 10.03; 14.03 – 24.03
Квітень	2	28.03 – 7.04; 11.04 – 21.04

Продовження таблиці 3.2

1	2	3
Травень	3	25.04 – 5.05; 9.05 – 19.05; 23.05 – 02.06
Червень	2	6.06 – 16.06; 20.06 – 30.06
Липень	2	04.07 – 14.07; 18.07 – 28.07
Серпень	2	01.08 – 11.08; 15.08 – 25.08
Вересень	2	29.08 – 08.09; 12.09 – 22.09
Жовтень	3	26.09 – 06.10; 10.10 – 20.10; 24.10 – 03.11
Листопад	2	07.11 – 17.11; 21.11 – 01.12
Грудень	2	05.12 – 15.12; 19.12 – 29.12

Отже, можна зробити висновок, що тур універсальний та може продаватися протягом всього року, що забезпечить постійний та безперебійний дохід, для компанії-реалізатора.

Висновки до розділу 3

1. Після завершення війни туристична Україна потребуватиме нових, сучасних методів та результативних інструментів для відновлення і подальшого розвитку, а також створення ефективних партнерських зв'язків з країнами Європейського Союзу. Зараз важливо не відкладати питання туристичної індустрії на потім. Від якості своєчасно проведеної підготовки залежить швидкість та якість перезапуску галузі в післявоєнний період.

2. Зросте потреба в рекреаційному туризмі. Стануть популярними релакс-тури – експрес-тури. Вони допомагатимуть відновити психіку. Зросте інтерес до традицій, Українці будуть прагнути на власні очі побачити міста наших військових успіхів і ті місця, про які читали в новинах, буде розвиватись меморіальний туризм.

3. Сьогодні, в умовах війни рекреаційний туризм – це не тільки

допомога для туристичної сфери та економіки країни, а й спосіб реабілітувати свій організм після перенесених стресів, укріпити імунітет та оздоровитися провівши свій час не тільки з користю, а й з цікавістю. Запропоновано рекреаційний тур в м. Трускавець, Львівської області, розрахований на всестороннє та комплексне відновлення туриста. Цей тур поєднуватиме рекреаційні, спортивні, екскурсійні та бальнеологічні послуги. Цей тур буде мати назву «Рекреація по-львівськи». Маршрут: Київ – Трускавець – Київ.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційної роботі досліджено значення, особливості, проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Одержані в процесі дослідження результати та їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки й внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення.

1. Досліджено теоретичні основи туризму та його видів. Розглянуто сутність туризму як економічного феномену. Економічний аспект «туризму» передбачає розгляд його як індустрії. Зазначено, що туристична індустрія включає в себе сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги гідів-перекладачів. Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників сфери туризму, тому що допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму.

2. Охарактеризовано туристичний потенціал України як важливого чиннику розвитку внутрішнього туризму. Культура України багата своєю історичною спадщиною, а також природними дивами. По всій території країни можна знайти пам'ятники культури України – це і середньовічні замки і культові споруди IX – XIII ст., і місця грандіозних баталій. Один з головних плюсів розвитку внутрішнього туризму в Україні в тому, що її туристичні напрямки неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки й пам'ятники архітектури. Сьогодні практично в усіх областях, навіть там, де немає гір і моря, почали з'являтися туристичні

продукти. Попитом серед українських туристів користуються найбільш популярні види туризму: лікувально-оздоровчий, лижний, рекреаційний, водний, етнічний, паломницький, пригодницький.

3. Досліджено розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Серед видів туризму під час війни популярними для українців наступні: міський туризм і піші прогулянки; екскурсії до історичних пам'яток та музеїв; відпочинок на пляжі; подієвий туризм (заходи, фестивалі); гастротуризм; активний відпочинок; екотуризм; рекреаційний туризм. За даними ДАРТ туристичний збір в Україні за перші шість місяців 2023 р. зріс майже на чверть в порівнянні з аналогічним періодом у ковідному 2021 році – 85 млн 471 тис. грн проти 69 млн 453 тис. грн. У минулому році загальна сума турзбору по регіонах за перше півріччя склала майже 89 млн грн. До п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору увійшли місто Київ та 4 області. Найбільше турзбору надійшло до бюджету Львівська області – 20 млн 365 тис. грн проти 19 млн 774 тис. грн за той же період у 2022 році. Бюджет столиці поповнився на 14 млн 171 тис. грн. Ця сума майже на третину менша, ніж за шість місяців минулого року – 20 млн 43 тис. грн. Закарпатська область заробила 9 млн 53 тис. грн, що трохи більше ніж за аналогічний період торік (8 млн 872 тис. грн). У Івано-Франківській області сума туристичного збору виявилася меншою ніж торік – 8 млн 755 тис. грн у 2023 році проти 9 млн 47 тис. грн у 2022 році. Замикає п'ятірку лідерів Дніпропетровська область, до бюджету громад якої надійшло 5 млн 279 тис. грн, що на третину більше, ніж за перше півріччя минулого року (майже 4 млн грн).

4. Досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. Спостерігається скорочення робочого часу роботи об'єктів розваг, торгівлі, ресторанного господарства, інфраструктури унаслідок запровадження комендантської години, відключень електроенергії, кардинальної економії енергоресурсів. Виникла необхідність облаштування сховищ від атак ворога. Стали недоступні ті постачальники, які опинилися на

території бойових дій чи в окупованих регіонах. Вагомим чинником зміни надходження імпортованих товарів стала блокада українських портів. Стало проблемним отримання товарів, які традиційно надходили морським шляхом.

5. Подорожі в межах країни під час війни важливі, адже це аспект нормального життя, яке росіяни намагаються в нас відібрати. Тому українцям варто (наскільки це можливо) не забувати, як це – бути туристом. Це має двосторонній ефект: і особисте емоційне й (або) фізичне відновлення, і підтримка локальної економіки, мотивування місцевих мешканців відбудовувати свої населені пункти й гуртуватися, щоб швидше впоратися з наслідками війни. Не менш важливо брати участь у громадських обговореннях і контролі проєктів, адже саме від цього залежить прозорість інвестицій і те, яким буде результат. Підприємці ж можуть розвивати вже наявні чи створювати нові туристичні можливості для своєї громади, залучати інвестиції, використовувати можливості безкоштовного чи субсидованого навчання. У світі зростає зацікавлення українським культурним спадком, тому варто не упустити цю нагоду, щоб віднайти, зберегти, переосмислити й належно представити його не тільки іноземній аудиторії, а й українцям.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. Дата оновлення: 04.11.2018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 10.11.2023).
2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text> (дата звернення: 02.11.2023).
3. Акбулаев Н. Н., Мамедов І. М., Васиф В. З. Вплив COVID-19 на індустрію туризму (Іспанія, Італія і Туреччина). URL: https://www.veorus.ru/upload/iblock/27a/veor_223_maef.pdf (дата звернення: 12.11.2023).
4. Асканія-Нова. URL: <https://7chudes.in.ua/nominaciyi/askaniya-nova-2/> (дата звернення: 02.11.2023).
5. Афанасенко І. Д. Туризм та реформування економіки. *Праці Академії туризму*. № 1. 1995. С. 53–67.
6. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. 1997. 86 с.
7. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : ВЦ КНУ, 2002. 396 с.
8. Бондаренко М. П. Теретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис XXI*. 2012. № 3–4. С. 19–22.
9. Відновлення туризму і туризм для відновлення. URL: <https://ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/> (дата звернення: 15.10.2023).
10. Винно-гастрономічний туризм: об'єднання зусиль задля розвитку. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/infrastruktura-rynku/item/8284-vynno-hastronomichnyi-turyzm-obiednannia-zusyl-zadlia-rozvytku.html> (дата звернення: 15.10.2023).
11. Внутрішній туризм. З початку війни понад 45% українців подорожували країною. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z->

pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885(дата звернення: 15.10.2023).

12. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнесу. Одеса : Изд-во «Чорномор'є», 1997. 156 с.

13. Графська О. І., Підвальна О. Г., Боднарчук Х. П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. С. 20–25. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/306/294> (дата звернення: 11.11.2023).

14. Губанова О., Шуптар-Пориваєва Н., Андрущенко О. Стимулювання туристичної діяльності в умовах коронавірусної кризи. *Таврійський науковий вісник*. №5. С. 16–23. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.5.2> (дата звернення: 11.11.2023).

15. Доходи та витрати населення України. URL: https://ukrstat.org/-uk/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm (дата звернення: 20.10.2023).

16. Держагентство з розвитку туризму України визначило напрямки розвитку туризму в умовах воєнного стану. URL: <https://ucci.org.ua/press-center/ucci-news/derzhagentstvo-z-rozvitku-turizmu-ukrayini-viznachilo-napriamki-rozvitku-turizmu-v-umovakh-voiennoho-stanu> (дата звернення: 25.10.2023).

17. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 09.11.2023).

18. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.10.2023).

19. Держтуризм оновив карту «туристичних магнітів» України: у чому рішення. URL: <https://rubryka.com/2023/09/14/derzhturyzm-onovyv-kartu-turystychnyh-magnitiv-ukrayiny-u-chomu-rishennya/> (дата звернення: 09.10.2023).

20. Доходи та витрати населення України. URL: https://ukrstat.org/-uk/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm (дата

звернення: 20.10.2023).

21. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. URL: 1543-Текст статті-1481-1-10-20220822.pdf (дата звернення: 01.10.2023).

22. Заставний Ф. Д. Географія України. У 2-х кн. Львів. 1994. 472 с.

23. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view?pli=1> (дата звернення: 01.10.2023).

24. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці : Книги–XXI, 2008. 344 с.

25. Кіптенко В. М. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Знання, 2010. 502 с.

26. Кількість внутрішніх туристів в Україні в травні-серпні 2020 року зменшилася на 17% – «Київстар». URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/694086.html> (дата звернення 30.10.23).

27. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3345> (дата звернення: 02.11.2023).

28. Коваленко О. В. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko.htm (дата звернення: 15.10.2023).

29. Концептуальна записка: COVID-19 та перебудова сектора туризму. ООН. 2020.

30. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця : ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

31. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3345> (дата звернення: 02.11.2023).

32. Коронавірус: статистика по країнах. 2021. URL:

<https://index.minfin.com.ua/ua/reference/coronavirus/geography/> (дата звернення: 22.11.2023).

33. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнес Інформ*. 2021. №1. С. 177–184.

34. Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. С.150–155.

35. Львівщина отримала рекордні 19 млн грн надходження з туристичного збору. URL: https://tvoemisto.tv/news/lvivshchyna_otrymala_rekordni_19 mln_grn_nadhodzheniya_z_turystychnogo_zboru_134716.html (дата звернення: 12.11.2023).

36. Лідери внутрішнього туризму в Україні: інфографіка. URL: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/> (дата звернення: 15.10.2023).

37. Лідери внутрішнього туризму: ТОП-7 туристичних напрямків України 2021. URL: <https://zruchno.travel/News/New/3714?lang=ua> (дата звернення: 01.10.2023).

38. Логунцова І. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. *Государственное управление*. 2020. № 80. С.49–65.

39. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.

40. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 360 с.

41. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 3. С. 5–11.

42. Міграційний профіль України за 2022 рік. URL: https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig_profil/migprofil_2020.pdf (дата звернення: 01.10.2023).

43. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних

послуг. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 1 (7). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35 (дата звернення: 15.10.2023).

44. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 2. С. 21–37.

45. Надходження від індустрії туризму за I півріччя 2022 р. зросли на 63%. URL: <https://www.if.gov.ua/news/nadkhodzhennia-vid-industrii-turyzmu-za-i-pivrichchia-2022-r-zrosly-na-63> (дата звернення: 12.11.2023).

46. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf (дата звернення: 12.11.2023).

47. Нещадим Л. М. Туристичний потенціал України як частини світового центру туризму. URL: <http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/1444/1/> (дата звернення: 12.11.2023).

48. Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html> (дата звернення: 12.11.2023).

49. Основні види туризму та їх характеристика. URL: <https://tourkazka.com/osnovni-vydy-turyzmu-ta-yikh-kharakterystyka/> (дата звернення: 15.10.2023).

50. Осінська

51. Офіційний сайт дендропарк «Олександрія». URL: <https://www.alexandria-park.com.ua/> (дата звернення: 02.11.2023).

52. Офіційний сайт парк «Софіївка». URL: <https://www.sofievka.org/park/> (дата звернення: 02.11.2023).

53. Офіційний сайт «Шацький національний природний парк». Про парк. URL: <http://shpark.com.ua/> (дата звернення: 02.11.2023).

54. Організація туризму: підручник / за ред. І. М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.

55. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: навч. посібник. Київ : Альтерпрес, 2003. 352 с.
56. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 226–232.
57. «Планета мандрівників»: глобальний туризм у сучасному світі. *Життя*. 2017. URL: <https://hromadske.ua/posts/turyzm-v-suchasnomu-sviti> (дата звернення: 12.11.2023).
58. Погорелов Ю. С. Категорія розвитку та її експленарний базис. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2012. Вип. 27. Т. 1. С. 30–34.
59. Погребняк Л. В., Гавришків Н. Б. Розвиток сільського туризму в Україні в період пандемії COVID-19. *Sciences of Europe*. Вип. 2(56). С. 11–15.
60. Подорожі під час війни: понад 50% українців не їздили в інші регіони з туристичною метою – опитування. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/> (дата звернення: 12.11.2023).
61. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) [Електронний ресурс]: Закон України від 22.04.2020 р. № 3377. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/info/JI01905A.html (дата звернення: 12.11.2023).
62. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінет Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9> (дата звернення: 15.10.2023).
63. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на 2016–2020 роки. URL: <https://www.knteu.kiev.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf> (дата звернення: 15.10.2023).

64. Рекреалогія: письмові консультації / за ред. Л.А. Савранчук, В.К. Явкін, В.І. Ясенчук. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т. 2009. 92 с.
65. Розвиток гірськолижного курорту «Буковель» у Карпатському регіоні. URL: http://eprints.kname.edu.ua/49497/1/ilovepdf_com-8-9.pdf (дата звернення: 15.10.2023).
66. Світова спадщина ЮНЕСКО. Україна-Русь. URL: http://www.ukrainerus.kiev.ua/ru/guide_around_ukraine/unesco_travel_guide.html (дата звернення: 12.11.2023).
67. Смаль І. В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку. Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. Київ : Кармаліта, 2004. Вип. 5. С. 114–134.
68. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. Київ : Грамота, 2006. С. 262.
69. Туризм повернувся до рівня 1990 року, оскільки прибуття впали більше ніж на 70%. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (дата звернення: 12.11.2023).
70. Туристична галузь: важкий шлях до відновлення. Як світова туристична індустрія долає пандемію та чого може навчитися Україна. Економічна правда. 2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/21/674127/> (дата звернення: 12.11.2023).
71. Туристи в своїй країні: що заважає активному розвитку внутрішнього туризму в Україні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/432933/turysty-v-svoyij-krayini-shho-zavazhaye-aktyvnomu-rozvytku-vnutrishnogo-turyzmu-v-ukrayini> (дата звернення: 15.10.2023).
72. Туристична діяльність в Україні у 2020 році: статистичний зб. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/05/zb_td_2017.pdf (дата звернення: 15.10.2023).
73. Туристична статистика України за 1 квартал 2023 року. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-ukrayini-dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-regionah> (дата звернення: 01.10.2023).

74. У ДАРТ назвали напрямки розвитку внутрішнього туризму у 2022 році. URL: <https://lowcost.ua/tourism-in-ukraine-2022/> (дата звернення: 12.11.2023).

75. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.

76. Число туристів на курортах Одеської, Миколаївської та Херсонської областей зросло на 30% – «Vodafone Україна». URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/673327.html>. (дата звернення: 02.11.2022).

77. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление»*. 2009. Т. 22 (61). № 2. С. 373–380.

78. Шамара І., Азарова К. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2019. С. 196–203.

79. Шелеметьєва Т. В. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток туризму в світі та в Україні: сучасний стан та прогнози. *Innovative Educational Technologies: European Experience and its Application in Training in Economics and Management*. Internship. Riga: Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems. 2020. 171–175 с.

80. Шелеметьєва Т. В. Оцінювання сучасного стану розвитку туризму України: тенденції та перспективи. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 13. С. 79–84. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/15.pdf. (дата звернення: 02.11.2023).

81. Шелеметьєва Т. В. Теоретичні та прикладні аспекти управління розвитком туризму в Україні: монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2019. С. 356.

82. Шелеметьєва Т. В. Туристично-рекреаційний потенціал як основа розвитку туризму: науково-теоретичний аспект. *Інфраструктура ринку*.

2018. № 15. С. 30–35. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/15_2018.pdf (дата звернення: 02.11.2023).

83. Шелеметьєва Т. В. Соціальна роль туризму як об'єкта управління. *Сучасні тенденції в економіці та управлінні*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 грудня 2017 р.). Запоріжжя: Східноукр. ін-т економіки та управління, 2017. С. 34–36.

84. Шелеметьєва Т. В. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Тиждень науки – 2019*: матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., науковц., молод. учен., аспір., студ. Запоріжжя: ЗНТУ, 2019. С. 23–25.

85. Шелеметьєва Т. В. Розвиток внутрішнього туризму в Україні як об'єкта управління. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 1. С. 164–168.

86. Шелеметьєва Т. В. Бренд міста як важливий засіб розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 28–29 жовтня 2020 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. С. 263–264.

87. Шелеметьєва Т. В. Бренд подій як важливий чинник розвитку регіонального туризму. *«Тиждень науки – 2021»*: матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ., НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 15–17.

88. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. 2015. №12. С. 95–97. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2015/57.pdf (дата звернення: 12.11.2023).

89. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Економіка України*. 2016. № 6. С. 29–39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_6_4 (дата звернення: 15.10.2023).

90. 30% українців проживають у сільській місцевості: такого немає ніде в Європі. URL: https://censor.net.ua/ua/news/3046049/30_ukrayintsiv_projyvayut_u_silskiyi_mistsevosti_takogo_nemaye_nide_v_yevropi_zubko (дата

звернення: 15.10.2023).

91. Химочка О. С., Шелеметьєва Т. В. Розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах війни. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.[Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 1268 с. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 659–662.

ДОДАТКИ

Додаток А

Туристичні потоки України, осіб

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, – усього ²	У тому числі		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014 ¹	2425089	17070	2085273	322746
2015 ¹	2019576	15159	1647390	357027
2016 ¹	2549606	35071	2060974	453561
2017 ¹	2806426	39605	2289854	476967
2018 ¹	4557447	75945	4024703	456799
2019 ¹	6132097	86840	5524866	520391
2020 ¹	2360278	11964	2125702	222612

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² 2000–2010 рр. – за даними Міністерства інфраструктури України, з 2011 р. – за даними Держстату України.

Додаток Б

Внутрішній туризм України під час війни



Додаток В

Туристичні магніти України

ТУРИСТИЧНІ МАГНІТИ УКРАЇНИ

 **ДАРТ**

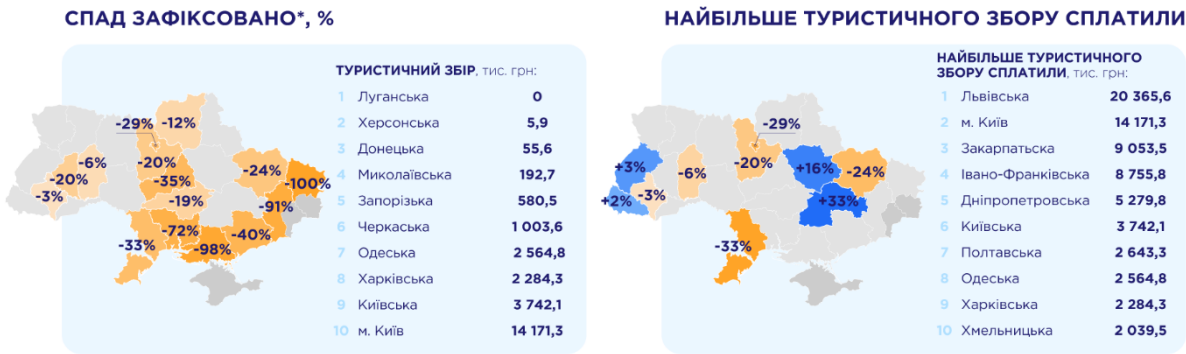

Додаток Г

Туристичний збір в Україні за перші шість місяців 2023 р.

ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА І ПІВРІЧЧЯ 2023



2022	88 935,74 тис.	
2023	85 471,67 тис.	-4%



* Динаміка в порівнянні з відповідним періодом 2022 року

Додаток Д

Львівська область. Туристична карта



Додаток Е

Таблиця 3.1 – Програма туру «Рекреація по-львівськи»

День	Час	Програма туру
1		прибуття до м. Трускавець потягом Київ Пасажирський – Трускавець. прибуття до санаторія «Женева» поселення у номер консультація лікаря терапевта збір аналізів сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід консультація психолога консультація дієтолога консультаційне заняття з фітнес- тренером вечеря вільний час
2		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом заняття спортом під наглядом фітнес тренера вечеря оглядова екскурсія м. Трускавець вільний час
3		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом вільний час
4		сніданок процедури оздоровчі (пиття

		мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом заняття спортом під наглядом фітнес тренера вечеря вільний час
5		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом Екскурсія «Урич та Східниця», вечеря буде чекати в номері. Прибуття з екскурсії
6		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом заняття спортом під наглядом фітнес тренера вечеря вільний час
7		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) Екскурсія повного дня «До бойків на сир» Прибуття з екскурсії
8		сніданок консультація лікаря терапевта процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом заняття спортом під наглядом фітнес тренера вечеря

		вільний час
9		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом поїздка у Львів на костюмовану шоу- екскурсію «Львів скрізь століття», по вечеряти також можна у Львові, або вечеря буде чекати в номері Прибуття з екскурсії
10		збір аналізів сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) обід заняття з психологом заняття спортом під наглядом фітнес тренера вечеря вільний час
11		сніданок процедури оздоровчі (пиття мінеральних вод, масажі та інше) консультація з психологом виселення з номеру вільний час приїзд на залізницю м.Трускавець відправлення потягу Трускавець – Київ- Пасажирський (прибуває у 8:03 наступного дня у м.Київ)

Додаток Ж

Санаторій «Женева» м.Трускавець

