

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

Факультет Бизнес-технологій та економіки  
 (повне найменування інституту, факультету)  
кафедра бізнесу та управління  
 (повне найменування кафедри)

**Пояснювальна записка**

до дипломного проекту (роботи)

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему Вплив війни на розвиток  
національного туристичного ринку  
України

Виконав: студент(ка) 2 курсу, групи БТЕг-ВМ

Спеціальності 076 підприємство  
 (код і найменування спеціальності)  
та торгівля

Освітня програма (спеціалізація)

Економіка підприємства  
Руса Наталія Анатоліївна  
 (прізвище та ініціали)

Керівник Серієнко Ф. І.  
 (прізвище та ініціали)

Рецензент Личенко О. Т.  
 (прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**  
 (повне найменування закладу вищої освіти)

Інститут, факультет бізнес - технологій та економіки  
 Кафедра бізнесу та управління  
 Ступінь вищої освіти магістр  
 Спеціальність 076 підприємство та маркетинг  
(код і найменування)  
 Освітня програма (спеціалізація) Економіка підприємства  
(назва освітньої програми (спеціалізації))

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Богдан  
Міщенко І.П.  
 « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**  
 НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

Руча Наталія Анатоліївна  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Вплив війни на розвиток національного туристичного ринку України

керівник проєкту (роботи) І.політ. н. доц Сергієм Ф.І.  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 01 » 10 2025 року № 452

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) 10.02.2025

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) замодавці та корпоративні акти членів журей, статистично звітність колегії « Червоно»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) теоретичні основи розвитку національного туристичного ринку в умовах війни. Вплив війни на потенціал туристичних регіонів України; проблеми та шляхи міграційного відновлення національного туристичного ринку

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконання завдання
1	Серієнко Ф.І, к. політ. н., доц.		
2	Серієнко Ф.І, к. політ. н., доц.		
3	Серієнко Ф.І, к. політ. н., доц.		

7. Дата видачі завдання « 04 » квітня 2025 року.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примі
1	узгодження завдання	10.03.25	
2	визначення наукових джерел	22.05.25	
3	виконання 1 розділу	15.10.25	
4	виконання 2 розділу	27.10.25	
5	виконання 3 розділу	17.11.25	
6	перевірка ко. матеріалу	28.11.25	
7	формальний контроль то. подання ко. матеріалу	10.12.25	

Студент(ка)

(підпис)

Ручко Н.А  
(прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

Серієнко Ф.І  
(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра складається: 114 сторінок, 16 рисунків, 8 таблиць, 73 літературних джерел, двох додатків.

Мета випускної кваліфікаційної роботи – дослідити особливості, сучасний стан та проблеми внутрішнього туризму в Україні та розробити рекомендації щодо подальшого розвитку туризму в повоєнний період.

Для реалізації мети дослідження були поставлені і вирішені такі завдання:

- визначено теоретичні засади розвитку сучасного туризму;
- розглянуто сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- проаналізовано проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в період війни;
- запропоновано заходи щодо розвитку внутрішнього туризму в повоєнній Україні.

Об'єктом кваліфікаційної магістерської роботи є організаційно-економічні процеси розвитку внутрішнього туризму в умовах війни та повоєнної відбудови на прикладі компанії «Міртур».

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку внутрішнього туризму в Україні в воєнний час.

У методології дослідження використовуються різні методи, такі як методи стратегічного аналізу, методи оперативної діагностики, логічний та розрахунковий методи, а також методи економічного, статистичного і порівняльного аналізу. Інформаційна база дослідження включає теоретичні досягнення вітчизняних і зарубіжних науковців, а також практичний досвід фахівців у сфері туристичної діяльності.

Теоретичне значення роботи полягає в розвитку наукових підходів

до дослідження впливу воєнних дій на функціонування та трансформацію національного туристичного ринку України.

Практична цінність випускної кваліфікаційної роботи виявляється в розробці практичних рекомендацій та прикладних заходів щодо стабілізації й відновлення національного туристичного ринку України в умовах війни та у післявоєнний період. Отримані результати можуть бути використані для розробки програм повоєнного відновлення в туристичній галузі та використані в роботі туристичних агенцій.

Висновки: запропонований проєкт є економічно обґрунтованим, сприяє підвищенню ефективності діяльності туристичного підприємства та його конкурентоспроможності, а також створює передумови для стабілізації ринку туристичних послуг і позитивно впливає на соціально-економічний розвиток у післявоєнний період.

Ключові слова: війна, воєнний стан, національний туристичний ринок, туристична галузь України, внутрішній туризм, економічний вплив, відновлення туризму, конкурентоспроможність, туристичне підприємство.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	10
1.1. Інтегрованість національного туристичного ринку у світовий туристичний простір.....	10
1.2. Фактори розвитку внутрішнього туризму.....	27
1.3. Фактори розвитку виїзного туризму.....	36
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	42
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу туризму в регіонах країни.....	42
2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення туризму в регіонах країни...55	55
2.3. Аналіз діяльності туристичної компанії «Мірту» в умовах воєнного стану.....	65
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ .....	71
3.1. Сучасні проблеми розвитку національного туристичного ринку в Україні.....	71
3.2. Організаційно-економічні заходи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку.....	81
3.3. Пропозиції для компанії «Мірту» щодо стабілізації бізнесу.....	95
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	105
ДОДАТКИ.....	113

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Туризм – один з основних секторів української економіки. Проте туристичний ринок є дуже вразливим до різних кризових явищ, як-от стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, а також військові конфлікти, що призводять до нестабільності в країні. Цей факт підтверджується станом української туристичної галузі, яка зазнала значного колапсу після початку повномасштабної війни.

До початку повномасштабного вторгнення росії в Україну вітчизняна туристична галузь мала потужний регіональний та національний ресурсний потенціал. У країні функціонувала система, яка інтегрувала соціальні, гуманітарні та економічні інтереси на міжгалузевому рівні, орієнтувалася на запити, потреби та прагнення туристів, мандрівників та екскурсантів, а також визначала пріоритетні можливості для організацій надавати туристичні послуги та брати участь у соціально-економічному розвитку країни. Туристична галузь, як і більшість галузей державного сектору, з 24 лютого 2022 року зазнала значних змін та зіткнулася з низкою суттєвих викликів, пов'язаних зі значним руйнуванням природної, історичної, культурної, духовної спадщини України, туристичної інфраструктури, що використовувалася для розвитку туризму в країні.

Питанням розвитку туристичної галузі України присвячено чимало наукових і практичних досліджень. Зокрема, Тетяна Сак, Іван Більо та Юліана Ткачук проаналізували еколого-економічні наслідки російсько-української війни; у дослідженні Наталії Паньків розглянуто зміни структури туристичного попиту, тенденцій внутрішнього туризму в Україні під впливом повномасштабної війни, зокрема адаптації учасників ринку до нових умов безпеки та попиту. Зокрема, дослідження ролі туризму у воєнний час представлені в роботах таких вітчизняних експертів, як Мар'яна Олеськів, Ірина Дворська, Максим Орищак, Богдан Слущкий та інших.

Різні аспекти розвитку повоєнного туризму висвітлювали такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як Крейг Вебстер, Станіслав Іванов, Зейд Кассуха, Ірина Шамала, Михайло Савченко, Майя Метревелі та Девід Тімоті. Поняття «військовий туризм» або «воєнний туризм» як перспективний вид туризму в післявоєнний період можна знайти в роботах Галини Заваріки, Дмитра Каднічанського, Марії Каднічанської та Ігоря Смирнова.

**Об'єкт дослідження:** організаційно-економічні процеси розвитку внутрішнього туризму в умовах війни та повоєнної відбудови на прикладі компанії «Мірту».

**Предмет дослідження:** теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку внутрішнього туризму в Україні в воєнний час.

**Мета дослідження:** дослідити особливості, сучасний стан та проблеми внутрішнього туризму в Україні та розробити рекомендації щодо подальшого розвитку туризму в повоєнний період.

**Завдання дослідження:**

- визначити теоретичні засади розвитку сучасного туризму;
- розглянути сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- дослідити проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- проаналізувати проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в період війни;
- запропонувати перспективи розвитку внутрішнього туризму в повоєнній Україні.

Для досягнення поставлених завдань були використані такі **методи** дослідження:

- логічне узагальнення (для забезпечення послідовності у проведенні наукового дослідження та формулюванні висновків);
- узагальнення та систематизація (для систематизації думок науковців та узагальнення категоріального апарату);

- аналіз та синтез (для виявлення особливостей, проблем та факторів, що впливають на розвиток внутрішнього туризму в Україні);
- схематизація та графічне зображення (графічне представлення основних теоретичних аспектів проблеми, наочне представлення статистичного матеріалу та аналітичних даних);
- статистичний аналіз та розрахунки (для аналізу розвитку внутрішнього туризму в Україні у повоєнний період).

**Наукова новизна** дослідження полягає в наступному:

- подальший розвиток теоретичних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій, тобто понятійно-категоріального апарату щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні у повоєнний період;
- подальший розвиток методичного підходу до ідентифікації та виявлення проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні та формулювання рекомендацій щодо подальшого розвитку внутрішнього туризму в Україні у повоєнний період.

**Практичне значення результатів дослідження:** положення дослідження можуть бути використані для розробки програм повоєнного відновлення в туристичній галузі та використані в роботі туристичних агенцій.

**Структура та обсяг:** робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаних джерел.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **1.1. Інтегрованість національного туристичного ринку у світовий туристичний простір**

Туризм у сучасному світі виходить за межі суто економічного явища та набуває ознак важливого геополітичного процесу. Про це свідчать масштабні міжнародні туристичні потоки, які охоплюють різні регіони світу та перетинають не лише економічні, а й політичні кордони. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2024 році кількість міжнародних туристичних поїздок досягла до 1,4 мільярда, у 2025 році – 1,5 мільярда, що підкреслює глобальний характер туристичної діяльності,

Подальший розвиток туризму дедалі частіше пов'язується не лише з демографічними зрушеннями та технологічним прогресом, а й зі змінами у світовій політичній системі. Геополітичні трансформації, міжнародна напруженість та нестабільність безпосередньо впливають на туристичну мобільність, формування туристичного попиту та вибір напрямів подорожей.

Сучасна міжнародна політична ситуація істотно підвищує рівень ризиків для учасників туристичного ринку. Політичні кризи, збройні конфлікти, терористичні загрози та інші прояви нестабільності призводять до перерозподілу туристичних потоків і зниження привабливості окремих регіонів.

Особливої уваги потребує вплив воєнних дій на розвиток туристичної галузі, оскільки війна спричиняє значні економічні, соціальні та культурні втрати. Збройні конфлікти негативно позначаються на інвестиційній активності, розвитку інфраструктури, рівні зайнятості та загальному економічному зростанні. Зменшення туристичних потоків і зупинка розвитку галузі в окремих регіонах можуть мати довготривалі

наслідки для національної економіки. Саме тому дослідження впливу війни на туризм є важливим для формування ефективних стратегій відновлення та стабілізації галузі.

Вплив війни на туризм також пов'язаний із теорією управління ризиками та кризовими ситуаціями. Згідно з цією теорією, війна може створити серйозні проблеми для туристичної галузі і вимагати термінових дій як з боку туристичної індустрії, так і з боку уряду. Для того, щоб мінімізувати вплив війни на туристичну діяльність, необхідно розробити та оцінити ефективні стратегії управління ризиками та кризовими ситуаціями в туристичній галузі. Крім того, вплив війни на туризм можна також проаналізувати з точки зору соціальної відповідальності. Туристична галузь є рушійною силою економіки багатьох країн і відіграє вирішальну роль у їхньому розвитку. У зв'язку з цим туристична галузь повинна відігравати активну роль у підтримці місцевих громад, збереженні природного середовища та формуванні умов для миру й стабільного розвитку. Проте воєнні дії та конфлікти істотно ускладнюють виконання цих функцій, оскільки їх наслідки негативно відображаються не лише на туристичній діяльності, а й на соціальному стані суспільства та екологічній ситуації загалом.

Війна та всі форми військової агресії мають негативні наслідки в короткостроковій перспективі або в момент виникнення.

У довгостроковій перспективі існують моменти, коли війна має позитивний вплив на історико-туристичний сектор, наприклад, після війни може розвиватися військовий туризм і темний туризм, оскільки місця, де відбувалися конфлікти, мають свою історію і територіальну складову, історія цих населених пунктів, військові та історичні пам'ятки можуть привабити більше туристів під час знайомства і їх вивчення [22].

Теоретичні основи дослідження впливу воєнних дій на розвиток туризму в Україні формуються з кількох ключових підходів. Одним із базових є економічний підхід, який зосереджується на аналізі наслідків

війни для функціонування місцевої економіки та туристичної інфраструктури. Цей компонент підкреслює потенційні економічні втрати, які можуть бути наслідком конфлікту, такі як зниження доходів від туризму, втрата робочих місць та пошкодження інфраструктури. Економічний компонент також може бути використаний для вивчення потенціалу економічного відновлення туристичного сектору в післявоєнний період через розвиток туристичної інфраструктури, маркетингових стратегій і політики підтримки інвестицій у туристичний сектор.

Ще одним теоретичним компонентом, що має відношення до цього дослідження, є соціально-психологічний компонент, який фокусується на впливі конфлікту на сприйняття та ставлення туристів до DESTИНАЦІЙ. Соціально-психологічна теорія припускає, що після конфлікту можуть з'явитися негативні уявлення і стереотипи, які можуть посилити негативний вплив конфлікту на туристичну галузь. Цей елемент підкреслює важливість сприяння позитивному сприйняттю туристичних DESTИНАЦІЙ і подолання негативних стереотипів у післявоєнний період [23, 25].

Наступним важливим елементом є політологічний аспект, який досліджує роль політичних чинників у впливі війни на туристичну галузь. Цей елемент підкреслює роль політичної нестабільності, зусиль із врегулювання конфліктів та урядової політики у формуванні впливу конфлікту на туристичну галузь. Політологічний елемент також може бути використаний для вивчення потенціалу політичного втручання для підтримки відновлення туристичної індустрії на територіях, що постраждали від воєнних дій.

Теоретично дослідження впливу війни на туризм ґрунтується на теоріях розвитку туризму. Згідно з цією теорією, розвиток туризму пов'язаний з економічними, соціальними та культурними факторами, які сприяють здатності туризму створювати нові робочі місця, збільшувати

ВВП і знижувати рівень бідності. Однак війна може значно зменшити туристичні потоки, зупинити інвестиції та розвиток інфраструктури, призвести до скорочення кількості робочих місць та економічного зростання в країні [24].

Вивчення впливу війни на туризм є важливим питанням, оскільки конфлікт може вплинути на розвиток туризму та мати значний економічний вплив на країну. Теоретичні дослідження впливу війни на туризм також ґрунтуються на теорії управління ризиками та кризовими ситуаціями. Згідно з цією теорією, війна може створити серйозні виклики для туристичної індустрії і може вимагати втручання галузі та уряду в кризові ситуації. Дослідження повинні також вивчати ефективність стратегій управління ризиками та кризовими ситуаціями в туристичній галузі та роль міжнародних організацій, таких як Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), у захисті та відновленні туристичної інфраструктури в країнах, що постраждали від війни та кризи.

Теоретична основа впливу війни на туризм ґрунтується на теоріях розвитку туризму, управління ризиками та кризовими ситуаціями, а також соціальної відповідальності. Розуміння цих теорій має важливе значення для розробки ефективних стратегій управління впливом війни на туризм. Крім того, таке розуміння може стати основою для політики, спрямованої на зміцнення миру і стабільності, захист довкілля та підтримку місцевих громад. Дослідження впливу війни на розвиток туризму в Україні, розглянуте з різних точок зору, може надати цінну інформацію про економічні, соціальні та політичні чинники, що формують вплив конфлікту на туристичну галузь, а також про потенціал для політичних втручань, спрямованих на підтримку післявоєнного відновлення туризму.

Інтегрованість українського туристичного ринку в світовий туристичний простір – це процес залучення України до глобальної туристичної спільноти та взаємодії з іншими країнами у сфері туризму.

Важливим інструментом інтегрованості національного туристичного ринку у світовий туристичний простір є формування системного підходу до оцінки туристичного потенціалу країни. Як зазначають Вікторія Язіна, Віталіна Дзюба та Денис Мирний, сучасний розвиток туризму вимагає застосування інтегрованої комплексної моделі, яка дозволяє всебічно оцінити можливості туристичного сектору з урахуванням економічних, соціальних, інфраструктурних, екологічних та культурних чинників [61]. Саме така модель створює підґрунтя для підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту на міжнародному ринку.

Інтеграція України у світовий туристичний простір неможлива без комплексного аналізу її туристичного потенціалу, який включає природні та культурно-історичні ресурси, рівень розвитку туристичної інфраструктури, якість сервісу, транспортну доступність, соціальну готовність місцевих громад і екологічну стійкість. Застосування інтегрованої комплексної моделі оцінки туристичного потенціалу дає змогу не лише ідентифікувати сильні та слабкі сторони туристичної галузі, а й визначити стратегічні напрями її розвитку відповідно до міжнародних стандартів і вимог глобального туристичного ринку.

Згідно даних Міжнародного валютного фонду у 2022 р. падіння економіки України прогнозувалося на 35%, однак, цей прогноз був лише орієнтований, бо ситуація щодня змінювалась і економіка зуміла втриматися, попри дисбаланс на товарних ринках та у фінансових каналах [1]. Всі ці події мали значний вплив на внутрішній туристичний ринок, адже багато регіонів України мають обмежені можливості для прийому міжнародних туристів через слабо розвинену транспортну мережу, нестачу сучасних готелів, низький рівень сервісу та обмежений доступ до туристичних об'єктів, оскільки під окупацією Росії перебуває близько 18% території України. Це включає значні частини Донецької, Луганської, Запорізької і Херсонської областей. Через низький рівень

міжнародної обізнаності про Україну як туристичний напрямок, туристичний бренд залишається недостатньо відомим на міжнародній арені, що стримує потоки іноземних туристів. Через відсутність чіткої та сприятливої законодавчої бази для інвесторів та туристичних операторів, а також складна візова система для багатьох країн перешкоджають розвитку міжнародного туризму. Оскільки Україна ще не повною мірою використовує можливості, які надають міжнародні туристичні організації, для просування свого туристичного продукту та залучення іноземних інвестицій, вона залишається обмеженою приймати участь у міжнародних туристичних організаціях. Важливим аспектом, який створює перешкоди задля інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг є брак інноваційних та ефективних стратегій просування туристичних послуг на міжнародному ринку обмежує конкурентоспроможність українського туристичного сектору.

Дослідження інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг з почату повномасштабного вторгнення Росії на територію України у 2022 р. проводили кілька українських і міжнародних експертів та інституцій. Серед дослідників і публікацій розглянемо наступні: українська асоціація туристичних агентств (УАТА) регулярно публікує звіти та дослідження, які охоплюють питання інтеграції України у світовий туристичний ринок, зокрема відновлення туристичної галузі після війни та впровадження нових форм туризму (екотуризм, волонтерський туризм). В рамках кафедри міжнародного бізнесу та туризму (Київський національний університет ім.Тараса Шевченка) регулярно проводяться ґрунтовні дослідження на тему перспектив інтеграції України в світовий туристичний ринок. Особливу увагу приділяють впливу війни на туристичну інфраструктуру та планам відновлення галузі. Варті уваги і звіти таких організацій, як Європейська комісія з туризму (European Travel Commission) та Світова туристична організація ООН (UNWTO), також містять аналітичні дані про те, як війна вплинула на туристичний сектор

України та можливості його відновлення після завершення конфлікту. Вони активно підтримують Україну в її інтеграції на міжнародний ринок.

Для багатьох країн міжнародний туризм є важливим джерелом надходжень іноземної валюти та основною статтею ВВП. Це стосується не лише курортних островів і відносно невеликих країн, що розвиваються, а й багатьох промислово розвинених країн. У таких країнах, як Австрія, Швейцарія, Чехія, Угорщина, Італія, Франція та Іспанія, туризм є одним із пріоритетних секторів економіки, на який припадає 15-35% валового національного доходу. Загалом на Західну Європу припадає близько 70% доходів світового туристичного ринку, на США - 20%, на Австралію - 10%.

Фактичні обсяги туристичних потоків у світі значною мірою відновилися після різкого спаду, спричиненого пандемією, що свідчить про поступову стабілізацію міжнародного туристичного ринку. Хоча це збільшення відбувається на тлі низьких показників, воно не компенсує збитків, понесених через вплив пандемії COVID-19. Прибуття туристів до Європи та Америки залишається на 36% і 40% відповідно нижче рівня 2019 року (тобто до пандемії) [1]. Вторгнення росії в Україну посилює невизначеність у світовій економіці, підірвало впевненість споживачів та європейців у безпечному відпочинку та збільшило невизначеність щодо інвестицій та подальшого розвитку туризму.

Іноземці, які відвідують Україну як туристи, в основному цікавляться гастрономічним туризмом, а цікаві пам'ятки та розваги посідають друге або третє місце. Україна стає все більш популярною серед іноземних туристів, про що свідчить рейтинг 11 найкращих міст України для відвідування, опублікований CNN, однією з провідних світових телекомпаній. До списку увійшли Львів, Чернівці, Умань, Київ, Мукачеве, Переяслав-Хмельницький, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський [12].

На сьогоднішній день туристичний потенціал України використовується частково, про що свідчить той факт, що на туризм припадає 1,5-2,5% ВВП України. Наразі основними перешкодами для розвитку туризму в Україні є військові, політичні, адміністративні, економічні, екологічні та культурні чинники. Український туристичний ринок є недостатньо привабливим для туристів. Значна частина туристів надає перевагу країнам з високим рівнем безпеки, стабільною економікою, цікавими пам'ятками та привабливими туристичними об'єктами. У цьому відношенні Україна відстає від багатьох інших країн світу. Найбільш очевидним показником поганої ситуації з безпекою в Україні є поганий стан доріг. Національні дороги України вважаються найгіршими серед більшості європейських країн, що призводить до великої кількості аварій та смертельних випадків [31].

За даними Мінекономрозвитку, у 2016 році Україна посіла 27 місце серед 30 найпривабливіших країн для іноземних туристів; за даними BusinessViews, Україна випередила Ірландію, Швейцарію, Сінгапур та 150 інших країн. У 2017 році, за даними Світового банку, вона змогла піднятися на 25 місце. До пандемії COVID-19 внутрішній туризм перебував у стадії відновлення після подій 2014 року.

Дані таблиці 1.1 відображають структурні та кількісні зміни туристичного ринку України упродовж 2021–2024 років, які відбувалися під впливом сукупності глобальних, національних та геополітичних чинників. Аналіз показників в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму дозволяє оцінити рівень інтегрованості українського туристичного ринку у світовий туристичний простір, а також виявити ключові диспропорції його розвитку.

2021 рік можна охарактеризувати як умовно стабілізаційний період, що настав після глибокого спаду туристичної активності, спричиненого пандемією COVID-19. У цей період спостерігається відносно збалансована структура туристичних потоків: загальна кількість туристів становила

понад 9,2 млн осіб, з яких близько 3,97 млн припадало на в'їзний туризм, 4,9 млн – на виїзний, а понад 420 тис. – на внутрішній туризм. Така структура свідчила про поступове відновлення міжнародної мобільності та збереження потенціалу України як туристичної дестинації на міжнародному ринку.

У 2022 році туристичний ринок України зазнав різкого структурного зламу, пов'язаного з початком повномасштабної війни. Найбільш відчутного скорочення зазнав в'їзний туризм: кількість іноземних туристів зменшилася майже вдвічі порівняно з попереднім роком. Це було зумовлено високими безпековими ризиками, припиненням авіасполучення, руйнуванням туристичної інфраструктури та негативним міжнародним іміджем країни як зони бойових дій.

Водночас показники виїзного туризму у 2022 році залишалися відносно високими. Така ситуація пояснюється не лише туристичними подорожами, а й масовим виїздом громадян за кордон з гуманітарних та соціально-економічних причин. Це призвело до асиметричної інтеграції України у світовий туристичний простір, коли країна виступає переважно донором туристичних потоків, а не реципієнтом.

У 2023 році простежується часткова стабілізація туристичного ринку та поступове відновлення окремих його сегментів. Кількість в'їзних туристів зросла до 2,54 млн осіб, що свідчить про обмежене, але позитивне відновлення міжнародної туристичної активності. Це зростання зумовлене активізацією ділового туризму, волонтерських поїздок, а також інтересом іноземних громадян до України в контексті міжнародної підтримки та гуманітарної співпраці.

У 2024 році тенденції відновлення туристичного ринку набули більш вираженого характеру. Загальна кількість туристів зросла до понад 10,3 млн осіб, що є найвищим показником за досліджуваний період. Зростання відбулося насамперед за рахунок виїзного туризму, обсяги якого досягли 7 млн осіб, а також поступового збільшення в'їзного туризму до 2,85 млн

осіб. Це свідчить про адаптацію туристичного ринку України до умов тривалої кризи та формування передумов для післявоєнного відновлення галузі.

Особливої уваги заслуговує динаміка внутрішнього туризму, який упродовж 2021–2024 років демонстрував відносну стабільність із помірною тенденцією до зростання. Це підтверджує його роль як стабілізуючого елементу національного туристичного ринку, здатного частково компенсувати втрати від скорочення міжнародних туристичних потоків.

Загалом аналіз таблиці 1.1 свідчить, що туристичний ринок України у 2021–2024 роках характеризується високим рівнем структурної диспропорції, де домінуюче положення займає виїзний туризм. Така ситуація обмежує повноцінну інтегрованість України у світовий туристичний простір і підкреслює необхідність реалізації державної політики, спрямованої на стимулювання в'їзного та внутрішнього туризму, відновлення туристичної інфраструктури та формування позитивного міжнародного іміджу країни.

Таблиця 1.1. - Структура та види туризму в Україні за 2021 - 2024рр.

Види туризму	2021	2022	2023	2024
В'їзний	3 973 000	2 173 000	2 540 000	2 850 000
Виїзний	4 900 000	4 900 000	6 000 000	7 000 000
Внутрішній	420 000	460 000	460 000	510 000
Усього кількість туристів	<b>9 293 000</b>	<b>7 533 000</b>	<b>9 000 000</b>	<b>10 360 000</b>

Джерело: складено автором на основі [12; 14; 18]

Розглядаючи темпи зміни структури та видів туризму в період 2021-2024 років (див. таблицю 1.2), слід зауважити, що відбулися ключові структурні зрушення у розвитку туристичного ринку України, що дозволяють оцінити динаміку окремих видів туризму в умовах глибоких соціально-економічних і геополітичних трансформацій. Аналіз відсоткових змін свідчить про істотну перебудову туристичних потоків, що

безпосередньо вплинула на рівень інтегрованості українського туристичного ринку у світовий туристичний простір.

Найбільш несприятлива динаміка у досліджуваному періоді характерна для в'їзного туризму, обсяги якого скоротилися на 28,3 %. Така тенденція є закономірною з огляду на початок повномасштабної війни у 2022 році, що суттєво знизила туристичну привабливість України на міжнародному ринку. Основними чинниками падіння в'їзного туризму стали зростання безпекових ризиків, припинення авіасполучення, обмеження страхування туристичних подорожей, а також формування негативного інформаційного фону щодо можливостей безпечного перебування іноземців на території країни.

Зменшення в'їзного туризму має системні наслідки для інтегрованості туристичного ринку України, оскільки саме цей сегмент забезпечує включення країни у глобальні туристичні потоки, формує валютні надходження та сприяє міжнародному культурному обміну. Скорочення на майже третину свідчить про тимчасову втрату позицій України як туристичної дестинації, що потребує реалізації комплексних заходів з відновлення довіри міжнародних туристів у післявоєнний період.

На противагу цьому, виїзний туризм у 2021–2024 роках продемонстрував значне зростання на 42,9 %, що є найбільш вираженою зміною у структурі туристичного ринку. Така динаміка має подвійний характер. З одного боку, вона відображає високий рівень включеності громадян України у міжнародні мобільні процеси та їх орієнтацію на зовнішні туристичні ринки. З іншого боку, різке зростання виїзного туризму у воєнний період не може розглядатися виключно як класичний туристичний процес, оскільки значна частина виїздів пов'язана з вимушеною міграцією населення, гуманітарними та соціально-економічними причинами.

Таким чином, зростання виїзного туризму в умовах війни свідчить про структурну асиметрію інтеграції України у світовий туристичний

простір, за якої країна виступає переважно донором туристичних потоків, а не їх реципієнтом. Це посилює дисбаланс туристичного ринку та зменшує потенціал галузі як джерела внутрішнього економічного зростання.

Водночас внутрішній туризм у 2021–2024 роках продемонстрував помірне, але стабільне зростання на 21,4 %, що є позитивною тенденцією в умовах обмеження міжнародної туристичної діяльності. Розвиток внутрішнього туризму став відповіддю на зниження доступності закордонних подорожей, а також на потребу населення у відновленні, рекреації та психологічній стабілізації в кризових умовах.

Зростання внутрішнього туризму свідчить про його адаптаційний та стабілізуючий потенціал, який дозволяє частково компенсувати втрати від скорочення в'їзних туристичних потоків. Крім того, розвиток внутрішнього туризму сприяє підтримці малого та середнього бізнесу, регіональному розвитку та збереженню туристичної інфраструктури в умовах війни.

Узагальнюючи результати аналізу таблиці 1.2, можна зробити висновок, що туристичний ринок України у 2021–2024 роках зазнав глибокої структурної трансформації, яка характеризується скороченням в'їзного туризму, домінуванням виїзних потоків та зростанням ролі внутрішнього туризму. Такі зміни свідчать про зниження рівня збалансованої інтегрованості українського туристичного ринку у світовий туристичний простір та актуалізують необхідність розробки стратегій післявоєнного відновлення галузі.

Таблиця 1.2 - Зміни в структурі та видів туризму в Україні за 2021 - 2024 р.

Види туризму	Зміни за 2021 - 2024 рр. у %
В'їзний	-28,3 %
Виїзний	+42,9 %
Внутрішній	+21,4% %

Джерело: складено автором на основі [12; 14; 18]

Аналізуючи країни, громадяни яких найчастіше відвідували Україну у період з 2021 - 2024 рр. (див. таблицю 1.3), можна оцінити трансформацію міжнародних туристичних зв'язків країни в умовах воєнної та економічної нестабільності.

У 2021 році структура в'їзного туризму України характеризувалася домінуванням сусідніх країн, передусім Молдови, Польщі, Румунії та Угорщини, що зумовлювалося активними транскордонними контактами, трудовою міграцією та короткостроковими туристичними поїздками. Значну частку також становили туристи з Туреччини, Німеччини, Ізраїлю та США, що свідчило про інтегрованість України у ширший міжнародний туристичний простір.

2022 рік став переломним для в'їзного туризму. Внаслідок повномасштабної війни відбулося різке скорочення туристичних потоків з усіх без винятку країн. Найбільше зниження спостерігалось щодо віддалених туристичних ринків (Туреччина, США, Італія, Німеччина), що зумовлено припиненням авіасполучення, високими безпековими ризиками та зростанням страхових обмежень.

У 2023 році простежується часткове відновлення в'їзного потоку, особливо з сусідніх країн. Це зростання пов'язане з активізацією ділових, гуманітарних, волонтерських і транзитних поїздок, а також поступовою адаптацією міжнародних партнерів до умов воєнного часу. Водночас обсяги в'їзного туризму залишалися значно нижчими за довоєнний рівень.

У 2024 році спостерігається диференційована динаміка. З одного боку, Румунія та Молдова демонструють зростання або повернення до довоєнних показників, що свідчить про високу стійкість регіонального туризму. З іншого боку, більшість країн ЄС та віддалені ринки (США, Туреччина, Італія) характеризуються значним від'ємним приростом у порівнянні з 2021 роком, що вказує на збереження обмежень для повноцінного міжнародного туризму.

Загалом аналіз таблиці 1.3 підтверджує, що в'їзний туризм України у 2021–2024 роках зазнав глибокої географічної та кількісної трансформації, а рівень інтегрованості національного туристичного ринку у світовий туристичний простір істотно знизився. Водночас збереження стабільних потоків із сусідніх країн створює передумови для поступового відновлення міжнародного туризму у післявоєнний період.

Таблиця 1.3 - ТОП - 14 країн, громадяни яких найчастіше відвідували Україну у період з 2021 - 2024 рр.

Країни	2021	2022	2023	2024	Приріст 2021- 2024
Молдова	1 054 000	650 000	900 000	1 128 486	+7,1
Польща	311 000	180 000	230 000	219 336	-29,5
Угорщина	227 000	110 000	140 000	127 472	-43,8
Румунія	264 000	140 000	210 000	423 256	+60,3
Словаччина	95 000	60 000	80 000	67 339	-29,1
Туреччина	247 000	95 000	130 000	47 240	-80,9
Ізраїль	133 000	55 000	75 000	73 703	-44,6
Німеччина	154 000	75 000	90 000	49 217	-68,1
США	103 000	45 000	65 000	52 012	-49,5
Великобританія	62 000	28 000	40 000	32 624	-47,4
Азербайджан	41 000	18 000	25 000	19 732	-51,9
Литва	29 000	14 000	18 000	13 853	-52,2
Італія	58 000	24 000	30 000	24 037	-58,6

Джерело: складено автором на основі [12; 14; 18]

Реальну кількість іноземців, які відвідують Україну з метою туризму, важко підрахувати. В Україні досі використовується радянський принцип

підрахунку іноземних пунктів пропуску на основі даних Державної прикордонної служби. Багато іноземців відвідують Україну транзитом або з метою придбання певних товарів. У Польщі, наприклад, принцип підрахунку інший: усі готелі, хостели тощо звітують про кількість іноземних відвідувачів, які провели хоча б одну ніч у їхніх апартаментах. Це дає більш точну статистику.

У період 2021-2024 років спостерігалася позитивна тенденція до зростання доходів від надання туристичних послуг, у 2019 році цей показник становив 32,6 млрд грн. При цьому у 2018-2021 роках спостерігалася стійка тенденція до зростання доходів від туристичної діяльності з 5 млрд грн до 32,6 млрд грн (див. табл. 1.4).

Таблиця 1.4. Доходи від туристичної діяльності за період 2021 – 2024 рр.

Роки	Загальний дохід від надання туристичних послуг, млрд грн
2021	≈ 2,23
2022	≈ 1,55
2023	≈ 2,05
2024	≈ 2,94

Джерело: складено автором на основі [12; 14; 18]

Дані таблиці 1.4 відображають динаміку доходів від туристичної діяльності в Україні у період 2021–2024 років, який характеризується безпрецедентними викликами для національної економіки та туристичної галузі зокрема. Аналіз змін загального доходу від надання туристичних послуг дозволяє оцінити не лише фінансовий стан галузі, а й ступінь її адаптації до кризових умов, а також потенціал подальшої інтеграції у світовий туристичний простір.

2021 рік можна розглядати як базовий довоєнний період, коли туристична галузь України функціонувала в умовах поступового відновлення після пандемії COVID-19. Загальний дохід від туристичної діяльності у цей рік становив близько 2,23 млрд грн, що свідчило про відносну стабілізацію ринку та збереження економічного потенціалу

туристичних підприємств. Попри зниження міжнародної мобільності у попередні роки, внутрішній туризм і часткове відновлення в'їзних потоків забезпечували галузі можливість генерувати суттєві доходи та виконувати фіскальну функцію.

У 2022 році відбулося різке скорочення доходів туристичної галузі до приблизно 1,55 млрд грн, що стало прямим наслідком повномасштабної війни. Воєнні дії, закриття повітряного простору, знищення або пошкодження туристичної інфраструктури, зниження платоспроможного попиту населення та майже повне припинення в'їзного туризму призвели до суттєвого падіння фінансових показників галузі. У цей період туристична діяльність втратила значну частину свого ринкового потенціалу та зосередилася переважно на виживанні й адаптації до надзвичайних умов.

З економічної точки зору 2022 рік характеризується втратою туристичною галуззю ролі повноцінного експортно-орієнтованого сектора, оскільки валютні надходження від міжнародного туризму були мінімізовані. Це суттєво обмежило інтегрованість туристичного ринку України у світовий туристичний простір і посилило його залежність від внутрішніх джерел доходів.

У 2023 році спостерігається поступове відновлення доходів туристичної діяльності, які зросли до приблизно 2,05 млрд грн. Така позитивна динаміка свідчить про адаптацію туристичного бізнесу до умов тривалої кризи, зокрема через переорієнтацію на внутрішній туризм, розвиток локальних туристичних продуктів, зростання ролі короткострокових подорожей і рекреаційних послуг. Важливу роль у відновленні доходів відіграли також ділові, гуманітарні та волонтерські поїздки, які частково компенсували втрати від традиційного міжнародного туризму.

Зростання доходів у 2023 році свідчить про відновлення економічної активності галузі, однак рівень фінансових показників все ще залишався

нижчим за довоєнні значення. Це вказує на неповне відновлення інтеграційних зв'язків українського туристичного ринку з глобальним туристичним середовищем та збереження структурних обмежень для його розвитку.

2024 рік характеризується найвищим за досліджуваний період рівнем доходів від туристичної діяльності, які досягли приблизно 2,94 млрд грн. Такий приріст свідчить про посилення позитивних тенденцій у галузі та формування передумов для її стійкого розвитку. Зростання доходів у 2024 році було зумовлене активізацією внутрішнього туризму, зростанням кількості платників податків у туристичній сфері, підвищенням вартості туристичних послуг, а також частковим відновленням міжнародної туристичної активності.

Важливо зазначити, що доходи туристичної галузі у 2024 році формувалися переважно за рахунок внутрішніх економічних ресурсів, а не повноцінної участі у світовому туристичному ринку. Це означає, що зростання фінансових показників ще не свідчить про повну інтеграцію України у глобальні туристичні процеси, але підтверджує високу адаптаційну здатність національного туристичного ринку.

Узагальнюючи результати аналізу таблиці 1.4, можна зробити висновок, що доходи від туристичної діяльності в Україні у 2021–2024 роках зазнали циклічних змін, зумовлених зовнішніми шоками та внутрішніми трансформаціями. Найглибший спад у 2022 році змінився поступовим відновленням у 2023–2024 роках, що свідчить про здатність туристичної галузі адаптуватися до кризових умов і зберігати економічну значущість.

З позицій інтегрованості національного туристичного ринку у світовий туристичний простір, динаміка доходів свідчить про тимчасове зниження рівня інтеграції у 2022–2023 роках та формування передумов для її відновлення у середньостроковій перспективі. Подальше зростання доходів туристичної галузі безпосередньо залежатиме від стабілізації

безпекової ситуації, відновлення міжнародного сполучення, залучення іноземних туристів та реалізації державної політики підтримки туризму.

Отже, інтегрованість національного туристичного ринку у світовий туристичний простір формується під впливом комплексу чинників, серед яких ключову роль відіграють глобалізаційні процеси, геополітична стабільність, рівень безпеки, стан туристичної інфраструктури та ефективність державної політики у сфері туризму.

Таким чином, інтегрованість українського туристичного ринку у світовий туристичний простір у досліджуваний період зазнала суттєвого зниження під впливом воєнно-політичних та економічних чинників. Водночас збереження внутрішнього туристичного потенціалу, поступове відновлення доходів та підтримка міжнародних контактів формують основу для подальшого відновлення туристичної галузі та її реінтеграції у глобальний туристичний простір у післявоєнний період.

## **1.2. Фактори розвитку внутрішнього туризму**

У перші дні війни туристичні фірми тривалий час навіть не думали про відновлення своєї основної діяльності. Але в середньому податок, сплачений туристичною галуззю до держбюджету в першому півріччі 2022 року, був лише на 25,7% меншим, ніж за аналогічний період минулого року. Кількість компаній зменшилася на 24,5%, а ФОП – на 13,5%. Основну частину доходів держбюджету становлять податки, сплачені готелям і санаторіям – майже 461 мільйон гривень. На жаль, порівняно з минулим роком ця сума зменшилася на 30%. Відчутних збитків цього року зазнали також табори, дитячі табори та табори. Вони платили на 59% менше податків. Але турфірми принесли до державного бюджету на 41% більше. Це завдяки попередньому бронюванню. Проте війна серйозно вплинула на роботу турфірм – за півроку їхня діяльність впала на 21%.

Наступні області генерують найбільше доходів від податку на туризм:

- Івано-Франківська - 63% зростання;
- Львівська - зростання на 51%;
- Київська область – зростання на 16%;
- Одеська область – зменшилася на 82,3%.

Тож ми бачимо, що туризм в Україні ще певним чином існує. Під час війни екотуризм залишався популярним серед українців, особливо на Заході. На жаль, діловий туризм був повністю зупинений. З 24 лютого цього року ні місцевий бізнес, ні іноземні учасники не мають пріоритету в Україні, це небезпечно і створює проблему. Щоправда важливо визнати, що діловий туризм почав «страждати» ще за часів COVID-19, ця пандемія навчила нас проводити ділові заходи онлайн без негативного впливу на їх якість чи ефективність.

Наслідки конфлікту та військової агресії мали значний і тривалий вплив на туристичну галузь у постраждалих районах. Дослідження зосереджується на впливі конфлікту на туристичну галузь та дає уявлення про фактори, що сприяють зменшенню кількості туристів, втраті робочих місць, закриттю туристичних підприємств, шкоді туристичній інфраструктурі та загальному розвитку економіки та країни. Оскільки сталося руйнування туристичної інфраструктури, існують також проблеми безпеки, обмеження на поїздки, які є одним з основних факторів, що сприяють зниженню занепокоєння щодо декомунізації серед туристів, що призвело до зменшення кількості іноземних туристів по всій країні [27].

Як правило, під час воєнного стану туристичні та рекреаційні об'єкти можуть постраждати через підвищені заходи безпеки та обмеження пересування. Експлуатація цих об'єктів може бути обмежена або перервана, і відвідувачі можуть зіткнутися з труднощами. Деталі відпочинку та експлуатації туристичних об'єктів у різних регіонах України в період воєнного стану залежатимуть від конкретних обставин оголошення воєнного стану та ступеня впливу на регіон [26, 28].

У цьому випадку внутрішній туризм має свої особливості з точки зору певних дозволів і обмежень, пов'язаних з відпочинком і подорожами, введених під час війни у відносно безпечних західних і центральних регіонах. Це слід враховувати туристичним компаніям при створенні та організації екскурсій.

Створення та організація маршрутів та екскурсій з урахуванням розташування прилеглих бомбосховищ. Туроператори і гіді, що складають туристичні маршрути, повинні розглянути можливість надання туристам безпечне місце в разі попередження авіації.

Плануючи оглядову поїздку по Україні або похід по протяжному маршруту, варто враховувати час, так як сьогодні діє комендантська година. Для підтримки правопорядку в умовах воєнного стану в усіх регіонах України запроваджено комендантську годину. Як правило, з 24:00 год до 05:00 год. Тому цю вимогу слід враховувати при плануванні відпустки та відвідуванні певних місць. Кожен регіон мають свої особливості туристичної діяльності в цьому регіоні під час воєнного стану, і в багатьох випадках це також пов'язано з певними обмеженнями, що застосовуються до окремих регіонів (Додаток А):

– пам'ятки: окупанти пошкодили багато визначних пам'яток, в тому числі історичні місця, пам'ятники культури та природні заповідники, що зробило українську землю менш привабливою для туристів, відновлення інфраструктури та пам'ятників має важливе значення для відновлення і зростання туристичної індустрії у всіх регіонах країни;

– політична стабільність: політична нестабільність у регіоні заважає туристам відвідувати його, оскільки вони стурбовані безпекою та стабільністю регіону;

– економічна ситуація: економічна ситуація в регіоні, включаючи високий рівень безробіття та низькі доходи, ускладнює місцевим компаніям інвестування в туристичний сектор та надання якісних послуг туристам у сфері послуг;

– маркетинг та просування: відсутність регіонального та національного маркетингу та просування як туристичного напрямку сприяло зменшенню кількості відвідувачів, особливо іноземців;

– сезонність: сезонність туристичного сектору, який багато туристів вирішують відвідувати влітку, також призвела до зменшення кількості відвідувачів, оскільки це ускладнює відвідування туристів на піку сезонного попиту;

– якість: зниження якості туристичних послуг – ще один фактор, що сприяє зниженню туризму. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через зменшення попиту. Це знижує якість послуг, що надаються туристам, і ще більше заважає туристам відвідувати цей район. Підвищення якості туристичних послуг важливо для залучення більшої кількості відвідувачів до регіону країни;

– проблеми безпеки: туристи стурбовані безпекою в цьому районі через триваючий конфлікт, який змусив багато країн давати рекомендації щодо подорожей, попереджаючи громадян про подорожі до постраждалих районів. Вирішення цих проблем безпеки важливо для відновлення туристичної індустрії регіону [29, 30, 33].

У цілому ці фактори сприяють зниженню туризму як в постраждалих регіонах України, так і у всій провінції. Усунення цих факторів є важливим для відновлення та зростання туристичної галузі як у постраждалих районах, так і в країні в цілому [31, 32].

Вирішення проблеми безпеки туризму, відновлення інфраструктури та туристичних об'єктів, підвищення якості туристичних послуг, посилення маркетингових і рекламних ініціатив мають основоположне значення для відновлення і зростання туристичної індустрії в постраждалих регіонах України. Інвестиції в туристичну галузь не тільки сприяють зміцненню місцевої економіки, але й сприяють процесу

миробудування в регіоні, сприяючи культурному обміну та сприяючи розвитку взаєморозуміння та спілкування між різними громадами.

У зв'язку з війною в Україні туристична галузь зазнала значних проблем, зокрема з кадрами, які виїжджають за кордон в пошуку безпеки та роботи. Подальші перспективи туризму є неоднозначними, оскільки багато факторів залишаються невідомими. Однак, після закінчення війни можливе відновлення в'їзного туризму, залежно від швидкості відновлення економіки та інфраструктури.

Незважаючи на складні обставини, бажання людей подорожувати залишається. 38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік (див. рис.1.1).

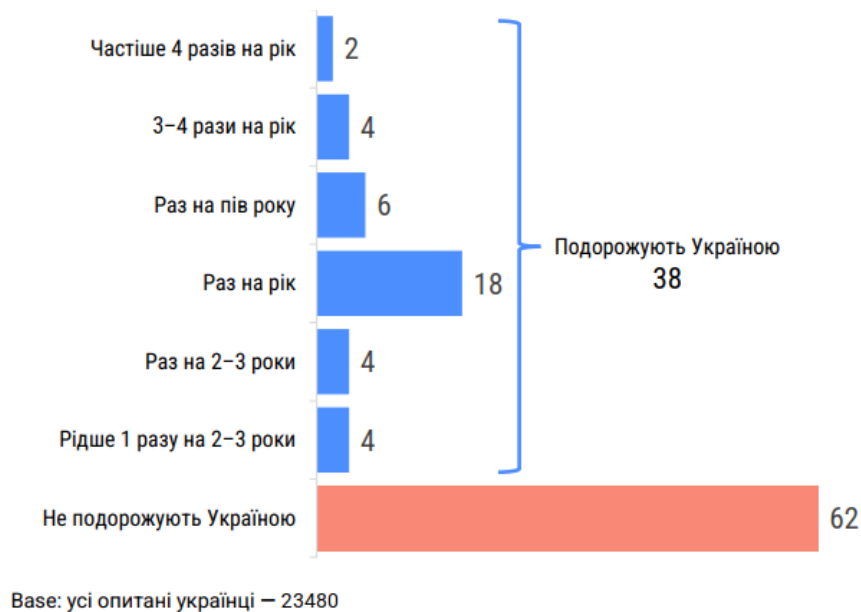


Рис. 1.1. Залученість українців до внутрішнього туризму (%) [19]

Жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується (див.рис.1.2).

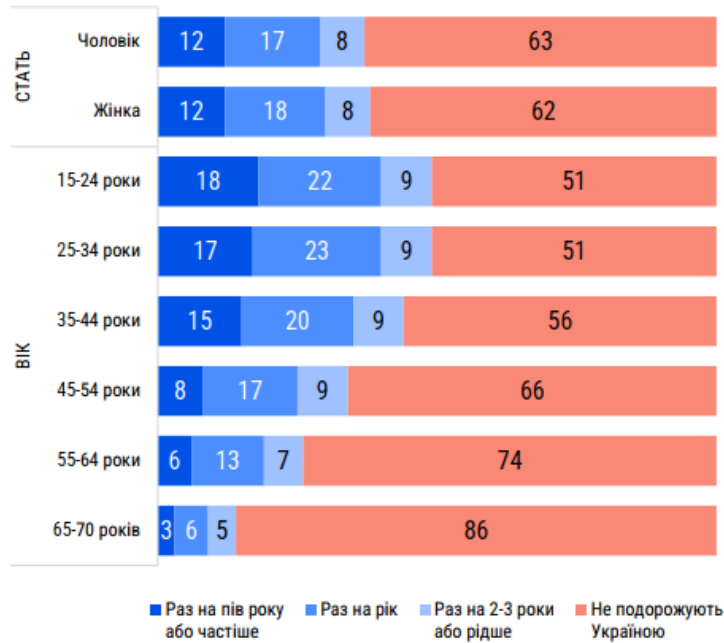


Рис. 1.2 Залученість українців до внутрішнього туризму – залежно від статі й віку респондентів (%) [19]

На туристичну активність істотно впливає тип населеного пункту, де проживають українці. Частіше подорожують міські жителі, при цьому дещо частіше – мешканці великих міст (обласних центрів). Показники туристичної активності в різних регіонах України не мають великих розбіжностей (див. Додаток Б).

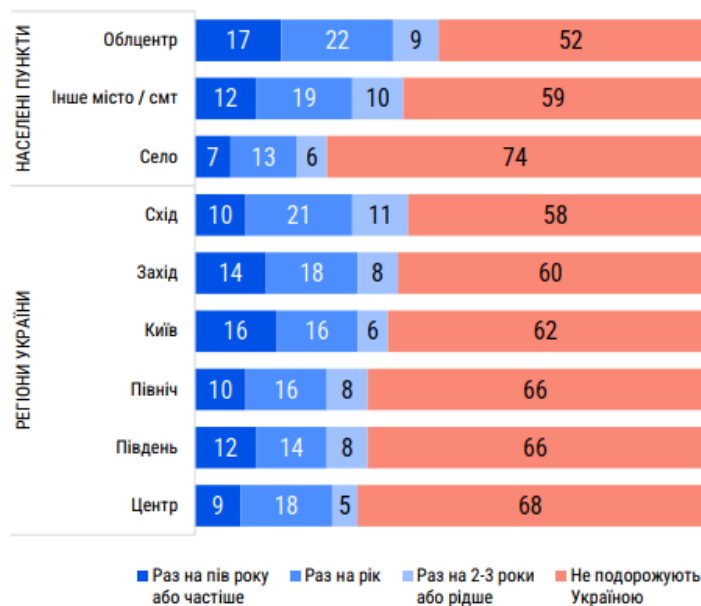


Рис. 1.3 Залученість українців до внутрішнього туризму – залежно від типу населеного пункту й регіону проживання респондентів (%) [19]

Рисунок 1.3 відображає інтенсивність подорожей Україною залежно від типу населеного пункту та регіону проживання респондентів. Загалом видно, що значна частка населення не подорожує Україною: у всіх групах цей показник перевищує 50 %, а в сільській місцевості сягає найвищого значення — 74 %. Це свідчить про обмежену туристичну мобільність, особливо серед мешканців сіл.

Серед жителів обласних центрів і Києва спостерігається дещо вища туристична активність: частка тих, хто подорожує хоча б раз на рік або частіше, є більшою порівняно з іншими типами населених пунктів. Водночас навіть у цих групах понад половина опитаних зазначили, що не подорожують Україною, що вказує на загальнонаціональну проблему розвитку внутрішнього туризму.

Регіональний розріз демонструє відносно вищу активність мешканців Заходу та Сходу України, де частка тих, хто подорожує хоча б раз на рік або раз на пів року, є дещо більшою, ніж у Півночі, Півдні та Центрі. Найвищий відсоток тих, хто не подорожує, зафіксовано в Центральному регіоні (68 %), а також у Північному та Південному регіонах (по 66 %).

Загалом дані рисунка 1.3 підтверджують, що внутрішній туризм в Україні залишається недостатньо розвиненим, а на туристичну активність населення істотно впливають як регіональні особливості, так і тип населеного пункту, що особливо актуально в умовах воєнного стану та обмеженої безпеки.

Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше 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, аніж головний мотив

подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше.



Рис. 1.4 Мета подорожей Україною в цілому (%) [19]

Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Загалом вони схожим чином відповідають на це питання. Єдиною відмінністю зафіксовано те, що серед чоловіків є дещо більша частка тих, хто такою метою називає індивідуальні ділові візити (8% проти 3% серед жінок-респондентів).

Представники молоді та старшого покоління мають помітні відмінності у відповідях щодо улюблених видів відпочинку в Україні. Респонденти 55-70 років помітно рідше за інші вікові групи називають пляжний туризм, гірськолижні курорти, екстремальний туризм, розважальні тури та шопінг. Це можна пояснити як віковими особливостями, так і вже згаданим незадовільним матеріальним становищем пенсіонерів, до яких багато хто з категорії 55-70 років відноситься. Натомість ця категорія майже вчетверо частіше згадує про

лікувально-оздоровчий туризм, як свій улюблений, що є очікуваним з огляду на загальний гірший стан здоров'я старшого покоління у порівнянні із молодими респондентами.

Таблиця 1.5. Популярність різних видів туризму серед українців (%) [19]

	Чоловіки	Жінки
Пляжний туризм	45	51
Екскурсійний туризм - їздити по різних цікавих Локаціям	32	40
Гірськолижні курорти	19	15
Лікувально-оздоровчий туризм	11	16
Тури вихідного дня	9	12
Участь або відвідування культурних заходів	6	10
Розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів)	9	9
Спортивний туризм, відвідання та участь у спортивних Заходах	11	4
Сільський туризм	7	6
Шопінг (здійснення покупок)	4	7
Спа-курорти	4	5
Екстремальний туризм	5	2
Гастротуризм	3	3
Паломництво	2	3
Інше	2	1

Проаналізувавши статистичні дані з сайту Державного Агенства Розвитку Туризму, можна зробити наступні висновки про фактори розвитку внутрішнього туризму:

– залученість до внутрішнього туризму не різниться значно між чоловіками і жінками, але суттєво залежить від віку. Найбільш активно подорожують люди віком від 15 до 44 років, після цього вік туристичної активності зменшується;

– тип населеного пункту також впливає на туристичну активність. Міські жителі, особливо мешканці великих міст, подорожують частіше.

Регіональні відмінності в Україні не є значущими, але жителі Сходу і Заходу країни виявляють більшу активність порівняно з південними і центральними областями;

– головна мета подорожей в Україні для більшості українців - це відпустка, дозвілля та відпочинок. Відвідування родини і друзів йде на другому місці, хоча менше називається як мета подорожей;

– чоловіки і жінки подорожують зі схожими цілями, але є різниця в уподобаннях. Жінки частіше називають лікувально-оздоровчий туризм і мають більший інтерес до екскурсійного туризму, тоді як чоловіки більш схильні до спортивного туризму;

– інша помітна різниця в інтересах залежить від віку. Респонденти віком 55-70 років менше схильні до активних форм відпочинку, таких як пляжний туризм і гірськолижні курорти, але більш схильні до лікувально-оздоровчого туризму, що пов'язано зі станом здоров'я цієї вікової групи.

### **1.3. Фактори розвитку виїзного туризму**

Виїзний туризм українського сегменту індустрії гостинності є значно обмеженим та доволі специфічним під час війни. Виїзний туризм завжди залежить від багатьох факторів, і будь-які зміни можуть призвести до збоїв.

Умови війни в країні відображаються на виїзному туризмі в унікальний спосіб. Нижче розглянемо фактори, які впливають на виїзний туризм з України в контексті війни.

**Безпека:** перш за все стан безпеки впливає на рішення туристів. Тому незважаючи на значне підвищення цін, подорожі закордон користуються значним попитом через можливість відчути себе в безпеці.

**Вартість і валютна нестабільність:** через значні коливання валютного курсу, змінюється вартість туру. Нестабільність в цьому плані робить

подорожі більш витратними для туристів та впливає на прибуток туроператорів.

Лікувальний туризм: стабільно зростає інтерес до лікувального туризму, зокрема серед військовослужбовців і їх родичів, які потребують лікування після поранень. Тут ключовою стає доступність висококваліфікованої медичної допомоги та інфраструктури.

Сезонність і події: незважаючи на воєнні дії в туристичній галузі все ще прослідковується значна сезонність, як і в мирний період.

Ситуація з дозвільними документами: завдяки значній міжнародній підтримці України значно спростилися процедури отримання віз та дозвільних документів на більшість популярних туристичних напрямів.

Розглянемо фактори більш предметно. Припинення авіаперевезень стало одним з важливих факторів для галузі. При цьому важливо пам'ятати, що проблема почалася ще до повномасштабного вторгнення – коли перші Західні авіакомпанії припинили польоти, а потім Міжнародна Авіаційна Страхова компанія не захотіла страхувати літак у повітряному просторі України.

У даний час туроператори намагаються компенсувати закрите небо автобусним сполученням з районів, віддалених від війни. Найчастіше пропонуються 2 рішення: автобусні тури з міст України та авіатури з найближчих аеропортів сусідніх країн. Одне з таких місць – сусідній Кишинів. Звідти, наприклад, виконуються рейси до Туреччини, Чорногорії, Єгипту та Греції (Крит). Водночас туроператори зараз організують трансфери до столиці Молдови з Києва, Житомира, Вінниці, Одеси, Дніпра, Кропивницького та деяких інших міст.

Зазвичай організуються автобусні тури в Болгарію, Туреччину і Чорногорію. Виїзди організовувалися з багатьох великих міст: Києва, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Коломиї, Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янця-Подільського. Рідкісний

варіант – автобусний тур до Греції. Тепер вони доступні зі столиці України, Львова, Луцька, інших міст.

Основна аудиторія таких поїздок – жінки з дітьми. За внутрішньою статистикою туроператорів, тур, як і раніше, зарезервованій для 2-3 осіб. Лише до повного вторгнення це були переважно батьки з дітьми, а тепер матері з дітьми, які мають друзів та бабусь.

Цікавим фактом є те, що, за даними Національного агентства з розвитку туризму (DART), у першій половині 2022 року доходи туристичних агентств значно зросли. За словами DART, у 2021 році туристичні агентства заплатило до державного бюджету на 85 відсотків більше, ніж за той же період. Однак саме агентство вказує, що це пов'язано з результатами перших довоєнних місяців року, коли промисловість почала відновлюватися.

Зміни вартості турів. Середня автобусна екскурсія у 2021 році становила 16 520 грн (2 ночі зі сніданком для 7 дорослих) – цього року вартість аналогічних поїздок починається від 16 000 грн. Але середній чек значно зріс-українці часто обирають тури тривалістю понад 14 днів, і такі поїздки починаються від 37 450 грн. Варто додати, що торішні автобусні тури були доступні тільки для Болгарії, але також можна було поїхати в більш дорогі Туреччину і Чорногорію.

У 2025 році середня вартість туристичних поїздок з України продовжила зростати, що відображає загальну тенденцію подорожчання туристичних продуктів у зв'язку з подорожчанням транспортних витрат і зміною логістичних умов. Зокрема, вартість автобусних турів до Болгарії збільшилася приблизно на 13 %, а до Чорногорії – майже на 57 % порівняно з минулим роком, тоді як аналогічні поїздки до Туреччини, навпаки, стали дещо дешевшими на 6 %. Це свідчить про те, що ринок туристичних послуг у 2025 році демонструє диференційовану динаміку цін залежно від напрямку та формату туру, залишаючись при цьому привабливим для багатьох українців.

Крім того, інші фактори поступово впливають на галузь. Оскільки основні туристичні напрямки розташовані безпосередньо в Євразоні або партнери здійснюють розрахунки в доларах, вартість безпосередньо залежить від коливань обмінного курсу. Ще одним фактором автобусних турів є зростання цін на паливо. Таким чином, через війни і удари по українській економіці ціна туру може зрости.

Стійкість українців до несприятливих обставин та вміння долати труднощі. Хоч цей фактор важко виміряти, про нього не можна забувати, оскільки саме такий підхід дозволить відновити та розвинути галузь. Особливо вражає, як швидко українському бізнесу вдається оновлювати логістику і надавати українцям буквально кращі послуги.

На зміну звичним чартерним рейсам зі столиці і навіть найближчого обласного центру прийшла поїздка з аеропортів сусідніх країн – Молдови, Польщі, Румунії. Це продовжить поїздку і вплине на вартість. Проте, як показує динаміка бронювань, українці з розумінням ставляться до вимушених незручностей. Понад 158 000 українців забронювали тури в зарубіжні країни.

Закордонні поїздки також є додатковим важелем дипломатичного впливу України. Туристи використовують свої власні історії для інформування іноземців про події в країні, вони також змінюють ринок — зростає попит на «неросійські» готелі. Враховуючи велику кількість туристів і внутрішньо переміщених осіб в Україні, і сама країна привертає до себе увагу, поступово такі настрої можуть вплинути на ставлення готельєрів. Це також робить відчутний і позитивний вплив на державну структуру.

## Висновки до розділу 1

У першому розділі магістерської дипломної роботи проведено аналіз теоретичних підходів до визначення сутності туризму та процесів інтеграції національного туристичного ринку у світовий туристичний простір. Розглянуто основні наукові концепції та підходи до оцінки ролі туризму в умовах глобалізації.

Проведений огляд літературних джерел щодо теоретичних розробок вітчизняних та зарубіжних науковців, а також вивчення практичного досвіду фахівців у сфері туризму, дозволив зробити висновок, що інтегрованість національного туристичного ринку у світовий туристичний простір є складним багатофакторним процесом, який формується під впливом економічних, політичних, соціальних та інституційних чинників і безпосередньо залежить від рівня безпеки, стану туристичної інфраструктури, конкурентоспроможності туристичного продукту та ефективності державної політики у сфері туризму.

Визначено, що інтегрованість національного туристичного ринку у світовий туристичний простір формується під впливом сукупності економічних, політичних, соціальних та безпекових чинників, серед яких ключову роль відіграють рівень міжнародної стабільності, стан туристичної інфраструктури, конкурентоспроможність туристичного продукту та ефективність державної політики у сфері туризму.

Наголошено на тому, що воєнні дії та геополітична нестабільність мають безпосередній негативний вплив на розвиток туристичної галузі, спричиняючи скорочення в'їзних туристичних потоків, зниження інвестиційної привабливості та обмеження інтеграції країни у світовий туристичний простір.

Проведено аналіз динаміки та структури туристичних потоків України у 2021–2024 роках, за результатами якого встановлено істотне скорочення в'їзного туризму та зростання частки виїзного туризму, що

свідчить про формування асиметричної моделі інтеграції національного туристичного ринку.

Визначено, що внутрішній туризм у досліджуваний період відігравав стабілізаційну роль у розвитку туристичної галузі, частково компенсуючи втрати від зменшення міжнародної туристичної активності та сприяючи підтримці економічної діяльності туристичних підприємств.

Проаналізовано географічну структуру в'їзного туризму, що дозволило встановити домінування сусідніх країн у формуванні туристичних потоків до України та скорочення відвідувань з віддалених туристичних ринків, що негативно впливає на рівень міжнародної туристичної інтеграції.

Проведено оцінку доходів від туристичної діяльності за 2021–2024 роки, за результатами якої виявлено значну чутливість фінансових показників туристичної галузі до зовнішніх кризових чинників та наголошено на поступовому відновленні доходів у 2023–2024 роках.

Узагальнюючи результати першого розділу, можна дійти висновку, що інтегрованість національного туристичного ринку України у світовий туристичний простір у досліджуваний період істотно знизилася під впливом воєнно-політичних та економічних факторів. Водночас збереження внутрішнього туристичного потенціалу, поступове відновлення фінансових показників і підтримка міжнародних контактів створюють передумови для подальшої реінтеграції України у глобальний туристичний простір у післявоєнний період.

## **РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

### **2.1. Оцінка ресурсного потенціалу туризму в регіонах країни**

Ресурси, необхідні для реалізації стратегії післявоєнної відбудови та розвитку України, підкріплені тягарем нерозподіленого прибутку, є головною і найскладнішою проблемою, вирішення якої полягає у визначенні потенціалу держави щодо повного використання наявних ресурсів для досягнення своїх стратегічних цілей. Заходи боротьби з безробіттям – це запуск широкомасштабної програми працевлаштування безробітних, які не можуть знайти роботу для заміщення втрачених робочих місць; створення робочих місць для внутрішньо переміщених осіб у безпечних зонах на центральному заході України; відновлення здоров'я населення – організація ефективної системи медичної, психологічної та фізичної реабілітації, реабілітаційного лікування учасників конфліктів та цивільного населення, тощо. Найшвидший шлях до вирішення цих проблем – використання потенційних ресурсів туристичного сектору України.

Державне регулювання є ключовим фактором, що визначає надання ресурсів для післявоєнної відбудови України. Враховуючи брак ресурсів та обмеженість фінансових коштів, а також величезний невикористаний потенціал ресурсів відпочинку та дозвілля в економічному циклі, існує нагальна потреба у «запуску» інституційних та економічних механізмів раціонального та ринкового використання природних лікувальних ресурсів та природних територій курортів.

Єдиної схеми поділу України на туристичні регіони не існує. Автор усталеного туристичного районування, професор Олександр Бейдик, пропонує наступну схему районування, виділяючи п'ять регіонів:

- Причорноморський: включає Одеську, Миколаївську та

Херсонську області, які частково окуповані і не можуть бути використані в туристичних цілях через видобуток корисних копалин.

– Карпатсько-Подільський: Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька та Вінницька області.

– Полісько-Столичний: Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська області.

– Придніпровсько-Донецький: Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська, Кіровоградська області, які наразі зазнають серйозної шкоди своїй інфраструктурі та природному потенціалу через тотальну війну з росією.

– Харківський ресурсно-рекреаційний регіон включає Харківську та Сумську області, які перебувають у схожій ситуації з Придніпров'ям Донецької області [6].

Територія України є сприятливою для розвитку туризму завдяки своїм природним умовам, історико-культурним, матеріальним, людським ресурсам. Природні туристичні ресурси – це компоненти природного середовища з привабливими для туристів характеристиками. [25].

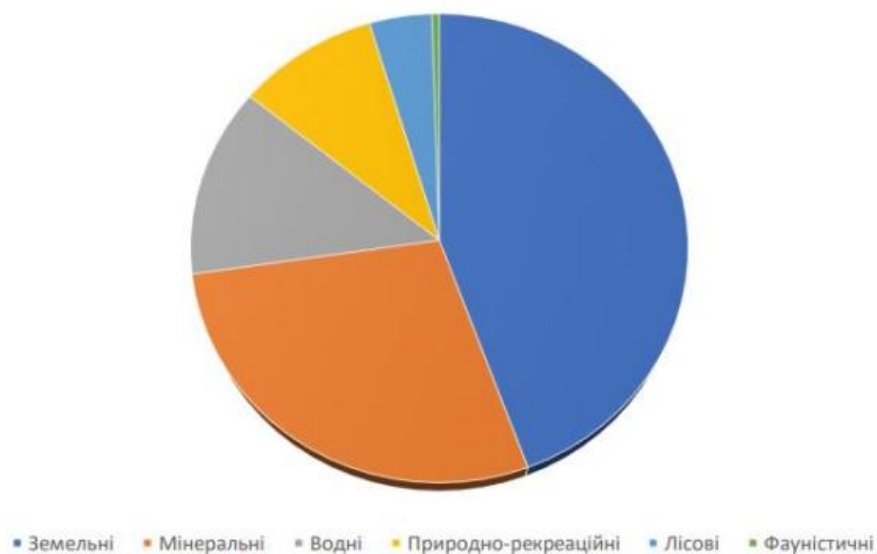


Рис.2.1. Компонентна структура природно-ресурсного потенціалу України

Джерело: складено автором на основі [18]

Найбільшу частку в структурі ресурсів України займають земельні ресурси (44,4% від загального ресурсного потенціалу). Мінеральні ресурси (28,3%), водні ресурси (13,1%) та природні рекреаційні ресурси (9,5%) посідають друге, третє та четверте місця відповідно. Найменший потенціал в Україні мають лісові ресурси (4,2%) та ресурси тваринного світу (0,5%) (див. рис. 2.1.) [49].

Україна має один з найбільших лісових масивів у Європі. Рельєф, ландшафт і печери, придатні для відпочинку та пізнання, мають велику цінність для туризму.

Україна має значний спелеологічний потенціал з великою кількістю розвіданих та описаних карстових печер, чотири з яких входять до 100 найдовших печер світу (печера Оптимістична, печера Озерна, печера Попелюшка та печера Муринки). Печери в основному розташовані в Подільсько-Буковинському та Карпатському регіонах. Україна має понад 6 700 природоохоронних територій, у тому числі 20 природних заповідників. Наразі в Україні налічується 13 природних заповідників та 11 національних природних парків. Заповідники та національні природні парки займають понад 10 відсотків території України і фізично та географічно розташовані майже скрізь. Сьогодні, через бойові дії та територіальну окупацію, важко визначити, чи всі заповідні території функціонують, який стан флори та фауни, якої шкоди завдано мінуванням та ракетними ударами [50].

Конфлікт в Україні створює нові виклики для глобального економічного середовища та ризикує підірвати відновлення довіри до подорожей: Хоча на Україну припадає менше 1% міжнародних туристичних витрат у 2020 році, закриття українського повітряного простору та заборона російських авіакомпаній вплинули на внутрішньоєвропейський туризм. Це також призвело до скасування далекомагістральних рейсів між Європою та Східною Азією, що збільшило

витрати. Якщо конфлікт продовжиться, світова туристична індустрія може втратити щонайменше 14 мільярдів доларів доходу [12].

ООН ініціювала проведення засідання Ради Безпеки ООН на тему "Руйнування культурної спадщини в результаті російської агресії проти України". У засіданні взяли участь постійні представники Ради Безпеки ООН, а також представники ЮНЕСКО та Міжнародної ради з питань пам'яток і визначних місць (ІКОМОС), які нещодавно відвідали Україну. З початку військової окупації російські війська скоїли 423 злочини проти культурної спадщини України. Руйнується як історична, так і природна спадщина. Серед зруйнованих - 128 об'єктів нерухомої культурної спадщини зі статусом офіційних пам'яток, 147 культових споруд (50 з них занесені до переліку пам'яток історії, архітектури чи містобудування або цінних історичних пам'яток), 136 будівель, що належать християнським громадам (125 православних церков, 10 протестантських, 2 католицькі), 4 мусульманські, 6 іудейських, 46 пам'ятників, присвячених історичним постатям або подіям 19-го – початку 21-го століття. 33 музеї та заповідники, 59 культурних центрів, театрів, кінотеатрів, 40 бібліотек [13].

Пошкодження та руйнування нерухомої культурної спадщини зафіксовано у 15 областях України внаслідок ракетних обстрілів, бомбардувань та артилерійських обстрілів. Географічно ця зона охоплює майже всю територію України – від Луганської та Донецької областей на сході до Львівської області на заході, впритул до кордону з Польщею.

Унаслідок тимчасової окупації частини територій України було втрачено доступ до значної кількості природних туристичних об'єктів загальнодержавного значення. Зокрема, недоступними стали Олешківські піски, біосферний заповідник «Асканія-Нова», Кінбурнська коса, острів Джарилгач, а також значна частина узбережжя Азовського моря, включно з Єнісейським та Рожевим солоними озерами, курортними зонами Кирилівки, Скадовська, Бердянська й Очакова, а також окремими ділянками Скіфського узбережжя.

Крім того, через мінування прикордонних територій на півночі України, зокрема на кордоні з Республікою Білорусь, стала неможливою рекреаційна діяльність у районах Волинських озер та проведення водних туристичних маршрутів у межах Національного природного парку «Прип'ять – Стохід». Це суттєво обмежило можливості розвитку екологічного та активного туризму в зазначених регіонах.

Той факт, що окупаційні війська не звертають жодної уваги на релігійні споруди на території України, є яскравим свідченням повного забуття моралі та відкидання загальнолюдських цінностей. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, станом на 2026 рік унаслідок повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну було зруйновано або пошкоджено понад 180 культових споруд, що становить значну втрату для національної культурної та духовної спадщини. Серед постраждалих об'єктів близько п'яти належать до мусульманської релігійної традиції, п'ять – до юдейської, тоді як переважна більшість, а саме понад 170 споруд, є християнськими храмами. Найбільших руйнувань зазнали Донецька та Луганська області, де зафіксовано відповідно понад 45 та 40 зруйнованих культових об'єктів. Значні втрати також понесли Київська та Харківська області, де кількість пошкоджених храмів перевищує 30 та 25 об'єктів відповідно.

Серед найвідоміших об'єктів сакрального туризму, які постраждали внаслідок воєнних дій, слід виокремити Святогірський монастир, а також низку унікальних пам'яток Чернігівської області, зокрема Чернігівський Дитинець та історичні міські укріплення, Спасо-Преображенський собор XI століття, Катерининську церкву XVIII століття, Борисоглібський собор XII століття та Єлецький Успенський монастир XI століття.

Чернігівська область, яка до початку повномасштабної війни була популярним туристичним напрямом для іноземних і вітчизняних відвідувачів, зокрема зацікавлених у розвитку так званого темного туризму, станом на 2026 рік залишається частково малодоступною через

безпекові обмеження та пошкодження інфраструктури. Значних руйнувань зазнала й готельна база у містах Чернігів, Одеса, що істотно ускладнює відновлення туристичної діяльності та прийом туристів у постраждалих регіонах.

Упродовж останніх років туристична сфера України функціонувала в умовах тривалої кризової нестабільності, однак у 2024 році почали проявлятися стійкі тенденції до її відновлення. Попри вплив воєнних дій, енергетичних обмежень та пошкодження об'єктів туристичної інфраструктури, туристичний бізнес поступово адаптувався до нових умов господарювання.

У сучасних реаліях туристична діяльність набуває багатовимірною значення, поєднуючи рекреаційну, соціальну та фіскальну функції. Заклади розміщення та рекреаційні комплекси виконують роль середовища відновлення людського потенціалу, а також забезпечують стабільні податкові надходження до державного бюджету, які мають важливе значення для фінансування загальнодержавних потреб.

Поступове поживлення туристичної сфери супроводжується формуванням передумов для її подальшої стабілізації та розвитку. Аналіз сучасного стану галузі свідчить про наявність як суттєвих обмежень, так і потенційних можливостей для її функціонування в середньостроковій перспективі.

Статистичні дані органів державного управління у сфері туризму засвідчують зростання фінансових показників галузі. Так, за підсумками трьох кварталів 2024 року обсяг податкових надходжень від туристичної діяльності перевищив 2 млрд грн, що суттєво перевищує відповідні показники попереднього року (див. рис. 2.2). Порівняльний аналіз свідчить про позитивну динаміку у відновленні доходів туристичної сфери та поступове наближення до довоєнного рівня економічної активності.

Ключову роль у формуванні фінансових результатів туристичної галузі відіграє готельний сектор, частка якого у структурі податкових

надходжень залишається домінуючою. Зростання обсягів сплачених податків у цьому сегменті підтверджує його системоутворююче значення для національного туристичного ринку та економіки країни загалом.

## ПОДАТКИ ЗА 9 МІСЯЦІВ 2024 РОКУ

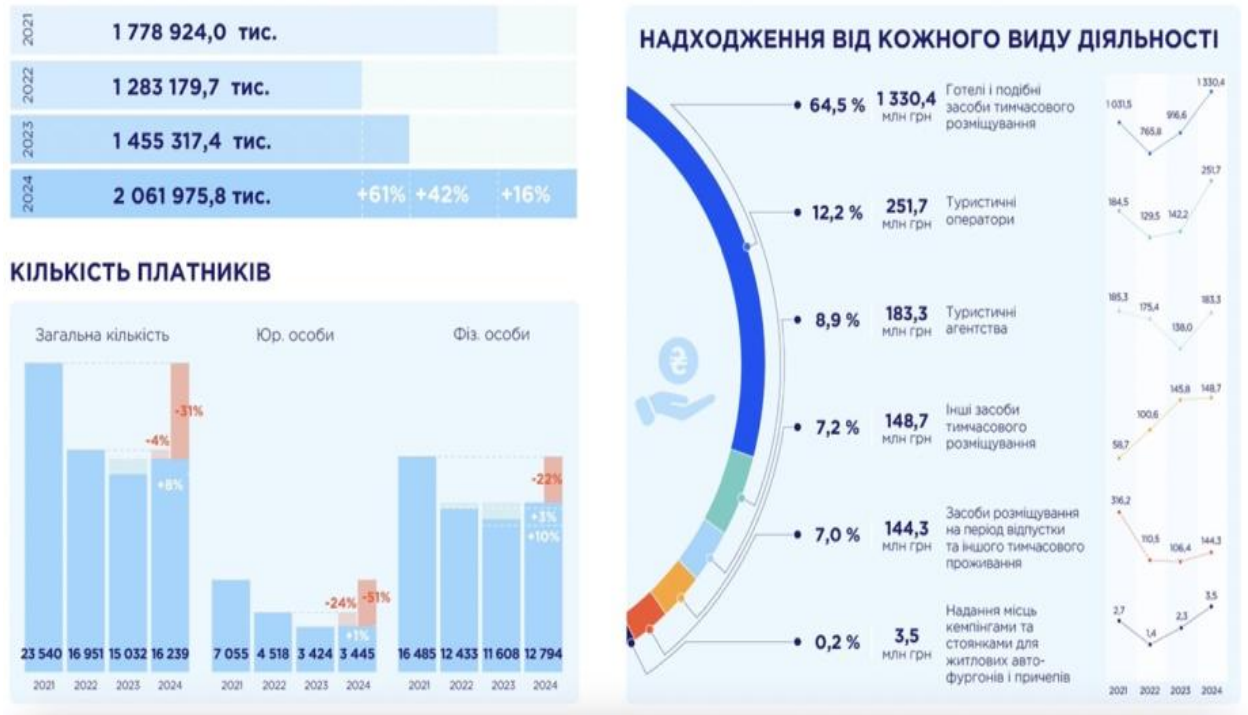


Рис. 2.2 Податки за 9 місяців 2024 року

Окремої уваги заслуговує позитивна динаміка податкових надходжень від діяльності туристичних баз та дитячих закладів оздоровлення. У 2024 році сума сплачених ними податків перевищила 148 млн грн, що свідчить про зростання економічної активності у цьому сегменті порівняно з попереднім роком. Водночас зазначений показник залишається нижчим за довоєнний рівень, що вказує на неповне відновлення відповідного напрямку туристичної діяльності.

Позитивні зрушення також простежуються у сфері кемпінгового туризму. За підсумками трьох кварталів 2024 року податкові надходження від кемпінгів та майданчиків для розміщення автофургонів зросли більш ніж удвічі порівняно з 2023 роком. Попри те, що абсолютні значення залишаються дещо нижчими за показники 2021 року, така динаміка

свідчить про поступове відновлення інтересу до альтернативних форм туристичних подорожей.

Аналіз кількості суб'єктів господарювання у туристичній сфері показує збільшення числа платників податків у 2024 році порівняно з попереднім роком, що є ознакою поживлення підприємницької активності. Разом з тим, у порівнянні з довоєнним періодом, загальна кількість учасників туристичного ринку залишається суттєво меншою, що відображає довготривалі наслідки кризових явищ.

Незважаючи на складні умови функціонування, туристична галузь України демонструє достатній рівень стійкості та адаптивності, зберігаючи потенціал для формування стабільних бюджетних надходжень у майбутньому. Водночас розвиток галузі стримується низкою об'єктивних факторів, серед яких пошкодження туристичної інфраструктури, коливання попиту на туристичні послуги та дефіцит кваліфікованих кадрів.

Додатковим обмежувальним чинником виступає зменшення чисельності потенційних споживачів туристичних послуг унаслідок вимушеної міграції населення за кордон, що негативно впливає на масштаби внутрішнього туризму. Попри це, на туристичному ринку вже простежуються ознаки поступового відновлення, насамперед у сегменті внутрішніх подорожей, який відіграє важливу роль у підтримці національної економіки.

Серед найбільш затребуваних туристичних напрямів знову зростає інтерес до гірських і прибережних регіонів країни, що свідчить про відновлення рекреаційного попиту. Важливе значення у цьому процесі має державна підтримка, спрямована на відновлення туристичної інфраструктури, реалізацію програм стимулювання інвестицій та створення умов для сталого розвитку туристичної сфери.

У період пандемії COVID-19 у 2019–2020 роках спостерігалось суттєве скорочення податкових надходжень від туристичної сфери, однак

уже у 2021 році розпочався поступовий процес відновлення галузі. Водночас повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року призвело до майже повного припинення туристичної діяльності, за винятком функціонування закладів розміщення для внутрішньо переміщених осіб.

Для оцінки змін у фінансових показниках туристичної сфери доцільно здійснити порівняльний аналіз податкових надходжень за перші квартали 2021–2023 років (див. рис. 2.3). Зазначений період є репрезентативним, оскільки перший квартал традиційно характеризується найнижчим рівнем податкових надходжень у туристичній галузі через сезонний характер попиту, що дозволяє об'єктивно оцінити вплив кризових факторів на стан галузі.

За офіційними даними, у першому кварталі 2023 року обсяг податків, сплачених підприємствами туристичної сфери, істотно скоротився порівняно як з 2022, так і з 2021 роком. Загальна сума надходжень до державного бюджету становила близько 383 млн грн, що свідчить про зниження на 29 % у річному вимірі та майже на 40 % у порівнянні з довоєнним періодом. Одночасно відбулося значне скорочення кількості платників податків у туристичній галузі, що відображає загальне звуження ринку туристичних послуг.

Найбільшу частку податкових надходжень традиційно забезпечували підприємства готельного господарства, на які припадала понад половина загального обсягу сплачених податків. Проте навіть у цьому сегменті зафіксовано суттєве падіння фінансових показників порівняно з попередніми роками, що свідчить про значний негативний вплив воєнних дій на ключові елементи туристичної інфраструктури.

Водночас регіональний аналіз податкових надходжень демонструє нерівномірність впливу воєнних факторів на туристичну діяльність. У низці західних областей України зафіксовано зростання податкових надходжень від засобів розміщення, що пояснюється їх відносною

віддаленістю від зон активних бойових дій, нижчим рівнем безпекових загроз та збереженням туристичної привабливості. Натомість у регіонах, що перебувають у зоні бойових дій або постійних обстрілів, податкові надходження від туристичної діяльності скоротилися в рази або майже повністю зникли.

Зменшення кількості платників податків у туристичній сфері у порівнянні з 2021 роком свідчить про те, що значна частина суб'єктів туристичного бізнесу була змушена припинити діяльність або вийти з ринку, що підтверджує глибину кризових процесів у галузі та актуальність пошуку ефективних механізмів її відновлення.

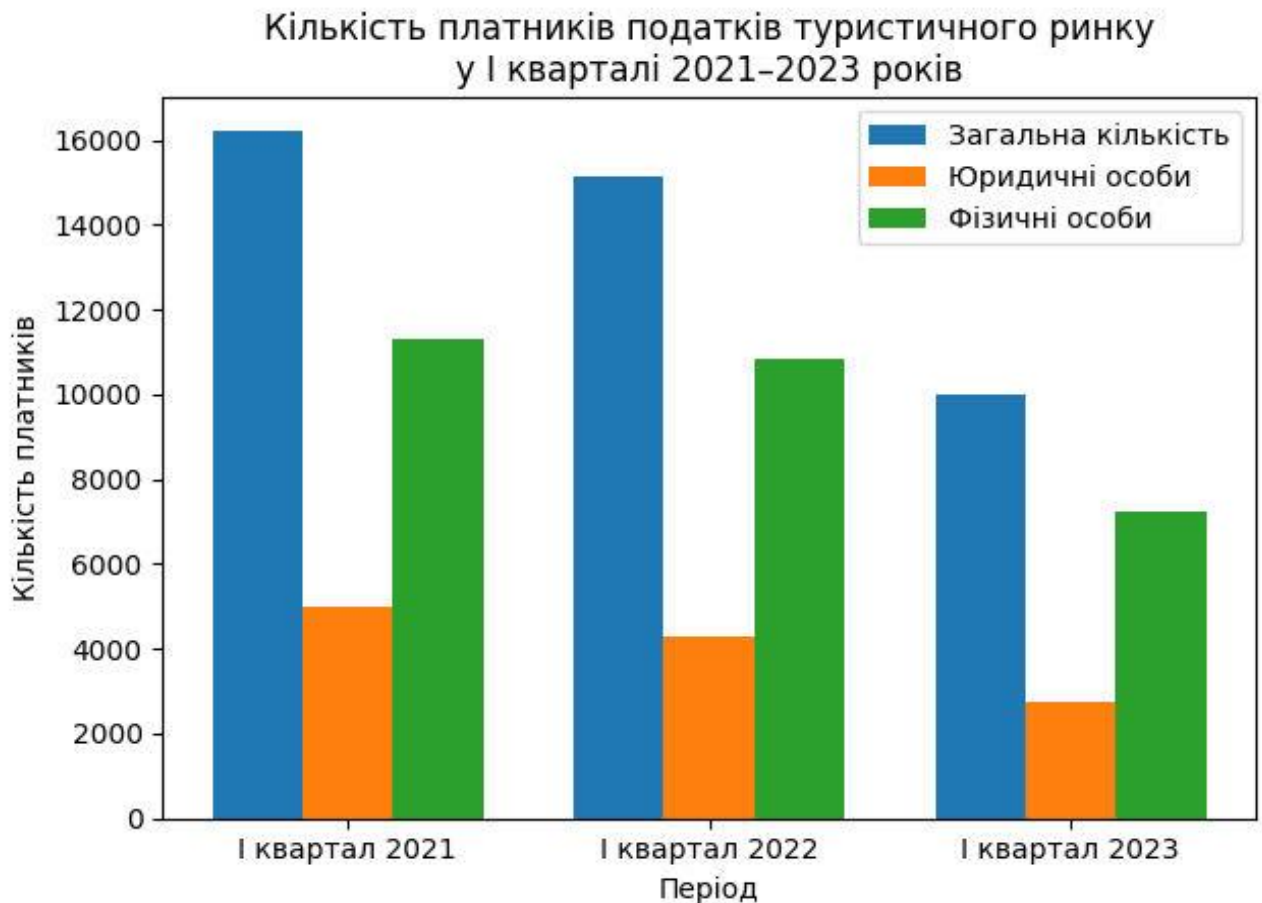


Рис.2.3 Кількість платників податків туристичного ринку у I кварталі 2021-2023 років

Джерело: складено [18]

У другому кварталі 2023 року негативні тенденції у розвитку туристичної галузі України ще більше посилювалися. Це було зумовлено масштабними техногенними та безпековими загрозами, зокрема руйнуванням греблі Каховської гідроелектростанції, а також постійними ризиками, пов'язаними з ситуацією навколо Запорізької атомної електростанції. Наслідком цих подій стали значні екологічні втрати, що мали безпосередній вплив на туристичний потенціал південних регіонів країни.

Затоплення об'єктів історико-культурної спадщини та природних територій, пошкодження флори і фауни, підтоплення підприємств туристичної інфраструктури у Херсонській та Миколаївській областях, забруднення водних ресурсів і потенційні зміни солоності Чорного моря в межах Одеської області, а також ускладнення з забезпеченням населення питною водою стали проявами масштабного екологічного лиха. Зазначені фактори суттєво ускладнили процес відновлення туристичної діяльності на півдні України навіть у середньостроковій перспективі.

З метою аналізу змін у структурі та напрямках розвитку ринку туристичних послуг було досліджено класифікацію регіонів України за домінуючими видами туризму у 2021 році на основі даних Державного агентства розвитку туризму України (рис. 2.4). Результати аналізу свідчать, що у зазначений період туристичний ринок України характеризувався значною різноманітністю видів туризму, орієнтованих на різні цілі подорожей і потреби туристів.

У 2021 році культурно-пізнавальний та екологічний туризм були пріоритетними у більшості регіонів, тоді як лікувально-оздоровчий, релігійний, сільський і подієвий туризм мали другорядне значення. Водночас такі види туризму, як шопінг-туризм, гастрономічний, активний та пригодницький, характеризувалися низьким рівнем попиту. Окремі області, зокрема Дніпропетровська, Рівненська та Сумська, відзначалися слабким розвитком туристичної діяльності.

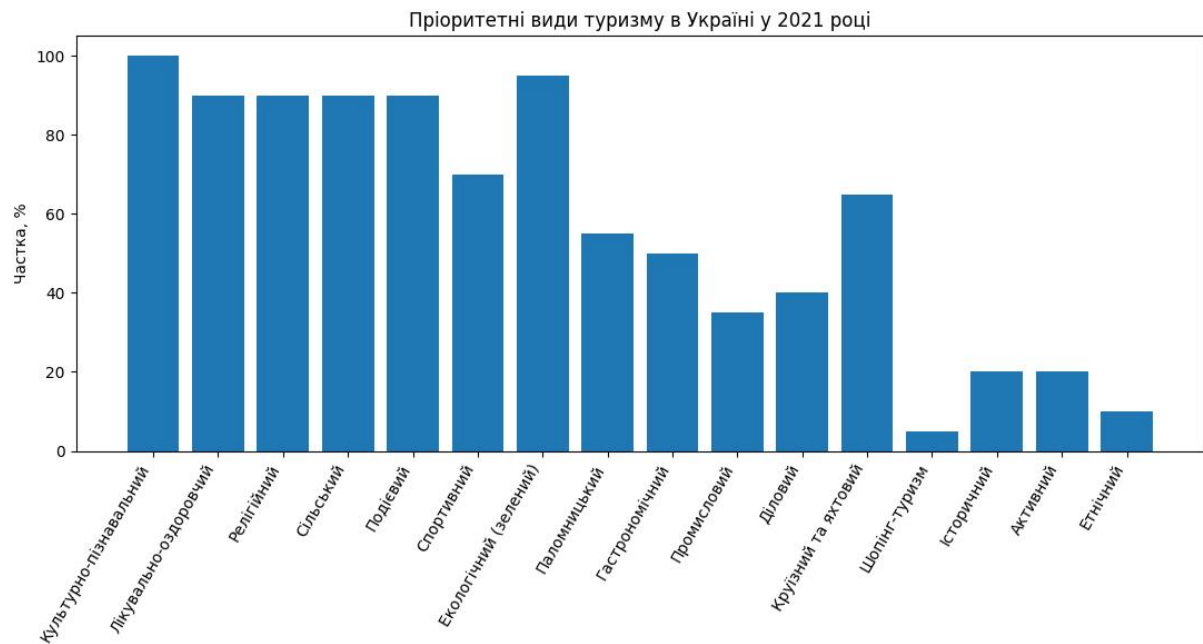


Рис.2.4 Пріоритетні види туризму в Україні у 2021 році (%)

Джерело: складено автором на основі [39]

Після початку повномасштабної війни туристична активність тимчасово припинилася, однак з літнього сезону ринок почав поступово адаптуватися до нових умов. Основний попит був зосереджений на внутрішньому туризмі, передусім у відносно безпечних регіонах Західної України. Разом із цим відбулося розширення географії туристичних напрямів за рахунок областей, які раніше не формували значних туристичних потоків.

У період воєнного стану туристичний продукт зазнав суттєвих трансформацій: з'явилися нові напрями, зокрема індустріальний туризм і філантуризм, тоді як пріоритет культурно-пізнавального туризму помітно знизився, що відображає зміну туристичних потреб і мотивацій населення.

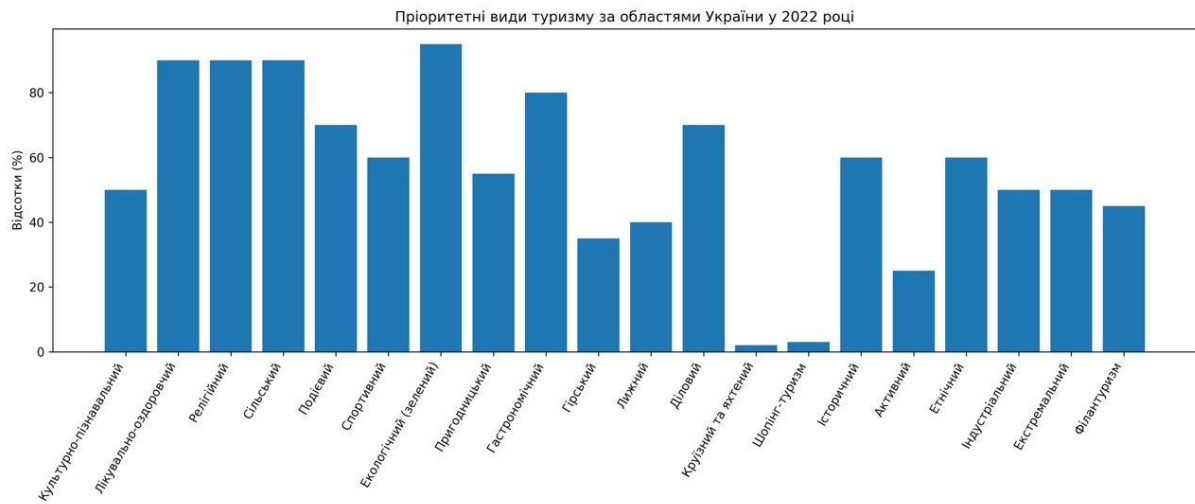


Рис.2.5 Пріоритетні види туризму в Україні у 2022 році (%)

Джерело: складено автором на основі [39]

В умовах воєнного стану сформувалися нові характерні риси розвитку внутрішнього туризму. Зокрема, спостерігається зростання попиту на санаторно-оздоровчі, рекреаційні, психологічні та екологічні туристичні продукти (рис. 2.5). Одночасно відбулося скорочення тривалості подорожей і горизонтів планування туристичних поїздок, а також зміна структури туристичного попиту, що проявляється у зменшенні розмірів туристичних груп і поширенні індивідуальних форм подорожей.

На сучасному етапі внутрішній туризм характеризується підвищеним інтересом до відпочинку в межах природних територій і розвитку етнотуристичних маршрутів, які дозволяють частково відновити психологічний стан населення в умовах війни. Водночас прогнозується, що у післявоєнний період значно зросте зацікавленість у історико-культурному та меморіальному туризмі. Це буде зумовлено прагненням суспільства глибше осмислити події минулого і сучасності, зберегти національну пам'ять та відвідати деокуповані території за умови забезпечення належного рівня безпеки.

Таким чином, проведений аналіз свідчить, що туристична сфера України, попри значні втрати внаслідок воєнних дій, зберігає високий

ресурсний потенціал і поступово демонструє ознаки відновлення. Встановлено, що внутрішній туризм у сучасних умовах відіграє ключову роль у підтримці економічної активності регіонів, формуванні бюджетних надходжень та збереженні туристичної інфраструктури. Водночас подальший розвиток галузі стримується руйнуванням об'єктів культурної й природної спадщини, безпековими ризиками, міграційними процесами та дефіцитом трудових ресурсів. З огляду на це, відновлення та ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу України потребує посилення державної підтримки, реалізації інфраструктурних проєктів та створення умов для сталого розвитку туризму у післявоєнний період.

## **2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення туризму в регіонах країни**

З 24 лютого 2022 року триває збройна окупація України росією, що спричинила серйозні гуманітарні страждання, а також завдала значної шкоди інфраструктурі та економічному сектору, в тому числі туризму. Замість розвитку внутрішнього туризму відбувся багатомільйонний відтік населення всередині країни, а масова еміграція громадян України за кордон не була пов'язана з туризмом. Водночас поступове звільнення української території від російських військ породило надію на повернення мирного життя в осяжному майбутньому. Війна зруйнувала туристичну галузь, порушила фінансові, енергетичні та продовольчі ринки і спричинила сильну інфляцію в усьому світі. Туризм у центральній, східній та південній Україні повністю зупинився. З огляду на ці тенденції, питання повоєнної відбудови туризму є особливо актуальним сьогодні.

Зокрема, Олександр Носирєв, Тетяна Деділова та Інна Токар [55] визначили такі негативні наслідки війни для туристичного сектору неналежний рівень безпеки та захисту туристів; пошкодження та

руйнування туристичної інфраструктури та туристичних об'єктів; дефіцит кваліфікованих кадрів у туристичному секторі через значне переміщення населення, в тому числі працівників туристичної сфери; скорочення туристичних програм через перерозподіл фінансових ресурсів на оборонний та соціальний сектори; зниження туристичної привабливості країни; зменшення туристичних потоків та надходжень до бюджету.

Оксана Роїк та Оксана Недзвецька [71] зазначають, що для України, яка має великий потенціал у туристичній сфері, напрям розвитку туризму має стати одним із пріоритетних з метою забезпечення збалансованого розвитку регіону в гармонії з природою та зі збереженням природних ресурсів. Ця мета буде досягнута шляхом збільшення кількості туристів, особливо іноземних, які подорожують Україною; збільшення частки ВВП, особливо частки туризму в структурі ВВП; збільшення обсягів надання туристичних послуг та створення нових робочих місць у сфері туризму та суміжних галузях; подальшого розвитку туристичної інфраструктури та інфраструктури для залучення туристів. Створення сприятливих умов для розвитку; збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів за рахунок туристичної діяльності; сприяння підвищенню рівня управління та ефективності туризму.

Сьогодні туристичний сектор характеризується такими особливостями, що безпосередньо стосуються туристичної інфраструктури: управління туризмом має бути зосереджене на волонтерстві, туристичні бази мають використовуватися як гуманітарні та волонтерські штаби, а вздовж туристичних маршрутів мають бути побудовані бомбосховища та інші захисні споруди [37]. Потрібно мінімізувати маршрути навколо ключових урядових і військових об'єктів, які можуть стати мішенню для російських ракетних або бомбових атак. Бойові дії, що тривають, і наявність мінних полів унеможливають пляжні та пішохідні тури, і очікується, що їх ліквідація після закінчення війни займе кілька років.

Рис. 2.6, на якому відображено динаміку внеску туризму у ВВП України впродовж 2019–2023 рр., демонструє, що за нинішніх умов повномасштабної війни вплив цих подій на економіку загалом і туристичну сферу зокрема є надзвичайно відчутним. До початку війни частка туризму у ВВП становила близько 3 %, тоді як наприкінці 2023 року вона скоротилася приблизно до 2 %. Такий рівень є вкрай низьким, особливо з урахуванням значного туристичного потенціалу України.

Як видно з наведених даних, у 2019–2021 рр. унесок туристичної галузі стабільно утримувався на рівні близько 3 %. Хоча у 2021 році спостерігалися ознаки відновлення після пандемії COVID-19, початок активних бойових дій, запровадження обмежень на пересування, зростання безпекових ризиків та загальні економічні труднощі призвели до різкого скорочення ролі туризму в економіці. У результаті його частка у ВВП зменшилася до 2,1 % у 2022 році та до 2,0 % у 2023 році.

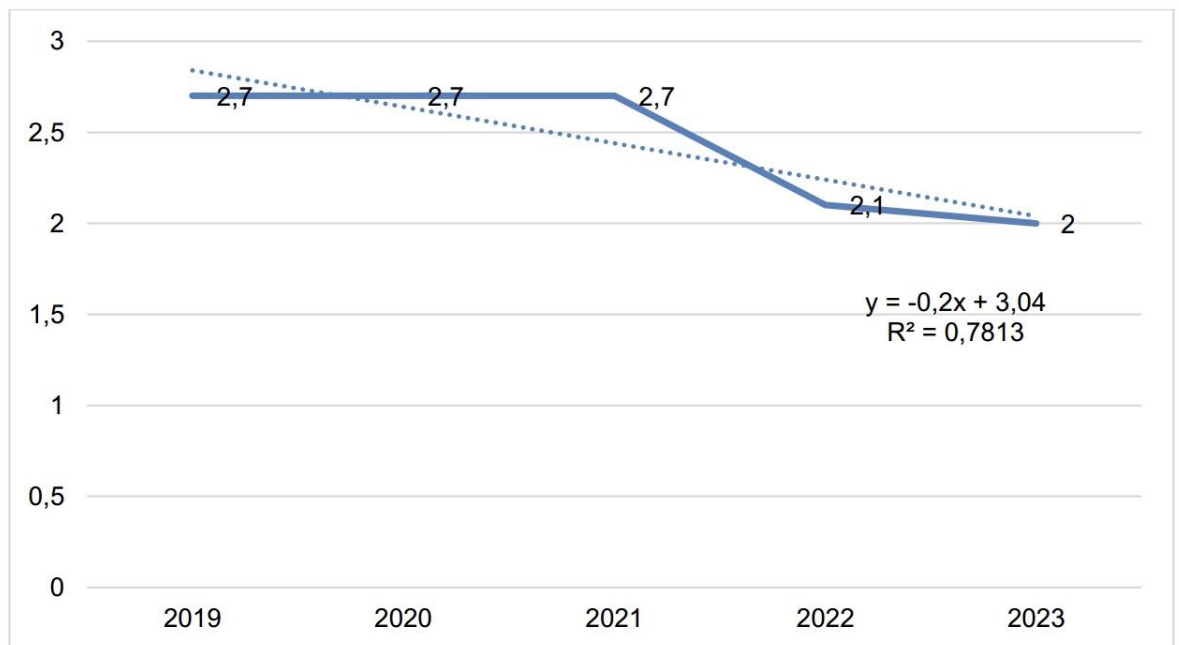


Рис. 2.6 Внесок туризму у ВВП України за 2019–2023 рр., у %

Джерело: [59]

Отримані показники свідчать про істотний негативний вплив війни та супутніх економічних обмежень на можливості туристичної галузі до відновлення й розвитку. Нестабільна ситуація в країні фактично стримує функціонування однієї з традиційно важливих складових національної економіки. З огляду на зафіксований негативний тренд і прогноз, побудований на основі моделі, що передбачає подальше зниження частки туризму у ВВП ( $y = -0,2x + 3,04$ ;  $R^2 = 0,7812$ ), доцільно наголосити на необхідності розроблення та впровадження ефективних стратегій підтримки внутрішнього туризму, а також формування безпечних і привабливих умов для залучення іноземних туристів у післявоєнний період.

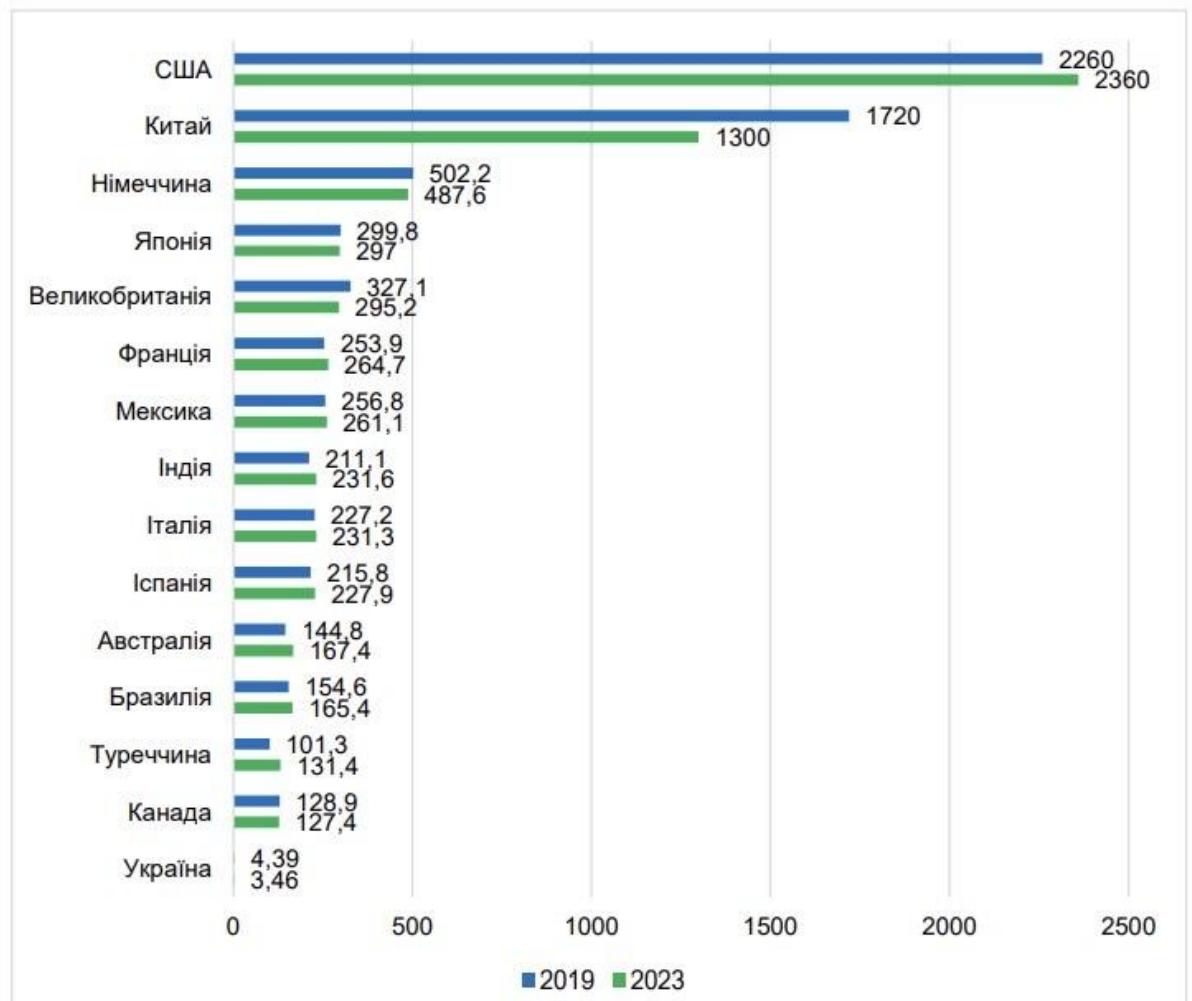


Рис. 2.7 Внесок подорожей і туризму у ВВП на провідних світових туристичних ринках та України у 2019 та 2023 роках, млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі [59]

Порівняльний аналіз України з іншими країнами світу свідчить про наявність різноспрямованих тенденцій у розвитку туристичної галузі (рис. 2.6). Такі держави, як США, Китай, Індія, Мексика, Франція, Іспанія, Італія, Австралія та Бразилія у 2023 році продемонстрували зростання внеску туризму у ВВП порівняно з 2019 роком. Водночас саме Китай зазнав найбільшого абсолютного скорочення цього показника — на 420 млрд дол. США (з 1 720 млрд дол. у 2019 році до 1 300 млрд дол. у 2023 році). Таке зниження є наслідком жорстких карантинних обмежень, трансформації глобальних туристичних потоків і внутрішніх економічних проблем.

Падіння внеску туризму також зафіксовано у Німеччині та Великобританії, що може бути пов'язано з інфляційними процесами, зміною туристичних уподобань населення та загальною економічною ситуацією в цих країнах. На цьому тлі Україна, на жаль, суттєво відстає від усіх розглянутих держав за абсолютними обсягами туристичного внеску у ВВП. Навіть найменший серед проаналізованих ринків – Канада – у 2023 році забезпечила 127,4 млрд дол. США, що перевищує показник України у 36 разів. Зазначені дані наочно підтверджують вкрай обмежену роль туризму в українській економіці в умовах війни та дії воєнного стану.

Активність туристичних підприємств також можна прослідити через призму сплачених податків.

Тож на рис. 2.8 зображена динаміка сплачених податків туристичними підприємствами.

Аналіз обсягів податкових надходжень від туристичних підприємств у 2021–2024 рр. дає змогу окреслити такі тенденції. У 2021 році сума сплачених податків становила 2232 млн грн, що вже свідчило про поступове пожвавлення галузі після кризового періоду, зумовленого пандемією. Водночас у 2022 році цей показник скоротився до 1551 млн грн, що відображає суттєвий негативний вплив повномасштабної війни на економічний стан туристичного сектору.

Починаючи з 2023 року, простежується позитивна динаміка: обсяг податкових надходжень зріс до 2049 млн грн, що вказує на поступове відновлення діяльності туристичних підприємств після найскладнішого періоду. У 2024 році сума сплачених податків досягла 2938 млн грн, ставши найвищою за весь аналізований період. Це може свідчити не лише про стабілізацію, а й про певне покращення ситуації в туристичній галузі, зокрема завдяки активізації внутрішнього туризму та поступовому відновленню міжнародних подорожей.

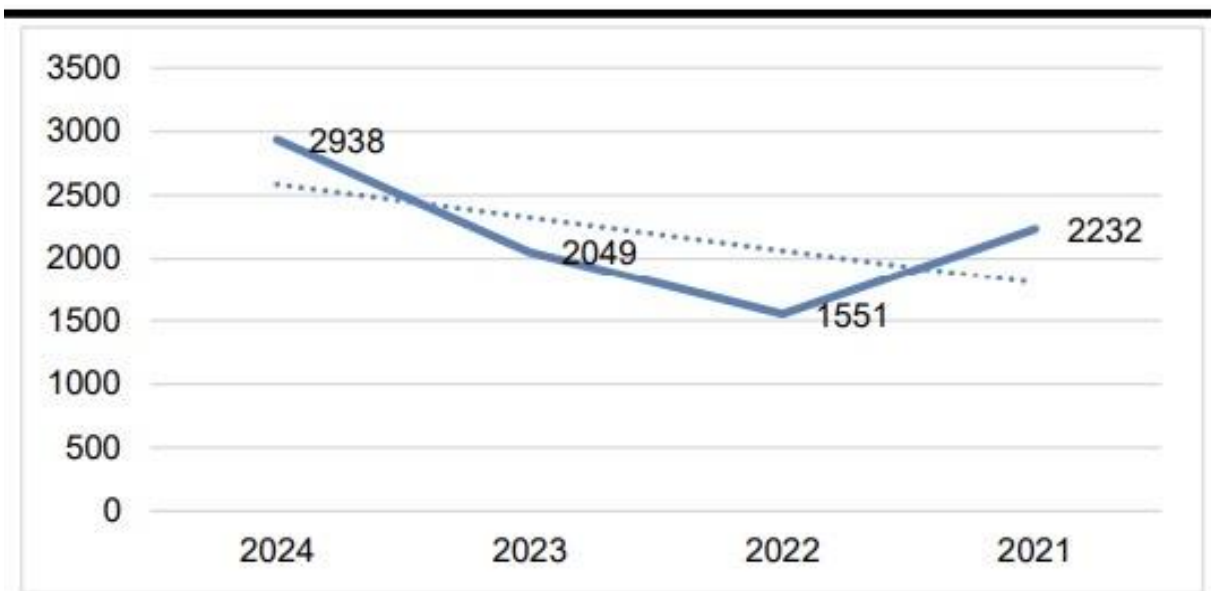


Рис. 2.8 Сплачені податки туристичними підприємствами України в період 2021–2024 рр.

Джерело: складено автором на основі [59]

Важко оцінити повну міру шкоди, завданої туристичній інфраструктурі, оскільки деякі райони наразі окуповані або перебувають у процесі розмінування. Однак центральні регіони України найбільше постраждали від перебоїв у роботі інфраструктури, що проявляється в регулярних відключеннях електроенергії через пошкодження електростанцій, спричинені ракетними ударами.

Станом на 5 вересня 2022 року загальний прямий збиток інфраструктурі сягнув 114,5 млрд доларів США. Порівняно з останніми

оцінками, сума збитків від руйнування та пошкодження цивільної та військової інфраструктури зросла на 1 мільярд доларів США. За даними Київської школи економіки. Враховуючи ситуацію в Україні, однією з головних умов для здійснення подорожей є розвиток інфраструктури для забезпечення безпечного відпочинку туристів. Відповідно до Туристичного кодексу України, з метою забезпечення безпеки туристів туристичні організації мають такі обов'язки:

- створювати безпечні умови для туристів, організовувати пішохідні, екскурсійні та змагальні маршрути, забезпечувати туристів справним обладнанням та спорядженням;

- запобігати та захищати туристів від травм і нещасних випадків, навчати їх наданню першої медичної допомоги та інформувати про характер маршрутів і можливі джерела небезпеки, що виникають через власну поведінку туристів;

- керівництво підготовкою туристів до екскурсій, походів, змагань та інших туристичних заходів;

- негайно рятувати туристів, які зазнають лиха, та транспортувати потерпілих;

- розробляти та впроваджувати конкретні вимоги безпеки під час організації та проведення автомобільних, гірських, лижних, велосипедних, водних, мотоциклетних, пішохідних та спелеологічних подорожей.

Основою подорожей є безпека туристів, і це питання особливо гостро стоїть під час війни. Більшість готелів в Україні не мають навіть простих укриттів, не кажучи вже про повноцінні бомбосховища. Саме тому в Україні розвинувся глемпінг, але хоча інфраструктура навколо великих готелів добре розвинена, безпека має пріоритет над наявністю добре розвиненої інфраструктури. Глемпінги та екооселі розташовані далеко від важливої інфраструктури і не приваблюють великої кількості людей. Проте багато з них залишаються відкритими і намагаються адаптуватися до сьогоденних реалій. Вони пристосовують свої об'єкти під

найпростіші укриття, будують тимчасові притулки, розробляють плани евакуації та протоколи безпеки з урахуванням вимог воєнного стану.

У цьому контексті внутрішній туризм має особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями, що застосовуються під час війни у відносно безпечних західних та центральних частинах країни. Туристам, а також туристичним агенціям необхідно враховувати ці особливості.

Розробка маршрутів відповідно до розташування бомбосховищ. Туроператори та гіді, які готують туристичні маршрути, повинні забезпечити туристам доступ до бомбосховищ у разі повітряної загрози.

Планування туристичних поїздок відповідно до комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану в усіх регіонах України оголошено комендантську годину. Як правило, вона діє з 23:00 до 05:00. Тому цю вимогу необхідно враховувати при плануванні відпочинку та відвідуванні певних місць. Дотримання комендантської години передбачає піші прогулянки та екскурсії поблизу об'єктів критичної та військової інфраструктури, організацію масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських стежок у різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах, а також поїздки на окуповані або раніше окуповані території [4].

Унаслідок російської агресії було пошкоджено близько 33 відсотків інфраструктури країни: 305 мостів, 19 аеропортів, 110 залізничних станцій та 24 000 км доріг. За попередніми оцінками, загальні втрати інфраструктури України склали 35,3 мільярда доларів США. Ця цифра зростає з кожним днем.

У перші тижні війни російські війська здійснювали інтенсивні бомбардування повітряної інфраструктури. Було пошкоджено 19 з 35 аеродромів, у тому числі 12 цивільних і сім аеродромів подвійного призначення.

Пізніше об'єктами агресивних атак стала також залізнична інфраструктура, зокрема електричні підстанції. За період повномасштабної

окупації росія пошкодила або втратила контроль над 6 000 км залізничних ліній. За даними Міністерства інфраструктури, попередня оцінка стану доріг на звільнених територіях показала, що в середньому було пошкоджено 10% від загальної кількості доріг на територіях, що постраждали від конфлікту; за оцінками Укравтодору, зробленими минулого року, відновлення зруйнованих доріг коштуватиме в середньому 29 млн грн за км (приблизно 26,6 млрд дол. США). Якщо ж врахувати відновлення мостів, то ця цифра сягає 1,9 млрд. доларів США [55].

Така ситуація має значний вплив на внутрішній туризм. Оскільки більшість внутрішніх туристів подорожують автомобільним та залізничним транспортом, стан транспортної інфраструктури дещо кращий у західних регіонах, тоді як у східних та південних регіонах – навпаки.

Під час війни важко робити чіткі оцінки та довгострокові прогнози щодо інфраструктури, оскільки багато факторів були невідомі. З одного боку, було завдано серйозної шкоди інфраструктурі, житлу та робочим місцям, що вплинуло на рівень життя громадян. З іншого боку, інтерес ЗМІ до післявоєнної України є високим і може бути перетворений на туристичний бренд як для внутрішніх, так і для в'їзних мандрівників.

Транспортна інфраструктура є частиною туристичної індустрії, і без її належного функціонування непішохідний туризм неможливий. Об'єкти транспортної інфраструктури в Київській, Житомирській, Чернігівській, Сумській, Харківській та інших областях були пошкоджені та не могли надавати належні туристичні послуги. Згідно з оцінкою, проведеною КМДА за підтримки Офісу Президента України, Міністерства економіки, Міністерства з питань відновлення тимчасово окупованих громад, Міністерства інфраструктури та регіонального розвитку, пошкодження інфраструктури включають 23,8 000 км доріг (29,8 млн доларів США, необхідних для ремонту), 11 аеропортів (6,8 млн доларів США), 6,6 000 км залізничних колій та 41 залізничний міст (3,6 млн доларів США), 295 дорожніх розв'язок та мостів (1,6 млн доларів США) [8], а інша

транспортна інфраструктура, така як водна інфраструктура, ще не була оцінена. Водні порти, особливо в Одесі та на окупованих територіях, були пошкоджені, що негативно вплинуло на міжнародні експортні потоки. Це пов'язано з тим, що ці порти в основному використовувалися морським транспортом.

Руйнування культурної спадщини та інфраструктури внаслідок конфлікту негативно вплинуло на весь туристичний сектор та економічну продуктивність України.

Станом на 13 червня 2022 року 28 об'єктів було зруйновано та 21 пошкоджено. Слід уточнити, що ці цифри включають лише об'єкти туристичного сектору і не включають культурні та релігійні споруди. Враховуючи, що культурно-релігійний сектор переплітається з туристичною галуззю, ці втрати є набагато більшими. Загальні непрямі втрати туристичної галузі через зменшення надходжень від туризму оцінюються в 110,8 млрд грн, що становить 3% від загальних непрямих втрат, яких зазнала українська економіка через російську агресію. Крім того, відновлення туристичної галузі України коштуватиме значних коштів. Попередня загальна сума, необхідна для відновлення туристичної галузі, оцінюється в 16,8 млрд. грн., що становить лише 0,26% від загальної суми, необхідної для відновлення української економіки.

Насправді в структурі загальних втрат в українській економіці потреби на відновлення становлять 43%, непрямі економічні втрати - 33% і прямі втрати через руйнування активів - 24%/ Структура втрат в українському туристичному секторі показує, що більшість витрат є непрямыми (87%), а витрати на відновлення є невеликими (13%). Це свідчить про те, що витрати на відновлення туристичної галузі можна розділити на прямі витрати (наприклад, ремонт і реконструкція туристичних об'єктів, часткова компенсація непрямих втрат на підтримку і відновлення туристичних підприємств, витрати на розвідку мін у прибережних туристичних регіонах, прямі витрати на розмінування тощо)

і непрямі витрати (наприклад, витрати на відновлення і будівництво доріг, мостів, аеропортів та інших об'єктів, необхідних для належного функціонування туристичної галузі, і т.д. витрати і т.п.). Наприклад, без сучасної транспортної інфраструктури в майбутньому українська туристична галузь не зможе залучати як внутрішніх, так і іноземних туристів. З врахуванням останнього, прогнозовані витрати на відновлення туристичної індустрії є значно більшими, адже включають витрати на відновлення багатьох інших галузей України.

Отже, проведений аналіз свідчить, що повномасштабна війна завдала туристичній галузі України значних втрат, що проявляється у скороченні внеску туризму у ВВП, руйнуванні інфраструктури та зниженні економічної активності. Водночас у 2023–2024 рр. простежуються перші ознаки поступового відновлення, зокрема через зростання податкових надходжень і розвиток внутрішнього туризму. Подальше відновлення галузі значною мірою залежатиме від безпекової ситуації, масштабів відбудови інфраструктури та ефективності державної політики у післявоєнний період.

### **2.3. Аналіз діяльність туристичної компанії «Міртур» в умовах воєнного стану**

Туристична компанія «Міртур» (ФОП Воробей М.М.) зареєстрована за адресою: вулиця Героїв ЗСУ, 1, місто Нововолинськ, Володимирський район, Волинська область, 45400. Компанія спеціалізується на міжнародному туризмі. Міртур зарекомендувала себе якісним сервісом. Вона має можливість запропонувати і забезпечити туристів усім необхідним для повноцінного відпочинку.

Структура власності туристичного підприємства «Міртур» – це мале підприємство. Єдиним власником є Воробей М.М., яка виступає засновником та директором туристичної агенції.

Успіх туристичної агенції за ці роки забезпечив їй постійну клієнтуру, високу популярність у місті та за його межами, багатий досвід та повагу партнерів і клієнтів.

У своїй діяльності туристична агенція «Міртур» керується наступними нормативними документами:

- туристичний кодекс України;
- розпорядження № 466 від 10 липня 2013 року «Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності та проведення періодичних (неперіодичних) заходів контролю за додержанням ліцензіатами Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності»;
- Положення про обов'язкову сертифікацію послуг з тимчасового розміщення, затвержене наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 27 січня 1999 року № 37.
- наказ Міністерства інфраструктури України від 10 липня 2013 року № 465 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» [7].

«Міртур» має лінійну організаційну структуру управління і базується на принципі єдиноначальності. Оскільки в туристичному агентстві працює небагато людей, то структура управління є лінійною.

З точки зору фінансового стану, «Міртур» загалом є прибутковою компанією, але її оборот є високим, а прибуток – не надто високим. Фінансовий стан компанії є стабільним, оскільки вона не має зобов'язань перед банками, працівниками, кредитними установами, клієнтами або іншими постачальниками (Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1. Аналіз показників господарської діяльності «Міртур» у 2022 - 2025 рр., тис. грн

Показник	2023 р.	2024 р.	2025 р.
Доход, виручка від реалізації	2700,0	2840,0	3145,7

Непрямі податки та інші вирахування	450,0	473,3	524,3
Чистий дохід	2250,0	2366,7	2621,4
Інші операційні доходи	52,0	48,6	36,3
Разом чисті доходи	2302,0	2415,3	2657,7
Матеріальні затрати	11,9	13,9	17,0
Витрати на оплату праці	170,9	230,9	302,3
Відрахування на соціальні заходи	64,1	85,6	105,2
Інші операційні витрати	1087,6	1042,7	1070,6
Чистий прибуток	732,4	794,9	901,0
Рентабельність	32,6	33,6	34,4

Джерело: складено автором на основі [22]

Проведений аналіз показників господарської діяльності туристичної агенції «Міртур» у 2023–2025 роках свідчить про поступове відновлення та стабілізацію фінансового стану підприємства після кризового періоду 2022 року. Протягом аналізованого періоду спостерігається стійка позитивна динаміка основних фінансових показників, що підтверджує ефективність адаптаційних заходів, впроваджених підприємством.

Дохід від реалізації туристичних послуг зріс з 2700,0 тис. грн у 2023 році до 3145,7 тис. грн у 2025 році, що свідчить про поступове відновлення попиту та розширення обсягів діяльності. Відповідно, чистий дохід підприємства збільшився на 371,4 тис. грн, а загальна сума чистих доходів у 2025 році досягла 2657,7 тис. грн.

Структура витрат зазнала змін у бік зростання витрат на персонал, що свідчить про посилення ролі людського капіталу та підвищення рівня оплати праці. Водночас матеріальні витрати залишаються незначними, що підтверджує сервісний характер діяльності туристичної агенції. Інші операційні витрати зберігалися на відносно стабільному рівні, що свідчить про контрольованість витратної частини.

Позитивною тенденцією є зростання чистого прибутку з 732,4 тис. грн до 901,0 тис. грн, а також підвищення рентабельності діяльності з 32,6 % до 34,4 %, що характеризує зміцнення фінансової стійкості та підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

Для комплексної оцінки діяльності туристичної агенції «Міртур» в умовах воєнного стану доцільно застосувати SWOT-аналіз, який дозволяє систематизувати сильні та слабкі сторони підприємства, а також визначити можливості й загрози зовнішнього середовища.

#### Сильні сторони (Strengths):

багаторічний досвід роботи на туристичному ринку;

сформована постійна клієнтська база;

позитивна ділова репутація та високий рівень довіри з боку клієнтів;

гнучка лінійна організаційна структура управління;

відсутність кредиторської заборгованості;

стабільний фінансовий стан і зростання рентабельності;

індивідуальний підхід до клієнтів та високий рівень сервісу.

#### Слабкі сторони (Weaknesses):

обмежені фінансові та кадрові ресурси, характерні для малого бізнесу;

висока залежність від зовнішніх туроператорів та партнерів;

вузька спеціалізація переважно на міжнародному туризмі;

обмежені можливості для масштабування діяльності в умовах війни;

значна залежність від валютних коливань.

#### Можливості (Opportunities):

відновлення туристичного ринку після завершення воєнного стану;

розширення спектра послуг (індивідуальні, авторські тури, консалтингові послуги);

активне використання цифрових каналів продажу та онлайн-сервісів;  
залучення нових партнерів на міжнародному ринку;  
зростання попиту на безпечні та короткострокові туристичні поїздки.

Загрози (Threats):

тривалість воєнного стану та загострення безпекової ситуації;  
подальше зниження платоспроможного попиту населення;  
нестабільність економічної ситуації та валютного курсу;  
посилення конкуренції на туристичному ринку;  
можливі зміни у законодавстві щодо туристичної діяльності.

Отже, результати SWOT-аналізу свідчать, що туристична агенція «Міртур» має достатній внутрішній потенціал для подальшого розвитку, однак її діяльність значною мірою залежить від зовнішніх факторів. Реалізація стратегій, спрямованих на використання наявних можливостей і мінімізацію загроз, дозволить підприємству зміцнити свої позиції на туристичному ринку в умовах воєнного стану та в післявоєнний період.

## Висновки до розділу 2

У другому розділі магістерської роботи розглянуто сучасний стан та тенденції розвитку туристичної галузі України в умовах повномасштабної війни, а також здійснено комплексний аналіз ключових показників, що характеризують її економічне значення. Визначено, що воєнні дії стали вирішальним дестабілізуючим фактором для функціонування туристичного сектору, спричинивши різке скорочення туристичних потоків, зниження внеску туризму у валовий внутрішній продукт та поглиблення регіональних диспропорцій у розвитку туристичної діяльності.

У розділі розглянуто динаміку внеску туризму у ВВП України та проведено порівняльний аналіз із провідними країнами світу, що дозволило визначити критично низький рівень розвитку туристичної галузі

в Україні порівняно з міжнародною практикою. Особливу увагу приділено аналізу податкових надходжень від туристичних підприємств, за результатами якого визначено глибокий спад у 2022 році та поступове відновлення у 2023–2024 роках, що свідчить про адаптацію галузі до кризових умов і зростання ролі внутрішнього туризму.

Крім того, розглянуто особливості туристичної активності населення залежно від регіону проживання та типу населеного пункту, що дало змогу визначити низький рівень мобільності населення та переважання частки осіб, які не подорожують Україною, особливо серед мешканців сільської місцевості. Це вказує на наявність значного нереалізованого внутрішнього туристичного потенціалу.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу, визначено, що подальший розвиток туристичної галузі України можливий лише за умови стабілізації безпекової ситуації, відновлення туристичної інфраструктури, активної державної підтримки та впровадження стратегій стимулювання внутрішнього туризму, що створює підґрунтя для формування конкурентоспроможної туристичної сфери у післявоєнний період.

## **РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ**

### **3.1. Сучасні проблеми розвитку національного туристичного ринку в Україні**

За останні кілька років туристичний сектор України справді зазнав впливу значних подій. Було кілька періодів карантину та закриття через Covid-19, але туристичний сектор намагався протистояти таким труднощам якомога довше. Звичайно, найважливішою проблемою сьогодні є ускладнення ведення туристичного бізнесу через поточні події. Складна політична та економічна ситуація в Україні (війна між росією та нашою країною) наразі стримує розвиток туристичної галузі. Невизначена ситуація стримує розвиток внутрішнього туризму.

2022 рік став роком нових викликів для туристичного сектору України. У Києві, на сході та півдні України туристичний сектор повністю зупинився. Збитки поки що важко оцінити, вони залежать від кількості зруйнованих культурно-історичних пам'яток та туристичних об'єктів, тривалості бойових дій та розміру окупованих і замінованих територій. Збитки, яких зазнав український бізнес у перший місяць війни, перевищили збитки, яких він зазнав за перші два роки пандемії.

Оскільки туризм є рушієм регіонального економічного розвитку в багатьох регіонах України, відновлення внутрішнього туризму є першочерговим завданням.

Причинами нестабільності є низка проблем, які сповільнюють розвиток українського туризму як до війни, так і в сьогоднішніх реаліях:

1. Війна на території України є найважливішим фактором, що гальмує туристичну діяльність. Сьогодні якість туристичних послуг стала синонімом безпеки, а безпека є важливим фактором привабливості туристичної дестинації. Підвищення впевненості туристів у безпеці

подорожей допоможе відновити туристичні потоки та забезпечити зростання. З цією метою необхідно активізувати маркетингові зусилля для просування туристичних продуктів, які є безпечними та обов'язково відповідають вимогам безпечних подорожей [44].

2. До війни ЗМІ активно просували міжнародний туризм, але майже не просували внутрішній туризм, за винятком відомих туристичних та рекреаційних дестинацій (Львів, Карпати, Чорнобиль). Наразі відчувається брак інформації про стан туристичних об'єктів у різних містах та регіонах України через близькість зон територіальної окупації, замінування та конфлікту, що перешкоджає наближенню людей до цих місць.

3. Брак коштів на реконструкцію історико-архітектурних пам'яток у таких населених пунктах України, як Хотин, Меджибіж, Ізяслав, оскільки відомо, що в цих регіонах є низка пам'яток архітектури 17-18 ст., але їх відновлення потребуватиме значних інвестицій. Слід також зазначити, що цінні артефакти в музеях і галереях були втрачені через відсутність сучасних систем безпеки. Наразі глобальні проекти з реконструкції є повністю неможливими через виділення коштів на критичні для воєнного часу регіони.

4. Недостатня кількість професійних кадрів у туристичному секторі. Обмежена кількість спеціалістів з іноземних мов, аніматорів та туризмознавців, відсутні спеціалісти з зеленого туризму, культурного туризму, організаційного та фінансового менеджменту. Крім того, часткове закриття туристичного сектору призводить до міграції кваліфікованих кадрів за кордон.

5. Проблема фінансового та матеріального забезпечення закладів охорони здоров'я (зношеність матеріальної бази багатьох санаторіїв, оздоровчих підприємств та готелів). Наразі санаторії тимчасово переорієнтовані на розміщення внутрішньо переміщених осіб, що унеможлиблює використання цих об'єктів за первісним призначенням [38].

6. Проблема «сезонності» української санаторно-курортної галузі. Більшість баз відпочинку та пансіонатів працюють лише протягом літнього сезону. Це пов'язано із застарілістю стаціонарних об'єктів туристичного обслуговування та їх неспроможністю надавати якісні медичні послуги протягом усього року. «Сезонність» роботи в рекреаційно-туристичних комплексах та функціонування їхньої інфраструктури зумовлює також сезонність зайнятості в цьому секторі, що ще більше загострює соціальні проблеми та проблеми зайнятості для тих, хто працює в туристично-рекреаційній сфері [30].

7. Транспортні проблеми також проявляються у відсутності лоукост-сегменту внутрішніх авіаперевезень. Поганий стан доріг та невідповідність залізниць міжнародним стандартам також знижують привабливість внутрішніх автомобільних та залізничних перевезень. Транспортна мережа наразі потерпає від російських терористичних атак.

8. Розглядаючи незадовільний стан довкілля як стримуючий фактор розвитку туризму в нашій країні, цю проблему досі вважають двосторонньою. З одного боку, туристів відштовхує несприятлива екологічна ситуація в нашій країні. Причиною цього є аварія на Чорнобильській АЕС, що сталася в 1986 році. З іншого боку, деякі туристи готові відвідувати заборонені зони. Однак раннє і масштабне вторгнення Росії в заборонену зону і поширення радіоактивного пилу негативно вплинули на екологічну ситуацію. Застосування фосфорних бомб і напади на цистерни з сільськогосподарськими та промисловими хімікатами також значно ускладнили екологічну ситуацію в різних регіонах України.

9. Житлово-комунальна інфраструктура серйозно погіршується, що загострює такі проблеми, як постачання питної води та утилізація побутових відходів. Стан житлово-комунального господарства (застаріла інженерна та комунальна інфраструктура, нерозвинена каналізаційна мережа) негативно впливає на санітарно-епідеміологічну ситуацію в туристично-рекреаційних зонах та стримує економічний розвиток. У

сьогоднішніх реаліях всі вищезазначені проблеми посилюються руйнуванням інфраструктури, у тому числі туристичної галузі, та загрозою відключення електроенергії по всій території України через ворожі обстріли.

10. Недосконалість нормативно-правової бази для туристичного сектору. Недостатнє використання відповідними інституціями можливостей для промоції та формування іміджу, включаючи внутрішньорегіональні, національні та міжнародні форуми, виставки та систематичне просування регіональних переваг туристично-рекреаційного комплексу. Відсутність автоматизованих систем збору туристичної статистики для оцінки стану туристичної галузі, обсягів надходжень та втрат від туризму, а також потенціалу для формування державної політики.

11. Можливий дефолт, колапс банківського сектору країни та втрата державних коштів – ситуація погіршується з огляду на війну, що триває, а бюджет отримує максимум 10% від минулорічних показників. Минулого року компанії сплатили 154 млн грн загального туристичного збору, а приватні підприємці – 90 млн грн. Компанії є суб'єктами організованого туризму. Через високі ціни на нафту та енергоносії внутрішні туристи більше не приїжджають до країни. Найсильнішими періодами були літо та осінь. Влітку надходження від туристичного збору становили 35% від загальної суми річних надходжень, а восени – 40%. Навіть якби війна закінчилася сьогодні, ймовірність дефолту все одно була б високою [55].

12. Брак бомбосховищ, готелів та інших засобів розміщення, а також простих укриттів уздовж туристичних маршрутів

13. Обмеження на відвідування лісів та сплави по річках у прикордонних регіонах України. У цих умовах внутрішній туризм має особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями воєнного часу у відносно безпечних західних та центральних частинах країни. Туроператорам, а також туристам необхідно брати їх до уваги.

Дотримання заборон стосується походів та екскурсій поблизу об'єктів критичної та військової інфраструктури, організації масштабних заходів, відвідування лісів, водойм та гірських стежок у різних регіонах України, відпочинку у прифронтових зонах та поїздок на окуповані або раніше окуповані території. Варто зазначити, що кожен регіон України має свою специфіку дозвілля та туризму. Більшість з них стосуються спеціальних обмежень, що діють в окремих регіонах (Таблиця 3.1.).

14. Планування туристичних подорожей з урахуванням комендантської години Комендантська година вводиться в усіх регіонах України з метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану. Як правило, вони діють з 23:00 до 17:00. Тому це слід враховувати, плануючи відпочинок або відвідування того чи іншого місця.

15. Зменшення надходжень до державного бюджету від туристичної діяльності; сума податків, сплачених її представниками до державного бюджету за перші чотири місяці 2022 року, зменшилася на 18% порівняно з аналогічним періодом 2021 року.

Кількість платників податків, які працюють у туристичній сфері, зменшилася на 10% у повоєнні місяці; варто зазначити, що найбільший внесок до бюджету за перші чотири місяці 2022 року зробили готелі та курорти. Вони сплатили 340 млн грн, що все одно на 24% менше, ніж торік. Водночас надходження від туристичних агенцій зросли на 85% порівняно з 2021 роком. Однак це пов'язано з тим, що звітний період припав на два передвоєнні місяці, коли активізувалося раннє бронювання на новорічні та різдвяні свята. Найбільше коштів у цей період надійшло від фізичних та юридичних осіб, які працюють у туристичному секторі Києва та Київської області, Івано-Франківської, Львівської, Одеської, Дніпропетровської, Закарпатської, Харківської, Запорізької та Полтавської областей (рис. 3.3). Однак порівняно з 2021 роком у деяких регіонах, таких як Одеська та Івано-Франківська області, спостерігається значне зниження (-84% та -58% відповідно). Львівська, Закарпатська, Полтавська та

Київська області показали зростання податкових надходжень від туризму на 47%, 30%, 24% та 10% відповідно [31]. На думку експертів, туристична галузь ще не зазнала значних економічних втрат. Вона тільки почала входити в цей період року. Втрати відбудуться наприкінці сезону, який зазвичай починається в червні-липні і досягає піку наприкінці літа та восени.

Не менш важливою проблемою є руйнування та розкрадання культурної спадщини України. Культурна спадщина включає в себе не тільки будівлі, такі як святі церкви, монастирі, театри, кінотеатри, музеї, виставкові зали, бібліотеки, громадські будівлі, парки і сквери, а й рухомі пам'ятки релігійного походження: духовні книги, літургії (потери), ікони, фрески, мозаїки, твори декоративно-прикладного мистецтва, предмети декору, фільми, літературні твори, музейні колекції, виставки, твори мистецтва та археологічні знахідки. Історико-культурна, духовна та мистецька спадщина є важливим ресурсом для стратегічного розвитку держави та важливою складовою української культури.

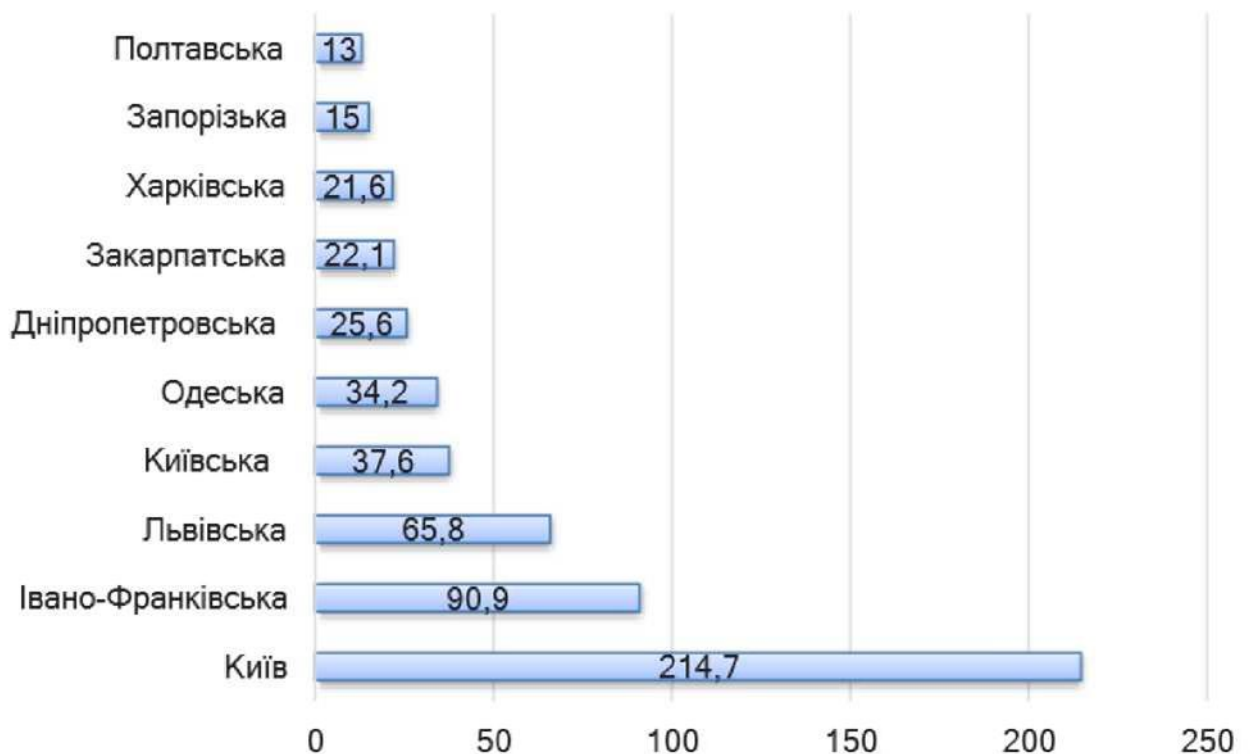


Рис. 3.1 Розмір податкових надходжень від туризму, тис. грн. [31]

За даними Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, унаслідок повномасштабної агресії російської федерації станом на кінець листопада 2025 року загалом було пошкоджено або зруйновано 1 630 об'єктів культурної спадщини та 2 437 об'єктів культурної інфраструктури на території України.

За останніми наявними даними, російські війська скоїли понад 550 воєнних злочинів проти української культурної спадщини. З-поміж пошкоджених пам'яток 171 має статус монументальної, 146 – цінних історичних будівель, 58 – пам'яток і творів мистецтва, що не входять до переліку об'єктів культурної спадщини (наприклад, пам'ятники героям АТО, мозаїки, вітражі) та 44 – музеї.

Найбільша кількість пошкоджених пам'яток знаходиться в Харківській області, тоді як найбільша кількість пам'яток, що зазнали актів вандалізму та хуліганства, – у Донецькій області (рис. 3.2). Загалом, найбільше постраждали об'єкти культурної спадщини в Харківській, Донецькій та Київській областях. Багато музеїв, церков, театрів, бібліотек та інших установ були обстріляні російськими військами і повністю зруйновані або пошкоджені. Серед них - античні пам'ятники, скульптури, картини світового рівня, рідкісні книги та інші цінні експонати. Культурні цінності, які не були знищені під час бомбардувань, були масово розграбовані і вивезені до Росії, а деякі з викрадених творів мистецтва досі не знайдені.

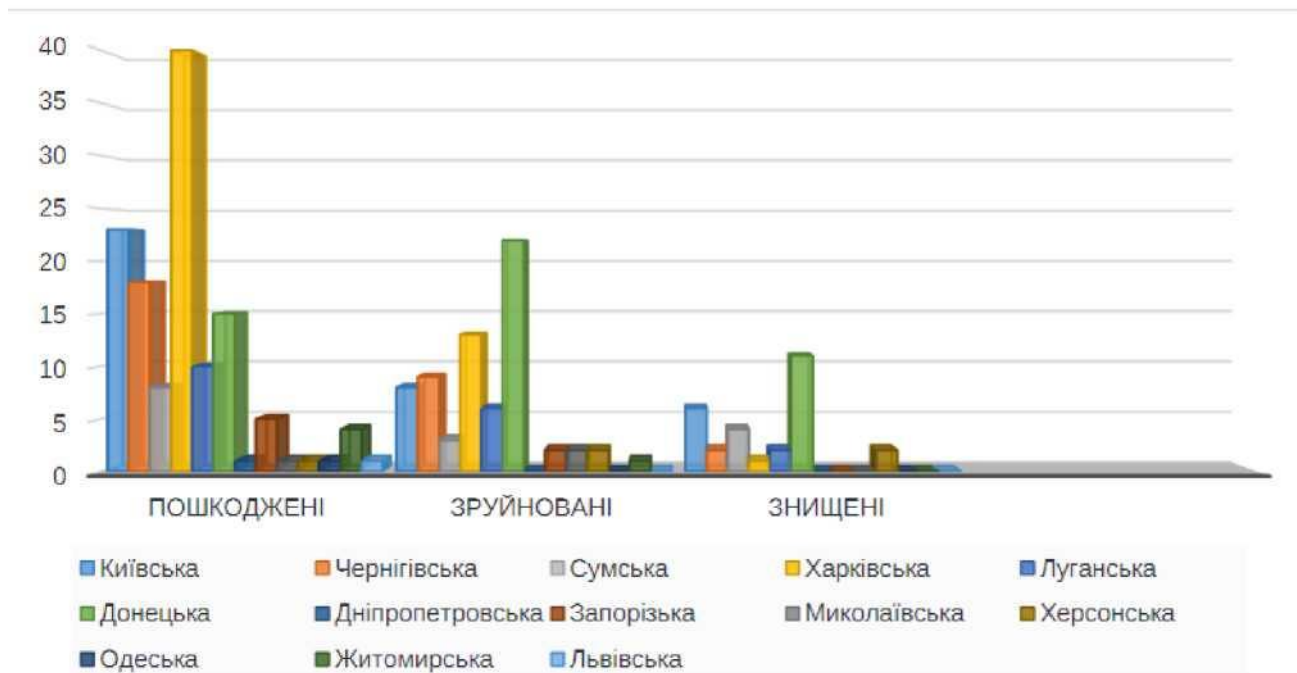


Рис. 3.2 Географія та кількість постраждалих культурних пам'яток [17]

Створено експертну робочу групу з питань захисту, збереження та реставрації культурної спадщини в Україні за участі експертів у сфері охорони культурної спадщини, правозахисників, архітекторів, реставраторів, археологів та громадськості.

Для розуміння природи духовних та мистецьких цінностей важливо розглянути питання відновлення зруйнованої міської інфраструктури, реконструкції та реставрації історичних будівель. З цією метою у статті 1 Конвенції зазначено, що мають бути прийняті нові договірні положення, які встановлюють ефективну систему колективної охорони пам'яток, що мають видатне і універсальне культурне і природне значення, на постійній основі, що базується на сучасних наукових методах.

Охорона культурної спадщини в Україні включає національний експертний проект з розробки укриттів для пам'яток усіх розмірів, щоб у разі непередбачуваних обставин не було потреби будувати нові споруди для кожного об'єкта. Експерти планують, що такі укриття мають забезпечити захист від артилерійських осколків, куль та пожежних вибухів. Згідно з проектом, для ідентифікації пам'яток до фасаду буде

прикріплено оракул з обрисами пам'ятника та інформацією про пам'ятку (назва, рік встановлення, автор, історична довідка) [66].

Відомо, що значну частину культурної спадщини України складають комплекси, тобто музеї, які є естетичним відтворенням світу, відображеного в самих будівлях, їх розписах, експозиціях тощо. Від початку війни (25 лютого 2022 року) російські війська атакували історико-краєзнавчий музей в Іванкові Вишгородського району Київської області, де експонувалися роботи української художниці Марії Примаченко. У цій великій залі музею представлені оригінальні картини відомої української вишивальниці і ткалі Ганни Верес, яка сама народилася в селі Обуховичі поблизу Іванкова, а також інших місцевих народних майстрів [1].

В експозиції також представлені оригінальні картини інших місцевих народних майстрів [27].

Великою культурною втратою вважається знищення Мелітопольського краєзнавчого музею, в якому зберігалася колекція скіфського стародавнього золота. Російська армія та представники окупаційної державної адміністрації викрали з музею історичні та культурні цінності. Колекція "Скіфське золото" - це мистецька знахідка, виявлена в 1954 році українськими археологами в кургані в Скіфії. Спочатку її намагалися вивезти до Ермітажу, але українським археологам вдалося зберегти колекцію в Україні. Багату колекцію прикрас прикрашають етнічно характерні скульптури тварин скіфського періоду (IV-III ст. до н.е.) та монети із золота, срібла та міді, що мають високу художню та мистецьку цінність [7].

Місто Маріуполь, повністю зруйноване окупаційними військами, втратило всі пам'ятки української культурної спадщини з його культурним потенціалом, історією становлення мистецтва та розвитку людства (давньогрецьке місто-поселення) та унікальною інфраструктурою. Національна художня галерея ім. А. Квінті в Маріуполі вважалася індикатором культурної цінності та механізмом трансляції мистецьких

досягнень XX-XXI століть. Музей був знесений російськими окупантами 21 березня 2022 року. Під час Другої світової війни будівля також була розграбована німецькими окупантами, але була повністю знищена російськими окупаційними військами. Згідно з отриманою інформацією, в музеї не було жодного оригіналу робіт Архипа Куїнджі. Натомість невідома доля творів Івана Айвазовського, Тетяни Яблонської, Михайла Дерева, Андрія Котка, Миколи Бендрика та інших відомих художників. Виставка включала близько 2 000 унікальних творів у галузі живопису, декоративно-прикладного мистецтва, графіки та скульптури. Половина виставкової зали була присвячена предметам, пов'язаним з життям і творчістю Архипа Куїнджі. Серед них були фотографії, документи та особисті речі художника, в тому числі 200-річна купіль, в якій Квінті був охрещений [103].

Воронцовський палац в Одесі, унікальна будівля першої половини XIX століття, також потрапив до списку знищених об'єктів культурної спадщини. Постраждав Національний історико-культурний заповідник «Хортиця», де мав розпочатися етап будівництва сучасного та ефективного Історичного музею запорізького козацтва, але ворожі ракетні удари зупинили ці перспективні проекти на території заповідника. Постраждала від вибуху і Золочівська фортеця у Львівській області.

Станом на 2023 рік питання руйнування культурної спадщини є динамічним, оскільки триває тотальна війна та продовжено воєнний стан.

Унаслідок війни попит на туристичні послуги та розміщення в готелях у більшості регіонів України значно знизився, що стосується і туристичних операторів. Більшість готелів та туристичних підприємств ледве виходять на рівень беззбитковості і покривають свої збитки за рахунок інших джерел доходу. Ризик іноземних готельних мереж є низьким, і багато мереж закрито. Туристичний сектор переважно розвинений у західних регіонах України. Більшість туристичних агентств перейшли в онлайн, а внутрішній туризм найкраще розвивається у

відносно безпечних західних регіонах. Основними проблемами для готельного та туристичного бізнесу є комендантська година, відсутність укриттів від повітряних нальотів, брак працівників, зниження доходів і, як наслідок, неможливість надавати послуги, екологічні проблеми, руйнування культурної та історичної спадщини, російські терористичні атаки та загроза загальнонаціональних відключень електроенергії. Однак вітчизняні підприємці у сфері туризму знайшли вихід із ситуації і поступово адаптуються до нових умов.

### **3.2. Організаційно-економічні заходи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку**

Війна, на жаль, часто стає важливим поштовхом для розвитку міст, зруйнованих конфліктом. Відбудова міста може трансформувати міський простір і створити кращу туристичну інфраструктуру. У широкому розумінні економічну реконструкцію сьогодні можна трактувати як комплекс заходів у різних сферах економічної діяльності країни, спрямованих на відновлення конкурентоспроможності країни, виробництва, підвищення рівня життя та розвиток внутрішнього і зовнішнього попиту на основі інноваційних підходів і технологій.

Економічна реконструкція повинна базуватися на розробці конкретних програм «пожвавлення» економічної активності країни, а всі зусилля повинні бути спрямовані на відродження внутрішнього туризму. Економічна реконструкція після збройного конфлікту передбачає розробку заходів, необхідних для відродження та подальшого розвитку економіки певного регіону, повернення населення, забезпечення належних умов життя, вирішення різних соціальних проблем, спричинених конфліктом, відновлення інфраструктури, інтеграції з іншими частинами країни та забезпечення ресурсів для реконструкції.

Державна служба статистики України, починаючи з 2021 року у зв'язку із воєнним станом, не оприлюднює статистичні дані з туризму. Тенденція розвитку туризму за попередні роки свідчить про наявний потенціал туристичної сфери: з 2018 року кількість іноземних та внутрішніх туристів почала зростати, але у зв'язку із пандемією, а сьогодні внаслідок військових дій з боку РФ позитивна динаміка розвитку була втрачена. Проте, за умови збереження тенденції кількості туристів, стабілізації української економіки після закінчення війни та відновлення платоспроможності населення, є всі підстави прогнозувати зростання обсягів внутрішнього туризму.

Традиційні види туризму, такі як пляжний туризм, спортивний туризм, агротуризм користуватимуться відкладеним попитом, оскільки в Україні ще деякий час триватиме розмінування окупованих територій. Відновлення туристичної індустрії України може відбуватись за рахунок продуктивних інновацій, таких як розробка нових раніше невідомих на ринку турів та створення нових туристично-рекреаційних територій, розвиток екзотичного та мілітарі-туризму [13, с. 39], а також туризму пам'яті.

Значний потенціал для розвитку на внутрішньому та світовому туристичному ринках та покращення економічного й соціального становища України має український етнічний туризм через унікальні національні традиції, українську гостинність та національну кухню, величезну історію та багату культуру [15, с. 287].

У післявоєнний період розвиток туристичної галузі відбуватиметься під впливом комплексу чинників, які будуть сприяти розвитку або стримувати його (див. рис. 3.1).

Міжнародна політика відкритості може принести користь туристичному напрямку, що також може сприяти економічному зростанню. Збільшення потоків туристів оптимізує торговий баланс країн, накопичуючи кошти за рахунок експорту туристичних послуг.



Рис. 3.3 Чинники розвитку туристичної галузі в післявоєнний період

Ще одним заходом, який принесе користь економіці в постпандемічному сценарії, стане державна підтримка залучення іноземних інвестицій для відновлення туристичної галузі.

За допомогою іноземних інвестицій можна створити робочі місця в туристичному секторі та покращити економічні показники. Прикладами державних програм відновлення туристичної галузі могли б бути програма звільнення від податків, а також програма запровадження туристичного кешбеку для стимулювання внутрішнього туризму.

Україна має унікальну можливість швидко відновити свої міста за підтримки багатьох іноземних партнерів та міжнародних організацій. Водночас багато українських міст мають можливість знайти новий імідж, більш привабливий для туристів. Вони також мають шанс стати більш приємними містами з точки зору інфраструктури, енергетичної самодостатності та сучасності.

Міста та інфраструктуру потрібно відбудувати з урахуванням питань безпеки. Навіть якщо Україна виграє війну, малоімовірно, що

надмірно завзятий агресор зникне, і ми станемо східноєвропейським Ізраїлем, який буде змушений жити з агресивним, орієнтованим на тероризм сусідом. Тому, коли українські міста перебудовуються та реконструюються, необхідно серйозно переглянути стандарти безпеки для мешканців та туристів. Слід подумати про збільшення кількості надійних бомбосховищ, у тому числі в туристичних зонах, а також про оснащення музеїв належними і прорахованими логістичними засобами для евакуації цінностей у разі військової загрози.

Згідно з проектом плану відбудови України, розробленим Національною радою з питань відбудови післявоєнної України, планується поступове відновлення та модернізація туризму і курортів у період 2022-2032 років, але у разі продовження активних бойових дій план буде скоригований у четвертому кварталі 2022 року, і цей етап (планування основних заходів та їх фінансування) буде продовжено до 2023 року. Основним завданням, поставленим перед сектором туризму та курортів у цьому проекті плану, є реконструкція туристичної інфраструктури, яка включає наступні організаційні та економічні заходи [70]:

- опитування зацікавлених сторін у реконструкції;
- створення меморіального архіву та запропонованого маршруту для реалізації;
- створення концепцій відновлення інфраструктури легкого туризму під час відбудови постраждалих територій;
- залучення інвесторів до процесу відновлення туристичної інфраструктури та ініціювання відновлювальних робіт;
- програма розвитку туристичної інфраструктури в національних парках України.
- розвиток «Військових меморіальних стежок»;
- розвиток інфраструктури легкого туризму для турів по Україні;
- розробка та впровадження курортних зон та концепції «Шляхів розмаїття» на півдні України;

- розробка та впровадження системи туристичного орієнтування та навігації, у тому числі інклюзивної;
- підготовка законопроекту про спеціальні туристичні зони;
- добудова та введення в експлуатацію зруйнованих або частково пошкоджених туристичних об'єктів; реставрація історичних будівель.

Як видно з вищезазначеного, національна політика спрямована як на «базові», так і на «комбіновані» методи відновлення туристичної інфраструктури з ефективними результатами для туристичного сектору.

Другим важливим етапом, передбаченим планом, є розвиток внутрішнього та міжнародного туризму. Реалізація комунікаційної стратегії з просування туристичного потенціалу України включає наступні заходи:

- розробка маркетингового бачення розвитку туризму на період до 2032 року;
- інформаційні кампанії «Ukraine NOW» та «Подорожуй Україною» (онлайн та офлайн);
- просування України на міжнародній арені шляхом організації серії заходів у готелях та туристичних дестинаціях Європи з метою висвітлення туристичного потенціалу України та заохочення людей до постійного відвідування України після виборів;
- підтримання інтересу до України за допомогою промоційних, туристичних та культурних заходів;
- розробка стратегії безпеки для поживлення туристичних поїздок;
- реалізація маркетингової стратегії; проведення регулярних промо-кампаній туристичних продуктів для цільових сегментів;
- виробництво рекламного контенту (відео, фото, графічні матеріали, рекламні тексти тощо); розміщення рекламних публікацій (соціальні мережі, телебачення, спеціалізовані веб-сайти, зовнішня реклама тощо);
- участь у міжнародних туристичних виставках, форумах тощо (в т.ч. членство в міжнародних професійних асоціаціях);

- створення інформаційних порталів та уніфікованого контенту для туристів, які цікавляться територіями, що постраждали від конфлікту;
- створення мережі туристичних інформаційних центрів;
- створення національного конференц-секретаріату для залучення та підтримки великих міжнародних заходів, які будуть організовані в Україні;
- організація ознайомчих турів по Алеї пам'яті для іноземних та українських ЗМІ та лідерів громадської думки;
- упровадження програм допомоги у подорожах для дітей, молоді та людей похилого віку;
- проведення щорічних опитувань внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів відповідно до рекомендацій ЮНВТО;
- реалізація стратегії просування України як безпечної туристичної дестинації всередині країни та за кордоном;
- організація великих подій на національному та міжнародному рівнях (фестивалі, концерти, спортивні заходи, конференції, симпозіуми, форуми, виставки тощо).

Завершальним етапом у цьому проекті плану є інституційна підтримка та подальший розвиток бізнесу туристичних організацій:

- прийняття Закону України «Про туризм» з урахуванням положень Директиви ЄС;
- підготовка Закону про національні туристичні організації;
- програми реконструкції та реабілітації для тих, хто постраждав від конфлікту в Україні (військовослужбовці, члени їхніх сімей, тимчасово переміщені особи, жінки та діти на окупованих та неокупованих територіях тощо);
- пільгові/прості кредити на відновлення зруйнованої інфраструктури;
- зміна критеріїв класифікації готелів;
- подання заявок до Ради Всесвітньої туристичної організації (UNWTO);

- подання заявки від України на проведення Європейської конференції Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО);
- створення програм розвитку туризму та туристичних цільових фондів на місцевому рівні;
- створення механізмів фінансування туристичної галузі через Туристичний фонд та інші інструменти залучення інвестицій;
- створення ефективної національної туристичної організації у формі державно-приватного партнерства на засадах співфінансування, а також місцевих управлінських та маркетингових організацій;
- розробка якісних навчальних програм у туристичному секторі;
- розробка та запуск єдиного туристичного реєстру відповідно до переглянутого закону;
- національна програма створення та розвитку робочих місць
- створення сателітного рахунку туризму та розрахунків внеску туризму у ВВП;
- регулярний збір та публікація статистичних даних з ринку.

Війна дала інноваційний поштовх розвитку внутрішнього туризму, змінити нормативно-правову базу, розбудувати туристичну інфраструктуру та вивести внутрішню безпеку на якісно новий рівень. Усе це було усвідомлено в ці складні часи і буде набирати обертів у післявоєнний період [70].

Сьогодні важко чітко спрогнозувати довгостроковий вплив смарт-технологій на соціально-економічну та суспільно-політичну трансформацію, але можна впевнено вказати на їхню цінність та переваги у післявоєнний період, особливо для внутрішнього туризму. У містах процеси діджиталізації у сфері туризму та дозвілля ставатимуть дедалі актуальнішими, вони дають наступні можливості :

- управління натовпом. Великі події в містах можуть залучати сотні тисяч людей на географічно обмеженій території. Завдяки вбудованим

цифровим технологіям можна буде зрозуміти поведінку натовпу і сформулювати рекомендації щодо відвідування конкретних пам'яток;

- мобільні додатки в поєднанні з iBeacon (технологія, що дозволяє передавати дані між бездротовими пристроями) надають відвідувачам музею додаткову інформацію про твори мистецтва на їхніх власних смартфонах, зрозумілою для них мовою. Ці додатки можуть надавати музею детальну інформацію про пересування відвідувачів у музеї;

- екскурсоводство за допомогою автономних роботів. Інновації в галузі робототехніки призвели до появи роботів-екскурсоводів, які можуть підійти до людини або групи, відповісти на питання і провести їх по всіх об'єктах, що цікавлять. Першим прикладом такого робота є FROG (Fun Robotic Outdoor Guide), випробуваний в Іспанії у 2015 році, який збільшив кількість відвідувачів туристичних об'єктів у межах пішохідної доступності від робота-екскурсовода на третину.

Цифрові технології також матимуть вплив на туристичний сектор. Завдяки автоматизації та робототехніці сектор стане більш продуктивним (наприклад, 3D-друк) і буде менше простоїв через поломки машин (наприклад, автоматизоване технічне обслуговування).

Загалом цифрові технології сприяють:

- підвищенню рівня інновацій в економіці на основі знань, навичок, інвестицій та креативності з акцентом на високотехнологічне виробництво, цифрову економіку, професійні послуги, освіту, дослідження та зелений туризм;

- зробити перебування туристів в інших містах України більш приємним;

- створення активів у секторі внутрішнього туризму;

- поступове зниження вуглецевої інтенсивності економіки по всій країні та позитивний вплив на навколишнє середовище, що є важливим для внутрішнього туризму;

– розширення можливостей для створення робочих місць та вдосконалення навчальних програм у сфері туризму;

– підвищення довіри до основних державних послуг та покращення відносин між туристичними операторами та місцевою владою;

Нова стратегія сталого розвитку туризму необхідна для задоволення майбутнього туристичного попиту. Ця стратегія реалізується через виконання поставлених завдань та сприяння розвитку унікальних туристичних продуктів для різних туристичних груп на основі двох характеристик: рівня доходу та рівня обслуговування [101].

Положення, що є результатом реалізації стратегії сталого розвитку туризму, гарантують нормальне функціонування національної економіки, сприятливий макроекономічний та демографічний розвиток, покращення інституційного середовища для підприємництва та підвищення підприємницької активності місцевого населення, що в цілому позитивно впливає на економічну безпеку, соціальну та економічну стабільність країни .

У табл. 3.1 подається географічна характеристика ресурсної бази військового туризму України на прикладі російсько-української війни.

Таблиця 3.1. Географія ресурсної бази військового туризму (2014-2022 рр.)

Область	Місто	Пам'ятка
Донецька	Дебальцеве	«Дебальцівський котел»
Донецька	Іловайськ	«Іловайський котел»
Донецька	Донецьк	Битва за Донецький аеропорт (народження «кіборгів»)
Донецька	Слов'янськ	Бої за Слов'янськ
Донецька	Краматорськ	Бої за Краматорськ, геноцид українців (удар по вокзалу ракетою «точка-У» у квітні 2022
Донецька	Сєверодонецьк	Бої за Сєверодонецьк
Донецька	с.Піски	Бої за Піски

Донецька	Маріуполь	Бої за Маріуполь, історія виживання й порятунку з Маріуполя, геноцид українців (авіаудар окупантів по драмтеатру), героїзм та незламність - «Азовсталь» - люди із сталі, ММК ім. Ілліча
Київська	Буча	«Бучацька різня» (місто трупів та спалених танків)
Київська	Бородянка	«Найзруйнованіше місто Київщини»
Київська	Г остомель	Знищення російського десанту, бої за аеропорт «Антонов», знищення української «мрії» (найбільший літак світу Ан-225 «Мрія»)
Київська	Ірпінь	Знищення мосту «життя»
Харківська	Ізюм	Звірства та масові вбивства
Харків	Харків	Шрами війни – результати ракетних ударів та обстрілів
Херсонська	Чорнобаївка	«Побачити Чорнобаївку та померти», «День бабака», «синдром Чорнобаївки»
Одеська	Острів Зміїний	«Хто контролює Зміїний, той контролює хід світової історії»

З табл. 3.1 видно, що об'єкти військово-туристичної бази (станом на вересень 2022 року) зосереджені в п'яти областях: Донецькій, Київській, Харківській, Херсонській та Одеській. Зауважимо, що цей перелік не є остаточним, оскільки і Чернігівська, і Сумська області мають перспективи у напрямку військового туризму.

Крім того, з метою розвитку індустрії військового туризму в Україні, крім об'єктів, які залишилися від російсько-української війни, що почалася в 2014 році, є також багато таких об'єктів, які збереглися з попередніх військових періодів.

Загалом, українці повинні розуміти, що сталося і чого коштувала наша боротьба і перемога. Тому для нас особливо важливо розвивати такий військовий туризм, як «туризм пам'яті». Наприклад, за сприяння Держтуризму буде розроблено проект «Маршрут пам'яті»: частину знищених окупантами об'єктів збережуть для історичної довідки, щоб показати злочини держави -агресора в Україні [14].

Виходячи з досвіду Боснії і Герцеговини та Хорватії, варто звернути увагу на створення меморіалів пам'яті, віртуальних музеїв, площадок відображення бойових дій із воєнними трофеями, місць рефлексії та законсервованих будівель, в яких точились важкі бої.

Створення туристичних баз пам'яті в населених пунктах Бородянка, Гостромель, Буча, Чорнобаївка, Ізюм, Херсон, Лиман, Маріуполь відкриє новий вимір у розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Під час російсько-української війни на території України в районах безперервних інтенсивних бойових дій було споруджено велику кількість оборонних споруд, які відіграли важливу роль у захисті життя воїнів і ходу бою. Варто зазначити, що кожна така оборонна споруда супроводжувалася, а в майбутньому їх буде ще багато, розповідями про перебіг битви та захист життя мешканців чи воїнів. Ці оборонні об'єкти мають стати історичними пам'ятками, що згадують про силу та мужність захисників України.

Відроджуючи внутрішній туризм, українці все більше орієнтуватимуться на зелений туризм, агротуризм, екотуризм, сільський туризм, оздоровчий туризм, екстремальний туризм, психотуризм, військовий туризм, надаватимуть перевагу екосадибам, екоготелям, глемпфреймінгу, А-будинкам та іншим видам туристичних послуг. Лідери місцевих громад повинні будуть приділяти особливу увагу просуванню та розвитку туристичної галузі. Туристична галузь буде використовуватися для розвитку суміжних секторів, таких як роздрібна торгівля, готелі та ресторани, що матиме загальний вплив на диверсифікацію економіки. Туристична галузь була активною в довоєнний період, але зараз вона перебуває в повному занепаді, що свідчить про необхідність посилення та розвитку стратегій розвитку туризму в післявоєнний період. Розроблені та впроваджені стратегії сталого розвитку туризму дозволять вивести туризм на новий рівень відновлення, стимулювати ділову активність, заохочувати

створення нових видів туристичних продуктів, підвищити зайнятість, особливо в сільській місцевості, і, таким чином, збільшити ВВП країни [98].

Основою формування стратегій сталого розвитку туризму в післявоєнний період є використання багатьох загальнонаукових і спеціальних методів пізнання, інтегрованих на основі сучасних принципів менеджменту, економіки, суспільних і суміжних наук. Емпіричні та теоретичні методи становлять теоретико-методологічну основу дослідження, спрямованого на визначення механізмів функціонування туристичних ринків в умовах географічної просторової організації. Абстрагування, аналіз, синтез, історичний та логічний підходи, описовий та порівняльний аналіз. Використання порівняльних методів, опитувань та досліджень дає можливість виявити найбільш популярні форми проведення дозвілля серед населення з метою створення соціально відповідального, екологічно безпечного та економічно ефективного туризму. Для аналізу сучасного стану політики регіону щодо ревіталізації туризму використовуються спеціальні методи - статистичні, економіко-математичні та методи експертних оцінок - для обґрунтування доцільності та необхідності залучення інвестицій у нові форми розвитку туризму, які відповідатимуть конкурентним інтересам туристичної індустрії та потребам екосистеми. Формування стратегій сталого розвитку туризму в південному регіоні в умовах пандемії ґрунтується на стратегічному аналізі, прогнозуванні та структурному підходах. Застосування структурно-функціонального аналізу допоможе дослідити інструменти аналітичної оцінки туристичного потенціалу організацій регіону з точки зору відповідності принципам сталого розвитку. Рейтинговий аналіз та SWOT-аналіз використовуються для оцінки факторів, що впливають на функціонування туристичних організацій в умовах інтенсифікації процесів діджиталізації.

На основі застосування соціокультурної моделі туризму Джафара Джафарі стратегія сталого розвитку туризму як складової економічного середовища географічної системи України базується на підвищенні зайнятості місцевого населення, створенні додаткових робочих місць, будівництві більшої кількості готелів, ресторанів, організації анімаційних заходів та залученні іноземного капіталу. Метою є створення сприятливих умов для залучення іноземного капіталу. Апробовано системний підхід до аналізу особливостей застосування інноваційних технологій у регіональному туризмі. Це дозволить сформулювати комплекс можливостей та пріоритетних напрямів розвитку туризму, які можуть бути реалізовані з урахуванням особливостей географічної системи конкретного регіону. У результаті реалізації стратегії будуть продемонстровані шляхи ефективного використання наявного туристичного потенціалу південного регіону на основі географічних принципів сталого розвитку через організаційне та інформаційне забезпечення розвитку туристичної галузі та проведення опитувань з метою вивчення попиту на туристичні послуги та виявлення основних споживачів туристичних послуг, в тому числі іноземних громадян. Також буде запропоновано механізм створення висококонкурентних регіональних кластерів. Це буде реалізовано через стратегічне партнерство між органами влади, місцевими громадами та туристичними операторами всіх форм власності, що об'єднає виробників необхідних високоякісних послуг (туристичні агенції, засоби розміщення, транспорт, харчування, екскурсії, магазини, освітні та наукові заклади) та зробить туристичну галузь економічним і соціальним сектором. Вона об'єднує зусилля, спрямовані на перетворення туризму на прибутковий і високопродуктивний сектор у культурному середовищі. В умовах домінування внутрішнього туризму цифрові технології можуть допомогти максимізувати туристичний потенціал регіону та створити нові можливості для його зростання.

Смарт-моделі туристичних дестинацій на регіональному та місцевому рівнях пов'язані з актуальними потребами територіального розвитку, управління та маркетингу туристичних дестинацій для кращого задоволення потреб сучасних туристів. Окрім відповідної цифрової інфраструктури, ще одним важливим напрямком цифровізації туризму за прикладом ЄС є створення веб-сайтів ЗТД з локалізованим контентом відповідно до потреб туристів, збір та аналіз статистики в режимі реального часу з використанням Інтернету речей та великих даних; створення віртуальних турів та запам'ятовування маршрутів з використанням технологій віртуальної, доповненої та змішаної реальності, моделювання ЕО, встановлення веб-камер на туристичних об'єктах, QR-кодів, RFID-міток (радіочастотна ідентифікація) та систем безготівкової оплати; створення мобільних додатків для туристів (карти маршрутів, аудіогіди, геолокація), електронних квитків на туристичні об'єкти та розважальні заклади, діджиталізація музеїв (електронні багатомовні каталоги), аудіогіди та електронні путівники [102].

Незважаючи на існування ефективних рішень для розвитку інфраструктури розумних міст у світі, в Україні ця проблема є майже декларативною. У більшості випадків масштабні дії та швидкі зміни здійснюються як контрзаходи.

Попереду багато роботи не лише для архітекторів та будівельників, а й для фахівців з брендингу міст та представників туристичного сектору. Адже нам доведеться попрацювати над створенням нового обличчя наших міст, пошуком нових туристичних атракцій і правильною презентацією їх туристам.

### 3.3. Пропозиції для компанії «Міртур» щодо стабілізації бізнесу

Ключовим питанням для компанії «Міртур» та туристичного сектору України в цілому є те, які методи антикризового управління можуть бути використані для стабілізації бізнесу.

Наступні пропозиції націлені на збільшення туристичних послуг від компанії «Міртур», підвищення попиту на них та покращення економічної ситуації в цілому. Насамперед це рекомендації щодо покращення використання технологічних інновацій у туризмі:

Використання в роботі компанії чат-ботів. Наприклад, чат-боти можна комбінувати, щоб охопити різні частини обслуговування клієнтів. Мої ідеї щодо створення чат-бота для туристичних агенцій включають:

- чат-боти з можливістю залишати анонімні відгуки про тури та події;
- чат-бот для набору студентів на тимчасові вакансії;
- консультанти для допомоги з по дозвільним документам;
- помічники для екстрених ситуацій.

Характерно, що чат-боти мають бути створені окремо для воєнного та післявоєнного часу. Під час війни як громадян, так і туристів можна інформувати про останні новини, можливості працевлаштування, готелі та існуючі правила. Після сьогоднішніх подій інтерес іноземців до відвідування України зросте, тому їм знадобиться цей інструмент для комфортної подорожі.

Використання чат GPT. Штучний інтелект можна використовувати для покращення клієнтського досвіду, аналізу даних про вподобання клієнтів та створення персоналізованих пропозицій. Він також може допомогти автоматизувати процеси та створювати кастомізований контент.

Залучення контент-креаторів до діяльності компанії дозволить створювати свій власний унікальний контент і таким чином залучати більше клієнтів.

Використання соціальної мережі TikTok дасть можливість вийти на новий рівень клієнтської бази.

Спонсорство: компанія може спонсорувати подорож блогера в обмін на публікацію контенту про тури та послуги в блогах і соціальних мережах. Таким чином, блогери можуть розповідати про свій досвід подорожей і просувати послуги туристичної компанії.

Важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств у сучасних умовах є активне впровадження цифрових технологій, зокрема розроблення та постійне вдосконалення мобільних додатків. З огляду на зміну споживчої поведінки та зростання ролі онлайн-сервісів, доцільним є створення багатофункціонального мобільного застосунку, який дозволить клієнтам у режимі реального часу отримувати актуальну інформацію щодо умов подорожі, необхідних документів, бронювання турів, трансферів та проживання. Наявність персонального облікового запису з доступом до історії бронювань сприятиме підвищенню зручності користування сервісом і формуванню довгострокових відносин із клієнтами. Разом із тим, аналіз відгуків користувачів свідчить про наявність окремих технічних і функціональних недоліків, що потребують усунення шляхом регулярних оновлень, тестування та адаптації застосунку до реальних потреб споживачів.

Перспективним інструментом цифрового маркетингу є також створення та розвиток віртуальних турів, зокрема із використанням платформ Instagram та Telegram. Такі тури надають потенційним туристам можливість заздалегідь ознайомитися з туристичними локаціями, умовами проживання та інфраструктурою, що є особливо важливим в умовах підвищеної невизначеності та безпекових ризиків. Для реалізації цього напряму можуть застосовуватися сучасні технології 3D- та VR-моделювання, інтерактивний відеоконтент і мультимедійні інструменти, що сприятиме підвищенню рівня довіри клієнтів, зменшенню кількості відмов від поїздок та стимулюванню попиту на туристичні послуги.

Окремої уваги заслуговує соціальна відповідальність туристичного бізнесу, зокрема волонтерська діяльність та підтримка Збройних Сил України. Наявні поодинокі публікації у соціальних мережах компанії щодо волонтерської активності доцільно систематизувати та зробити регулярною складовою комунікаційної стратегії. Така діяльність не лише має важливе суспільне значення в умовах війни, а й сприяє формуванню позитивного іміджу туристичної компанії, підвищенню рівня довіри та лояльності клієнтів, а також зміцненню репутації бренду як соціально відповідального суб'єкта господарювання.

Узагальнюючи, впровадження цифрових інновацій у поєднанні з активною соціальною позицією дозволить туристичним підприємствам адаптуватися до викликів воєнного часу, підвищити якість обслуговування та створити передумови для сталого розвитку у післявоєнний період.

Керівництву агенції варто якнайшвидше створити платформу для розвитку діджиталізації. Адже попит на туристичні дестинації після війни зростає, і туристам не сподобається відсутність актуальної інформації в соціальних мережах, так само як і відсутність робочого сайту.

Таблиця 3.2 Пропозиції щодо стабілізації та розвитку діяльності туристичної компанії «Міртур» в умовах війни та післявоєнного відновлення

№	Пропозиція (напрямок стабілізації)	Короткий опис та конкретні дії	Очікуваний ефект	Рівень складності впровадження	Термін окупності / впливу
1	Переорієнтація на внутрішній та близький туризм	Розробити та активно просувати тури по Україні (Карпати, Одеса, Львів, Київ, безпечні регіони), короткі weekend-тури, оздоровчий/реабілітаційний туризм	Зменшення залежності від авіаперевезень, стабільний потік клієнтів	Середній	3–6 місяців
2	Цифровізація та онлайн-продажі	Впровадити/оновити сайт з онлайн-бронюванням, чат-бот, віртуальні тури, інтеграцію з платіжними системами, активний SMM (Instagram, TikTok,	Зростання продажів на 30–50% без зростання штату, охоплення	Середній	2–4 місяці

		Telegram-канал)	молодої аудиторії		
3	Розширення асортименту: безпека + персоналізація	Додати «безпечні» тури з детальними інструкціями щодо ризиків, страховками, гнучкими умовами скасування. Персоналізовані пропозиції (сімейні, для ВПО, корпоративні)	Підвищення довіри клієнтів, зменшення відмов через страх	Низький	1–3 місяці
4	Партнерства та диверсифікація партнерів	Співпраця з локальними готелями, фермами, екскурсводами, залізницею («Укрзалізниця»), автобусними перевізниками. Групові знижки для корпоративних клієнтів	Зниження собівартості турів на 10–20%, нові канали продажів	Середній	4–8 місяців
5	Оптимізація витрат та фінансова стабільність	Перегляд фіксованих витрат (оренда → менший офіс або коворкінг), перехід на віддалену роботу, фокус на комісійні тури з високою маржею	Зменшення збитковості, збереження cash flow	Низький	1–3 місяці
6	Маркетинг з акцентом на довіру та локальність	Контент про «як безпечно подорожувати зараз», відгуки реальних клієнтів, співпраця з блогерами/інфлюенсерами з України	Зростання органічного трафіку та повторних клієнтів	Середній	3–6 місяців
7	Участь у державних програмах підтримки	Моніторинг грантів/програм від Мінекономіки, Держтуризму, ЄС (цифровізація, безбар'єрність, відновлення галузі)	Додаткове фінансування на розвиток (гранти 100–500 тис. грн+)	Високий	6–12 місяців
8	Розвиток корпоративного та МІСЕ-туризму	Пропозиції для компаній: тимблдинги, мотиваційні поїздки, конференції в безпечних локаціях	Стабільні великі замовлення, вища маржа	Середній	4–9 місяців
9	Підготовка до поствоєнного зростання	Розробити план на 2026–2027: повернення авіарейсів (Ryanair/Wizz), нові напрямки (Європа, Туреччина), навчання персоналу	Позиціонування як готового лідера ринку після стабілізації	Високий	12+ місяців

Запропонований комплекс заходів для компанії «Міртур» спрямований на стабілізацію діяльності в умовах війни, зниження ризиків та формування основ для подальшого зростання у післявоєнний період.

Першочерговим напрямом є переорієнтація на внутрішній та близький туризм, що передбачає активну розробку та просування туристичних продуктів у безпечних регіонах України, зокрема короткострокових weekend-турів, оздоровчого та реабілітаційного туризму. Це дозволить компанії зменшити залежність від міжнародних авіап перевезень і забезпечити стабільний попит з боку внутрішніх споживачів.

Важливим елементом стабілізації є цифровізація бізнес-процесів та розвиток онлайн-продажів, зокрема впровадження сучасного вебсайту з можливістю онлайн-бронювання, чат-ботів, інтеграції платіжних систем та активної присутності у соціальних мережах. Реалізація цього напряму сприятиме зростанню обсягів продажів без суттєвого збільшення витрат на персонал.

Окрему увагу доцільно приділити розширенню асортименту туристичних послуг із акцентом на безпеку та персоналізацію. Запровадження «безпечних турів», гнучких умов бронювання та індивідуальних пропозицій для сімей, внутрішньо переміщених осіб і корпоративних клієнтів підвищить рівень довіри споживачів і зменшить кількість відмов від подорожей.

Для зниження витрат і підвищення ефективності діяльності «Міртур» доцільним є розвиток партнерських відносин із локальними постачальниками туристичних послуг, зокрема готелями, перевізниками, екскурсоводами та залізничними операторами. Це сприятиме диверсифікації каналів збуту та зменшенню собівартості туристичних продуктів.

З метою забезпечення фінансової стійкості компанії важливим напрямом є оптимізація витрат, зокрема скорочення постійних витрат, перехід до гнучких форм організації праці та фокусування на турах з високою маржинальністю.

Ефективним інструментом залучення клієнтів є маркетингова стратегія з акцентом на довіру та локальність, що включає інформаційний контент про безпечні подорожі, відгуки клієнтів і співпрацю з українськими лідерами думок. Це дозволить сформувати позитивний імідж компанії та збільшити частку повторних продажів.

Додаткові можливості для розвитку «Міртур» відкриває участь у державних та міжнародних програмах підтримки туризму, зокрема грантових програмах, спрямованих на цифровізацію та відновлення галузі, що може забезпечити додаткове фінансування інноваційних проєктів.

Перспективним напрямом є також розвиток корпоративного туризму, який дозволяє залучати стабільні великі замовлення та підвищувати рентабельність діяльності компанії.

У стратегічній перспективі запропоновано підготовку компанії «Міртур» до післявоєнного зростання, що передбачає планування розширення міжнародних напрямків, навчання персоналу та формування конкурентних туристичних продуктів для швидкого виходу на ринок після стабілізації безпекової ситуації.

Отже, запропоновані напрями, зокрема цифровізація, розвиток внутрішнього туризму та посилення маркетингової й соціальної складової, сприятимуть підвищенню ефективності роботи компанії та формуванню передумов для її сталого розвитку у післявоєнний період.

### Висновки до розділу 3

У розділі 3 визначено ключові проблеми функціонування національного туристичного ринку України в умовах повномасштабної війни, серед яких безпекові ризики, руйнування туристичної та культурної інфраструктури, скорочення туристичних потоків, кадровий дефіцит, фінансові обмеження та недосконалість нормативно-правового забезпечення. Розглянуто масштаби втрат туристичної галузі та культурної спадщини, а також регіональні особливості впливу воєнних дій на розвиток туризму, що суттєво ускладнює відновлення галузі у короткостроковій перспективі.

У ході дослідження проаналізовано основні організаційно-економічні напрями післявоєнного відновлення туристичного ринку України, зокрема розвиток внутрішнього туризму, упровадження інноваційних та цифрових технологій, залучення іноземних інвестицій, формування нових туристичних продуктів (туризму пам'яті, військового, екологічного та етнічного туризму), а також посилення ролі державної підтримки й міжнародного партнерства.

Окрему увагу приділено обґрунтуванню практичних заходів стабілізації діяльності туристичної компанії «Міртур», які передбачають переорієнтацію на внутрішній ринок, цифровізацію бізнес-процесів, розвиток онлайн-продажів, персоналізацію туристичних послуг, оптимізацію витрат та активне використання маркетингових інструментів довіри й соціальної відповідальності. Запропонований комплекс заходів спрямований на зниження ризиків, підвищення конкурентоспроможності підприємства та формування передумов для його сталого розвитку у післявоєнний період.

Узагальнюючи результати дослідження, зроблено висновок, що реалізація запропонованих заходів дозволить туристичній фірмі «Міртур» не лише адаптуватися до кризових умов, а й створити міцне підґрунтя для сталого розвитку та ефективної діяльності у післявоєнний період, що

загалом сприятиме відновленню та поживленню національного туристичного ринку України.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У магістерській роботі здійснено комплексне дослідження впливу повномасштабної війни на розвиток національного туристичного ринку України на матеріалах туристичної компанії «Міртур».

Проведений огляд наукових джерел вітчизняних і зарубіжних учених, а також аналіз практичного досвіду функціонування туристичних підприємств дозволили дійти висновку, що в умовах війни традиційні підходи до управління туристичним бізнесом виявилися малоефективними. Встановлено, що значна частина туристичних підприємств недостатньо акцентує увагу на впровадженні сучасних антикризових та інноваційних методів управління, що негативно впливає на їх здатність адаптуватися до нестабільного зовнішнього середовища.

У роботі визначено сутність і особливості функціонування національного туристичного ринку України в умовах воєнного стану. Визначено, що війна стала ключовим дестабілізуючим чинником розвитку туристичної галузі, спричинивши різке скорочення туристичних потоків, зниження внеску туризму у ВВП країни, руйнування туристичної інфраструктури та зміну структури попиту на туристичні послуги. Доведено, що ефективність діяльності туристичних підприємств у таких умовах значною мірою залежить від якості управлінських рішень і здатності оперативно реагувати на кризові виклики.

У процесі дослідження проаналізовано динаміку ключових економічних показників розвитку туристичної галузі України, зокрема внесок туризму у ВВП, податкові надходження та туристичну активність населення. Встановлено, що після різкого спаду у 2022 році у 2023–2024 роках спостерігаються перші ознаки поступового відновлення галузі, передусім за рахунок розвитку внутрішнього туризму та адаптації туристичного бізнесу до умов воєнного часу.

На основі аналізу туристичної активності населення визначено низький рівень внутрішньої туристичної мобільності, особливо серед мешканців сільської місцевості та окремих регіонів України. Водночас встановлено наявність значного нереалізованого потенціалу внутрішнього туризму, розвиток якого може стати одним із ключових напрямів відновлення національного туристичного ринку у післявоєнний період.

У роботі проведено дослідження діяльності туристичної компанії «Міртур», що дозволило виявити основні проблеми її функціонування в умовах війни, зокрема зниження попиту, зростання ризиків, обмеженість фінансових ресурсів та необхідність трансформації бізнес-процесів. Разом із тим встановлено, що компанія має достатній потенціал для адаптації та подальшого розвитку за умови впровадження сучасних управлінських та цифрових рішень.

У третьому розділі роботи обґрунтовано комплекс практичних заходів щодо стабілізації діяльності туристичної компанії «Міртур», які передбачають переорієнтацію на внутрішній та близький туризм, цифровізацію бізнес-процесів, використання чат-ботів і технологій штучного інтелекту, розвиток онлайн-продажів, персоналізацію туристичних послуг та активне використання сучасних маркетингових інструментів. Встановлено, що запропоновані заходи сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємства, зміцненню довіри клієнтів і зменшенню негативного впливу кризових чинників.

Запропонований проєкт є економічно обґрунтованим, сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної компанії «Міртур», створює передумови для стабілізації її фінансового стану та має позитивний соціально-економічний ефект, зокрема через підтримку зайнятості та розвиток внутрішнього туризму. Реалізація запропонованих рекомендацій дозволить компанії ефективно функціонувати в умовах воєнного стану та сформувати основу для сталого розвитку у післявоєнний період.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барвінок Н. В. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektívy*. 2022. № 4 (11).
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168–180.
3. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. 2022. С. 24–32. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4>.
4. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку туристичної сфери України після війни. Свідоцтво КВ № 24770-14710Р від 31.03.2021.
5. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 3. С. 5–10.
6. Борблік К. Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 1 (69). С. 65–73.
7. Буряк Є. В. Соціально-економічні аспекти сталого розвитку України в умовах війни. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2022. № 34. С. 135–143.
8. Бут Т. В. Вплив війни в Україні на європейський ринок туристичних послуг. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*. 2022. С. 79–85.
9. Вечерський В. В. Культурна спадщина України. 2022. URL: <https://vue.gov.ua>.
10. Воронкова Т., Притуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: [http://www.economy.nayka.com.Ua/pdf/11\\_2020/85.pdf](http://www.economy.nayka.com.Ua/pdf/11_2020/85.pdf).
11. Грабар М.В. Інтеграційні процеси на туристичному ринку в умовах сучасних глобальних викликів. 2022.

12. Герасимів З. М., Христенко Г. М. Особливості розвитку туризму в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 5. С. 25-35.
13. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. Бізнес Інформ. 2020. № 2. С. 179-186.
14. Гладинець Н. Ю. Макроекономічні наслідки війни та її вплив на економічний розвиток. 2023.
15. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88-92.
16. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5-6. С. 63-67.
17. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/artide/44952>
18. День туризму 2022 разом з VisitUkraine. URL: <https://visitukraine-today.uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine> (дата звернення 15.10.2023)
19. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
20. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>
21. Кізюн, А. Г.; Гуцал, Л. А.; Цуркан, І. М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, 2023.С. 79-87.
22. Колотуха О. Геопросторові аспекти пішохідного туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2019. № 2(1). С. 6-17.
23. Королюк Софія Ростиславівна. Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні. 2022.

24. Концепція Стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/sites>
25. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337-341.
26. Кот С. І. Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні" / 18 квітня 2018 р / Київ, 2018.
27. Кривешко О. В. Оцінка вагомості конкурентних переваг. Ефективна економіка. 2020. № 2. [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2\\_2020/66.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/66.pdf)
28. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Ярмола К.М. Туристична галузь в умовах пандемії Ковід-19: тенденції та заходи підтримання. БІЗНЕСІНФОРМ. 2021. № 1. С. 177-184.
29. Лікувально-оздоровчий, медичний та психологічний туризм - види туризму, які набувають популярності в умовах війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135>.
30. Логунцова І.В. Рихліцький В. Внутрішній туризм в Україні мав би рости: як змінилась галузь і куди зник «бюджетний» мандрівник. Економічна правда вебсайт.  
URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/>
31. Ляшок, Дар, Геополітичний контекст розвитку туризму в Україні. 2021.
32. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. [segodnya.ua](https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html), 2022. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>.
33. Малюта, Людмила Ярославівна; Королюк, Софія. Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні. Збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції

«Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації», 2022. С. 156-159.

34. Машіка Г. В. Туризм України в умовах війни: реалії та перспективи розвитку. 2022.

35. Нарис про відбудову України / Т. Бекер, Б. Айхенгрін. URL: [https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine\\_ukr.pdf](https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf)

36. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>.

37. Нездоймінов С. Г. Сучасний розвиток інфраструктури міжнародного круїзного ринку. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. С. 3-4.

38. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. unian.ua, 2022. URL: <https://www.umau.ua/ecomomics/fmance/osmvm-vtrati-shche-poperedu-ukrajincyam-rozprovili-yak-viynavdarila-po-turizmu-novini-ukrajina-11866203.html>.

39. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

40. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон І півріччя 2019-2023 років. URL : <https://bit.ly/2UEZmKy>

41. Паньків Н. Є. Проблеми та перспективи відновлення України під час та після завершення російсько-української війни. <https://journals.khnu.km.ua>

42. Паньків Н.Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. Науковий вісник НЛТУ України. 2020, т. 30, № 3. С. 71-76.

43. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>.
44. Петренко О. В. Міжнародний туризм та його місце в соціально-економічному розвитку України. 2023.
45. Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни:  
Указ Президента України № 266/2022 від 21.04.2022.  
<https://www.president.gov.ua/documents/2662022-42225>
46. Постанова Кабінету Міністрів України від 25 січня 2018 р. № 626 «Про внесення змін до Порядку визначення категорій пам'яток для занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України». Правова охорона культурної спадщини: збірник документів. Київ, 2006. С. 393-396.
47. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. bbc.com, 2022. <https://www.bbc.com/ukrainian/keas-62004034>.
48. Про затвердження Порядку розроблення та затвердження спеціальних методик щодо економічного обґрунтування проектів розвитку курортів та економічної оцінки їх природних лікувальних ресурсів: Постанова КМУ № 452 від 06.05.2001 в ред. від 17.09.2020.  
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/452-2001-%D0%BF/ed20191114#Text>
49. Про курорти: Закон України № 2026-III від 05.10.2000 в ред. від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>
50. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.

51. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11-15.
52. Степанець, Інна; Гринюк, Діана; Савицька, Наталія. Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. Економіка та суспільство, 2022. С. 44.
53. Смирнов І.Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). Велика Волинь: наук. зб. Вип. 42. Житомир: М. Косенко, 2013. С. 239-246.
54. Тенденції розвитку сучасної геополітичної ситуації у світі URL: <http://bintel.com.ua/uk/>
55. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65>
56. Україна 2022. Як не втратити свій шанс стати сильною державою / Український інститут майбутнього. URL: <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2022-yak-ne-vtratyty-svij-shansstaty-sylnoyu-derzhavoyu/>
57. Через війну надходження до держбюджету від тургалузі скоротилися на 18%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-na-18>
58. Чорний О. Найкращі часи - попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vperediproishodit-turizmom-1657645856.html>.
59. Шадюк К.М. Особливості розвитку підприємств туристичної галузі України в умовах кризи та війни. Інноваційна економіка. 2025. Випуск 1. С. 197-205.
60. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. Науковий вісник Ужгородського національного

університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(2). С. 147-152. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2019\\_23\(2\)30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23(2)30).

61. Язіна В.А., Дзюба В.В., Д.Є. Мирний. Інтегрована комплексна модель оцінки туристичного потенціалу України: сутність та специфіка. Економіка та суспільство. 2024. С. 48-56. Вип. 68. URL:[https://www.researchgate.net/publication/387718593\\_INTEGROVANA\\_KOMPLEKSNA\\_MODEL\\_OCINKI\\_TURISTICNOGO\\_POTENCIALU\\_UKRAINI\\_SUTNIST\\_TA\\_SPECIFIKA](https://www.researchgate.net/publication/387718593_INTEGROVANA_KOMPLEKSNA_MODEL_OCINKI_TURISTICNOGO_POTENCIALU_UKRAINI_SUTNIST_TA_SPECIFIKA)

62. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-vukrayini-vplinula-na-ievropeyskiyturizm>

63. Boiko, V., Liubynskyi, O., Strikha, L., Zarakhovskiy, O.Y., Neilenko, S. (2021). International journal of computer science and network security. Vol. 21. № 4. PP. 167-177.

64. Crisis in Hospitality and Tourism: A study on the impacts of terrorism on Indian Hospitality and Tourism Industry URL: <https://www.researchgate.net/>

65. Economic Impact Report, 2019. URL: <https://wtcc.org/Research/EconomicImpact>

66. European Court of Auditors. EU Support to tourism. Need for a new orientation and a better funding approach. 2021. 58 p.

67. How the war in Ukraine will affect European tourism. globetrender.com, 2022. URL:<https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect>

68. Karnaushenko, A., Petrenko, V., Tanklevska, N., Borovik, L., & Furdak, M. (2020). Prospects of youth agricultural entrepreneurship in Ukraine. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal, 6(4), 90-117. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.06>.

69. Kyrylov Y., Hranovska V., Boiko V., Kwilinski A., & Boiko L. (2020), International Tourism Development in the Context of Increasing Globalization

Risks: On the Example of Ukraine's Integration into the Global Tourism Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 13 (12), 303.

70. Romanenko, Y.O., Boiko, V., Shevchuk, S. M., Barabanova, V. V., & Karpinska, N. V. (2020). Rural development by stimulating agro-tourism activities. *International Journal of Management*, 11(4), 605-613. DOI: <https://doi.org/10.34218/DM.1L4.2020.058>

71. Top funded digital health categories worldwide in 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/736163/top-funded-health-it-technologies>

72. UNWTO Tourism Highlights, 2019 URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2019-edition>

73. World Travel and Tourism Council WTTC URL: <https://wtcc.org/>.

## ДОДАТКИ

Таблиця А.1. Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	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 область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, багті та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель
Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	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 область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

## Додаток Б

Таблиця Б.1. Залученість українців до внутрішнього туризму – залежно від області проживання респондентів (%) [19]

Області України і місто Київ	Подорожують Україною	Зокрема подорожують			Не подорожують Україною
		Раз на пів року або частіше	Раз на рік	Раз на 2-3 роки або рідше	
Київська (без Києва)	63	24	27	12	37
Чернівецька	60	22	29	9	40
Львівська	54	23	19	12	46
Полтавська	49	15	25	9	51
Дніпропетровська	47	12	25	10	53
Хмельницька	45	16	23	6	55
Харківська	43	11	21	11	57
Одеська	41	12	17	12	59
Рівненська	39	9	20	10	61
Донецька	38	9	20	9	62
м. Київ	38	16	16	6	62
Луганська	36	11	15	10	64
Херсонська	36	10	15	11	64
Вінницька	32	9	16	7	68
Волинська	32	8	14	10	68
Миколаївська	32	11	15	6	68
Івано-Франківська	31	13	11	7	69
Чернігівська	31	9	15	7	69
Закарпатська	27	12	11	4	73
Тернопільська	27	6	17	4	73
Запорізька	25	10	11	4	75
Кіровоградська	21	5	13	3	79
Черкаська	21	4	14	3	79
Сумська	19	5	9	5	81
Житомирська	17	4	9	4	83