

УДК 338.48:332.1

Бойко В.П.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ПОЖВАВЛЕННЯ РИНКУ ТА ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Туризм є важливою складовою національної економіки, що забезпечує створення робочих місць, розвиток інфраструктури, наповнення бюджетів та формування позитивного іміджу держави. Після глибокого спаду, спричиненого пандемією COVID-19 та воєнними подіями, останні роки характеризуються поступовим відновленням і пожвавленням туристичної діяльності в Україні.

За даними Державного агентства розвитку туризму України, у першому півріччі 2025 року податкові надходження від туристичної індустрії зросли на третину порівняно з аналогічним періодом 2024 року – з 1,25 млрд. грн. до 1,61 млрд грн. У порівнянні з 2023 роком, коли сума становила 897 млн. грн., надходження майже подвоїлися, що свідчить про стійку тенденцію відновлення економічної активності у сфері туризму [1].

Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання у галузі перевищила 14,5 тис., що на 5% більше, ніж 2024 року. Лідерами за сумами сплачених податків стали Київ, Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області та Київщина. Це демонструє географічне розширення активності туристичних підприємств і зростання регіонального потенціалу внутрішнього туризму [2].

Найбільшу частку у формуванні податкових надходжень займає готельний бізнес (71%), що становить близько 1,14 млрд. грн. Висока частка цього сегмента свідчить про поступове відновлення готельної інфраструктури та збільшення попиту на організовані послуги розміщення. Туроператори сплатили 195 млн. грн., а туристичні агенції – 153 млн. грн., що вказує на стабілізацію діяльності туристичних посередників. Окремо слід відзначити зростання туристичного збору – з 106 млн. грн. у 2024 році до понад 142 млн. грн. у 2025 році (приріст понад 34%). Це свідчить про збільшення кількості внутрішніх подорожей і підвищення прозорості фінансових потоків у сфері гостинності [1].

В умовах обмежених міжнародних поїздок, спричинених воєнними подіями та безпековими ризиками, українці дедалі активніше відкривають власну країну, формуючи стійкий тренд розвитку внутрішнього туризму. За даними регіональних департаментів туризму, у 2024–2025 роках найбільшу динаміку зростання внутрішніх подорожей продемонстрували Карпати, Поділля, Полтавщина, Київщина та південні регіони, які залишаються відносно безпечними для мандрівок і мають розвинену інфраструктуру гостинності [2].

Івано-Франківська та Закарпатська області активно розвивають концепцію есо- та rural tourism – екотуризму і зеленого відпочинку. Зокрема, популярності набули садиби в Яремчі, Косові, Славському, Ужгородському районі, які пропонують індивідуальні формати відпочинку: етнотури, гастрономічні маршрути, майстер-класи з народних ремесел. На Поділлі розвивається напрям гастрономічного та культурного туризму: фестивалі «Подільські товтри», «Смак меду», «Кам'янець туристичний», екскурсійні тури до Кам'янця-Подільського, Меджибожа, Бакоти. Полтавщина позиціонує себе як центр історико-культурного туризму, популяризуючи маршрути «Гоголівськими місцями», відвідування Опішні (музей гончарства) та Національного музею-заповідника українського гончарства. Південні області (Одеська, Миколаївська, частково Херсонська) відновлюють морські, лікувально-оздоровчі та гастрономічні напрямки. В Одесі активно розвиваються тури «Вино і море», відновлюється

винний маршрут Odessa Wine Week, а також гастрономічні події у форматі «taste tours» [3].

Сучасна інфраструктура внутрішнього туризму активно підтримується цифровими технологіями, що підвищують ефективність управління підприємствами та зручність для споживачів. Насамперед це системи онлайн-бронювання (Booking.com, Google Travel, Airbnb, TripMyDream), а також українські платформи, як-от Visit Ukraine Today і Karpaty.ua, які пропонують інтегровані сервіси для планування подорожей. Застосування FinTech-рішень – зокрема електронних гаманців (MonoPay, Revolut, Payoneer) та безконтактних систем оплати – зробило подорожі більш комфортними та безпечними. У готельно-ресторанному секторі дедалі частіше використовуються CRM-системи (наприклад, Vitrix24, Poster POS, OneBox), які дозволяють підприємствам автоматизувати управління бронюваннями, персоналізувати пропозиції та контролювати якість обслуговування клієнтів. Важливою складовою цифровізації стає впровадження маркетингової аналітики (Google Analytics, Meta Ads Manager, HubSpot), що дає змогу аналізувати поведінку споживачів, визначати ефективні канали просування та формувати гнучку політику ціноутворення.

Позитивну роль у поживленні внутрішнього туризму відіграє державна та регіональна підтримка галузі. Міністерство культури та інформаційної політики України спільно з ДАРТ реалізує національні програми, спрямовані на підвищення туристичної привабливості країни. Зокрема, кампанія «Travel Ukraine Now» орієнтована на промоцію внутрішніх подорожей, створення тематичних відеороликів, маршрутів і рекомендацій для самостійних туристів. Додатково розробляються цифрові туристичні карти регіонів (наприклад, SmartGuide Карпати, Visit Lviv Region, DiscoverDnipro), які інтегрують сервіси бронювання, навігацію, інформацію про події та культурні об'єкти.

Попри виклики воєнного часу, українці демонструють прагнення до мобільності та відновлення звичного способу життя. За опитуваннями сервісу Booking.com Ukraine, у 2024–2025 роках понад 60% українців планують хоча б

одну подорож територією країни, переважно короткострокову. Це стимулює зростання попиту на послуги розміщення, харчування, транспортного обслуговування, а також підвищує навантаження на індустрію гостинності [3].

Таким чином, поєднання внутрішньої мобільності, цифрових інновацій і державних програм розвитку створює нові можливості для туристичних підприємств, сприяючи їх фінансовому зростанню та поступовій стабілізації галузі в умовах воєнної економіки.

Зростання доходів туристичних компаній та готельних операторів має мультиплікативний ефект: воно стимулює суміжні галузі – транспорт, харчування, торгівлю, виробництво сувенірів. Збільшення фінансових потоків дозволяє підприємствам інвестувати в модернізацію, кадровий розвиток і підвищення якості послуг.

Проте існують і виклики, серед яких: нестача кваліфікованих кадрів, зношеність інфраструктури, ризики безпеки, потреба у стандартизації та цифровій інтеграції туристичних сервісів. Для подальшого сталого зростання галузі необхідне поєднання державної підтримки, інноваційних рішень та партнерства з приватним сектором.

Отже, поживлення туризму в Україні в останні роки є очевидним фактом, підтвердженим статистичними показниками зростання податкових надходжень і доходів підприємств. Галузь демонструє адаптивність і стійкість, поступово відновлюючи довоєнні обсяги. Ключовим завданням залишається створення умов для цифрової модернізації та інвестиційної привабливості туризму, що дозволить забезпечити довгостроковий розвиток внутрішнього й в'їзного туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. ДАРТ України. Податкові надходження від туризму зросли на третину: за перше півріччя 2025 року індустрія сплатила більше півтора мільярда гривень. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovyi-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025> (дата звернення: 08.10.2025).

2. ДАРТ України. Туристична статистика: податкові надходження від тургалузі по регіонах. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkovyi-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah-2> (дата звернення: 27.03.2025).

3. Павлюк С. Стан розвитку галузі туризму в умовах війни та перспективи відновлення. *Економіка та суспільство*. 2025. №72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-169> (дата звернення: 08.10.2025).