

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

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-139

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

АРТЕМЕНКО Тетяна Олександрівна

Керівник: к.е.н., доцент КОРНІЄНКО О.М.

Рецензент: _____

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний університет «Запорізька політехніка»**Інститут, факультет Міжнародного туризму та економікиКафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесуСтупінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівеньОсвітньо-кваліфікаційний рівень бакалаврСпеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))**ЗАТВЕРДЖУЮ****Завідувач кафедри ТГРБ**Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ СТУДЕНТКИ****АРТЕМЕНКО Тетяни Олександрівни**

1. Тема роботи (проекту) ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ,
керівник роботи (проекту) КОРНІЄНКО О.М., к.е.н., доцент,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 09 грудня 2022 року № 426/1
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, статистичні дані Державної служби статистики України
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні аспекти розвитку туризму. 2) Аналіз сучасного стану розвитку туризму в Україні під час воєнного стану. 3) Перспективи розвитку туризму в Україні у повоєнний час.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 9 таблиць, 6 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	31.03.2023
2	КОРНІЄНКО О.М. доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	14.04.2023
3	КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	28.04.2023
Нормо контроль	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	10.05.2023

7. Дата видачі завдання 31 січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	31.01.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.02-15.02.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	16.02-28.02.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.03-15.03.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2023	виконано

Студентка

(підпис)

Тетяна АРТЕМЕНКО

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Ольга КОРНІЄНКО

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідити сучасний стан туризму в Україні під час воєнного стану та визначити перспективи його розвитку. Виходячи з поставленої мети, доцільно виконати такі **завдання**: дослідити теоретичні аспекти розвитку туризму; проаналізувати сучасний стан розвитку туризму в Україні під час воєнного стану; визначити перспективи розвитку туризму в Україні у повоєнний час.

Об'єктом дослідження є вітчизняний туризм.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку туризму під час воєнного стану в Україні.

Методи дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема описовий, порівняльний, статистичний, аналіз і синтез, структурний та системний аналіз, метод узагальнення.

Інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правова база України, статистичні дані Державної служби статистики, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.

Практичне значення результатів полягає в тому, що матеріали роботи можуть використовуватися органами державного управління туристичною галуззю України, вітчизняними туристичними підприємствами при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність. Також матеріали кваліфікаційної дипломної роботи бакалавра доцільно використати при викладанні дисциплін «Міжнародний туризм» та «Технологія туристичної діяльності» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний

бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Старобільськ, 16–17 листопада 2021 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (37 найменувань).

Обсяг. Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки комп'ютерного тексту (2,19 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 58 сторінках (2,01 авт. арк.).

Графічний матеріал. Робота містить 9 таблиць та 6 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Артеменко Т. Туризм в Україні під час воєнного стану. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У роботі досліджено теоретичні аспекти розвитку туризму; проведено аналіз сучасного стану розвитку туризму в Україні під час воєнного стану; визначено перспективи розвитку туризму в Україні у повоєнний час. Цінність результатів дослідження полягає у визначенні перспективних напрямків розвитку туризму в Україні у повоєнний час.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, сучасний стан, перспективи, розвиток.

ANNOTATION

Artemenko T. Tourism in Ukraine during martial law. – Qualifying work.

The paper examines theoretical aspects of tourism development are explored in the work; an analysis of the current state of tourism development in Ukraine during martial law was carried out; prospects for the development of tourism in Ukraine in the post-war period are determined. The value of the research results lies in the determination of promising directions for the development of tourism in Ukraine in the post-war period.

Key words: tourism, tourism industry, current state, prospects, development.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

ДАРТ – Державна агенція розвитку туризму

див. – дивись

ЄС – Європейський Союз

ЄТС – Європейської комісії з туризму

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

м. – місто

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

обл. – область

од. – одиниць

р., рр. – рік, роки

РАТА – Азіатсько-Тихоокеанської асоціації з туризму

рис. – рисунок

ст. – століття

СТО – Карибської організації з туризму

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

% – відсоток

UNWTO – Всесвітня туристична організація

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	12
1.1. Передумови та фактори розвитку туризму	12
1.2. Поняття та структура індустрії туризму	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	26
2.1. Аналіз основних показників розвитку туризму	26
2.2. Аналіз турагентської та туроператорської діяльності	33
2.3. Особливості розвитку туризму під час воєнного стану	41
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ЧАС	47
3.1. Перспективні напрямки розвитку туризму в Україні у повоєнний час	47
3.2. Використання світового досвіду розвитку туризму після війни	53
ВИСНОВКИ	56
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	59

ВСТУП

Актуальність теми. Туристичний бізнес – одна з найбільш швидкозростаючих і динамічних галузей світової економіки. Туризм входить до трійки найбільших галузей-експортерів після нафтової та автомобільної промисловості. Сьогодні туризм є найприбутковішою галуззю світової економіки.

Туристичний бізнес є привабливим для підприємців, оскільки:

- низькі інвестиції при відкритті бізнесу;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- висока прибутковість;
- короткий термін окупності інвестицій.

Окрім високої прибутковості, туризм є потужним фактором підвищення національного престижу. Він також має соціальне значення як фактор, що підвищує освітній рівень населення та впливає на міжнародні відносини, наприклад, стабілізуючи відносини між країнами та регіонами.

Вихідним моментом створення й розвитку економічної системи сучасної сфери туризму є задоволення туристичних потреб, що лежать в основі попиту на туристичні послуги. Задоволення цього попиту здійснюється через систему пропозиції туристичного продукту на ринку. Дослідження туристичного бізнесу має неабияке значення для успішного функціонування та розвитку туристичної індустрії загалом.

Дослідженням проблемних питань щодо проблем та перспектив розвитку туризму присвячено праці багатьох вчених, серед них: Дядечко Л. П., Пуцентейло П. Р., Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л., Корнієнко О. М., Зайцева В. М. та ін.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження сучасного стану туризму в Україні під час воєнного стану та визначення перспектив його розвитку.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити ряд наступних завдань:

- дослідити теоретичні аспекти розвитку туризму;
- проаналізувати сучасний стан розвитку туризму в Україні під час воєнного стану;
- визначити перспективи розвитку туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є вітчизняний туризм.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку туризму під час воєнного стану в Україні.

Методи дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема описовий, порівняльний, статистичний, аналіз і синтез, структурний та системний аналіз, метод узагальнення.

Інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правова база України, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.

Практичне значення результатів полягає в тому, що матеріали роботи можуть використовуватися органами державного управління туристичною галуззю України, вітчизняними туристичними підприємствами при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність. Також матеріали кваліфікаційної дипломної роботи бакалавра доцільно використати при викладанні дисциплін «Міжнародний туризм» та «Технологія туристичної діяльності» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів курсової роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Старобільськ, 16–17 листопада 2021 р.), за результатами якої опубліковано тези доповідей [37].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (37 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки комп'ютерного тексту (2,19 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 58 сторінках (2,01 авт. арк.). Робота містить 9 таблиць та 6 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Передумови та фактори розвитку туризму

Поняття «туризм» визначається в Законі України «Про туризм» [28] як «тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» (Стаття 1). Такий виїзд людини робить її туристом. Туристом вважається особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Поняття «туризм» охоплює систему трьох взаємопов'язаних елементів:

- географічний компонент (регіон появи туристів, транзитний регіон і туристична дестинація);
- турист;
- туристична індустрія.

Туризм став реальним фактом економіки будь-якої країни, і Україна не є виключенням [12].

Історично склалося так, що сучасний туризм – це результат появи та еволюції подорожей. Люди завжди подорожували й залишали записи про свої мандрівки.

На стадіях зародження туризму мандрівники були вимушені організовувати подорожі самостійно. Метою їхніх мандрівок було вивчення звичаїв і побуту, рівнів та особливостей розвитку народів і країн. В епоху Римської імперії виникли перші елементи індустрії туризму – заїжджі двори (причому як державні, так і приватні) [2].

Розвиток християнства та торгівлі в Середньовіччі привів до появи подорожей з метою розповсюдження релігії і реалізації товарів поза місцем

їхнього виготовлення. У цю пору, говорячи сучасною мовою, інфраструктура подорожей поповнилася за внаслідок появи монастирів, а подальший розвиток одержали заїжджі двори за рахунок купців.

В епоху Великих географічних відкриттів метою мандрівників, мореплавців і першопрохідників стало захоплення й освоєння територій.

Подорожі й екскурсії набули форми туризму, причому основними джерелами покриття витрат на організацію екскурсій у далекі країни стали внески осіб, що виявили бажання брати участь у поїздках, а також пожертвування меценатів. Таким чином, фінансовою основою відшкодування туристичних витрат став переважно сам турист.

Поняття «тур» почали вживати в 1750 році, а термін «турист» використовувалося як найменування учасника розважальних або освітніх подорожей (турів) [6].

Великого англійського реформатора Томаса Кука (1808 – 1892 рр.) справедливо називають «батьком» міжнародного туризму як сфери економічної діяльності, оскільки він уперше відзначив комерційні перспективи його розвитку. Томас Кук поклав початок організації туризму – саме він створив перше бюро подорожей, увів резервування місць у засобах пересування і розміщення, видавав якісні путівники з вичерпною інформацією.

На межі XIX і XX століть туризм перестав бути тільки об'єктом наукових досліджень філософії та соціальних наук, а став складною економічною структурою, в розвитку якої виділяється період після Першої світової війни; і десятиліття після Другої світової війни. Особливу роль у популяризації усіх видів туризму зіграв розвиток авіаподорожей. Усе це сприяло виникненню економіко-філософського підходу до розуміння туризму в системі розвитку суспільства. При такому підході туризм пов'язується з економічним розвитком країни, розширенням наукових досліджень і підвищенням якості підготовки фахівців для сфери туризму [4].

У виникненні туристичної діяльності і розвитку туризму виділяють 4 етапи:

- 1 етап – передісторія туризму;
- 2 етап – елітарний туризм і зародження масового туризму;
- 3 етап – початок становлення масового туризму;
- 4 етап – масовий туризм.

Розвиток туризму в світі привів до створення в 1951 році Європейської комісії з туризму (ЄТС) і Карибської організації з туризму (СТО), а в 1957 році – Азіатсько-Тихоокеанської асоціації з туризму (ПАТА). На міжнародному рівні в 1975 році було створено Всесвітню туристичну організацію (ВТО), що являє собою неурядове агентство, яке збирає і публікує дані про туризм, забезпечує технічну допомогу й організацію конференцій, підтримує програми навчання фахівців для туризму.

У 1997 році Україна стала дійсним членом ВТО, а у вересні 1999 року на 13-й Генеральній асамблеї ВТО в місті Сантьяго (Чилі) була обрана в керівний орган ВТО – Виконавчу раду [21].

Туризмом в Україні на урядовому рівні займається Міністерство культури і туризму України, якому підпорядковується Державне агентство з туризму та курортів, а також Державна служба охорони культурної спадщини. В областях нашої країни є відповідні підрозділи у складі державних адміністрацій. Найчастіше це відділи з питань туризму і курортів.

Туризм в Україні останнім часом став наближатися до світового рівня. Тому що масово почали з'являтися й розвиватися підприємства, що спеціалізуються на туристичній діяльності різних видів та організаційно-правових форм. Вже створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного та іншого призначення [17].

Реалії часу змушують Україну шукати свою нішу в світовій туристичній індустрії. Керівництво Державного агентства розвитку туризму

бачить майбутнє галузі у розвитку транспортних коридорів та туристичної інфраструктури. Ще одним важливим питанням є контроль за якістю туристичних послуг.

До суб'єктів туристичної діяльності належать підприємства, установи, організації та фізичні особи, що зареєстровані у встановленому законодавством України порядку і отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [2].

Процеси створення та реалізації туристичного продукту й окремих туристичних послуг належать до туристичної діяльності. Розглядаючи туристичну діяльність глибше, варто виділяти в ній, з одного боку, техніко-технологічні та організаційні процеси, а з іншого боку – економіку цієї діяльності.

Економіка туристичної діяльності включає в себе:

- створення та надання туристичних послуг в обсягах і в терміни, обумовлені договором на організацію подорожей;
- ефективне використання наявної і створення нової матеріально-технічної та ресурсної бази туризму;
- забезпечення валютних надходжень до бюджету держави (регіону) та отримання прибутку суб'єктами туризму;
- кооперування засобів туристичної діяльності;
- сприяння зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб [2].

До основних завдань економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу належать:

- а) створення (комплектування) туристичного продукту;
- б) формування ринку туристичних послуг;
- в) удосконалення інфраструктури туризму;
- г) реалізація туристичних послуг через систему оптової й роздрібною торгівлі з використанням комп'ютерних технологій;
- д) пріоритетний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму.

Туристична діяльність ґрунтується на умовах і факторах, що охоплюють економіку, політику, культуру країн світу, на швидкості проникнення у світову цивілізацію, здатності адаптації до нових туристичних технологій, що базується на комп'ютерній техніці, та гнучкого просування до інтеграційних та інших процесів у світовому просторі [3].

Ефективний розвиток туристичної галузі забезпечить розвиток інфраструктури й сприятиме зайнятості місцевого населення.

Формування та розвиток туристичного бізнесу неможливий без досліджень сучасного стану та перспектив розвитку галузі туризму, а саме зростання економічної привабливості туристичної діяльності України, створення сприятливих умов для ефективного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу на ринку.

Тому визначення факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, та оцінка їх впливу в умовах ринкових трансформацій є досить актуальною.

Фактори, що впливають на стан та розвиток туризму, дослідники класифікують відповідно до масштабу туристичного ринку. За такої класифікації виділяють три їх рівні:

- глобальні, тобто фактори, які діють у міжнародному чи світовому масштабі;
- національні, тобто фактори, які виявляють свій вплив на рівні держави;
- регіональні, тобто фактори, що впливають на стан та розвиток туристичних ресурсів в межах окремого регіону [25].

Важливими питаннями розвитку туризму є дослідження факторів, які впливають на стан туризму в країні та її регіонах. У науковій літературі ці фактори поділяються на дві групи, а саме зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які мають специфічні прояви при веденні туристичного бізнесу (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Зовнішні та внутрішні фактори впливу на туризм

Зовнішні	Внутрішні
Політичний фактор - найбільш динамічний та різноаспектний. Політична стабільність головна умова функціонування туристичної діяльності.	Процеси попиту, пропозиції (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму.
Економічні – це фінансово-економічні умови, поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації та збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля.	Зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікулярного дозвілля дітей і т.д.
Соціально-демографічні впливають на туристичні послуги, до них належать: підвищення рівня освіти, культури, задоволення естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою.	Зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів).
Науково-технічні дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для надання нових видів туристичних послуг та удосконалення обслуговування клієнтів.	Зростання представників туристичного бізнесу, ролі працівників у туризмі, ролі засобів масової інформації та зв'язків із громадськістю. Сезонність туристичної діяльності.

Зовнішні фактори впливають на туризм, передусім, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови. Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі [25].

Поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів формує кон'юнктуру туристичного ринку та створює середовище для бізнес-діяльності, впливає на формування попиту та пропозиції, які забезпечують діяльність національної індустрії туризму зі створення відповідного туристичного продукту. Формування національного туристичного бізнесу є наслідком складної взаємодії організаційно-економічних процесів, які формують попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Організаційно-економічні процеси ринку туристичних послуг сприяють покращенню інформаційно-комунікаційного забезпечення між сегментами ринку, подоланню галузевих бар'єрів та інформаційної закритості. Розвиток ринку туристичних послуг формується під впливом соціально-економічних факторів, до яких відносяться: наявність вільного часу, структура населення, вік, рівень доходів громадян, освіта, рід занять, приналежність до певної раси, стать тощо.

На думку Н. Кудли, успішне функціонування туристичного ринку в цілому неможливе без наявності вільного часу та дозвілля громадян, у разі збільшення якого можна очікувати, що грошові кошти можуть бути направлені на придбання послуг туризму, відпочинок: «Наявність вільного часу є одним з найважливіших факторів. Вільний час, яким володіє суспільство, залежить від внутрішнього законодавства конкретної країни (кількість днів відпустки, кількість робочих годин на тиждень). Інформація про час проведення шкільних канікул, державних і релігійних свят та їх кореляції в даному році з суботами і неділями є важливою для організаторів туризму з урахуванням активізації туристичного попиту» [26].

1.2. Поняття та структура індустрії туризму

Туристичний бізнес – це одна з найбільш динамічних галузей, що швидко розвиваються у світовому господарстві. Туризм входить до трьох найбільших експортних галузей, поступаючись нафтовидобувній

промисловості й автомобілебудуванню. Нині туризм є найрентабельнішою сферою світової економіки [3].

Туристичний бізнес привабливий для підприємців з таких причин:

- невеликі стартові інвестиції;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- високий рівень рентабельності;
- мінімальний строк окупності витрат.

Ефективність туризму складається з таких аспектів:

1) це джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни;

2) він розширює внески в платіжний баланс країни;

3) сприяє диверсифікованості економіки, розвиваючи галузі, що обслуговують сферу туризму: будівництво, торгівлю, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо.

Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. До того ж, він має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей.

Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки тим, що стабілізує відносини між країнами та регіонами [7].

Туристичний бізнес виступає єдиною економічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги. Він складається з чотирьох основних елементів:

- 1) виробництво туристичних послуг;
- 2) комплектування туристичного продукту;
- 3) реалізація туристичного продукту або окремої послуги;
- 4) споживання туристичного продукту (послуги).

Економіка туристичного бізнесу – це, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичної діяльності, тобто туристичних послуг (туристичних продуктів), які вивчаються економічною теорією, а з іншого

боку, є невід'ємною частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [2].

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

- має власну індустрію з виробництва та обслуговування туристів;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і реалізує його;
- формує комплексний ринок туристичних послуг на різних рівнях;
- виступає мультиплікатором національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- є сферою, де створюються робочі місця з низькими витратами, забезпечуючи високу ефективність та швидку окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- сумісний практично з усіма секторами, галузями та видами людської діяльності;
- є вигідним у процесах інтеграції та глобалізації, що відбуваються у світовому просторі.

Таким чином, туризм здатний активно впливати на економіку регіону (або країни), в якому він розвивається, на його господарську, соціальну та гуманітарну основи.

Туристична послуга в економічній системі бізнесу виступає товаром, а суб'єкт туристичної діяльності – підприємницькою структурою, що створює, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам [2].

Окрема туристична послуга (розміщення, харчування, транспортування, екскурсії, побутові послуги, культурно-видовищні заходи, спортивні, рекреаційно-оздоровчі послуги тощо) може задовольнити тільки якусь конкретну потребу туриста, а не комплекс його потреб. Тому виникає

об'єктивна необхідність об'єднання всіляких за призначенням туристичних послуг у єдиний комплекс, який прийнято називати туристичним продуктом. Необхідність формування комплексу туристичних послуг у вигляді продукту з метою задоволення потреб туристів стала основою створення таких підприємницьких структур як туристичні оператори та агенти (дилери).

Отже, на шляху до ринку туристичні послуги проходять стадії виробництва комплектування й анімації, тобто об'єднання в турпродукт.

У Законі України «Про туризм» [28] туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше двох таких послуг, що реалізуються або пропонуються до реалізації за визначеною ціною. До складу туристичного продукту входять послуги перевезення, розміщення, організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо, тобто послуги, спрямовані на задоволення потреб туриста під час його подорожі. Визначаючи туристичну послугу коротко, слід зазначити, що вона являє собою доцільну діяльність по задоволенню якої-небудь потреби туриста.

Туристичні послуги та товари поділяються на дві групи: характерні (основні) та супутні (додаткові) [2].

Характерні туристичні послуги та товари призначені для задоволення потреб споживачів, виробництво й надання яких суттєво скоротиться без їх реалізації особам, що подорожують, а супутні хоч і призначені для задоволення потреб туристів, але їх виробництво несуттєво скоротиться без реалізації туристам.

Важливу роль у туристичному бізнесі відіграє просування туристичного продукту до споживачів, яке передбачає низку заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг. До таких заходів належить організація рекламно-ознайомлювальної діяльності, проведення або участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо.

Місцем продажу туристичних послуг є країна, в якій зареєстровано

суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт, а місцем надання проданих послуг – країна, на території якої знаходяться туристичні об'єкти, які надають відповідні послуги [2].

На відміну від звичайних споживчих товарів, які постачаються до місць перебування (помешкання) споживача, основні туристичні послуги надаються там, де знаходяться об'єкти інтересу туристів (туристичні об'єкти), що викликає необхідність подорожей з метою отримання таких послуг. Оскільки об'єкти туристичних відвідувань знаходяться як на території своєї країни, так і поза нею, то за цією ознакою виділяються дві організаційні форми туризму: внутрішній та міжнародний.

Внутрішній туризм в Україні – це подорожі в межах своєї території своїх громадян та осіб, які постійно проживають на її території. Міжнародний туризм включає в себе в'їзний туризм, коли особи, які постійно не проживають на території України, подорожують в межах України, та виїзний туризм, коли громадяни України та особи, які постійно проживають в Україні, подорожують до інших країн [2].

Оскільки туризм – це переміщення людини з місця постійного проживання до туристичного об'єкта і повернення назад, то появилось поняття «тур», яке походить від французького слова «tour» і означає «рух по колу». Завчасно визначений шлях подорожі називається маршрутом. Ця назва походить від німецького слова «marschrute», що в перекладі означає «послідовний шлях руху».

Отже, тур – це цілеспрямована подорож людей (пішохідна або на транспорті) за визначеним маршрутом у конкретні терміни тривалістю понад 24 години, але не більше одного року. Така тривалість подорожей потребує забезпечення туристів певним комплексом послуг, який називається пакетом туристичних послуг за відповідним маршрутом (туром). Відтак у широкому розумінні поняття «тур» охоплює не тільки туристичний маршрут, а й пакет товарів і послуг, необхідних туристам під час подорожування за цим маршрутом [31].

У ринковій економіці тур, як єдність маршруту з його матеріально-технічним, культурним та іншим забезпеченням, виступає товаром, ціна на який визначається за законами ринку.

Формування турів охоплює розробку маршрутів і пакетування товарів та послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування за певним маршрутом. До основних туристичних послуг належить реклама, перевезення, харчування, розміщення, організація відвідувань туристичних об'єктів, забезпечення відпочинку й рекреації (оздоровлення).

Формування, продаж та проведення турів здійснюють спеціальні суб'єкти туристичної діяльності, якими є підприємства, установи, організації різних форм власності, фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку та отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [2].

Отже, суб'єкт туристичної діяльності, по-перше, утворюється відповідно до чинного законодавства країни; по-друге, займається формуванням (створенням) і/або реалізацією туристичного продукту (послуги); по-третє, функціонує на принципах комерційного розрахунку з метою максимізації прибутку або іншого ефекту, в тому числі й соціального.

На туристичному ринку споживачеві пропонується товар у формі конкретного туру, який охоплює попередньо розроблений комплекс туристичних товарів і послуг, необхідних при подорожі за певним маршрутом. Формування цілісно-цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є основною функцією туроператорів, що готують цей продукт для реалізації в закінченому, тобто скомплектованому вигляді.

Споживання туристичного продукту завершує відтворювальний цикл руху туристичних послуг. Туристичні ресурси при цьому виступають факторами формування турів як комплексу туристичних послуг за певним маршрутом подорожей.

В умовах ринку як туристичні ресурси, так і результати їхнього

використання здобувають усі властивості товару – корисність для споживача і ціну для виробника [2].

Туристична діяльність здійснюється комплексом підприємницьких структур, який називається туристичною індустрією. Сучасна індустрія туризму охоплює всю сукупність суб'єктів господарювання, які виконують туристичні послуги, як це видно з рисунку 1.1.



Рис. 1.1 – Комплекс структур туристичної індустрії

Туристична індустрія є міжгалузевим комплексом підприємницьких структур з виробництва та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

Отже, міжгалузевий комплекс індустрії туризму відрізняється складністю внутрішньої структури, ієрархією цілей функціонування компонентів і елементів, різноманітністю зовнішніх та багаторівневістю внутрішніх комплексують з'язків, стадійністю споживання та організації масового обслуговування. Планування його розвитку потребує відповідного комплексного і системного підходу [4].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Основні показники розвитку туризму

Туристична сфера в Україні має добрий потенціал для розвитку туризму в країні. В Україні багато гарних місць, які будуть цікаві для відвідування, як населенням так і іноземними туристами, багато історичних, природних, архітектурних пам'яток, музеїв, театрів. Задля покращення туристичної індустрії в цілому, потрібно відкривати більше нових готелів, пансіонатів, збільшити кількість туристичної інфраструктури для комфорту подорожуючих, покращити умови розміщення, відпочинку, харчування, відношення до туристів. Ще декілька років тому, туризм в Україні розвивався.

В 2019 році коли в світі з'явилась пандемія Covid-19, відвідування іноземцями країни зменшилося. В Україні, як і в інших країнах світу, були введені ковідні обмеження: карантини, сертифікати, тести, щеплення. Через це показники туристичної сфери в країні знизилися.

В 2022 році туризм в Україні став не можливим через повномасштабне вторгнення. Усі туристичні агенти почали повертати гроші туристам, котрі завчасно купували туристичні путівки на відпочинок. Вже на початку літнього сезону туристичні агенції почали поновлювати свій бізнес та відправляти туристів на відпочинок з виїздами туристів з інших сусідніх країн, що є не дуже комфортними умовами. Туристи більше витрачають часу на перетин кордонів, на переїзди до сусідніх країн, але це єдиний спосіб зараз для мандрівок [14].

Туристичні мандрівки іноземних туристів або ж населення на узбережжя Азовського або Чорного морів стала зовсім неможливим. Відпочинок на узбережжі Азовського моря став неможливим через тимчасову окупацію тих територій, які знаходяться вздовж моря. Відпочинок

на узбережжі Чорного моря став категорично забороненим, задля життєвої безпеки туристів, через можливі замінування. В такий непростий час туристи віддають свою перевагу відпочинку в горах або біля них, рекреаційним зонам задля лікування [15].

Найбільш відвідуваними напрямками в Україні серед туристів в 2022 році є Львівська, Тернопільська, Івано-франківська, Закарпатська області. Саме ці туристичні напрямлення наразі є більш безпечними для відпочинку в Україні.

Наразі неможливо передбачити розвиток туристичної сфери в Україні, через постійну небезпеку.

Кожен рік туристичний потік в Україні має різні показники. Деякі туристи відвідують країну, приїжджаючи з інших країн, населення подорожує або в межах країни, або виїжджає на відпочинок закордон. Показники розвитку туристичної галузі в Україні наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Основні показники розвитку туристичної галузі України за п'ять років

Показники	Рік				
	2016	2017	2018	2019	2020
1. Кількість іноземних туристів, млн. осіб	0,035	0,04	0,076	0,087	0,012
2. Кількість внутрішніх туристів, млн. осіб	0,454	0,477	0,457	0,52	0,223
3. Кількість виїзних туристів, млн. осіб	2,06	2,29	4,03	5,53	2,13
4. Загальний обсяг туристичних потоків, млн. осіб	2,549	2,807	4,563	6,131	2,365

Проаналізувавши дані 2016 – 2020 років, які наведені в таблиці 2.1, можна дійти висновку, що більша кількість іноземних туристів відвідало Україну у 2019 році (87 тис. осіб), а найменша відвідуваність іноземними туристами була у 2017 році (4 тис. осіб).

Найбільший потік переміщення населення усередині країни було в 2017 році (477 тис. осіб), найменше в 2019 році (520 тис. осіб).

Найбільша кількість туристів виїхало закордон в 2019 році (5 млн. 53 тис. осіб), найменша кількість в 2016 році (2 млн. 6 тис. осіб).

Найбільший показник, загальних обсягів туристичних потоків в Україні був у 2019 році (6 млн. 131 тис. осіб), найменший потік був у 2020 році (2 млн. 365 тис. осіб) [2].

Показники динаміки різних типів туристичних потоків наведено на рисунку 2.1.

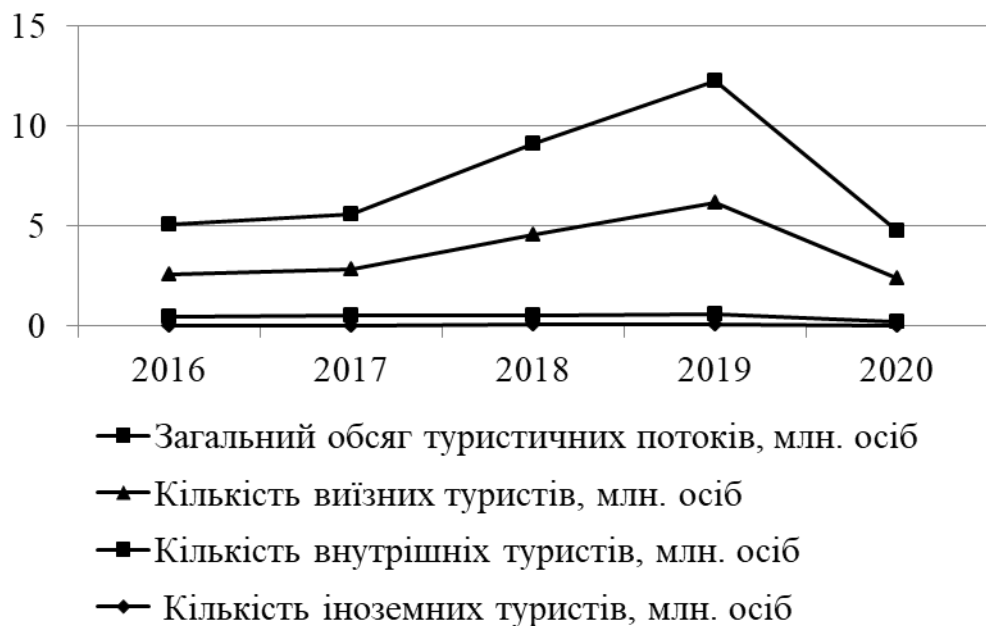


Рис. 2.1 – Основні показники розвитку туристичної галузі в Україні за 2016 – 2020 рр.

На рисунку 2.1 видно, що найбільша кількість туристів подорожувала у 2019 році.

Темпи росту та темпи приросту загального обсягу туристів в Україні наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Темпи росту та темпи приросту загального обсягу туристів в цілому по Україні

Показники	Рік	Темпи росту		Темпи приросту	
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний
1. Кількість іноземних туристів	2016	—	—	—	—
	2017	114%	114%	14%	14%
	2018	190%	217%	90%	117%
	2019	114%	249%	14%	149%
	2020	14%	34%	-86%	-66%
2. Кількість внутрішніх туристів	2016	—	—	—	—
	2017	105%	105%	5%	5%
	2018	96%	101%	-4%	1%
	2019	114%	115%	14%	15%
	2020	43%	49%	-57%	-51%
3. Кількість виїзних туристів	2016	—	—	—	—
	2017	111%	111%	11%	11%
	2018	176%	196%	76%	96%
	2019	137%	268%	37%	168%
	2020	39%	103%	-61%	3%
4. Загальний обсяг туристичних потоків	2016	—	—	—	—
	2017	110%	110%	10%	10%
	2018	163%	179%	63%	79%
	2018	134%	241%	34%	141%
	2020	54%	132%	-45%	32%

В таблиці 2.2 видно, що кількість туристів за 2016 – 2020 роки максимально зросла в 2019 році в порівнянні з 2017 роком (на 24%). Але в 2020 році кількість іноземних туристів сильно знизилась. Причиною цього стала пандемія, котра обмежила пересування туристів по всьому світу. В порівнянні 2020 року та 2019 року, кількість іноземних туристів зменшилась на 100%.

Аналіз структури туристичних потоків в Україні наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Структура туристичних потоків та її зміни в Україні за п'ять років

Рік	Питома вага окремих типів туризму у загальному обсязі			Зміни у структурі туристичних потоків порівняно з попереднім		
	В'їзний	Виїзний	Внутрішній	В'їзний	Виїзний	Внутрішній
2016	1,4%	80,8%	17,8%	—	—	—
2017	1,4%	81,6%	17%	0%	0,8%	-0,8%
2018	1,7%	88,3%	10%	0,3%	6,7%	-6,9%
2019	1,4%	90,2%	8,5%	-0,6%	1,9%	-9,9%
2020	0,5%	90,1%	9,4%	-0,9%	-0,1%	0,9%

В структурі туристичних потоків найбільшу питому вагу за 2016 – 2020 роки, займає виїзний туризм в 2019 році, він склав 90%, до 2019 року показники були стабільні, від 80% до 88%, в 2020 році в порівнянні з 2019 роком, вони впали на 52% – це більше ніж половина.

Показники типів туристичних потоків в Україні за 2020 рік наведено на рисунку 2.2.

На рисунку 2.2 видно, що більша частина українських туристів, виїжджала за кордон.

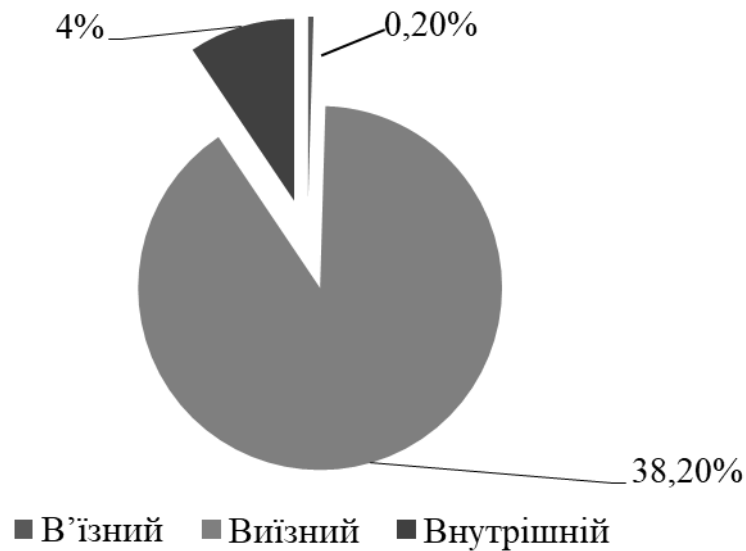


Рис. 2.2 – Структури різних типів туристичних потоків в Україні за 2020 рік

Сальдо туристичного балансу за 2016 – 2020 рр. наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Розрахунок сальдо туристичного балансу та його змін в Україні за п'ять років, млн. осіб

Рік	Кількість обслужованих туристів		Сальдо туристського балансу, ±
	В'їзний туризм	Виїзний туризм	
2016	0,035	2,06	-2,025
2017	0,04	2,29	-2,25
2018	0,076	4,03	-3,954
2019	0,087	5,53	-5,443
2020	0,012	2,13	-2,118

В таблиці 2.4 видно, що показник сальдо туристського балансу негативний. Це свідчить, що більше українців виїжджали за кордон ніж в'їжджали.

Туристичний потік за останні 9 років в Україні зменшувався.

Політична ситуація та воєнні дії на сході країни дуже сильно вплинули на туристичну галузь країни.

Деякі іноземні туристи, побоюючись за своє життя, вирішують не відвідувати Україну до припинення воєнних дій. Починаючи з 2014 року багато громадян країни покинули свої домівки і виїхали з України.

Деякі люди вирішують переїхати в іншу країну. Через це показники виїзного туризму перевищують в'їзний. Ще на ситуацію вплинула пандемія, яка почалася в 2020 році, через це в країні зменшилися показники туристичних потоків.

Також велика кількість людей була змушена покинути свої домівки та міста в 2022 році через воєнні дії на території країни. Через це кожен день населення України виїжджає з території країни, до інших країн для перебування в безпечних умовах.

Показники туристичного збору в Україні за 2021 – 2022 роки наведені на рисунку 2.3.

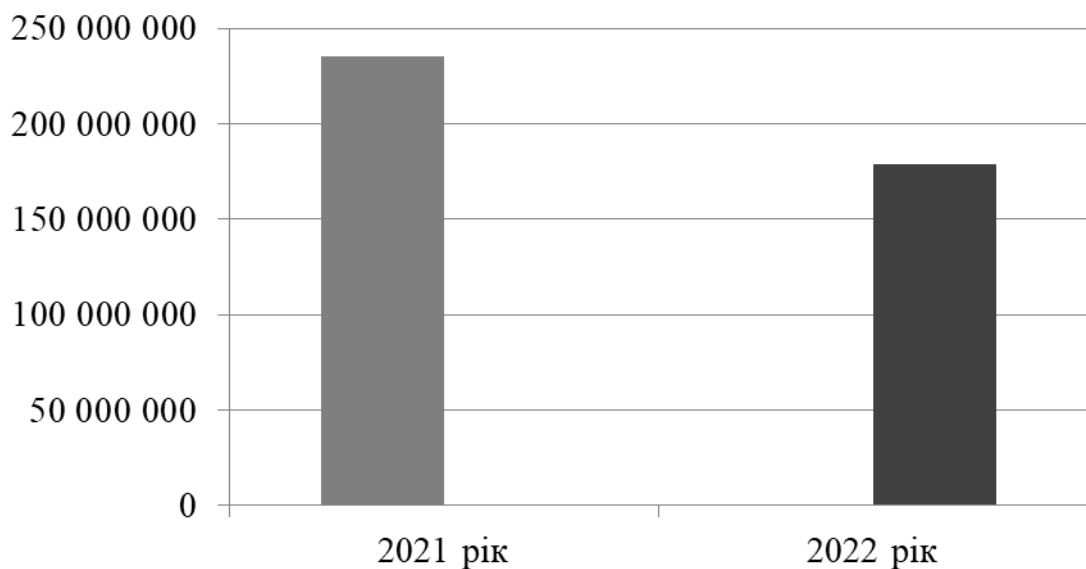


Рис. 2.3 – Туристичний збір 2021 – 2022 рр., грн

В 2021 році в державний бюджет України від туристичних зборів поступило надходжень на суму 235 млн. 461090 тис. грн. В 2022 році в більшій частині країни через воєнні дії, туризм або припинив своє існування, або пішов на спад.

Велика кількість людей виїхала закордон, багато людей тимчасово переїхала в інші більш безпечні області. Через це туристичний збір в 2022 році (178 млн. 948500 тис. грн.) в порівнянні з 2021 роком зменшився на 24%.

В столиці збір зменшився більше ніж на половину (54%). Найбільший спад був у Херсонській області (95%). Через те, що українці їхали на захід країни, у Львові навпаки був приріст туристичних зборів аж на 79%.

Також до областей, в яких був приріст туристичних зборів, відносяться Івано-Франківська (73%), Закарпатська (65%) та Черкаська (67%) області [3].

2.2. Аналіз турагентської та туроператорської діяльності

В кожній області України є туристичні фірми, які надають туристам туристичні послуги.

Проаналізуємо кількість туристичних агентів та туристичних операторів, кількість реалізованих послуг.

Кількість працюючих туристичних працівників в Україні за 2019 – 2020 рік, наведено в таблиці 2.5 та 2.6.

Таблиця 2.5 – Кількість туроператорів за регіонами в 2019 – 2020 рр.

Регіон	Туроператори	
	2019 р.	2020 р.
Україна	538	452
Вінницька	6	6
Волинська	4	2
Дніпропетровська	15	15
Донецька	3	2

Продовження таблиці 2.5

Житомирська	3	3
Закарпатська	12	9
Запорізька	3	4
Івано-Франківська	8	7
Київська	6	10
Кіровоградська	—	—
Луганська	—	—
Львівська	61	38
Миколаївська	3	1
Одеська	13	12
Полтавська	—	—
Рівненська	3	2
Сумська	3	2
Тернопільська	7	4
Харківська	8	7
Херсонська	2	1
Хмельницька	2	1
Черкаська	7	6
Чернівецька	7	6
Чернігівська	1	1
м.Київ	361	313

Аналізуючи дані, які наведено в таблиці 2.5, можна побачити, що найбільше туристичних операторів в 2019 році було в м. Києві (361 од.) та у Львівській області (61 од.). Найменше туристичних операторів зосереджено в Чернігівській (1 од.), Херсонській (2 од.) та Хмельницькій (2 од.) областях. У 2020 році кількість туристичних операторів в Україні зменшилась на 86 одиниць.

Таблиця 2.6 – Кількість туристичних агентів за регіонами в 2019 – 2020 рр.

Регіон	Турагенти	
	2019 р.	2020 р.
Україна	1259	1109
Вінницька	17	13

Продовження таблиці 2.6

Волинська	14	11
Дніпропетровська	96	94
Донецька	26	24
Житомирська	13	13
Закарпатська	17	13
Запорізька	58	53
Івано-Франківська	21	18
Київська	42	37
Кіровоградська	14	13
Луганська	7	6
Львівська	73	59
Миколаївська	18	19
Одеська	107	80
Полтавська	14	14
Рівненська	24	26
Сумська	15	15
Тернопільська	11	10
Харківська	77	77
Херсонська	8	7
Хмельницька	19	17
Черкаська	20	14
Чернівецька	28	22
Чернігівська	16	17
м. Київ	504	437

Кількість туристичних агентів в регіонах України різна. Найбільша кількість туристичних агентів в 2019 – 2020 рр. нараховується в м. Києві (504 та 437 од.) та Одеській області (107 та 80 од.). Найменша кількість в Луганській (7 та 6 од.) та Херсонській (8 та 7 од.) областях. Порівнюючи данні, видно що кількість турагентів змінилась на 150 од. Багато турагентів та туроператорів закрилися через закриття кордонів, збанкрутіння, зменшення попиту населення на туристичну сферу.

Показники кількості реалізації туристичних пакетів в Україні наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Кількість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних пакетів за 2019 – 2020 роки

Параметри	2019 р.		2020 р.	
	Кількість реалізованих туристичних пакетів, од.		Кількість реалізованих туристичних пакетів, од.	
	туропе- раторами	турагентами	туропе- раторами	турагентами
1	2	3	4	5
Юридичні особи				
Реалізовано туристичних пакетів, усього	1879646	1054034	926740	298391
у тому числі іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	834636	—	320654	—
туристам	1045010	1054034	606086	298391
з них:				
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	119060	70355	106342	35656
виїзним туристам для подорожі	898808	959127	492364	259478
за кордон				
в'їзним (іноземним) туристам	27142	24552	7380	3257
для подорожі по Україні				
Фізичні особи-підприємці				
Реалізовано туристичних пакетів туристам, усього	—	411492	—	192899
з них:				

Продовження таблиці 2.7

1	2	3	4	5
внутрішнім туристам для подорожі по Україні	—	48987	—	20260
виїзним туристам для подорожі	—	359648	—	172497
за кордон				
в'їзним (іноземним) туристам	—	2857	—	142
для подорожі по Україні				

Аналізуючи дані, можна побачити, що кількість реалізованих туристичних пакетів в 2019 році (3 млн. 345172 тис. од.) значно перевищує показники продажів в 2020 році (1 млн. 418030 тис. од.). У відсоткових значеннях юридичні особи у 2020 році продали на 47% менше туристичних пакетів ніж у 2019 році, а фізичні особи-підприємства на 213%.

Показники вартості реалізованих пакетів за регіонами наведено в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Вартість реалізованих туристичними агентами туристичних пакетів в 2020 році за регіонами

	Вартість туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), усього	
	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи
Україна	5139011	27617877,3
Вінницька	272669,2	52536,8
Волинська	90248,2	34676,5
Дніпропетровська	783993,9	344970,6
Донецька	113627,5	105291,1
Житомирська	69808,9	67425,7
Закарпатська	89411,1	70859,9

Продовження таблиці 2.8

Запорізька	181906,8	240077,1
Івано-Франківська	99749,9	262272
Київська	442300,1	228751
Кіровоградська	75240	32987,7
Луганська	41358,3	6057,2
Львівська	473710,1	486502,9
Миколаївська	99523,7	54945,4
Одеська	198432,8	196519,6
Полтавська	221554,7	31809,7
Рівненська	164351,1	63927
Сумська	101601,9	44850,3
Тернопільська	77416,6	23853,7
Харківська	410933,4	243994,3
Херсонська	98682,2	12643,7
Хмельницька	71262	52111,1
Черкаська	165261,6	22551,5
Чернівецька	29384,1	52989,4
Чернігівська	127304,3	66871,6
м. Київ	639278,6	24818401,5

Порівнюючи вартісні показники від реалізації туристичних послуг юридичними та фізичними особами, можна побачити, що юридичні особи (27 млн. 617877,3 тис. грн.) отримали більше грошових надходжень зі сторони туристів, ніж фізичні особи-підприємці (5 млн. 139011 тис. грн.).

Багато туристичних агентів та операторів почали зазнавати великі збитки через закриття кордонів з іншими державами, та через зменшення попиту на мандрівки серед туристів.

Туроператори продовжують працювати всупереч війні. Зберегти свою діяльність намагаються і туристичні агенти, які починають пропонувати свої послуги з організації відпочинку.

Так, наприклад, багато українських туроператорів почали відкривати офіси у нових країнах, наприклад в Польщі, та пропонувати відпочинок за новими напрямками.

Зупинка авіаперевезень стала одним із критичних факторів для галузі. При цьому важливо пам'ятати, що проблеми почалися ще до повномасштабного вторгнення – коли спочатку західні авіакомпанії припинили рейси, а потім міжнародні авіаційні страховики не захотіли страхувати літаки в повітряному просторі України.

Наразі туроператори прагнуть компенсувати закрите небо поїздками на автобусах із регіонів, що знаходяться на відстані від бойових дій. Найчастіше пропонують два варіанти вирішення питання: автобусні тури з українських міст та авіатури з найближчих аеропортів країн-сусідів. Одна з таких локацій – сусідній Кишинів. Звідти, наприклад, рейси виконуються до Туреччини, Чорногорії, Єгипту, Греції (острів Крит). При цьому туроператори зараз також організовують трансфери до столиці Молдови з Києва, Житомира, Вінниці, Одеси, Дніпра, Кропивницького та деяких інших міст [8].

Говорячи по наслідки які зазнала туристична галузь під час війни, хочеться приділити увагу цивільній авіації. Більшість авіакомпаній втратили можливість працювати. Але, попри все, деякі з компаній змогли знову повернутися в небо і запропонувати робочі місця українцям.

До війни українська авіагалузь стрімко розвивалася. За останні десять років сюди зайшли найбільші європейські лоукостери, у 2021-му році – Україна та ЄС підписали угоду про відкрите небо, а виконавчий директор Ryanair Майкл О'Лірі за півроку до війни назвав Україну одним з найперспективніших ринків та пообіцяв стати найбільшим інвестором в місцеву авіагалузь.

Через російське вторгнення з лютого 2022-го небо над Україною закрито для польотів, більшість авіакомпаній втратили свої літаки, тисячі людей залишилися без роботи. Ті, кому вдалося евакуювати свої літаки завчасно, зуміли продовжити польоти. Тепер вони літають у Європі та планують на Азію і Південну Америку.

Для авіації головне – люди і літаки, кажуть експерти. До війни, за даними Державної авіаційної служби, в країні працювали 16 українських

авіакомпаній. При цьому лише на чотири припадало 93% перевезень – йшлося про МАУ, SkyUp, Azur Air Україна та «Розу вітрів», відому також як «Windrose».

Після російського вторгнення роботу так чи інакше змогли продовжити тільки дві компанії – МАУ та SkyUp. Решта – вимушено «приземлились».

Після 24 лютого компанія опинилась у непростій ситуації, адже всі рейси потрібно було негайно скасовувати, а пасажирів – інформувати про це та повертати їм гроші за квитки.

Повна або часткова зупинка роботи авіакомпанії означала б ануляцію чисельних ліцензій, сертифікатів, дозволів та інших вітчизняних і міжнародних документів, які регулюють роботу авіаліній. Було ухвалено рішення звернутись до міжнародних партнерів та запропонувати їм співпрацю. Компанії досить швидко вдалось підлаштуватись до реалій воєнного часу та відновити рейси. Спочатку компанія виконувала евакуаційні та гуманітарні польоти з та до найближчих аеропортів до кордону з Україною. А нині міжнародні авіакомпанії беруть літаки нашого перевізника в так званий мокрий лізинг. Він передбачає користування повітряними суднами разом з екіпажем, технічним обслуговуванням обладнання та іншими послугами [7].

Тим часом в Україні активно розвиваються автобусні тури, адже це один із найдоступніших засобів подорожування. Автобусні тури, як правило, доступні до Болгарії, Туреччини й Чорногорії. Виїзди організовані з багатьох крупних міст: Києва, Білої Церкви, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Коломиї, Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янця-Подільського. Більш рідкісний варіант – автобусний тур до Греції. Такі наразі доступні зі столиці України.

Так чи інакше, туризм не зник, а лише на деякий час призупинився. Зараз бачимо туризм у зовсім іншій його формі. Звичайно, не всі туристичні підприємства змогли продовжити свою роботу, деякі перенесли офіс до інших міст, деякі працюють дистанційно, а деякі перекваліфікувалися у

волонтерські центри на час війни. Щоб вийти на повне завантаження, українські туроператори шукають нові шляхи розвитку й поступово вивчають європейський ринок, а також можливості інших країн.

Так компанії розвивають бізнес у Молдові та Казахстані, в Естонії, Латвії та Литві. Варто зазначити, що запуск бізнесу в ЄС – не найшвидший процес. Наприклад, підготовка до початку роботи в країнах Балтії тривала більше року. Це означає, що шлях для українського бізнесу в ЄС не буде надто простим [6].

Українські туристичні організації продовжують приймати участь у закордонних міжнародних заходах та закріплюють позиції України на міжнародній арені. Однією з таких організацій є Chance Travel Consulting, яка знаходиться в Києві та спеціалізується на організації не тільки подорожей, а й професійних виставках у сфері туризму.

Міжнародні виставки – це важливі майданчики, на яких зустрічається бізнес, демонструються тренди та інновації. Важливим є те, що саме Україна є одним із засновників та організаторів цього заходу. Такий вид діяльності один із найдієвіших інструментів пошуку нових ділових партнерів за кордоном [7].

Не дивлячись на те що туристична діяльність на початку війни зазнала великих втрат, туризм на цьому не зупинив свій розвиток. Люди продовжують подорожувати (чи то Україною, чи з виїздом за кордон), і саме це дуже позитивно впливає на економіку країни та розвиток туризму у такий нелегкий час. Адаптувавшись до нових змін, туризм в Україні, відкриє нові напрямки як для іноземних так і внутрішніх туристів.

2.3. Особливості розвитку туризму під час воєнного стану

Починаючи з 2014 року туристична сфера в Україні почала зазнавати змін. Вже тоді люди починали переміщуватися всередині країни, деякі взагалі виїжджали закордон в пошуках нової домівки. Через військові дії на

Сході України, туризм повністю або частково припинив своє існування на цих територіях. В 2022 році туристична сфера в Україні ще більше зазнала суттєвих змін через повномасштабне вторгнення по всій території країни.

Після 24 лютого 2022 року українці перестали бути туристами та стали внутрішньо-переміщеними особами.

Складнощі життя та розвитку туристичного ринку почалися зі стрімкою зміною цін на паливо (нафту та газ), зміною логістичних шляхів та експортом товарів.

Нажаль, зараз в Україні є багато відомих туристичних місць, які неможливо відвідати.

Причиною цього є: тимчасова окупація, постійні обстріли, замінування територій, попередження про повітряні тривоги. Багато туристичних пам'яток в країні зазнало часткових пошкодження або повне руйнування. Через це, дуже сильно страждають архітектурні будівлі, історичні та культурні пам'ятки країни.

Незважаючи на це, в Україну приїжджають відомі світові актори, співаки, політики, спортсмени, які хочуть побачити Україну, але це все, нажаль, не з туристичних причин. В середині країни українці також намагаються подорожувати, віддаючи свою перевагу більш безпечнішим регіонам в країні. Їздять вони з ціллю оздоровлення, відпочинку на свіжому повітрі. Задля такого відпочинку вони їдуть у західні області України, які можуть надати такі види туризму.

Популярність на внутрішні напрямки серед населення наведено на рисунку 2.4.

Аналізуючи дані, наведені на рисунку 2.4, можна побачити, що найбільший відсоток українців в 2022 році віддавали перевагу відпочинку в санаторіях (44%) та оздоровленню в Карпатах (29%).

Найменше українців подорожувало автобусними турами (1%) та містами (1%). На це все вплинули воєнні дії та небезпека в Україні через постійні повітряні тривоги [16].



Рис. 2.4 – Напрямки внутрішнього туризму України в 2022 році

Перші півроку з повномасштабного вторгнення, українські туристичні підприємства не організовували туристичні тури. В той період часу люди масово та терміново виїжджали закордон, задля збереження свого життя. Через це, на кордонах майже ніхто не дотримувався туристичних формальностей, але не дивлячись на це, не всіх людей випускали. Чоловіки з 18 до 60 років не мають права покидати межі країни. За цих умов, закордон виїжджали лише жінки, діти та пенсіонери, яких в той період зовсім не хвилював туризм.

Десь з середини 2022 року туристичні фірми поступово повертались на туристичний ринок, створюючи нові умови для туристів. Однією з найголовніших проблем, з якими зіткнулись працівники туристичних фірм, стала проблема з транспортним сполученням. 24 лютого 2022 року в самий перший день повномасштабного вторгнення в Україну, було надано наказ закрити внутрішній повітряний простір, який забороняє будь-які польоти над територією України. Це свідчило про те, що потрібно відправляти туристів з аеропортів інших країн, організовуючи транспортне сполучення між містами

та країнами. Тепер при бронюванні туру, туристичний агент попереджує туриста, що у нього виліт буде з іншої країни.

Туризм Україною став ускладненим та небезпечним, тож через воєнний стан (заборона пересування, обмеження руху транспорту, зниження рівню безпеки) знизив туристичний потік. Проте, деякі люди відчують потребу відвідати зону конфлікту для допомоги чи участі в гуманітарних діях, так приїжджали відомі актори, співаки, музичні групи, кореспонденти зарубіжних країн, навіть президенти та ін.

Цілком зрозуміло, що всі міжнародні логістичні маршрути, які проходять через територію України, зараз не функціонують. Втім український ринок – не єдиний, що постраждав від цієї війни.

Згідно з даними Eurocontrol, які опублікувала на своєму сайті ВТО, на певних європейських напрямках після 24 лютого спостерігається падіння кількості рейсів, порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Так, наприклад, кількість рейсів у Молдові впала на 69%, у Словенії на 42%, у Латвії на 38%, а у Фінляндії на 36%.

Відповідно до даних Державного агентства розвитку туризму, за шість місяців повномасштабної війни надходження до державного бюджету від туристичної галузі впали на 25,7%.

Логічно, що у випадку продовження активної фази війни ця рецесія продовжиться. Тим не менш український туристичний бізнес розраховує на швидке повоєнне відновлення.

За даними прикордонної служби Польщі, від початку війни до Польщі в'їхало з України 3,859 млн. осіб, а виїхало у зворотному напрямку 1,876 млн.

За даними УВКБ ООН на 1 червня, загалом з України від початку війни виїхало (без урахування потоку на в'їзд) 6,983 млн. осіб, з них до Польщі – 3,690 млн., до росії – 1,041 млн., Румунії – 587,22 тис., Молдови – 483,31 тис., Угорщини – 698,42 тис., Словаччини – 466,26 тис., Білорусі – 16,67 тис. (див. рис. 2.5).

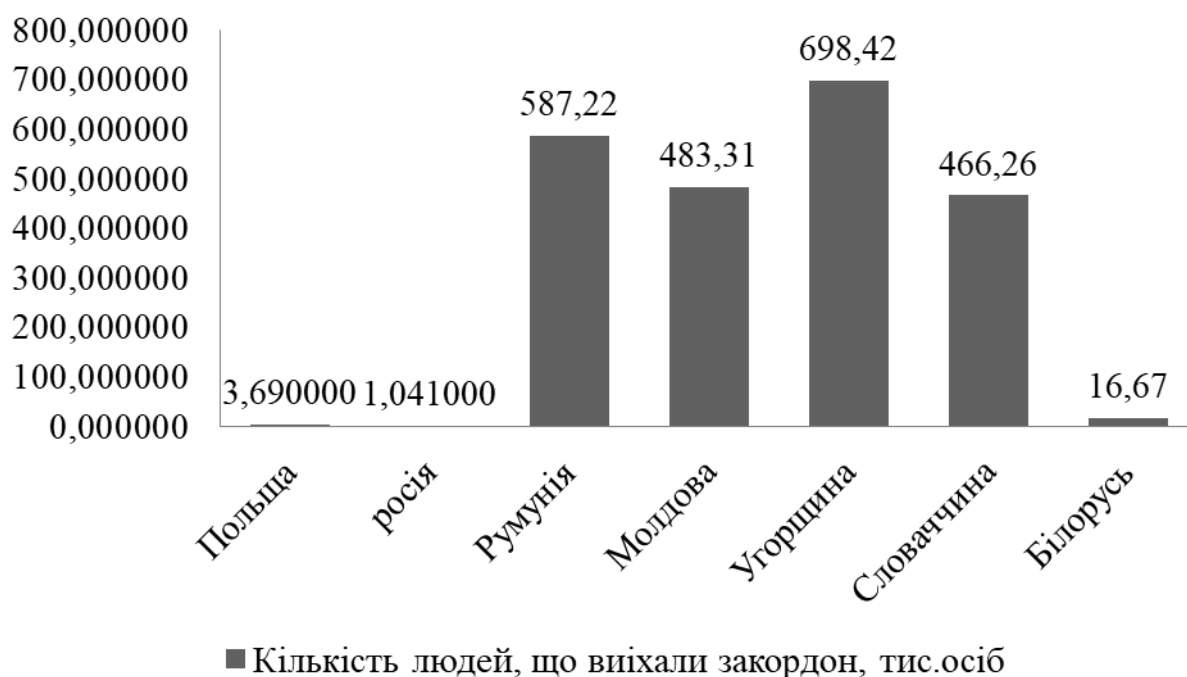


Рис. 2.5 – Кількість людей, що виїхали закордон після початку повномасштабного вторгнення в Україну, станом на 1 червня 2022 р.

Наразі маємо фактично повну зупинку ділового туризму – від 24 лютого 2022 року ні для локального бізнесу, ні тим паче для іноземних учасників проведення чогось суттєвого в Україні не на часі й надто небезпечно. Багато ділових людей почали працювати дистанційно у соціальних мережах та Інтернет-просторах.

«Живі» заходи спростувалися до онлайн форматів ще з часів Covid-19, який непогано так навчив нас організовувати бізнесові заходи онлайн без відчутної втрати їх якості та результативності.

На додачу до всього вищезгаданого, близько 10% ще недавно українського бізнесу вже повністю перенесли свої офіси/виробничі потужності за кордон. І ця тенденція поки не збавляє обертів. Так, можна зрозуміти власників, які прагнуть забезпечити стабільність своїм компаніям та працівникам. Чи повернуться вони до України після війни – питання

досить риторичне. І стосовно бізнесу, і стосовно співробітників. Але це – втрата частини активної бізнес – спільноти.

Всесвітня туристична організація очікує, що світові надходження від туризму у 2022 році зменшаться на 14 млрд. доларів у разі тривалої війни між Росією та Україною. У найбільшій зоні ризику – європейський туризм. І мова не лише про Східну Європу, в якій безпосередньо триває війна, а й про весь континент в цілому. Головна причина полягає у питанні безпеки. Російська збройна агресія змушує туристів – зокрема, з інших континентів – задумуватись над доцільністю подорожей до Європи. Саме тому вони все частіше вибирають безпечніші альтернативні варіанти.

Отже, ранок 24 лютого 2022 року змінив життя та розвиток населення та усіх сфер діяльності в країні. Повномасштабне вторгнення на територію України припинило туристичну діяльність. Перші півроку туризм зовсім не розвивався в країні. Починаючи з другої половини року, туристичні фірми все ж таки почали працювати, надаючи свої послуги населенню.

Сьогодні туристична сфера в Україні починає працювати не дивлячись на усі труднощі, які зараз переживає країна разом з населенням. Держава та працівники туристичної сфери намагаються працювати, надаючи свої туристичні послуги населенню, створюючи нові тури в більш безпечні, мальовничі, чарівні та загадкові місця України [17].

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ЧАС

3.1. Перспективні напрямки розвитку туризму в Україні у повоєнні часи

До повномасштабної агресії Україна мала великий потенціал у розвитку туристичної сфери по всій території України. В країні є Чорне та Азовське море, яке дає можливість розвитку курортного туризму задля відпочинку на узбережжях морів, також в Україні є гори, які дають можливість для розвитку чудового зимового туризму, в країні є багато міст, котрі пов'язані з історичними подіями. Але на початку війни туризм в країні не лише не розвивався, а навпаки «руйнувався».

Через війну в країні, з'являються негативні наслідки, котрі впливають на туристичний бізнес. Серед негативних наслідків можна виділити:

- часткове або повне руйнування туристичних об'єктів по всій території країни;
- життєва небезпека;
- зменшення фінансових надходжень з боку туристичного бізнесу в державний бюджет;
- зменшення туристичних потоків в країні;
- міграція населення з країни.

Головною задачею у відновленні туризму та покращенні туристичної привабливості країни є правильно продуманий та розроблений наперед план. Навіть вже зараз багато туристів з різних країн мають бажання відвідати Україну [17].

Після закінчення війни та перемоги України, туризм повинен бути одним з пріоритетних напрямлень для відновлення туристичної сфери в країні. Звісно, після закінчення воєнних дій, в країні буде потрібно відновлювати транспортне сполучення між містами, відкривати нову або

ремонтувати стару туристичну інфраструктуру (заклади розміщення, харчування, санаторії, розважальні заклади, аеропорти, залізничні станції), відбудовувати, якщо можна зруйновані або постраждали культурні пам'ятки.

Перспективними методами задля розвитку туризму в післявоєнний період в Україні є:

- розроблення цікавих маршрутів та екскурсій, пов'язаних з історичними подіями;
- розроблення освітніх поїздок в міста, котрі постраждали від війни;
- налагодження тісної співпраці з іноземними партнерами;
- залучення іноземних коштів задля розвитку туристичної сфери;
- розроблення нової, дієвої туристичної реклами, задля зацікавлення туристів.

Державна агенція розвитку туризму (ДАРТ) вже збирається розробляти туристичні маршрути по особливих, значущих місцях, де відбувалися воєнні дії, задля розуміння туристами масштабів та наслідків війни. В країні вже проходять фотовиставки, які присвячені війні, на яких зображені зруйновані міста та об'єкти, що постраждали від військових дій [18].

Вже багато іноземних туристичних партнерів хочуть допомогти Україні з розвитком та відновленням. Деякі допомагають фінансово, деякі хочуть відкрити свої готелі, туристичні фірми, ресторани на території України.

Задля подолання негативних тенденцій у розвитку туристичної сфери після війни, потрібно розробити правильні, дієві та перспективні «антикризові» заходи, які допоможуть для подальшого туристичного розвитку на території України.

У повоєнний період найбільш перспективними напрямками відновлення туризму в Україні можуть стати [10]:

- розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого (еко) і воєнного туризму;
- розробка і реалізація програм (національних і міжнародних) задля

підтримки туристичного бізнесу;

- забезпечення тісного співробітництва між державами для взаємної підтримки підприємницької діяльності в туризмі;

- стимулювання інтересу іноземних туристів до повоєнних меморіальних пам'яток та символічних місць;

- вивчення нових шляхів та методів реалізації туристичних послуг.

Також, розглядаючи питання відбудови туристичного сектору України, необхідно адаптувати досвід інших держав, котрі ефективно відновили туристичну галузь після різного роду кризових ситуацій.

Наразі в Україні слід проводити аналіз розвитку туристичної галузі як об'єкта і суб'єкта політичного процесу в умовах війни, як економічного магніту і соціального реаніматора, який визначає рівень розвитку держави. За таких умов туристична сфера матиме змогу безпосередньо впливати на політичні методи і механізми розвитку, а також на вирішення окремих соціально-економічних й політичних завдань держави в умовах воєнного часу.

Вдале поєднання двох складових елементів має вирішальне значення для відновлення індустрії туризму у повоєнний період. Зокрема, це такі компоненти, як ефективне використання національної туристичної політики і можливостей регіонального розвитку.

У основу розробки вітчизняної туристичної політики в повоєнний період повинні бути покладені деталі використання інструментів регіонального розвитку і державно-приватного співробітництва. Використання даних інструментів в туристичній сфері забезпечує економічне відновлення не тільки окремих регіонів, а й держави загалом [13].

Основою даних взаємодій виступає активна співпраця між державами, муніципалітетами й бізнесом на взаємну вигоду. Створення сприятливих умов задля ефективного виконання роботи центрального органу влади і розвитку туристичного бізнесу (зокрема, розвитку належної транспортної й соціальної інфраструктури, будівництва / відбудови готелів і ресторанів,

розвитку туристичних продуктів) призведе до росту кількості робочих місць, підвищення податкових надходжень до Державного бюджету і розвитку територій [3].

Міжнародний досвід доводить ефективність національної співпраці на різних рівнях та структурах компаній. Окрім того, такі взаємодії можуть відбуватись на рівні усієї держави або стосуватись лише конкретних регіонів чи туристичних продуктів.

Головним завданням в даному плані виступає розвиток нормативно-правової бази державно-приватного партнерства. Саме це буде забезпечувати максимальну участь місцевої влади і бізнесу в розвитку внутрішнього туризму [5].

Разом із тим, основними можливостями сфери туризму в Україні є:

- використання міжнародної інформаційної арени, котра наразі переповнена новинами про Україну, задля того щоб висвітлити поточну ситуацію й підкреслити повоєнний туристичний потенціал нашої держави;
- розробка комунікаційної стратегії із фокусом на міжнародний ринок;
- формування нового позитивного іміджу України;
- розробка механізмів і формування умов для залучення інвестицій;
- створення Фонду підтримки суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі, тощо [14].

З метою забезпечення повоєнного відновлення галузі туризму в Україні, спираючись на завдання, визначені в Проекті Плану відновлення України, доцільно здійснити:

1. Реконструкцію туристичної інфраструктури, а саме:
 - розробка концепції відновлення інфраструктури туризму;
 - створення і реалізація програм розвитку туристичної інфраструктури національних парків України;
 - розробка довідників знищених унаслідок війни туристичних об'єктів;
 - створення і запровадження систем туристичного орієнтування й

навігації;

- розроблення і реалізація концепції розвитку курортних міст на півдні України;

- створення архіву пам'яті;

- залучення інвесторів до процесу ініціювання робіт щодо відновлення і реконструкції туристичної інфраструктури;

- розбудова простою туристичної інфраструктури для подорожей Україною;

- відновлення і введення у експлуатацію усіх зруйнованих чи частково пошкоджених туристичних об'єктів й реставрація історичних пам'яток [28].

2. Розвиток внутрішнього і в'їзного туризму, а саме [15]:

- популяризація держави на міжнародній арені і формування стійкого бажання відвідати Україну після перемоги;

- реалізація комунікаційних стратегій з метою просування туристичного потенціалу України;

- розроблення стратегії маркетингового бачення туризму до 2032 р.;

- розроблення стратегії безпеки задля відновлення туризму і зростання кількості цільових користувачів;

- створення національного секретаріату конференції з метою залучення й підтримки великих міжнародних заходів в Україні;

- підтримка інтересу до України через туристичні й культурні заходи;

- формування рекламного контенту (відео-, фото-, графічні матеріали, рекламний текст і т.д.) й розміщення рекламних постів (соціальні мережі, телебачення, спеціалізовані Інтернет-сайти, білборди і т.д.);

- участь в міжнародних туристичних виставках, форумах, тощо (в тому числі членство у міжнародних професійних асоціаціях);

- утворення мережі туристично-інформаційних центрів;

- організація промотурів стежками пам'яті для іноземних і українських ЗМІ й лідерів громадської думки;

- реалізація стратегії просування України на внутрішньому і зовнішньому ринках як безпечного туристичного напрямку;
- розробка інформаційного порталу і єдиного контенту для туристів, котрі цікавляться місцями ведення активних бойових дій;
- здійснення щорічних опитувань внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів відповідно до рекомендацій UNWTO;
- організація всеукраїнських й міжнародних масштабних заходів (фестивалів, концертів, конференцій, симпозіумів, форумів, виставок і т.д.).

3. Інституційне забезпечення суб'єктів туристичної діяльності і подальший розвиток бізнесу, а саме:

- розробка механізму фінансування суб'єктів підприємницької діяльності через туристичні фонди й інші механізми залучення інвестицій;
- пільгове / спрощене фінансування призначене для відновлення зруйнованої туристичної інфраструктури;
- створення якісних освітніх програм в сфері туризму;
- утворення локальних організацій із менеджменту і маркетингу, як форми державно-приватного партнерства на базі принципу співфінансування;
- вдосконалення і запуск Єдиного туристичного реєстру після законодавчих змін [18].

Таким чином, незважаючи на складну післявоєнну ситуацію з туризмом, він повинен стати вагомою частиною стратегії економічного відновлення України.

Зокрема, необхідним є включення розвитку туризму до програм повоєнної відбудови, ведення переговорів із міжнародними інвесторами стосовно їхнього входження в Україну, розробка масштабних маркетингових кампаній на зовнішні ринки, розроблення туристичних програм, реалізація заходів щодо відновлення туристичної інфраструктури, популяризація нестандартних форм туризму, відкриття туристичних офісів у інших державах, фінансова підтримка на перших етапах повоєнного відновлення

суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі – це ключові пріоритети повоєнного відновлення галузі туризму в Україні.

Також задля відновлення та перспективного розвитку туристичного бізнесу, потрібно враховувати досвід іноземних країн на територіях, яких раніше відбувалися військові дії. Виділяти дієві методи та напрямки, які підійдуть країні для розвитку туризму [17].

3.2. Використання світового досвіду розвитку туризму після війни

Війна – це жахливе явище, котре несе за собою багато смертей, руйнувань, сліз, втрату відчуття безпеки та повноцінного життя. Вона впливає на політичний, економічний, соціальний стан та розвиток країн. Туризм – це економічна галузь, яка також страждає від військових дій в країні.

На превеликий жаль, навіть зараз, у XXI столітті тривають війни, які не дають розвиватися, а навпаки руйнують усе, що трапляється на їх шляху. Через військові дії та конфлікти туристична галузь припиняє зовсім або частково своє існування. Туристичний потенціал країни зникає, відомі історичні та культурні пам'ятки зазнають руйнувань. Туристи задля своєї безпеки не відвідують ці країни, через що і знижуються туристичні потоки в країні.

У світі багато країн, які раніше страждали від війни, а зараз розвиваються та стають найпопулярнішими туристичними напрямками серед туристів, але є країни, які і зараз борються за свої права на існування та цілісність. Задля подальшого розвитку туризму, вони дивляться на досвіди інших країн, які були у такому ж положенні.

Війна між Єгиптом та Ізраїлем, через територіальне порушення на Синайському півострові, тривала 3 роки (1967 – 1970 рр.). Все почалося з того, що 5 червня 1967 року військовим командуванням Ізраїлю було нанесено удари по території Єгипту. За наступні 5 днів Ізраїль захопив

Синайський півострів, який територіально належить Єгипту. Військовий конфлікт має назву «Шестиденна» війна, яка тривала з 5 по 10 червня 1967 року [19]. Через декілька днів Єгипет вирішив також військовим шляхом повернути півострів назад. В 1979 році був підписаний мирний договір між країнами, який передбачав припинення вогню та незміну територіальної цілісності Єгипту. Ізраїльські війська вийшли з території півострова в 1982 році. Зараз Єгипет є одним з найпопулярніших туристичних напрямлень в світі, який туристи відвідують задля чудового відпочинку на узбережжі Червоного моря, також з метою подивитися історичні пам'ятки, які відомі на весь світ та Аравійську пустелю.

Військові дії на території Хорватії зі сторони Сербії, Чорногорії та раніше існуючої країни Югославії тривали з 31 березня 1991 р. по 12 листопада 1995 року. Країни не хотіли, щоб Хорватія стала незалежною країною та територіально відділилась від Югославії [20]. Після перемоги Хорватії над своїми противниками, вона стала не лише незалежною країною, а й популярною серед туристів. В Хорватію туристи їздять через гарні краєвиди, морське Адріатичне узбережжя та задля відпочинку на мальовничих островах.

Військовий конфлікт між Ізраїлем та частково визнаною в світі Палестинською державою, який триває вже багато років, стався через різні територіальні погляди та думки серед населення. Однією з головних небезпек є те, що збройний конфлікт між державами може початися в будь-який момент, незалежно від подій в країні. Конфлікт почався ще в 1948 році та триває до сьогодні [23]. Особливістю ситуації є те, що не дивлячись на військові конфлікти, кожен рік країну відвідує багато іноземних туристів зі всього світу. Вони приїжджають з метою відпочинку, оздоровлення біля Мертвого моря та з релігійними цілями.

Війна в Боснії і Герцеговині, яка тривала з 1992 –1995 рр., принесла також великі руйнування, але не дивлячись на це, після закінчення війни країна стала популярним напрямленням серед мандрівників.

Туристи відвідують країну з метою відпочинку в мальовничих місцях та через зацікавленість до туристичних пам'яток, які пов'язані з військовими діями [20].

Аналізуючи туристичне положення країн в світі, дізнаючись про досвіди іноземних країн у розвитку туризму після воєнних дій, можна дійти висновку, що будь-яка країна, що зіткнулась з війною може розвиватися, бути відомою та популярною серед туристів.

Головним моментом в налагодженні сфери туризму після війни, є правильно аналізована ситуація, стан туристичних підприємств, пам'яток та рекреаційних зон, правильно підібраний курс розвитку та правильно поставлені дії керівництвом країни та туристичними підприємцями для подальшого розвитку, відновлення та покращення туристичного бізнесу країни задля того, щоб іноземні туристи були зацікавлені відвідати країну.

Отже, не дивлячись на обставини, які склалися в країні, потрібно наперед замислюватися та розробляти дієві напрямки для розвитку туристичної сфери. Задля більшого пізнання та узагальнення інформації, можна враховувати досвід інших країн, які допоможуть правильно обрати методи та стратегії для розвитку туризму в країні.

ВИСНОВКИ

Досягнуто основну мету бакалаврського дослідження, яка полягає в дослідженні сучасного стану туризму в Україні під час воєнного стану та визначення перспектив його розвитку.

Визначено передумови та фактори розвитку туризму. Подорожі й екскурсії набули форми туризму, причому основними джерелами покриття витрат на організацію екскурсій у далекі країни стали внески осіб, що виявили бажання брати участь у поїздках, а також пожертвування меценатів. Таким чином, фінансовою основою відшкодування туристичних витрат став переважно сам турист.

Важливими питаннями розвитку туризму є дослідження факторів, які впливають на стан туризму в країні та її регіонах. У науковій літературі ці фактори поділяються на дві групи, а саме зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які мають специфічні прояви при веденні туристичного бізнесу

Розкрито поняття та структура індустрії туризму. Туристична індустрія є міжгалузевим комплексом підприємницьких структур з виробництва та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

Міжгалузевий комплекс індустрії туризму відрізняється складністю внутрішньої структури, ієрархією цілей функціонування компонентів і елементів, різноманітністю зовнішніх та багаторівневістю внутрішніх комплексують зв'язків, стадійністю споживання та організації масового обслуговування. Планування його розвитку потребує відповідного комплексного і системного підходу.

Проведено аналіз основних показників розвитку туризму. В 2022 році туризм в Україні став не можливим через повномасштабне вторгнення. Найбільш відвідуваними напрямками в Україні серед туристів в 2022 році є Львівська, Тернопільська, Івано-франківська, Закарпатська області. Саме ці туристичні напрямки наразі є більш безпечними для відпочинку в Україні. Велика кількість людей була змушена покинути свої домівки та міста в 2022

році через воєнні дії на території країни. Через це кожен день населення України виїжджає з території країни, до інших країн для перебування в безпечних умовах. В 2021 році в державний бюджет України від туристичних зборів поступило надходжень на суму 235 млн. 461 тис. грн. В 2022 році в більшій частині країни через воєнні дії, туризм або припинив своє існування, або пішов на спад.

Проведено аналіз турагентської та туроператорської діяльності. Багато туристичних агентів та операторів почали зазнавати великі збитки через закриття кордонів з іншими державами, та через зменшення попиту на мандрівки серед туристів.

Туроператори продовжують працювати всупереч війні. Зберегти свою діяльність намагаються і туристичні агенти, які починають пропонувати свої послуги з організації відпочинку. Наразі туроператори прагнуть компенсувати закриті небо поїздками на автобусах із регіонів, що знаходяться на відстані від бойових дій. Звичайно, не всі туристичні підприємства змогли продовжити свою роботу, деякі перенесли офіс до інших міст, деякі працюють дистанційно, а деякі перекваліфікувалися у волонтерські центри на час війни. Щоб вийти на повне завантаження, українські туроператори шукають нові шляхи розвитку й поступово вивчають європейський ринок, а також можливості інших країн.

Досліджено особливості розвитку туризму під час воєнного стану. Туризм Україною став ускладненим та небезпечним, тож через воєнний стан (заборона пересування, обмеження руху транспорту, зниження рівню безпеки) знизив туристичний потік. Проте, деякі люди відчують потребу відвідати зону конфлікту для допомоги чи участі в гуманітарних діях, так приїжджали відомі актори, співаки, музичні групи, кореспонденти зарубіжних країн, навіть президенти та ін.

Відповідно до даних Державного агентства розвитку туризму, за шість місяців повномасштабної війни надходження до державного бюджету від туристичної галузі впали на 25,7%.

Визначено перспективні напрямки розвитку туризму в Україні у повоєнні часи. Головною задачею у відновленні туризму та покращенні туристичної привабливості країни є правильно продуманий та розроблений наперед план. Вже зараз багато туристів з різних країн мають бажання відвідати Україну. У повоєнний період найбільш перспективними напрямками відновлення туризму в Україні можуть стати: розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого (еко) і воєнного туризму; розробка і реалізація програм (національних і міжнародних) задля підтримки туристичного бізнесу; забезпечення тісного співробітництва між державами для взаємної підтримки підприємницької діяльності в туризмі; стимулювання інтересу іноземних туристів до повоєнних меморіальних пам'яток та символічних місць; вивчення нових шляхів та методів реалізації туристичних послуг.

Використання світового досвіду розвитку туризму після війни. У світі багато країн, які раніше страждали від війни, а зараз розвиваються та стають найпопулярнішими туристичними напрямками серед туристів, але є країни, які і зараз борються за свої права на існування та цілісність. Задля подальшого розвитку туризму, вони дивляться на досвід інших країн, які були у такому ж положенні.

Аналізуючи туристичне положення країн в світі, дізнаючись про досвід іноземних країн у розвитку туризму після воєнних дій, можна дійти висновку, що будь-яка країна, що зіткнулась з війною може розвиватися, бути відомою та популярною серед туристів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168–180.
2. Білозубенко В. С., Корнєєв М. В., Горб К. М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6579> (дата звернення: 30.03.2023).
3. Богдан Н. М., Кравець О. М., Соколенко А. С. Управління інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств туристського та готельного бізнесу на регіональному рівні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 161–168.
4. Господарський кодекс України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 30.03.2023).
5. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 30–34.
6. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL : <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (дата звернення: 23.04.2023).
7. Державне агентство розвитку туризму. URL : <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 23.04.2023).
8. Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9043> (дата звернення: 23.04.2023).
9. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Реалізація державної туристичної політики в контексті регіонального розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 4. С.51–61.

10. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Digital Object Identifier System. 2022. № 41. С. 2–8.

11. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення: 25.04.2023).

12. Конституція України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 23.04.2023).

13. Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Біленко М. О. Туристична галузь України: стан та шляхи відновлення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 22. С. 68–73.

14. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.

15. Маджумдар О., Гончарова К. Евакуація та заморожені рахунки. *Інформаційне агентство РБК – Україна*. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/evakuatsiya-zamorozhennyye-scheta-proishodit-1650917336.html> (дата звернення: 07.04.2023).

16. Маджумдар О. Найважчий сезон. Стали відомі втрати туризму в Україні під час війни. *Інформаційне агентство РБК – Україна*. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samyu-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html> (дата звернення: 07.05.2023).

17. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL : <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>. (дата звернення: 27.04.2023).

18. Моца А. А., Шевчук С. М., Серeda Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. URL : <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1560/15>

01 (дата звернення: 20.04.2023).

19. Під час війни бізнес не має права не впоратися. *Business Woman*. URL : <https://businesswoman.org.ua/pid-chas-vijny-biznes-ne-maye-prava-ne-vporatysya/> (дата звернення: 07.04.2023).

20. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С.102–112.

21. Про виконання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Постанова КМУ від 25 жовтня 2017 р. № 1106 (зі змінами) URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1106-2017-п#Text> (дата звернення: 21.04.2023).

22. Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі: Постанова КМУ від 19.09.2018 р. № 747 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/747-2018-п#Text> (дата звернення: 29.04.2023).

23. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності: Постанова КМУ від 11.11.2015 р. № 991 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-п#Text> (дата звернення: 29.04.2023).

24. Про затвердження переліку пріоритетних галузей економіки: Розпорядження КМУ від 14.08.2013 р. № 843-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-р#Text> (дата звернення: 22.04.2023).

25. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового

розміщення (проживання): Постанова КМУ від 29 липня 2009 р. № 803 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-п#Text> (дата звернення: 22.04.2023).

26. Про курорти: Закон України від 5 жовтня 2000 року № 2026-III URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення: 22.04.2023).

27. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 2 березня 2015 року № 222-VIII URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 26.04.2023).

28. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р#Text> (дата звернення: 12.04.2023).

29. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 11.04.2023).

30. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL : <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 12.04.2023).

31. Пустовіт О. Г., Пустовіт Є. В. Особливості бізнес-процесів у туристичних компаніях. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2020. № 1 (70). С. 115–136.

32. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки*. 2022. Вип. 46. С. 11–15.

33. Сардак С. Є., Таран С. В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 27–34.

34. Туризм воєнного часу: хто і як їздить подорожувати з України.
URL : <https://www.unian.ua/tourism/lifehacking/turizm-voyennogo-chasu-hto-i-yak-jizdit-podorozhuvati-z-ukrajini-11925096.html> (дата звернення: 11.04.2023).

35. Як українські авіакомпанії заробляють і занепадають під час війни.
BBC News Україна. URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63403865> (дата звернення: 09.04.2023).

36. MICE: бізнес-туризм в Україні. *Visit Ukraine.*
URL : <https://visitukraine.today/uk/blog/40/mice-biznes-turizm-v-ukraini> (дата звернення: 09.05.2023).

37. Артеменко Т. О. Корнієнко О. М. Розвиток туризму в Україні в умовах світової пандемії. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 16–17 листопада 2021 р., м. Старобільськ. Старобільськ, 2021. С. 51–53.