

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

Географічний факультет
Кафедра економічної географії та екологічного менеджменту

**МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЧНОМУ
ПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

здобувачка 4 курсу, 404 групи
спеціальність 073 – Менеджмент
ОПП «Менеджмент туристичної
індустрії»

Гаврилюк Христина

Керівник: к.е.н доцент

Підгірна Валентина Никифорівна

До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол № 15 від «28» травня 2024 р.
Зав. кафедрою _____ **проф. Руденко В.П.**

Чернівці – 2024

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 073 Менеджмент. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці, 2024.

Гаврилюк Х. Менеджмент туристичного бізнесу в економічному просторі України

У роботі розглянуто базові аспекти розвитку туризму в Україні, зокрема динаміку та структуру туристичного потоку, основні чинники, що впливають на розвиток туристичного бізнесу, а також стратегії просування та конкурентні переваги на ринку. Дослідження ґрунтується на аналізі статистичних даних, літературних джерел та експертних оцінках. Особлива увага приділена виявленню ключових тенденцій та прогнозуванню перспектив подальшого розвитку туристичного сектору України.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, економічний простір, конкурентні переваги, маркетингові стратегії, туристичний потік, аналіз даних, прогнозування, тенденції.

ANNOTATION

Qualification work for the bachelor's degree in the specialty 073 Management. Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Chernivtsi, 2024.

Havryliuk K. Management of the tourism business in the economic space of Ukraine.

The paper considers the basic aspects of tourism development in Ukraine, including the dynamics and structure of tourist flows, the main factors influencing the development of the tourism business, as well as promotion strategies and competitive advantages in the market. The study is based on the analysis of statistical data, literary sources and expert opinions. Particular attention is paid to identifying key trends and forecasting prospects for further development of the tourism sector in Ukraine.

Keywords: tourism, tourism business, economic space, competitive advantages, marketing strategies, tourist flow, data analysis, forecasting, trends.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Х. Гаврилюк

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	6
1.1.Туристичний бізнес як економіко-технологічна система	6
1.2.Механізми економічного управління туристичним бізнесом.....	10
1.3.Історичний аспект розвитку туристичного бізнесу в Україні....	15
Висновки до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ ЗА ПЕРІОД 2019-2023 рр.....	23
2.1. Оцінка потенціалу туристичного бізнесу в Україні за досліджуваний період 2019-2023 рр.....	23
2.2. Аналіз впливу воєнних дій на діяльність суб'єктів туристичного бізнесу України.....	31
Висновки до другого розділу.....	36
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС.....	38
3.1. Зарубіжний досвід діяльності суб'єктів туристичного бізнесу 2019-2022 рр.....	38
3.2. Перешкоди повноцінного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу.....	41
3.3. Туристичний бізнес: тренди та стратегії подальшого розвитку.....	47
3.4. Розробка туру «Мандрівка крізь Поділля та Буковину».....	51
Висновки до другого розділу.....	54
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

ВСТУП

Сучасний етап розвитку економічних відносин у якому глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, охопив у тому числі й туристичну галузь. Розглядаючи сучасні тенденції розвитку туризму в Україні, варто зазначити, що рівень туристичних послуг є одним із найважливіших показників добробуту населення.

Сьогодні важко говорити про прогнози та наслідки в туристичному бізнесі України після пандемії, а сьогодні війни. Для України знайти вихід з такого занепаду дуже важливо. Актуальність дослідження та оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі наразі посідає одне з перших місць.

Над питанням розвитку туристичного бізнесу працювали вчені та науковця, зокрема: Рега М., Ковешніков В., Ліфіренко О., Стукальська Н., Горіна Г., Сагалакова Н., Трохимець, О. та Шелеметьєва, Т., Касенкова К.В., Опанашук Ю. Я., Мазур В. С., Колотуха О., О. Федулін, О. Сахарчук, О. Лебедєва, Паславська В. В., Петриченко П., Єрмаченко В., Босовська М. В.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у характеристиці діяльності суб'єктів туристичного бізнесу та аналізі їх потенціалу, а також висвітленні актуальних проблем розвитку туристичного бізнесу в період війни та післявоєнний час.

Досягнення мети здійснювалось шляхом вирішення наступних завдань:

- 1) розкрити поняття туризму в економіко-технологічній системі;
- 2) виділити основні механізми економічного управління туристичним бізнесом;
- 3) надати оцінку потенціалу туристичного бізнесу в Україні за досліджуваний період 2019-2022 рр.;
- 4) охарактеризувати зарубіжний досвід діяльності суб'єктів туристичного бізнесу 2019-2022 рр.;

5) розкрити головні перешкоди повноцінного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу;

б) виділити важливі стратегії та тренди подальшого розвитку туризму.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є дослідження діяльності суб'єктів туристичної галузі та визначення їх ролі для розвитку національної економіки.

Предметом дослідження є теоретичні знання, практичні уміння і навички щодо виявлення проблем розвитку туристичного бізнесу та його шляхи подальшого вдосконалення.

Методологічною основою роботи є загальнонаукові та спеціальні методи досліджень: аналіз, синтез, порівняльні характеристики, теоретичне узагальнення, проектний підхід. Методологія зазначеної роботи ґрунтується також на загальних і спеціальних методах наукового пізнання. Основу методології менеджменту в туризмі покладено аналіз потреб туристів на цільовому ринку й можливостей туристичного оператора задовольнити їх із застосуванням методів спостереження, порівняння, інтуїції, логіки, використанням інструментів маркетингового менеджменту.

Щодо джерел інформації для написання роботи, використано офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, інформаційні матеріали Державного агентства розвитку туризму, наукові праці, присвячені вивченню інтеграційної взаємодії суб'єктів туристичного бізнесу.

Запропоновані автором кваліфікаційної роботи напрями диверсифікації спектру туристичних послуг апробовано у першому (внутрішньо університетському) турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2023/2024 навчальному році (Наказ ЧНУ імені Юрія Федьковича №106 від 4.04.2024 року).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота викладена на 60 сторінках, з яких 6 таблиць та 8 рисунків.

РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

1.1. Туристичний бізнес як економіко-технологічна система

Визначення туризму передбачає тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з метою оздоровлення, пізнання, професійної діяльності або інших цілей, без виконання оплачуваної роботи в місці перебування. Такий виїзд визначає людину як туриста. Туристом вважається особа, яка подорожує Україною або до іншої країни, де мета подорожі не заборонена законом країни перебування, на термін від 24 годин до одного року, без виконання оплачуваної роботи, з обов'язком залишити країну або місце перебування у визначений термін.

Основою створення та розвитку економічної системи сучасного туризму є задоволення туристичних потреб, що визначають попит на туристичні послуги, рис.1.1. Цей попит задовольняється через систему пропозиції туристичного продукту на ринку.

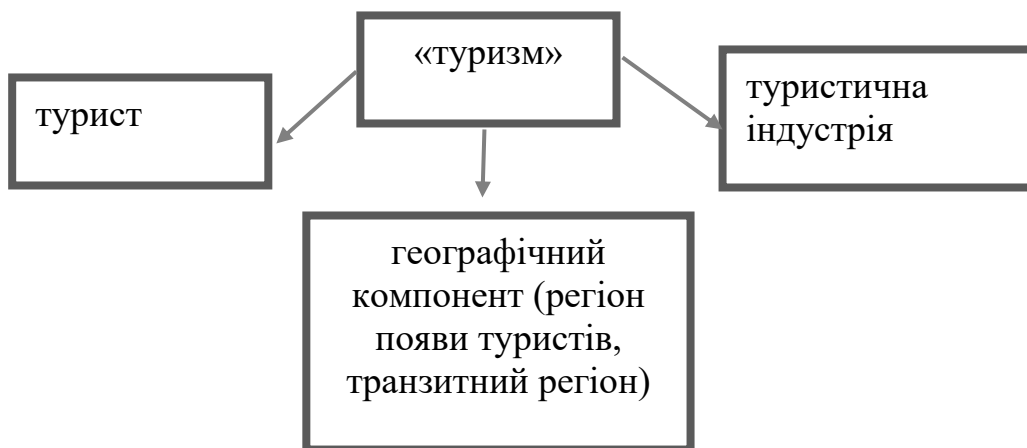


Рис. 1.1. Складові понятійного апарату туристичної галузі

Джерело: побудовано за даними [1;2]

Туристичний бізнес являє собою цілісну економіко-технологічну систему, яка займається створенням та реалізацією туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги.

У економіко-технологічній системі туристичного бізнесу туристична послуга є товаром, а суб'єкт туристичної діяльності виступає підприємницькою структурою, яка створює, пропонує та реалізує ці послуги на ринку для споживачів, тобто туристів, рис. 1.2.

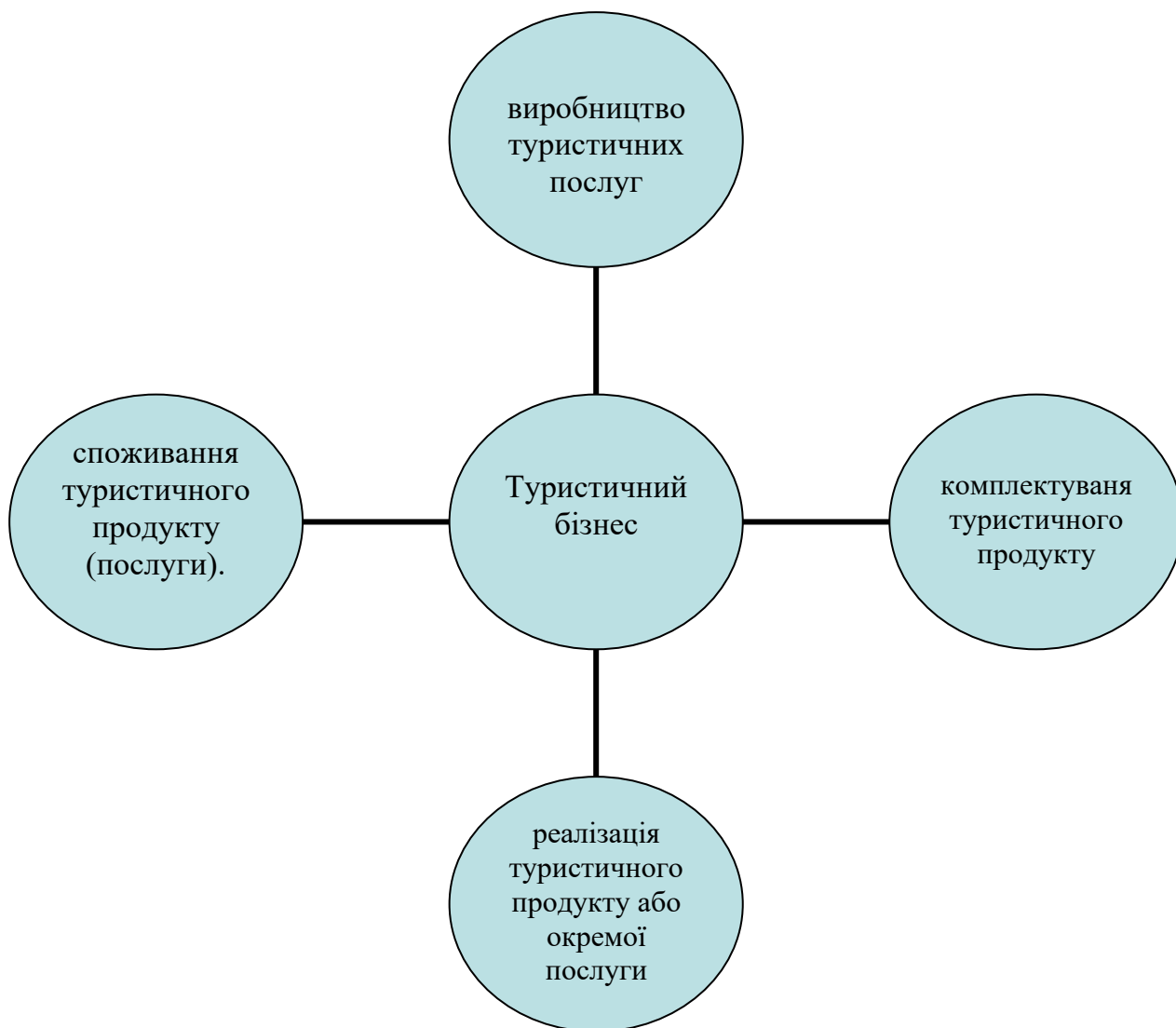


Рис.1.2. Характеристика основних елементів туристичного бізнесу

Джерело: побудовано за даними [1;7]

Окрема туристична послуга (проживання, харчування, транспортування, екскурсії, побутові послуги, культурно-видовищні заходи, спортивні та рекреаційно-оздоровчі послуги тощо) задовольняє лише одну конкретну потребу туриста, а не весь комплекс його потреб. Необхідність

створення комплексу туристичних послуг для задоволення потреб туристів стала основою для формування підприємницьких структур, рис. 1.3.



Рис.1.3. Суб'єкти туристичного бізнесу

Джерело: побудовано за даними [1;2:7]

Туристичні послуги та товари діляться на дві групи: основні (характерні) та додаткові (супутні), рис. 1.4.



Рис. 1.4 Складові туристичних послуг

Джерело: побудовано за даними [1;2; 7]

На туристичному ринку споживачам пропонується товар у формі конкретного туру, який включає заздалегідь розроблений комплекс туристичних товарів і послуг, необхідних для подорожі за певним маршрутом. Взаємодія суб'єктів туристичного бізнесу означає співпрацю різних учасників туристичної галузі з метою забезпечення якісних та ефективних послуг для туристів.

Туристичний бізнес також відомий як індустрія туризму. Це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні туристичного продукту, здатного задовольнити потреби населення у

проведенні дозвілля, подорожах, відпочинку та оздоровленні шляхом виробництва та реалізації туристичних товарів і послуг.

Обидва терміни, туристичний бізнес і індустрія туризму, є синонімічними. Однак туристичний бізнес підкреслює економічні аспекти та вигоди від сфери послуг, тоді як індустрія туризму охоплює компоненти, які забезпечують надання повноцінної послуги. Обидва терміни відносяться до елементів загальної світової галузі туризму та сприяють розвитку світового туризму.

Туристичний бізнес – це складний механізм, що складається з багатьох економічних одиниць. Надання якісної туристичної послуги залежить від численних факторів. Недосконале функціонування одного із суб'єктів структури туристичного бізнесу може спричинити значні труднощі з реалізацією туристичного продукту. Представлена структура туристичного бізнесу є основою функціонування туризму як економічної галузі.

Однак, процес глобалізації та розвиток нових технологій можуть доповнити цю структуру і звести до мінімуму роль деяких суб'єктів туристичного бізнесу. Може з'явитися новий суб'єкт – інтерактивне забезпечення туристичного обслуговування. Цей термін може стати популярним завдяки розвитку віртуального туризму, який не потребує традиційних форм обслуговування мандрівників і вимагає використання новітніх технологічних досягнень.

1.2 Механізми економічного управління туристичним бізнесом

Механізми економічного управління туристичним бізнесом являють собою комплекс методів, інструментів і процесів, що забезпечують ефективне функціонування і розвиток цієї галузі. Основними складовими цих механізмів є планування, організація, мотивація, контроль і регулювання.

Індустрія туризму — це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати,

підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Механізми економічного управління туристичним бізнесом визначаються тим особливим місцем, яке цей бізнес займає в економічному комплексі країни, рис. 1.5.

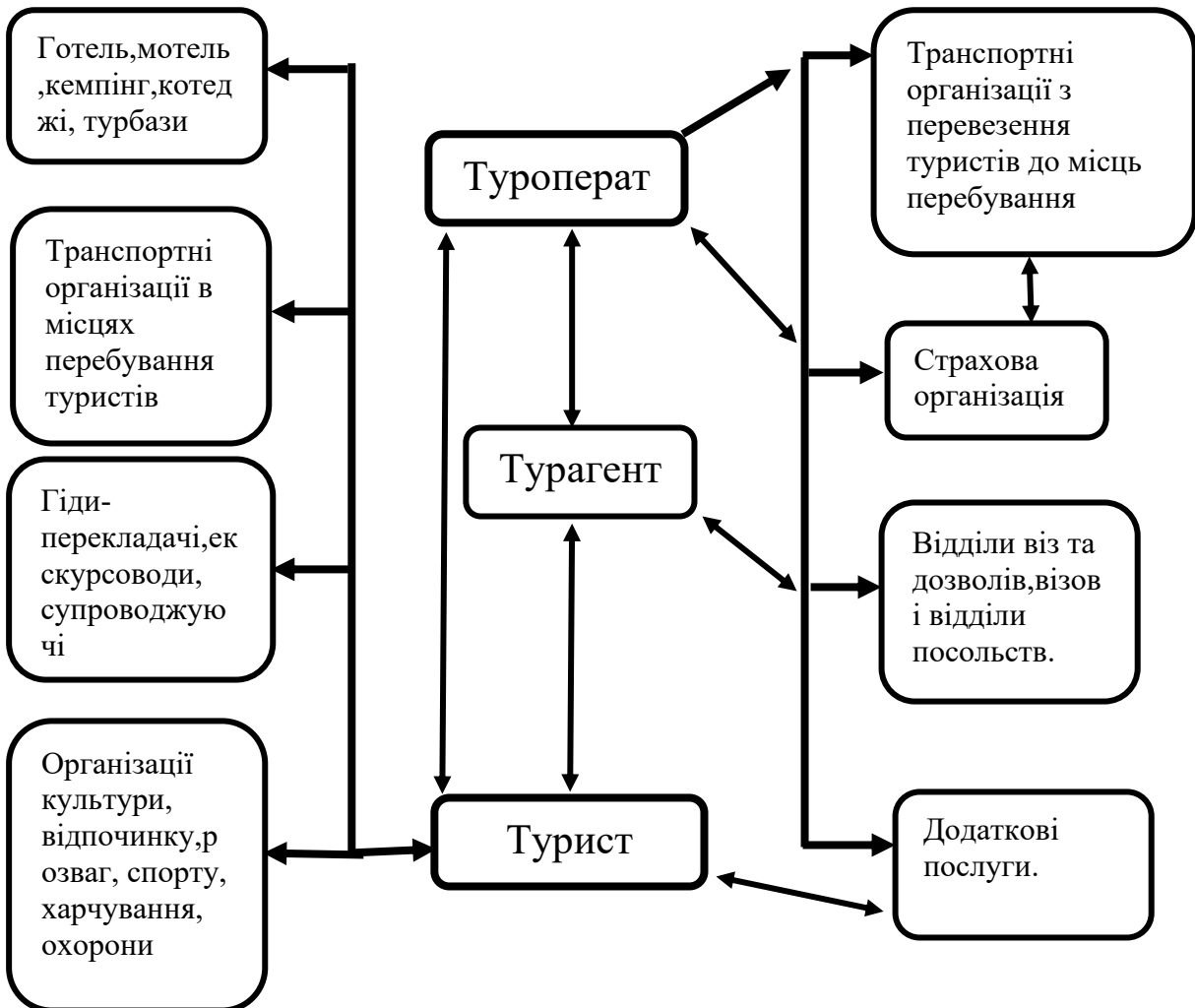


Рис. 1.5. Внутрішній механізм управління туристичним бізнесом

Джерело: побудовано за даними [12;13]

Суб'єкти туристичної діяльності, як самостійні господарюючі структури, формують сферу туристичного обслуговування населення, яка називається туристичним бізнесом на рівні країни, регіону або світу.

Сутність механізму економічного управління полягає в тому, що управління – це процес впливу на об'єкт з метою досягнення певного результату. У випадку економічного управління підприємством таким

результатом є прибуток. Постійне одержання прибутку не є випадковістю, а є результатом планової діяльності.

Економічне управління ґрунтується на ретельному аналізі та розрахунках, спрямованих на майбутній період, і засноване на цілеспрямованих рішеннях. Ці рішення приймаються з урахуванням індикативного планування, яке має характер рекомендацій на рівні держави або регіону. Державні програми слугують орієнтирами для розробки конкретних планів кожним суб'єктом підприємництва. Сутність економічного управління полягає в розробці планів діяльності та заходів для їх виконання на різних перспективах.

Стратегічне планування має наступні особливості:

1. Гнучкість і легке адаптування до змін зовнішнього середовища.
2. Суб'єктивний підхід до умов невизначеності й ризику.
3. Спрямованість на перспективи розвитку підприємства в системі туристичного бізнесу.
4. Широке використання стратегічної бази даних про розвиток туризму.

Передумовами планування є аналіз результатів діяльності підприємства протягом передпланового періоду. Під час планування діяльності туристичного підприємства об'єктом є обґрунтування системи показників, що відображають результати виробництва туристичних послуг, комплектування, реалізації та споживання туристичного продукту протягом певного часу.

На етапі аналізу розглядаються як зовнішні, так і внутрішні умови (фактори), що впливають на діяльність підприємства. Оцінюється ступінь впливу цих факторів на заплановані показники.

Кожен учасник у сфері туризму, борючись у суворих умовах ринкової конкуренції, взаємодіє з навколишнім середовищем. Тому планування спрямоване на зниження ризиків, пов'язаних з невизначеністю зовнішнього середовища. Цей підхід дозволяє підприємствам адаптувати свої стратегії та дії до змін на ринку, що гарантує їх стійкість та конкурентоспроможність.

Розробка планів полягає у формулюванні економічних завдань на майбутнє, враховуючи узгоджені варіанти планування та включаючи їх до спеціального документу - плану. У цьому плані фіксуються стратегії та програми дій окремих структурних підрозділів та всього підприємства. Такий підхід допомагає підтримувати ефективність діяльності підприємства в умовах постійних змін та несподіваних викликів на ринку.

Втілення планів в життя є ключовим етапом у функціонуванні підприємства в рамках економічного управління [16]. Основне завдання полягає у тому, щоб планові завдання стали реальністю через організацію відповідної роботи на підприємстві.

Останнім етапом економічного управління є контроль виконання планів. Цей процес передбачає порівняння фактичних показників з плановими на відповідний період, виявлення відхилень та подання їх на аналіз для подальшого коригування дій, рис. 1.6.

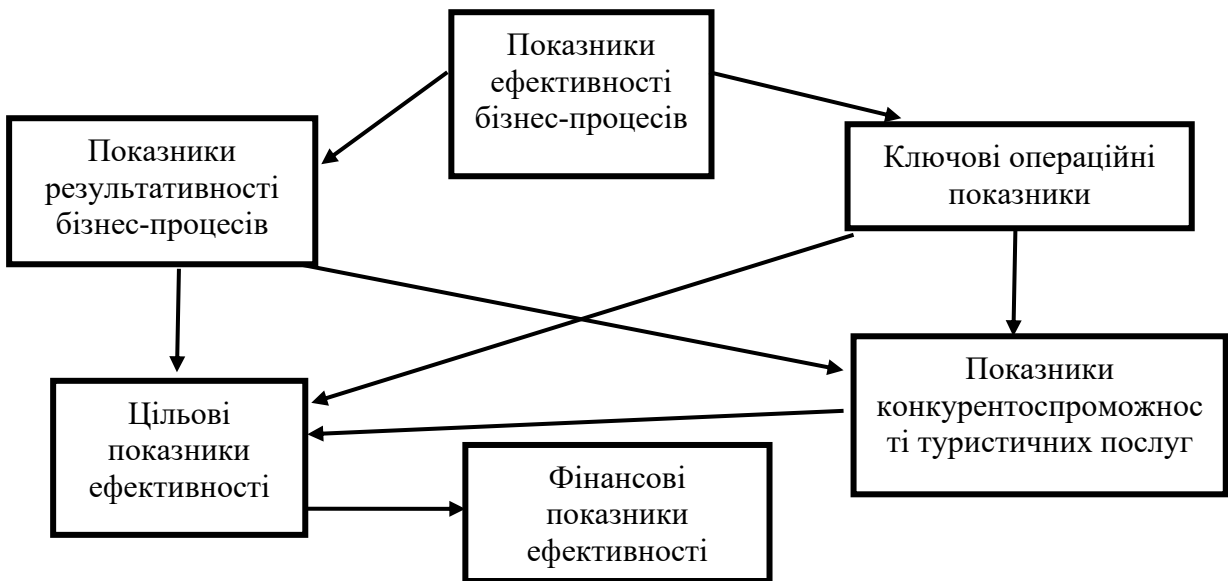


Рис. 1.6. Показники ефективності діяльності туристичного бізнесу

Джерело: побудовано за даними [1;2:7]

Серед сучасних географів та економістів можна відзначити наростаючу тенденцію до виділення особливої міжгалузевої структури, яка становить частину господарства країни - це туристична індустрія [17].

Туристична індустрія складається з комплексу підприємств, які надають або сприяють у задоволенні рекреаційних потреб людини під час подорожей, незалежно від їх мети, за винятком оплачуваної роботи відвідувача в країні. Основу цієї складної структури становлять підприємства розміщення, транспортні підприємства та сфера обслуговування туристів.

До підприємств розміщення відносяться готелі, а також спеціалізовані заклади розміщення, такі як кемпінги, будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, профілакторії та інші. У сфері транспорту можна виділити транспорт для перевезення туристів, такий як круїзні судна, спеціалізовані катери та яхти для прогулянок, а також транспорт, який обслуговує саму туристичну індустрію, забезпечуючи перевезення туристів та місцевого населення [18].

Зовнішній вплив має значний вагомий вклад у розвиток туристичного бізнесу. Одним з ключових факторів є економічна ситуація у світі та в конкретних країнах. Економічна стабільність сприяє зростанню доходів населення, що збільшує попит на туристичні послуги. Крім того, політична стабільність, наявність демократичних інститутів та безпека є важливими факторами, що впливають на рішення туристів щодо вибору напрямку подорожей.

Культурний контекст також має значення. Різноманітність культурних та історичних пам'яток, національних традицій та звичаїв, гастрономічних особливостей країни приваблюють туристів і визначають популярність певного напрямку. Крім того, розвиток технологій, зокрема Інтернету та соціальних мереж, значно полегшує процес планування подорожей та забезпечує доступність інформації про різні туристичні об'єкти.

Також слід згадати про екологічний вплив. Зростання екологічної свідомості споживачів призводить до популярності екотуризму та туризму з використанням зелених технологій. Люди все більше обирають туристичні маршрути, які не лише дозволяють їм відпочити, а й зберегти природне середовище.

Не менш важливим є вплив економічних криз, епідемій та природних катастроф. Такі події можуть значно знизити туристичний попит та призвести до зменшення доходів туристичних підприємств.

У цілому, зовнішній вплив на розвиток туристичного бізнесу є комплексним і має багато аспектів, від економічних та політичних до культурних та екологічних, які взаємодіють і впливають на його динаміку та тенденції.

Отже, управління туристичним бізнесом зводиться до розроблення стратегій і тактик, необхідних для успішної туристичної діяльності. Це означає розумне використання туристичних ресурсів з орієнтацією на економічну ефективність. В плані необхідно чітко визначити, що, в якій кількості і за якими цінами придбати з метою вигідної подальшої реалізації туристичного продукту.

1.3. Історичний аспект розвитку туристичного бізнесу в Україні

Розвиток цивілізації та зближення народів сприяли еволюції туристичної індустрії протягом часу. Вже у III тисячолітті до н.е. мандрювання було поширеним явищем, що відображається у знахідках глиняних табличок на Близькому Сході з XVII століття, які містили дані про відстань та тривалість подорожі між містами, а також інформацію про військові походи та правителів.

Мотиви подорожей були різноманітні й включали:

- Потреба у землеробстві й скотарстві, що стимулювала пошуки родючих земель.
- Розвиток культури й мистецтва, що привело до створення культурних та архітектурних пам'яток, які стали об'єктами інтересу подорожуючих, особливо в епоху Античності.
- Встановлення торгово-економічних зв'язків та розвиток торгівлі.

- Поширення різних релігій, що призводило до відвідування храмів та святинь, таких як храм Аполлона у Дельфах чи храм Афродіти в Коринфі.
- Тяга до пізнання світу, що відображалася в розвитку філософії, математики й географії.
- Значний вплив мав розвиток фізичної культури, представлений такими подіями, як Олімпійські ігри, гладіаторські бої та гонки колісниць.
- Географічні відкриття, такі як відкриття острова Британії чи написання праці «Про сім чудес світу».
- Прагнення до загарбання нових територій.

Мореплавство відіграло важливу роль у відкритті нових територій. Першими, хто відправився в далекі подорожі, були фінікійці. Вони будували судна для дослідження Середземного моря та океану, щоб відкрити нові землі Європи та Африки.

Васильчук В. М. називає Середземне море «колискою європейської цивілізації», оскільки з цього регіону почали поширюватись навігація, писемність, література та інші елементи цивілізації. Фінікійці назвали Європу та Азію, що є свідченням їхнього впливу на географічні відкриття.

У середньовіччі пізнання світу через подорожі стало популярним. Марко Поло, італійський мореплавець, відомий своєю «Книгою чудес світу», в якій описував свої подорожі по Азії. Цей твір став важливим джерелом знань про географію, етнографію та історію, а також надихав на мандрівницькі подвиги майбутніх пізнавачів світу.

В епоху Просвітництва, що охопила другу половину XVII – XVIII століття в Європі, подорожування стало поширеним явищем. У цей період людство відчувало потребу в нових знаннях про світ та в удосконаленні суспільного ладу. В суспільстві пріоритетом стала ідея цінності людини, а на першому місці стали інтереси суспільства та потреба в їх задоволенні. Саме тоді подорожі почали виконувати соціо-культурну функцію як один із способів пізнання світу.

Розвиток туризму стимулювався не лише популярністю подорожей, але й зусиллями вдосконалення інфраструктури та умов для подорожування. Англієць Томас Кук вважається одним з перших, хто започаткував підприємства, спрямовані на надання туристичних послуг [15].

Він активно пропагував здоровий спосіб життя, позбавлений алкоголю та цигарок. У 1841 році він влаштував культурну програму та пригощання для 24 «друзів тверезості», організувавши для них поїздку до Лафборо та розіславши запрошення. Але це було лише початок: він організовував екскурсії для дітей, дитячі поїздки на залізниці та розважальні подорожі до відомих місць, таких як Шотландія, Ліверпуль, Ірландія та острів Мен. Його дружина керувала готелем, де було заборонено куріння, а також видавала популярний журнал, що заохочував до подорожей. В результаті Томас Кук заснував туристичну компанію «Томас Кук і син», яка відкрила філії в Америці та організувала морські круїзи до Америки, Африки та Австралії. Його ідею швидко підхопили інші підприємці, і в 1898 році у Люксембурзі була створена Міжнародна ліга туристичних асоціацій.

Перша і Друга світові війни призупинили розвиток європейської економіки, в тому числі туристичної галузі, яка була однією з найбільш важливих. Після Другої світової війни спостерігається помітне оживлення у туристичній сфері Західної Європи через процес глобалізації, що є однією з останніх тенденцій у світовій економіці. Це стало наслідком відкриття кордонів, міжнародної співпраці між країнами Європи, розвитку транспорту та зв'язку, а також зростаючого взаємного інтересу народів до культури та історії один одного.

Це призвело до швидкого збільшення кількості туристів середнього класу в кінці ХХ - на початку ХХІ століття, оскільки туризм став все більше засобом відпочинку. Це спричинило зростання попиту на туристичні послуги та розвиток різноманітності на туристичному ринку. Перше перетворення туризму на галузь економіки, яка найшвидше розвивається, було здійснено ЮНЕСКО у 1950-х роках, коли була розроблена програма розвитку туризму

ЕКОСОС. У 1975 році було засновано Всесвітню туристичну організацію (ВТО) з метою постійної співпраці між країнами у всьому світі, яка досі функціонує. ВТО налічує 139 країн-членів, включаючи Україну (з 1997 року).

Організація підкреслює важливу роль туризму у процесі зближення суспільств та стверджує, що «туризм сприяє міжнародному взаєморозумінню, миру та співпраці, є шляхом до соціальної та економічної інтеграції континентів». Міжнародний туризм є важливою галуззю експорту, оскільки дохід від туристичної сфери займає таке ж значуще місце, як і торгівля. За даними Всесвітньої торговельної організації (ВТО), прибуток від туризму становить 10% ВВП світу. З кожним роком доходи від туристичної індустрії зростають у країнах всього світу. Наприклад, в 2018 році в Китаї доходи від туризму становили 48% валового внутрішнього продукту. За даними ВТО на 2019 рік, Сполучені Штати зайняли перше місце за надлишком доходів від туризму, на другому місці опинилася Іспанія, а третє та четверте місце посіли країни з економікою, що розвивається, – Таїланд та Макао (Китай) [16].

Крім того, туризм генерує мультиплікативний ефект, що взаємодіє з ключовими галузями економіки та слугує катализатором соціально-економічного прогресу. Розвиток туризму сприяє диверсифікації економіки, стимулює приплив іноземної валюти, розвиток інфраструктури та прискорює зростання експорту. Туризм має важливий вплив на різні сектори, такі як будівництво, транспорт, сільське господарство, харчова промисловість та торгівля. Визначення українського дослідника туризму Кифяка В. Ф. зближує туристичну галузь з «економічною діяльністю», розглядаючу як засіб здобуття прибутку.

При належній підтримці з боку держави, туризм приносить значні доходи країні. Через це туризм стає важливим елементом процесу євроінтеграції. Розвиток туризму може стати одним із 26 ключових факторів поглиблення економічної інтеграції держав пострадянського простору. Для

успішної інтеграції в Європейську Спільноту значущими є соціальні функції туризму, такі як освітня, виховна, оздоровча та спортивна [17].

Туристична діяльність сприяє розширенню світогляду людини, закріплює почуття приналежності до суспільства взагалі, культури та історії як власного народу, так і інших народів. Вона спонукає до розвитку демократичних та гуманістичних поглядів, а також виховує дбайливе ставлення до навколишнього середовища. Туризм створює умови для фізичного та ментального розвитку особистості. Ці характеристики стають необхідною складовою процесу євроінтеграції. Не дарма перша глава Монреальської декларації стверджує: «Соціальний туризм - це великий ідеал у боротьбі з дискримінацією та проблемами інтеграції».

Використання новаторських технологій, результативна зовнішня торгівля, система оподаткування, що підлягає регулюванню, забезпечення безпеки, розширення асортименту туристичних послуг та відсутність митних перешкод - ці переваги властиві розвиненим країнам з високорозвиненою туристичною сферою. Серед таких країн виділяються лідери Євросоюзу: Франція, Німеччина, Швейцарія, Австрія, Італія, Іспанія та інші. За даними Всесвітньої організації туризму (ВОТ) у 2000 році найбільша кількість туристів відвідала Європу - 57,7%. У 2019 році Європа спостерігає позитивну тенденцію збільшення потоку туристів - на 2% в Західній Європі та на 4% в Південній та Східній Європі порівняно з попереднім роком. Франція, Іспанія та Італія продовжують залишатися країнами-лідерами ЄС, які приймають 55% всіх подорожей до Європейського Союзу. На схемі 1.3. зображено динаміку фінансових потоків у сфері туризму у Франції, Італії та Іспанії. Ці високі показники пояснюються різноманіттям ландшафтів, культур та інтеграційних процесів, що охоплюють всі сфери політики та економіки.

Туризм відіграє ключову роль у розв'язанні соціальних проблем, сприяючи створенню нових робочих місць, збільшенню зайнятості та підвищенню рівня життя населення країни. Розвиток туристичної сфери має величезне значення для соціально-економічного прогресу країни, що

передбачає необхідність удосконалення механізмів державного управління туризмом. Основна мета такого управління - створення сприятливих умов для розвитку туризму, як в основний, так і в суміжних галузях.

Також, варто відмітити, що на розвиток туризму впливають різноманітні фактори:

- мотиваційні: психологічні аспекти, які впливають на вибір напрямку подорожі та періоду відпочинку;
- географічні: особливості фізичного, економічного та політичного розташування країн і регіонів, необхідність забезпечення взаємозв'язків між ними;
- політичні: стабільність політичної ситуації;
- соціальні: демографічні та міграційні процеси, розвиток суспільних відносин;
- науково-технічний потенціал;
- екологічні: збереження придатного для життя та відпочинку навколишнього середовища;
- економічні: зростання економіки та доходів населення.

Також варто відзначити іншу групу чинників, які впливають на розвиток іноземного туристичного бізнесу - фактори, що сприяють розвитку туризму та активно використовуються туристичними організаціями у своїй діяльності, такі як науково-технічний потенціал. Проте разом із позитивними чинниками, туризм може відчувати негативний вплив різноманітних факторів, таких як природні катастрофи, соціальні потрясіння, війни, економічні кризи та пандемії [20].

Згідно з опитуванням, проведеним Німецьким Інститутом Вивчення Вільного Часу в країнах Європейського Союзу, серед факторів, які найбільше стримують туристів від подорожей, виділяються політична нестабільність та воєнні дії (74%), екологічні проблеми (57%), епідемії (57%), природні катастрофи (49%), та злочинність (44%). Зокрема, Європа відчула негативні наслідки економічної кризи у 2008-2010 роках, припинення діяльності

туристичної компанії Thomas Cook та деяких європейських авіаліній, а також сповільнення виїзного туризму Великобританії внаслідок BREXIT та спалаху COVID-19.

Таким чином, економічна інтеграція країн Західної Європи в другій половині ХХ століття породила створення однієї з найбільш розвинених політичних структур у світі. Управління таким величезним економічним блоком базується на нормативно-законодавчій основі, яка постійно удосконалюється протягом усього часу інтеграції Європи. Це є стійкою підґрунтям для розвитку спільної торгівлі, створення робочих місць, вільного переміщення товарів та послуг між країнами, а також грошового обміну. Стабільний розвиток економіки ЄС та його показники ВВП на світовому ринку є привабливим для сусідніх держав, які мають намір інтегруватися в європейську спільноту, включаючи Україну. Проте, незважаючи на ряд угод та декларацій між Україною та ЄС, нашій країні потрібно провести широкомасштабні реформи, щоб повністю перетворитися із суспільства з елементами авторитаризму в соціально орієнтоване демократичне суспільство [14].

Євроінтеграційні процеси позитивно впливають на розвиток окремих галузей економіки, зокрема туристичної. Туризм, у свою чергу, інтегрує інші галузі економіки. Крім того, сталий розвиток туризму сприяє зменшенню економічних та політичних криз. Для успішного просування євроінтеграційних процесів у сфері туризму, важливо враховувати тенденції в розвитку міжнародного туризму, такі як глобальна економіка, зростання середнього класу, спрощення візового режиму, а також використання інноваційних продуктів та нових форматів індустрії. При цьому розвиток туристичної галузі залежить не лише від раціонального використання природних та історико-культурних ресурсів, але й від імплементації європейських стандартів в цій галузі.

Висновки до першого розділу

Проведене теоретичне дослідження дало можливість зробити наступні висновки:

Доведено, позитивне ставлення туриста до діяльності зазвичай призводить до бажання подорожувати. Ставлення стосується оцінки та погляду людини на поведінку, незалежно від того, сприятлива вона чи ні. Власні переконання людини впливають на потенційні наслідки дії, які називаються поведінковими переконаннями. Як наслідок, позитивне ставлення туриста визначається як оцінка цінності туристичного досвіду відвідування місця, що призводить до позитивного ставлення людини до пам'ятки та сприяє наміру подорожувати або відвідати його в майбутньому.

Обґрунтовано, у сфері туризму ми маємо стати свідками зміни парадигми щодо цілей підприємців, які більше не повинні зосереджуватися на скороченні відходів, але вони повинні брати до уваги повторне використання певних матеріалів, таким чином просуваючи принципи циркулярної економіки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ ЗА ПЕРІОД 2019-2023РР

2.1. Оцінка потенціалу туристичного бізнесу в Україні за досліджуваний період 2019-2023 рр

Туристична індустрія є однією з провідних галузей світового господарства. У період з 2014 по 2019 роки вона забезпечувала до 10,3% усіх робочих місць, включаючи до 20% новостворених робочих позицій, і генерувала 10,4% глобального валового продукту (10 трлн. доларів США) [12]. Навіть у несприятливих умовах 2019-2020 років, ця галузь продовжувала демонструвати високе економічне зростання. Незважаючи на серйозні негативні наслідки пандемії COVID-19, яка призвела до зниження обсягів діяльності в туристичній сфері на 49,1% у 2020 році порівняно з 2019 роком, втрати глобальних доходів склали 4,5 трлн. доларів, а кількість втрачених робочих місць - 62 млн. [24].

Проте, вже у 2022 році темпи відновлення туристичного ринку досягли 22,0%, а частка туристичної галузі у світовій економіці становила 7,9%, завдяки створенню 22 млн. нових робочих місць [13]. Важливо зазначити, що динамічні процеси зростання туристичної індустрії та сфери гостинності мають позитивний вплив не лише на саму галузь, а й на економічний розвиток суспільства в цілому, породжуючи низку мультиплікативних ефектів. Як потужний драйвер регіонального та місцевого розвитку туризм з його мультиплікативним впливом на економіку є одним із секторів всесвітньої економіки, що найбільше постраждав у зв'язку з коронавірусом і обмеженням у пересуваннях.

Пандемія коронавірусу спричинила безпрецедентну кризу в туристичній економіці. Працівники цього сектора зіткнулися з різким скороченням робочих годин та втратою роботи. У 2019 році глобальна туристична індустрія забезпечувала (як прямо, так і опосередковано) близько

330 мільйонів робочих місць, що становило 10,3% від загальної зайнятості (кожен десятий працівник у світі був зайнятий у туристичному секторі). На кожне робоче місце, створене безпосередньо в туризмі, створювалося близько півтора додаткових робочих місць.

В Україні спостерігається значне відставання в реалізації заходів підтримки туристичного сектору, що ставить під серйозну загрозу його конкурентоспроможність на глобальному ринку під час прогнозованого відновлення у 2021 році. Туризм є предметом глибоких дискусій у загальній економіці країни. За офіційними даними, частка туризму становить близько 3-4% ВВП, що значно нижче за міжнародний середній показник у 10%. Туризм практично не враховується при розробці економічної політики на національному рівні. Проте, останні дані від міжнародних організацій, зокрема Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), підтверджують розрахунки вітчизняних експертів, які визначили частку туризму на рівні близько 9% ВВП України. Це свідчить про те, що цей показник є набагато важливішим для української економіки, ніж вважалося раніше.

Слід зазначити, що стан використання великого туристичного потенціалу регіонів України та країни в цілому протягом тривалого часу залишається вкрай незадовільним. Причини стагнації розвитку національної туристичної індустрії та сфери гостинності включають широкий спектр негативних факторів. Серед об'єктивних факторів можна виділити тривалу окупацію частини території України та активні бойові дії, суттєве погіршення екологічної ситуації навіть у природно-рекреаційних зонах, високі транзакційні витрати бізнесу, нестачу внутрішнього платоспроможного попиту, що додатково ускладнилася умовами обмежень, викликаних глобальною пандемією. До суб'єктивних факторів належать обмежена інвестиційна привабливість, низька ефективність маркетингової та комунікаційної діяльності підприємств галузі, недостатній рівень конкурентоспроможності пропонованого туристичного продукту тощо. Наслідками кризових явищ, що впливали на розвиток вітчизняних

підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності протягом останніх років (2011-2020 рр.), стали суттєве скорочення масштабів в'їзного та внутрішнього туризму, поступовий перерозподіл туристичних потоків на користь виїзного туризму, помітне зменшення кількості колективних засобів розміщення (КЗР) та місць у них, а також значне скорочення кількості відвідувачів КЗР. Динаміка кількості суб'єктів туристичної індустрії проаналізована у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз динаміки туристичних потоків та показників діяльності колективних засобів розміщення в Україні у 2016-2020 рр.

Роки	Кількість туристів, які були обслуговані туроператорами та тур агентами, за роками, у т.ч.				Кількість колективних засобів розміщення (КЗР)	Кількість осіб, що перебували у КЗР, у т.ч.:
	усього, тис.осіб	в'їзні (іноземні) туристи, тис.осіб	виїзні туристи, тис.осіб	внутрішні туристи, тис.осіб		
2016	2549,6	35,1	2061,0	453,6	4256,0	6544,8
2017	2806,4	39,6	2289,9	477,0	4115,0	6661,2
2018	4557,4	75,9	4024,7	456,8	4719,0	7006,2
2019	6132,1	86,8	5524,9	520,4	5335,0	6960,9
2020	2360,3	12,0	2125,7	222,6	4523,0	3379,5

Джерело: побудовано за даними [13;23]

Варто звернути окрему увагу на те, що суб'єкти малого підприємництва (включно з мікропідприємствами) здебільшого демонстрували значно нижчий рівень прибутковості порівняно з середніми показниками по певних видах діяльності. Це свідчить про те, що адаптивні можливості малого бізнесу суттєво поступаються вимогам щодо пристосування до турбулентності зовнішнього середовища.

Навіть якщо розглядати більш оптимістичний варіант пояснення цієї тенденції (здійснення тіньової господарської діяльності, що не оподатковується і не враховується в офіційній статистиці), слід зазначити, що така стратегія не може вважатися перспективною з точки зору забезпечення

стійкості функціонування та стабільності розвитку. Іншим значним проявом незадовільного стану національної туристичної індустрії та сфери гостинності є наявність помітних територіальних диспропорцій у розвитку продуктивних сил галузі. Наприклад, у регіональній структурі розподілу обсягів реалізації товарів та послуг підприємств цієї галузі переважають декілька ключових центрів господарської активності, таких як м. Київ, Львівська, Одеська та Запорізька області, табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Регіональна структура обсягів реалізації товарів та послуг підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності у 2014-2021 рр.

Вид економічної діяльності	Регіони (області) України	Частка регіону в загальних обсягах реалізації виду економічної діяльності, по роках, %					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Тимчасове розміщення	Вінницька	0,42	0,40	0,39	0,41	0,46	0,34
	Івано-Франківська	1,14	3,42	3,21	3,38	4,67	4,55
	Чернівецька	0,52	0,36	0,33	0,30	0,16	0,19
	м. Київ	49,84	49,15	50,25	50,04	45,98	52,34
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	Вінницька	0,40	0,46	0,32	0,38	0,16	0,20
	Івано-Франківська	0,52	0,57	0,44	0,37	0,36	0,31
	Чернівецька	0,28	0,25	0,24	0,21	0,9	0,10
	м. Київ	68,62	71,66	73,97	75,27	76,77	73,17
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів	Вінницька	0,30	0,45	0,44	0,31	0,44	0,15
	Івано-Франківська	5,45	5,8	н/р	н/р	н/р	н/р
	Чернівецька	0,13	0,80	0,49	0,42	0,40	0,32
	м. Київ	75,37	75,06	76,98	83,01	80,82	84,39

Джерело: побудовано за даними [13;23]

Чітке проявлення тенденцій регіональної локалізації економічних операцій свідчить про високий рівень ринкової концентрації бізнесу, що небезпечно з точки зору виникнення значних ризиків зловживання монопольною владою. Це підтверджується також високим рівнем приховування статистичних даних про діяльність великих суб'єктів господарювання відповідно до вимог щодо конфіденційності інформації та блокування вразливих значень [19].

Історія показує, що політична та економічна нестабільність значно впливають на потенціал туристичної галузі країни. За даними експертів Асоціації лідерів туристичного бізнесу, з кінця 2014 року збитки української туристичної галузі становили 70-80%. Основна частина цих збитків пов'язана з втратою доступу до відпочинку на Кримському узбережжі, а в останні роки додалася військова агресія Росії. З початку 2014 року туристичний потік до столиці України різко знизився на 35-40%, включаючи 50% туристів із країн Європи та 30% із Росії [15].

За даними Державного агентства розвитку туризму, за перше півріччя 2022 року представники туристичної галузі України сплатили на 18% менше податків (645,846 тис. грн), ніж за аналогічний період 2021 року (788,327 тис. грн). Це сталося через зменшення загальної кількості платників податків у сфері туризму на 10% у перші місяці війни. Кількість юридичних осіб зменшилась на 17%, а фізичних осіб-підприємців – на 7%.

У першому півріччі 2022 року готелі та санаторії сплатили найбільшу частку податків до держбюджету, але загальна сума була на 24% меншою, ніж у 2021 році, склавши приблизно 370 млн. грн. В той же час, галузь турбаз, кемпінгів та дитячих таборів відпочинку спостерігала значний спад: податок зменшився на 58%, з 137 млн. грн. у 2021 році до 57 млн. грн. у 2022 році. Проте туристичні агенції збільшили свої внески у державний бюджет на 85% порівняно з попереднім роком.

Туристичні агентства опинилися в скрутній ситуації через високі витрати та низький попит на туризм у 2022 році, який становив лише 10% від аналогічного періоду 2021 року. Багато з них продовжують сплачувати податки з власних заощаджень, не отримуючи майже жодного прибутку.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, у 2022 році суб'єкти туристичної індустрії України зменшили податкові платежі на 25,7% порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Готелі та санаторії сплатили найбільший внесок у державний бюджет, майже 461 млн грн. Щодо міст, лідерами по сплаті податків були Київ, а також Львівська, Івано-Франківська,

Київська та Одеська області.

Навіть у контексті війни, протягом перших шести місяців 2022 року суб'єкти господарювання внесли туристичний збір у розмірі 89 мільйонів 420 тисяч гривень, що становить зростання на 28,8% у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року. Найбільший приріст цього збору зафіксовано в західних областях України, згідно з рис. 2.1.

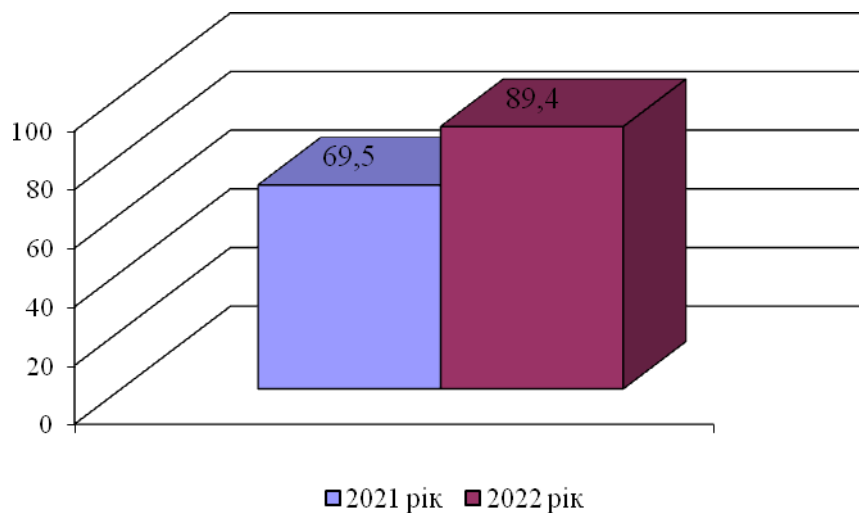


Рис. 2.1. Туристичний збір України, 2021-2022 рр., млн грн

Джерело: побудовано за даними [23]

Протягом першого півріччя 2023 року туристичний збір в Україні становив майже 85,5 мільйонів гривень. Лідерами за кількістю туристів зрозумілих причин, перш за все, з погляду безпеки, стали: Київ (зі збором 14 мільйонів гривень), а також Львівська (20 мільйонів гривень), Івано-Франківська (майже 9 мільйонів гривень), Закарпатська (9,5 мільйонів гривень) та Дніпропетровська (5,3 мільйони гривень) області. Важливо зазначити, що саме в цих областях спостерігається найбільше внутрішньо переміщених осіб, які також у певний момент стають туристами. З огляду на те, що ворог захопив морське узбережжя України, туристи частіше обирали Західну Україну для відпочинку. У результаті, Рівненська, Чернівецька та Волинська області заробили на туристичному зборі відповідно 11 тисяч, 419 тисяч і 253 тисяч гривень. Слід зазначити, що окрім українців, всередині

нашої країни подорожували і іноземці, хоча їх було не так багато. За перше півріччя 2023 року до України прибуло 1,3 мільйона іноземців, проте не всі з них мали туристичні мети. Найбільше іноземців прибуло з Молдови, Румунії та Польщі. Більшість з них прибула до нашої країни з особистими цілями, деякі просто транзитом через територію України. Також, згідно з інформацією, яку повідомляли засоби масової інформації, більшість іноземців, що прибували у воєнний період до України, робили це з гуманітарною місією або як журналісти, щоб висвітлити руйнування інфраструктури та людські втрати внаслідок російської агресії.

Варто зазначити, що більшість сучасних українців, а саме майже 55%, ніколи не мали можливості подорожувати до інших регіонів з туристичною метою. Це пояснюється не відсутністю бажання чи переконанням, що в інших регіонах немає чого цікавого, але здебільшого обумовлено різними об'єктивними факторами, включаючи психологічні та фінансові обмеження. Щодо видів відпочинку, які сьогодні вибирають українці, головними є піші прогулянки.

Далі йдуть такі види відпочинку, як відвідування музеїв, відпочинок на пляжі або подієвий туризм (хоча останній зараз тимчасово заборонений через потребу уникати масових зібрань людей у зв'язку з ризиком зараження, що є підставованим умовами конфлікту). Також, гастрономічний туризм в Україні має потенціал розвитку, оскільки у нас є багато смачних традиційних страв, але його розвиток тимчасово обмежений необхідністю забезпечення безпеки громадян в умовах військового конфлікту.

При аналізі відповідей, представлених респондентами стає очевидним, що приблизно половина громадян виразили бажання відпочивати влітку, але умови воєнного конфлікту значно змінили ставлення багатьох до можливості відпочинку зараз.

Більшість людей або не мають достатньо матеріальних ресурсів для подорожей, або не бажають ризикувати через загрозу ракетних та інших атак від агресора, або вважають невідповідним часом для відпочинку та

задоволення в умовах, що складні для країни. Особливо це ускладнюється необхідністю перевозити домашніх улюбленців, що не завжди приймають готелі та інші місця проживання. Серед українських туристів найпопулярнішими напрямками в межах країни є відомий курорт Буковель, а також Львів, Трускавець, Яремче та Закарпаття в цілому.

Для економії коштів українці використовували послугу раннього бронювання, а також були зацікавлені у можливості подорожувати разом з домашніми улюбленцями, оскільки більшість власників домашніх тварин не мають з ким залишити їх. Крім того, запитувачі цікавилися наявністю басейну у готелі чи пансіонаті. На жаль, з кожним роком середній чек туриста збільшується, що ускладнює можливість подорожувати для деяких категорій громадян, як показано на рисунку 2.4.

Чинники, які сприяють підвищенню туристичної активності у західному регіоні України, визначають особливості розвитку туристичного ринку, які представлені у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Чинники, які впливають на туристичну активність у Західному регіоні України

Область	Чинники привабливості
1. Закарпатська	Води з мінеральними властивостями, курорти для бальнеологічного лікування, історичні об'єкти та особливі природно-кліматичні умови.
2. Івано-Франківська	Туристичні призначення з етнографічним спрямуванням, неповторні гірські пейзажі, унікальна гуцульська культура та естетичні природні ландшафти.
3. Львівська	Об'єкти історичної та архітектурної спадщини, галицький колорит, місця фольклору та лікувально-мінеральні води.
4. Тернопільська	Особливі природні печери, давні замки, релігійні будівлі та можливість паломницького відпочинку.
5. Чернівецька	Заповідники та заказники, релігійні споруди, історичні та архітектурні пам'ятки.

Джерело: побудовано за даними [13;23]

Західний регіон України вважається одним з найбільш перспективних напрямків на туристичному ринку країни. У цьому контексті стає все

важливішим розвиток нових стратегій управління туризмом. Значна увага приділяється розробці нових туристичних маршрутів та рекреаційних зон, а також проведенню аналізу природних та територіальних ресурсів для подальшого зростання туризму та відпочинку на цій території.

Однією з ключових передумов реалізації значного туристичного потенціалу України через активізацію господарської діяльності національного бізнесу є забезпечення належного фінансування розвитку вітчизняних підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності (ТІСГ). Це особливо важливо враховуючи перспективи виходу на внутрішній туристичний ринок великих транснаціональних корпорацій, які мають великий досвід у цій сфері та доступ до значних джерел дешевих інвестиційних ресурсів.

2.2. Аналіз впливу воєнних дій на діяльність суб'єктів туристичного бізнесу України

Після початку повномасштабної агресії країни-загарбника стан туристичної індустрії в постраждалому регіоні України перебуває у складному стані, зазнавши значного зниження кількості відвідувачів і доходів. Конфлікт негативно впливає на туристичну сферу в країні, особливо в східних регіонах, що виявилися найбільше постраждалими. Спад у відвідуваності та прибутку суттєво вразив туристичні підприємства, багато з них припинили свою роботу або зменшили активність через спад попиту. Це також спричинило значні економічні труднощі та втрату робочих місць для мешканців зазначених регіонів.

Війна на території України суттєво ускладнила загальний розвиток всіх сфер туризму. Щодо завданої шкоди туристично-рекреаційній інфраструктурі, ці показники становили \$2,2 млрд на 1 вересня 2022 року. Якщо розглядати класифікацію пошкоджень за видами об'єктів, то було зруйновано 1800 об'єктів культури, 348 релігійних споруд, 343 спортивних

об'єкти та 164 туристичних. Також були втрачені природні туристичні локації на тимчасово окупованих територіях, такі як Олешківські піски, Асканія-Нова, Кінбурнська коса, Джарилгач, а також побережжя Азовського моря, такі як Генічеськ і Рожеві солені озера, Кирилівка, Скадовськ, Бердянськ, і частково Скіфський курган. Крім того, прикордонні райони України з Білоруссю тимчасово заміновані, що ускладнює відпочинок на озерах Волині та сплави по ріках Національного парку «Прип'ять-Стохід».

На культурному й туристичному фронтах великі втрати понесли через війну такі визначні об'єкти, як Свято-Успенська Святогірська лавра та музей Григорія Сковороди. Також серйозно пошкоджені інші важливі культурні та релігійні місця, такі як Миколаївський міський палац культури «Корабельний», Маріупольський драматичний театр, Харківський національний академічний театр опери та балету імені М.В. Лисенка, Музей старожитностей у Чернігові, Харківський будинок «Слово», а також багато інших.

У зазначених регіонах, таких як Київська, Чернігівська, Сумська, Луганська, Донецька та Херсонська області, частина лісових масивів тепер перебуває під контролем окупантів внаслідок бойових дій. Збитки в майні та лісовому господарстві наразі неможливо оцінити. В лісах накопичилася значна кількість ракет, які впали, а також нерозірваних боєприпасів. Досвід та регулярні зведення Державної служби з надзвичайних ситуацій про випадково знайдені авіабомби часів Другої світової війни свідчать, що це може становити потенційну небезпеку для людей протягом багатьох десятиліть.

Російські війська, руйнуванням наших лісів, використовують деревину для спорудження оборонних споруд, прокладання інфраструктури, теплопостачання та приготування їжі. Бойові дії порушують спокій диких тварин, які або гинуть, або намагаються втекти з гарячих точок. Якщо бойові дії триватимуть до кінця весни, це може створити серйозні проблеми для виведення потомства багатьох видів птахів і ссавців. Більшість птахів в цей

період виводять своє потомство і потребують спокою.

Також від квітня до червня відбувається весняний період народження лосенят, а бойові дії можуть загрожувати успішному розвитку цього процесу та виживанню новонароджених. Україна внесена до Червоної книги як місцезнаходження рідкісного виду лося. Також в Україні існують три основних міграційних шляхи для птахів: південний коридор вздовж Азово-Чорноморського широтного поясу, північний коридор вздовж Поліського широтного поясу та меридіанний міграційний шлях вздовж річок Дніпра та Десни. Ці маршрути використовуються для міграції птахів, які рухаються на північ або на південь, а також для живлення та відпочинку.

На початку весни ризик пожежі в екосистемах збільшується, особливо у сухих умовах, коли трава вже висохла після сходів снігу. У разі виникнення пожеж на територіях, що перебувають під окупацією, служби з надзвичайних ситуацій не зможуть надати допомогу в їх ліквідації. Також сприятливі умови для пожеж у монокультурних соснових насадженнях на півночі. Варто зауважити, що кожен регіон та область має свої особливості туристичної діяльності під час воєнного стану, і в більшості випадків це пов'язано з конкретними обмеженнями, що діють для окремих регіонів, табл. 2.1.

Таблиця 2.1
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

Продовження табл. 2.1

Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі 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
Миколаївська2. область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Джерело: побудовано за даними [29; 34]

Необхідно зосередитися на маркетингових стратегіях, втручаннях у політику та розвитку інфраструктури для підтримки та відновлення туристичної галузі в регіонах, що постраждали від військової агресії. Ці дослідження надають важливі відомості про можливі стратегії зменшення негативного впливу конфлікту на туризм. Війна може значно вплинути на туризм через зниження кількості туристів, доходів та втрату робочих місць у постраждалих регіонах, а також через економічні труднощі для місцевих підприємств. Це також може спричинити серйозні пошкодження туристичній інфраструктурі, включаючи дороги, транспорт та обмежений доступ до певних регіонів та маршрутів для туристів, а також може призвести до пошкодження архітектурних пам'яток та природних рекреаційних ресурсів.

Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність у постраждалих регіонах відображені на рис. 2.1:

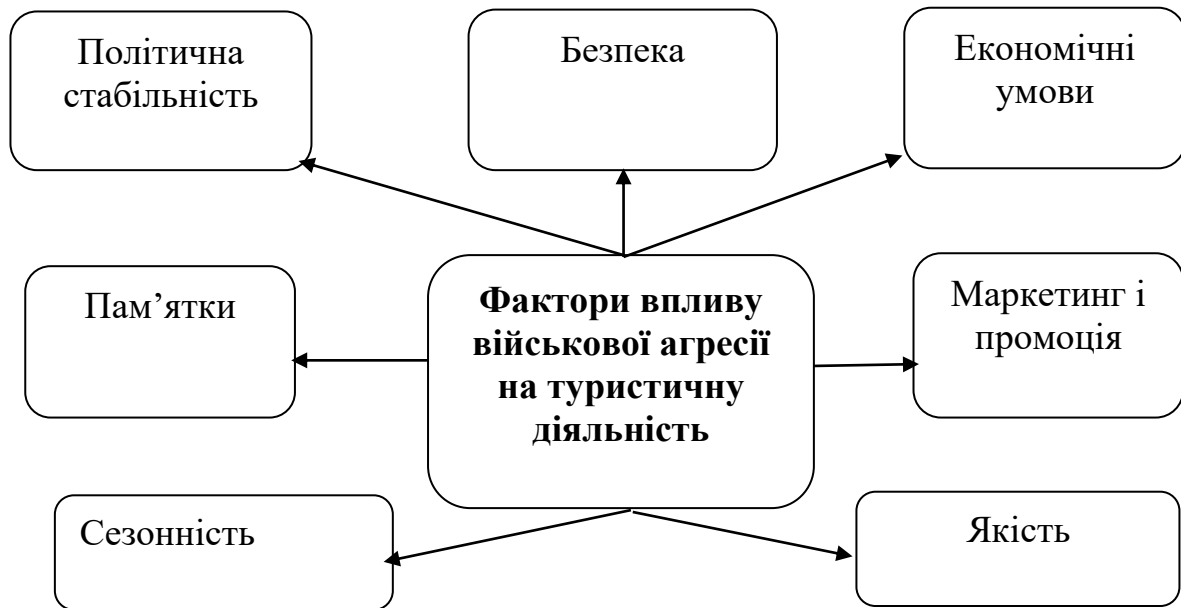


Рис. 2.1. Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах України

Джерело: побудовано за даними [33; 34]

Тут перераховано фактори, які сприяють занепаду туризму в Україні, особливо в районах, що постраждали від конфлікту:

1. Пошкодження пам'яток: Агресор завдав шкоди багатьом туристичним об'єктам, зменшуючи привабливість регіонів для відвідувачів. Відновлення цих пам'яток є важливим для відновлення та зростання туризму.
2. Політична нестабільність: Нестабільність у регіоні відлякує туристів, оскільки вони стурбовані за свою безпеку.
3. Економічні умови: Високе безробіття та низькі доходи ускладнюють інвестиції в туристичну галузь та надання високоякісних послуг.
4. Маркетинг і промоція: Відсутність маркетингу та промоції призводить до зменшення кількості відвідувачів.
5. Сезонність: Конфлікт ускладнює відвідування туристів у пік сезонного попиту.
6. Якість послуг: Зниження якості послуг також впливає на спад

туризму.

7. Проблеми безпеки: Туристи стурбовані за свою безпеку у зоні конфлікту, що призводить до зменшення відвідуваності.

Вирішення цих проблем, таких як відновлення пам'яток, політична та економічна стабільність, маркетингові зусилля та забезпечення безпеки, є ключовим для відновлення та зростання туризму в Україні. Інвестиції в цей сектор також сприятимуть економічному та соціокультурному розвитку регіонів та сприяють процесу миру.

Ці фактори мають негативний вплив на туризм як у районах, що постраждали від конфлікту в Україні, так і в цілому державі. Вирішення цих проблем є критичним для відновлення та зростання індустрії туризму як у постраждалих районах, так і в усій країні.

У цілому, вирішення проблем безпеки туристів, відновлення інфраструктури та атракціонів, покращення якості туристичних послуг, а також активізація маркетингових та рекламних заходів є важливими кроками для відновлення та розвитку туристичної галузі в районах, які постраждали від конфлікту в Україні. Інвестиції в туристичну індустрію не лише сприятимуть підтримці місцевої економіки, але також сприятимуть процесу зміцнення миру в цих районах шляхом сприяння культурному обміну та збільшення взаєморозуміння та співпраці між різними громадами.

Висновки до другого розділу

Проведений практичний аналіз дав можливість зробити наступні висновки:

Встановлено, основні причини негативного впливу на ринок туризму включають у себе війну в країні, яка створює страх у іноземних туристів, недостатньо розвинену туристичну інфраструктуру та низьку покупівельну спроможність місцевого населення. Проте, статистичні дані свідчать про

наявність адекватної матеріально-технічної бази для надання професійних туристичних послуг в країні.

Доведено, внаслідок агресії Російської Федерації зазнали руйнувань багато підприємств, включаючи значні промислові об'єкти. За звітом Європейської Бізнес Асоціації, 53% її членів обмежили свою діяльність, а 3% були змушені припинити роботу повністю. Це призвело до звільнення працівників у 15% підприємств, що взяли участь у опитуванні асоціації. Число безробітних суттєво зросло, проте не всі вони були враховані державою. Національна служба зайнятості зафіксувала, що з січня по грудень 2022 року статус безробіття отримали 544 тисячі українців, що на 16% менше, ніж у відповідний період 2021 року.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

3.1. Зарубіжний досвід діяльності суб'єктів туристичного бізнесу 2019-2022 рр.

Незважаючи на те, що вплив військових конфліктів на економіку країн має свої негативні наслідки, кожна така ситуація унікальна через причини виникнення конфлікту, спосіб його вирішення, ступінь припинення бойових дій, економічні умови перед конфліктом та рівень розвитку країни. Важливими факторами також є міжнародна політична та економічна підтримка процесу врегулювання та зацікавленість міжнародних донорських організацій у країні.

Економіку в період воєнних дій можна умовно поділити на три категорії:

«Бойова» економіка, яка забезпечує фінансування конфлікту через залучення доходів з вимагання та примусової праці.

«Тіньова» економіка, що функціонує поза контролем держави та може зростати під час воєнного конфлікту через корупцію та порушення кордонів.

«Економіка виживання», яка пов'язана з економічною активністю цивільного населення, що намагається вижити та подолати наслідки конфлікту, і може містити елементи кримінальної діяльності.

Це розподіл має важливе значення як для розуміння економічної ситуації, так і для розроблення стратегій протидії цим явищам з метою ефективного відновлення «нормальної» економічної системи після війни. Завданням державних органів є забезпечення участі всіх суспільних груп у процесі формування політики повоєнного економічного відновлення для забезпечення легітимності розроблених стратегій та планів у цьому напрямі.

Країни, що пережили воєнні події на своїй території, включають Кіпр, Єгипет, Ізраїль, Герцоговину, Боснію, Хорватію та інші. Наприклад, починаючи з 1960 року, на Кіпрі виник міжетнічний конфлікт між грецькими та турецькими спільнотами. У 1964 році було встановлено миротворчий контингент ООН та проведена демаркаційна лінія. В 1975 році Кіпр остаточно був розділений на південну грецьку та північну турецьку частини. У 2004 році південна частина країни приєдналася до ЄС. Туреччина визнає самопроголошену Турецьку Республіку Північного Кіпру, засновану в 1983 році. Наразі, при населенні 1,22 мільйона жителів, туризм становить приблизно 18% економіки острова. У 2021 році туристичний потік зрос на 300% порівняно з 2020 роком [23].

У Єгипті війна тривала з 1967 по 1970 роки, завершившись угодою про припинення вогню без територіальних змін. Перемир'я тривало 3 роки. Лише в 1979 році був підписаний мирний договір, і Ізраїль вивів свої війська з Синайського півострова в 1982 році. Зараз Єгипет активно розвиває туризм завдяки історичним пам'яткам та природним особливостям морського узбережжя півострова Сінай та провінції Хургада. У 2019 році країну відвідали майже 15 мільйонів туристів, а частка туризму в економіці країни становить приблизно 12%.

Протягом десятиліть Ізраїль перебуває у стані війни з Палестиною. У 1947 році ООН прийняла рішення про поділ Палестини на окремі єврейські та арабські держави, з Єрусалимом як міжнародним містом. Незважаючи на оголошення незалежності держави Ізраїль у 1948 році, це рішення не отримало визнання з боку арабської сторони. Напруженість між Ізраїлем і палестинцями на Сході Єрусалима, в смузі Газа та на Західному березі залишається актуальною й нині. Незважаючи на це, туризм відіграє важливу роль у економіці Ізраїлю, становлячи 6,2% від загального обсягу.

Навіть в умовах війни, іноземні туристи активно обирають Ізраїль для відвідування, насолоджуючись старовинними вулицями Єрусалиму,

смакуючи традиційні страви в Тель-Авіві або відпочиваючи на курортах Мертвого моря. У 2019 році країну відвідали 4,5 мільйона туристів.

Конфлікт у Боснії та Герцеговині тривав з 1992 по 1995 рік. Дейтонськими угодами 1995 року передбачено збереження єдиної федеративної держави, що складається з двох частин: мусульмансько-хорватської Федерації Боснії та Герцеговини та Республіки Сербської. За офіційними даними, з 1995 року туристичний потік у країну збільшувався на 24% щорічно, і за прогнозами Всесвітньої організації туризму, цей тренд мав тривати до 2020 року [28].

Боснія та Герцеговина відзначається третім місцем у світі за темпами розвитку туризму. У 2010 році Сараєво стало одним із топ-10 міст для відвідування за версією путівника «Lonely Planet». У 2019 році туризм значно сприяв економіці країни, становлячи 10,5% від її загального обсягу. Для країн, які пережили або переживають війну, важливо визначити час, необхідний для відновлення привабливості для міжнародного туризму після військового конфлікту.

Це включає аналіз витрат на безпеку порівняно з витратами на військові дії, визначення основного негативного зв'язку між міжнародним туризмом і збройним конфліктом. Дослідження показують, що витрати на безпеку не можуть швидко зменшити негативний вплив збройного конфлікту на туристичні потоки в країну-призначення. Тим не менше, зі зростанням міжнародних туристичних потоків та плином часу, витрати на безпеку можуть мати позитивний вплив та сприяти відновленню.

Важливо відмітити, що навіть при урахуванні сучасних викликів у контексті глобальних проблем, туризм залишається стійким джерелом надходжень до бюджетів країн. Це призводить не лише до підвищення ефективності зовнішньоекономічних відносин, але й до збільшення міжнародної конкуренції.

Отже, важливо уникати збройних конфліктів, оскільки вони вимагають значних ресурсів і залишають тривалий вплив на туристичну привабливість

країни. У контексті взаємозв'язку туристичної практики та воєнних подій важливо враховувати, що багато туристичних напрямків базуються на реліквіях і розповідях про минулі битви.

3.2. Перешкоди повноцінного функціонування суб'єктів туристичного бізнесу

Після пандемії Україна опинилася в складному фінансовому стані через те, що країна ще не відновилася після COVID-19, коли розпочалася війна. Це мало негативний вплив на всі сфери, зокрема на туризм. Система логістики була порушена, туристичні фірми тимчасово припинили свою діяльність, авіаперельоти зупинилися, а готелі замість туристів приймали переселенців, так що багатьом людям не було вже до відпочинку. З приходом літа деякі туристичні фірми знову розпочали свою роботу.

Зазвичай тури були броньовані за півроку або навіть рік, але через війну всі плани довелося скасувати. Невирішені проблеми, поглиблені сучасними викликами, впливають на тенденції як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Однією з основних проблем є відсутність необхідних служб, програм та системи професійної підготовки кадрів, які мали б забезпечувати необхідні функції для сталого розвитку міжнародного туризму.

Аналіз SWOT - це метод стратегічного планування, який базується на оцінці внутрішнього та зовнішнього середовища об'єкта. Цей підхід передбачає оцінку об'єкта за чотирма параметрами: сильні сторони (Strengths) - внутрішні можливості, які можуть призвести до формування конкурентної переваги; слабкі сторони (Weaknesses) - недоліки, які можуть включати недостатні ресурси або неправильне використання потенціалу; можливості (Opportunities) - фактори, які можуть позитивно впливати на об'єкт та можливі альтернативи для досягнення цілей; загрози (Threats) - негативні фактори, які можуть перешкоджати досягненню цілей, табл. 3.1.

Матриця SWOT-аналізу туристичної сфери у період післявоєнного відновлення економіки

Внутрішнє середовище	
<p>Сильні сторони (S):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вдале географічне розташування. 2. Багата культурно-історична спадщина. 3. Наявність рекреаційних ресурсів. 4. Достатньо широкий асортимент туристичних напрямів. 5. Популярність у світі усього, пов'язаного з Україною. 6. Наявність брендів туристичних об'єктів. 7. Розвинута медична сфера. 	<p>Слабкі сторони (W):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Якість надання туристичних послуг. 2. Занедбаня історичних місць. 4. Низький попит на туристичні послуги внаслідок неплатоспроможності українців, незацікавленості іноземців. 5. Відсутність деяких видів туристичних послуг. 6. Не працює аеропорт. 7. Наявність тіньової економіки, корупції.
Зовнішнє середовище	
<p>Можливості (O):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі умови для бізнесу, підтримка малого та середнього бізнесу. 2. Співпраця з іноземними партнерами, залучення інвестицій. 3. Альтернативні (зокрема, грантові) джерела фінансування туристичних проєктів. 4. Зростання попиту на малобюджетний, короткостроковий відпочинок. 6. Розбудова інфраструктури 	<p>Загрози (T):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Можливі руйнування матеріальної бази туристичного сектору, погіршення довкілля внаслідок воєнних дій. 2. Недостатність коштів на фінансування туризму як неперіоритетної галузі внаслідок погіршення загальної економічної ситуації. 4. Зменшення внутрішнього попиту внаслідок збіднення населення. 6. Побоювання іноземних туристів щодо безпеки перебування. 7. Проблеми з забезпеченням енергоресурсами. 8. Відсутність взаємодії у розв'язанні проблем, підтримки ініціатив між місцевою владою, бізнесом та громадськістю

Джерело: побудовано за даними [32; 34; 35]

Дослідження сильних та слабких сторін, можливостей та загроз регіону, на наш погляд, доцільно проводити за такими напрямками: місцезнаходження; природні ресурси; демографічна ситуація, ринок праці; потенціал найважливіших галузей економіки; економічний стан, розвиток підприємництва та інвестицій; політичне та соціокультурне середовище і т.д.

Сильними сторонами можуть вважатися такі аспекти: вдале географічне розташування. Проте, водночас, існують проблеми, такі як незадовільний стан розвитку туристичної інфраструктури внаслідок воєнних дій, наявність тіньової економіки, суперечливе нормативно-правове законодавство, нестача висококваліфікованих кадрів у сфері туризму. Також важливо відзначити, що небо над Україною закрилося, що призвело до низького попиту на туристичні послуги через неплатоспроможність українців і недостатню зацікавленість іноземців. Туроператори припинили свою роботу, і відсутні деякі види туристичних послуг. Мільйони людей з валізами опинилися на кордоні, шукаючи порятунку, а не перезавантаження.

Умови війни ставлять перед туристичним бізнесом України низку викликів, які ускладнюють формування та розвиток людського капіталу, що є одним з ключових факторів успішності галузі:

1. **Безпека:** Погіршення безпекової ситуації призводить до стресу та непокою серед працівників туристичної галузі, що негативно впливає на їхню продуктивність та ефективність.

2. **Міграція працівників:** Війна призвела до масової міграції населення, включаючи працівників туристичного сектору, які можуть шукати безпечніші місця для проживання та праці.

3. **Недостатня кваліфікація:** Військові події порушують нормальне функціонування системи освіти та навчання, що призводить до недостатньої кваліфікації працівників туристичної галузі.

4. **Зменшення попиту на робочу силу:** Скорочення обсягів туризму та зменшення попиту на туристичні послуги призвели до скорочення робочих місць у секторі туризму та втрати кваліфікованих кадрів.

5. **Психологічний стан працівників:** Війна негативно впливає на психологічний стан працівників туристичної галузі, проявляючись у стресі, тривозі та загальному погіршенні самопочуття. Важливо надати працівникам туристичної галузі заохочення, забезпечити їх можливостями для

психологічної та професійної підтримки, а також розробити програми перекваліфікації та підвищення кваліфікації.

Соціокультурний потенціал має великий вплив на ефективність та конкурентоспроможність туристичного сектору, оскільки він відображає культурні цінності, готовність до змін та інші аспекти, які можуть впливати на сприйняття та поширення туристичних продуктів. Умови війни в Україні серйозно позначилися на формуванні та розвитку соціокультурного потенціалу в туристичній галузі. Важливо звернути увагу на основні проблеми в цьому контексті:

1. Зниження культурної активності стало наслідком війни, яка призвела до зменшення кількості культурних заходів, таких як фестивалі, концерти, виставки мистецтва та інші, що негативно вплинуло на привабливість країни для туристів.

2. Пошкодження або знищення історичних та культурних пам'яток внаслідок воєнних дій також стало серйозною проблемою. Ці об'єкти є ключовими атракціями для туристів.

3. Втрата частини культурної спадщини через знищення архівів, музейних експонатів та археологічних розкопок також спричинила погіршення ситуації.

4. Зменшення культурного туризму та негативне сприйняття країни як туристичного напрямку через війну призвели до зменшення потоку туристів, які відвідували культурні пам'ятки та заходи. Війна також призвела до змін в культурних стереотипах та уявленнях про Україну, що змінило сприйняття країни як безпечного туристичного напрямку.

Економічна нестабільність, що супроводжує війну, призвела до зменшення інвестицій у культурний сектор, що ускладнює його розвиток. Для подолання цих проблем важливо здійснювати заходи з охорони та відновлення культурної спадщини, сприяти проведенню культурних заходів та подій, просувати культурні атракції країни та залучати інвестиції у розвиток культурного сектору. Крім того, важливо розвивати міжнародне

співробітництво для підтримки та збереження культурної спадщини в умовах війни.

Окрім того, наразі варто пам'ятати, що Україна фактично втратила один із двох основних напрямків літнього туризму - морський відпочинок. Дуже постраждав перспективний у сфері медичного туризму в Україні, зокрема стоматологія, репродуктивна медицина та оздоровлення.

Щоб уникнути втрати цінних фахівців, санаторії наразі переорієнтовуються на реабілітаційні центри для постраждалих від війни. Збитки для туристичної галузі завдають також російські удари по інфраструктурі. Місця як Асканія Нова, Олешківські піски, Джарилгач, Рожеві озера, Станіславські гори – це лише частина улюблених туристичних локацій, які українцям недоступні через окупацію Росією.

У перших місяцях війни багато туристичних компаній змінили свою діяльність, почавши волонтерити та допомагати військовим. Готелі на заході України активно допомагали переселенцям, надаючи приміщення для їхнього розміщення, включаючи конференцзали та інші приміщення. Деякі приватні садиби у Карпатах також відкрили свої двері для переселенців.

Багато співробітників туристичних фірм добровольцями вирушили на фронт. У травні й червні 2022 року туристичні компанії поступово почали відновлювати свою діяльність.

Оскільки Україна фактично втратила зовнішній туризм, там, де це безпечно, почали відновлювати внутрішній туризм. Фахівці з галузі туризму прийняли рішення про відновлення туристичних поїздок після консультацій з військовими. Вони дізнавалися, куди можна відправити на відпочинок сім'ї з дітьми, оскільки потрібно відволіктися від постійного стресу. Людям потрібно мати можливість розслабитися і зарядитися енергією, щоб повернутися до роботи з новими силами.

Напад Росії на Україну змусив всю туристичну спільноту реагувати. Наприклад, туристи не відвідують Одеську область через загрозу ракетних обстрілів, адже узбережжя заміноване на випадок можливої десантної

операції з боку Росії. Щодо заходів безпеки, туристи тепер усвідомлюють, що під час повітряної тривоги варто шукати укриття.

Українська місцевість має сприятливі природні умови для організації відпочинку й туризму, зокрема, для сільського «зеленого» туризму. Однак, порівняно з українськими та закордонними курортами, розташованими на морських узбережжях або в гірських районах, цей регіон менш привабливий для багатьох туристів.

Сильними сторонами можна вважати: вдале географічне розташування, але одночасно є проблеми - незадовільний стан розвитку туристичної інфраструктури в наслідок воєнних дій, наявність тіньової економіки суперечливі нормативно-правові законодавства, нестача високопрофесійних кадрів у сфері туризму, небо над Україною закрили, низький попит на туристичні послуги внаслідок неплатоспроможності українців, незацікавленості іноземців, туроператори припинили свою роботу, відсутність деяких видів туристичних послуг, а мільйони людей, які з валізами опинилися на кордоні, шукали порятунку, а не перезавантаження.

Тепер Україна фактично втратила один зі своїх двох основних напрямків літнього туризму – морський відпочинок. Дуже постраждав перспективний в Україні медичний туризм – стоматологія, репродуктивна медицина, оздоровлення.

Щоби не втратити цінних фахівців, санаторії зараз перепрофілюють на реабілітаційні центри для постраждалих від війни.

Шкоди туристичній галузі завдають і російські удари по інфраструктурі.

Асканія Нова, Олешківські піски, Джарилгач, Рожеві озера, Станіславські гори – це лише маленька частина улюблених туристичних місць, які українцям недоступні через окупацію Росією.

У перші місяці війни багато туристичних компаній переформатували свою діяльність, почавши волонтерити та допомагати військовим [27].

Готелі на заході України допомагали переселенцям, розміщуючи їх у конференцзалах та інших приміщеннях, а деякі приватні садиби у карпатському регіоні

Багато співробітників туристичних фірм пішли добровольцями на фронт. У травні й червні 2022 року туристичні компанії почали поступово відновлювати свою діяльність.

Оскільки Україна фактично повністю втратила в'їзний туризм, там, де це безпечно, почали відновлювати внутрішній туризм.

Фахівці туристичного бізнесу вирішили відновити туристичні подорожі після розмови з військовими. Вони питали, куди можна відправити на відпочинок дружин із дітьми, адже їм потрібно відволіктися... Неможливо весь час жити у стресі. Людям потрібно переключитися, зарядитися енергією, щоби з новими силами працювати

Напад Росії на Україну змусив відреагувати всю туристичну спільноту.

Не возять туристів до Одеської області через регулярну загрозу ракетних обстрілів. Там заборонено відвідувати пляжі, оскільки узбережжя заміноване на випадок, якщо Росія захоче висадити десант.

Щодо заходів безпеки, то туристи тепер добре знають, що під час повітряної тривоги треба йти в укриття.

Отже, українська місцевість має сприятливі природно-кліматичні умови для організації відпочинку й туризму, зокрема, для сільського «зеленого». Проте, у порівнянні з українськими та закордонними курортами, розташованими на морських узбережжях або у гірській місцевості, для багатьох туристів регіон є менш привабливим

3.3. Туристичний бізнес: тренди та стратегії подальшого розвитку

Необхідно перетворити вже існуючий значний інтерес до України, що виявляється у всьому світі, на майбутні туристичні ініціативи. Основними

стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів, враховуючи сучасний стан і тенденції розвитку України, є:

- Створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, базованого на системній маркетинговій діяльності, що спрямована на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до потреб і очікувань споживачів.

- Забезпечення ефективного та комплексного використання існуючого туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом вирішення проблем рекреаційного природокористування та охорони природного середовища, а також удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій та брендингу їх.

- Системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій через реалізацію комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази, використовуючи можливості кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення.

- Покращення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг через встановлення центрів туристичної інформації та просування туристичних продуктів під час проведення ярмаркових, фестивальних та виставкових заходів.

- Забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму, а також розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних норм.

- Організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з супроводу та обслуговування туризму, а також інших професій, пов'язаних із сферою туризму та курортів.

Основними стратегічними завданнями є:

1. Реалізація комплексу заходів для підтримки розвитку туристичної індустрії, включаючи створення сприятливого інвестиційного клімату у галузі туризму та курортів.

2. Забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації для раціонального використання туристичних ресурсів та оптимізації витрат з державних і місцевих бюджетів на заходи у сфері туризму та курортів.

3. Об'єднання зусиль державних та місцевих органів влади, представників туристичного сектору, інших галузей економіки та цивільного суспільства для просування України у світі та формування позитивного іміджу країни як туристичного напрямку.

4. Гармонізація національного законодавства з європейським, враховуючи цілі та принципи, викладені у стратегічних документах розвитку країни.

5. Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

а) Взаємодія у сфері туризму та курортів, яка охоплює: організацію туристичних подорожей (робота туроператорів та турагентів; проведення екскурсій); можливості розміщення (групове та індивідуальне проживання); транспортні послуги (авіаційний, залізничний, автомобільний, водний: морський та річковий; міський громадський); інформаційну підтримку туристів; культурні та розважальні заклади (музеї, театри, арени, клуби); конференц-зали та заходи; місця харчування; спортивні об'єкти; торгові центри та сувенірні магазини; компанії з ІТ; страхові та медіа-компанії.

б) Взаємодія між регіонами для забезпечення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних областей та територій.

в) Розробка стратегій розвитку різних видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетів на рівні держави та регіонів. Серед таких видів можуть бути міський, екологічний, етнічний, сільський,

культурно-пізнавальний, подієвий, медичний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний, релігійний, гірський, спортивний, велосипедний, пригодницький, науковий та освітній, круїзний та яхтовий, шопінг та розважальний туризм, а також інші пріоритетні напрямки.

Цифрове супроводження туристів на маршрутах, віртуальні екскурсії, 3 та 4-D проєкції вже стали звичним явищем на світовому туристичному ринку, і українські фахівці інтенсивно працюють над впровадження нових ідей використання цифрових технологій для розвитку туризму в Україні. Цифровізація історичних фактів та процесів на деокупованих територіях України може стати не тільки туристичним продуктом, а і вагомим інформаційним фактажем для притягнення агресора до відповідальності.

Усе пов'язане зі словом Ukraine викликає в іноземців шалену підтримку. Іноземні компанії зацікавлені можливостями, які відкриє Україна після війни. Інвестори та девелопери прагнуть долучитися до повоєнної відбудови України, міжнародні архітектурні бюро вже працюють над концептами для держави, перед якою відкрилася перспектива стати членом Євросоюзу.

Окрім того, основні шляхи підвищення конкурентоспроможності туристичного сектора в Україні у післявоєнній відбудові включають:

1. Розвиток туристичної інфраструктури, що включає будівництво нових готелів та інших туристичних закладів та покращення доступності та цифрової інфраструктури для зручності туристів.
2. Підвищення якості туристичних послуг шляхом підготовки кваліфікованих кадрів та розробки нових туристичних маршрутів з урахуванням різноманітних інтересів та підвищення рівня сервісу.
3. Просування України на світовому ринку туризму через рекламу, участь у міжнародних виставках та використання онлайн-маркетингу.
4. Створення сприятливого інвестиційного клімату та забезпечення безпеки туристів, включаючи інформаційні кампанії та підтримку місцевих громад.

5. Розвиток нових форм туризму, таких як екотуризм, медичний туризм і культурний туризм.

Вцілому, заходи з підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу України вимагають спільних зусиль уряду, бізнесу та громадськості.

3.4. Розробка туру «Мандрівка крізь Поділля та Буковину»

Одним з пріоритетних напрямів розвитку туристичної індустрії в Україні неодмінно має бути замковий туризм. Питання розвитку замкового туризму та підвищення його привабливості на національному та міжнародному рівнях є особливо актуальним на сучасному етапі розвитку й становлення туристичної галузі країни. Україна має унікальні передумови для успішного розвитку замкового туризму: багаті історико-культурні й національно-етнографічні ресурси, понад 125 тис. пам'ятників архітектури та містобудування – це в процесі відповідно-го розвитку може стати основою для формування конкурентного туристичного ринку в туризмі

Стародавні фортеці й оборонні споруди в таких містах, що входять до його складу, як Хотин, Чернівці та Кам'янець-Подільський, використовують як музеї, заповідники, а також слугують базою для проведення фестивалів, експозицій, показів, середньовічних боїв, турнірів й інших заходів, що привертають увагу багатьох туристів.

Також, варто відмітити, що в межах міст: Хотин, Чернівці та Кам'янець-Подільський існує Подільсько-Буковинський туристичний кластер, створення такого кластеру базується на ідеї об'єднання різних об'єктів туристичної інфраструктури, які були розділені, в один конгломерат. Але, недостатній рівень організаційного розвитку кластера, включаючи відсутність практики стратегічного планування розвитку кластера та системи ефективних інформаційних комунікацій між учасниками кластеру не дає можливість максимального використання переваг функціонування даного.

Безумовно наразі війна, проте для активізації роботи суб'єктів туристичного бізнесу необхідно популяризувати роботу тих об'єктів, які можуть допомагати розвитку внутрішнього туризму і сприяти надходженням до місцевих бюджетів. Принагідно, варто зупинитись на огляді туристичних атракцій, табл. 3.2

Таблиця 3.2

Програма туру «Мандрівка крізь Поділля та Буковину»

	Час	Точка маршруту	Об'єкти та заходи
1 День	10.00-10.20	Збір у Сквері біля ЧНУ імені Юрія Федьковича	
	11.00. - 11.45	Резиденція митрополитів Буковини і Далмації	Оглядова екскурсія по одному з найвідоміших архітектурних комплексів міста, який включений до списку Світової спадщини ЮНЕСКО Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича.
	12.00 – 13.00	Парк	Прогулянка до парку імені Юрія Федьковича на філіжанку австрійської кави.
	13.00-14.00	Обід	
	14.00-17.00		Оглядова екскурсія містом, яка включає об'єкти: вулиця Ольги Кобилянської (колишня Панська, Кафедральний собор Святого Духа, Єзуїтський костел Серця Ісуса, Собор Святого Миколая, Музей історії та культури євреїв Буковини, Драматичний театр імені Ольги Кобилянської)
	18.00-19.00	Вечеря	
	20.00-22.00	Міська ратуша	Екскурсія містичними Чернівцями
	2 День	10.00-11.00	Майданчик для огляду Кам'янець Подільського замку
12.20- 13.20		Кам'янецьПодільський національний університет	Цей історичний заклад був заснований у 1918 році. Туристи відвідують кампус, щоб побачити його приголомшливу архітектуру та дізнатися про багату академічну історію. Зустріч з фахівцем археологом.
13.40- 14.40		Церква Св. Йосипа	Церква побудована у стилі бароко у 18 столітті, є свідченням багатой релігійної спадщини регіону
15.00-16.00		Обід	
16.30- 17.30		Кам'янецьПодільська фортеця	Ця велична фортеця була побудована в 14 столітті і відіграла важливу роль в

			історії регіону. Відвідувачі можуть оглянути його вежі та стіни, пройтися вздовж його валів і дізнатися про його захоплююче минуле
	18.00- 19.30	Музеї Поділля	Комплексний музей пропонує зазирнути в історію та культуру регіону. Його експозиції (великий археологічний відділ) включають артефакти від найдавніших часів до наших днів, а також твори мистецтва та історичні документи
	20.00	Відпочинок	Вільний час
3 День	10.00-11.00	Хотинська фортеця	Оглядова екскурсія по найвідомішій пам'ятці міста, одній з найкращо збережених середньовічних фортець в Україні. Вона побудована в XIII столітті, фортеця має потужні стіни, бастіони та вежі. Вона відіграла важливу роль у багатьох історичних подіях.
	11.00-12.00	Костел Святого Олександр	Відвідування Католицького костелу, побудованого в XIX столітті у неоготичному стилі
	12.00-13.00	Старий Хотин	Екскурсійна прогулянка Старим Хотином дозволить зануритися в історію міста та ознайомитися з його архітектурною спадщиною.
	13.00-14.00	Обід	
	15.00	Від'їзд додому	Від'їзд додому

Джерело: побудовано за даними [36; 37]

Загалом, якщо проаналізувати оглядові об'єкти то варто зазначити:

Чернівці - перша зупинка на маршруті, місто, яке часто називають «українським Віднем» або «малим Парижем» завдяки його багатій архітектурній спадщині та культурним традиціям.

Кам'янець-Подільський – це захоплююче місце з багатою історією та культурою. Незалежно від того, чи хочете ви дослідити старовинні замки та церкви чи просто насолодитися природною красою регіону, у цьому прекрасному українському місті кожен знайде щось для себе. Остання зупинка на маршруті - Хотин, місто, відоме своєю величною фортецею, яка є однією з найкраще збережених в Україні.

Туристичний маршрут «Мандрівка крізь Поділля та Буковину» пропонує захоплюючу подорож через три історично значущі міста Західної України. Кожне з них має унікальну культурну спадщину та багату історію, яка відображається у величних архітектурах

них пам'ятках, мальовничих краєвидах та захоплюючих легендах. Відвідувачі зможуть насолодитися незабутніми екскурсіями, дізнатися більше про історію та культуру регіону та відчутти справжній дух середньовічної України.

Висновки до третього розділу

Проведений практичний аналіз дав можливість зробити наступні висновки:

Встановити, світовий туристичний ринок є жвавим і змагальним, тому Україні постійно необхідно вдосконалювати напрями для підвищення конкурентоспроможності в цій галузі. Умови війни вимагають комплексного підходу та врахування стратегічного та соціокультурного потенціалу, а також ролі людського капіталу.

Довести, ефективне управління стратегічним потенціалом має спрямовуватися на формування іміджу країни як безпечної та привабливої туристичної напрямку, розвиток туристичної інфраструктури та послуг, а також створення сприятливих умов для інвестицій та бізнесу. Використання соціокультурного потенціалу дозволяє враховувати унікальні характеристики культури, традицій та історії України, що може стати ключем до успіху в туристичному бізнесі. Привертання уваги до культурних заходів, фольклору, кухні, мистецтва та інших аспектів культурного життя країни збагачує туристичний продукт та робить його більш привабливим для відвідувачів. Розвиток та підтримка високої кваліфікації працівників туристичної галузі, їхніх комунікаційних навичок та культурної чутливості є важливими складовими успіху.

ВИСНОВКИ

Загальна оцінка показує, що початок 2020 року став випробуванням для України через світову пандемію і початок конфлікту, що призвів до кризового стану в сфері міжнародного та внутрішнього туризму. Геополітичні турбулентності викликали дисбаланс у функціональній структурі управління, охоплюючи рівні від індивідуума до держави в цілому.

Аналіз показав, що ринок туристичних послуг України складається зі складної системи підприємницьких структур різних галузей національного господарства, які беруть участь у виробництві та реалізації туристичного продукту для внутрішнього та міжнародного туризму.

Досліджено, що розвиток туризму безперечно пов'язаний з такими секторами економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, та виробництво товарів широкого споживання і туристичного призначення. Туризм розглядається як одна з провідних галузей у структурній перебудові економіки.

Під час дослідження з питань сталого розвитку ринку туристичних послуг були удосконалені теоретичні та методологічні засади його аналізу. Особлива увага була приділена визначенню поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг». Це поняття розглядається як постійно змінюваний процес відносин між різними суб'єктами, які здійснюють купівлю та продаж матеріальних або нематеріальних благ у сфері туризму. Цей процес базується на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності, при цьому враховуючи обмежену здатність туристичних екосистем до відновлення. Основні мети полягають у збереженні природно-ресурсного потенціалу та мінімізації екологічних збитків.

Також були визначені принципи сталого розвитку ринку туристичних послуг, включаючи принцип обережності, рівноваги, «передбачення-запобігання», забезпечення конкурентоспроможності, відповідальності, умови, завдання та особливості цього процесу.

Дослідження впливу війни на туристичну сферу є складним та має безліч теоретичних основ. Деякі з ключових теорій, що використовуються для розуміння цього впливу, включають економічні та соціологічні підходи.

Туризм може відігравати важливу роль у відновленні економіки регіонів, які постраждали від війни. Хоча війна завдає серйозної шкоди місцевій економіці, туризм може стати важливим джерелом розвитку, створюючи нові робочі місця, приносячи дохід та сприяючи культурному обміну. Проте успіх туризму після війни залежить від багатьох факторів, таких як безпека, політична стабільність, наявність інфраструктури та рівень інвестицій у цей сектор. Туризм може стати потужним інструментом для зміцнення миру та економічного розвитку в регіонах, що постраждали від війни.

Науково-методичний підхід підтверджує нерівномірний розвиток регіональних ринків туристичних послуг в Україні. Цей підхід включає аналіз функціонування ринків та їх класифікацію на основі дисперсійного аналізу. На його основі визначено 8 регіональних ринків туристичних послуг, що відрізняються за своєю структурою. Це дозволило виявити загальні тенденції їх розвитку та визначити особливості кожного регіонального ринку.

Стратегія сталого розвитку туристичного бізнесу в Україні розроблена, враховуючи принципи еволюційності, системності, функціональності, добровільності, прозорості та правового забезпечення. Основна мета стратегії полягає в створенні сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку відповідно до міжнародних стандартів якості та з урахуванням європейських цінностей. Стратегія спрямована на перетворення ринку туристичних послуг в високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що сприяє прискоренню соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Босовська М. В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств. Економіка та держава. 2019. № 3. С. 43-47.
2. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 № 324/95 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 13.01.2024).
3. Босовська М. Конвергенція суб'єктів туристичної діяльності на основі кластеризації. АгроСвіт. 2015. № 3/4. С. 47-55.
4. Єрмаченко В. Удосконалення системи збору первинних даних як одне із завдань забезпечення планування стратегічного розвитку туристичної галузі України. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 3. С. 401-414.
5. Петриченко П. Розвиток споживчих мереж в індустрії туризму. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 5. С. 153-160.
6. Eurostat. URL : <http://ec.europa.eu/eurostat/> (дата звернення: 17.01.2024).
7. Федулін О., Сахарчук О., Лебедева О. Організаційні аспекти підвищення кваліфікації фахівців у сфері туризму. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 4. С. 332-336.
8. Підгірна В.Н., Ємчук Т.В. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг України в умовах трансформаційних змін. *Інфраструктура ринку*. Одеса, 2020. 49. С.46-50. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-9>
9. Сущенко О.А., Касенкова К.В. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Економічні інновації. 2019. Том 21. Вип. 2 (71). С. 139-149
10. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>

11. Мальська М., Худо В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2007. 423 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Medychnyy_turyzm_Malska_2018.pdf
12. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
13. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>
14. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 № 168-р.
15. Економіка туризму: теорія та практика: підруч. Мальська М.П. Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Київ : Центр учбової літератури, 2016. С. 544
16. Дудяк Р., Бугіль С. Розвиток туризму на міжнародному рівні. Вісник ЛНАУ : Економіка АПК. 2018. №25. с. 107-114.
17. Дудяк Р., Березівська О., Бугіль С. Маркетингова цінова політика на ринку туристичних послуг. Вісник ЛНАУ : Економіка АПК. 2018. №25. с. 149-155.
18. Конкурентоспроможність національної економіки: фіскальні важелі та стимули: монографія. С.Я. Бугіль та ін. ; за заг. ред. Ситник Н.С., Стасишин А.В. Львів: „Сполом”, 2017. Ч. 2. 512 с.
19. Радченко О., Горбаченко С. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. Економіка та суспільство. 2021 № 24. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-31>
20. Смаль І. Туристична індустрія України: сучасний стан та перспективи розвитку. Туристично краєзнавчі дослідження. 2021. №5. с. 121.

21. Трохимець О. Шелеметьєва Т. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. Держава та регіони : Економіка та підприємництво. 2018. 4 (103). с. 70-78.
22. Сагалакова Н. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 17. с. 27-33.
23. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
24. Горіна Г. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Сер.: Економічні науки. 2016. № 2 (63). С. 121-127.
25. Ковешніков В., Ліфіренко О., Стукальська Н. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 4. С. 38-44.
26. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі. Молодий вчений. 2018. № 5 (20). С. 72-75.
27. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія. С.В. Мельниченко, К.А. Шеєнкова. К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2015. 264 с.
28. Руденко В.П., Підгірна В.Н., Вацеба В.Я. та ін. Менеджмент туристичної індустрії : підручник у 3-х частинах. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т імені Юрія Федьковича, 2019. 504 с.
29. Розвиток екскурсійного туризму України в умовах посткоронавірусного холоду. М. Білецький, Л. Котик. Суспільна географія і картографія: наукова спадщина та сучасні українознавчі студії: матер конф. Львів: Простір-М, 2021. с. 206-214.
30. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. Київ, 2020. 28 с.

31. Моргулець О. Б. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір. 2024. № 189. С. 349-354.
32. Жеватченко В.С. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. Регіональна економіка. 2023. № 1. С. 105–113. URL: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-12>.
33. Захарова Т. Напрямки розвитку туристичного бізнесу України. Економіка та суспільство. 2023. №49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>
34. Голод А. П., Оленич І. М., Кулик О. М. Механізми забезпечення розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023 №7. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-12-02>
35. Бірюкова Ю., Кривень О., Синюра-Ростун Н. Підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу України. Економічний простір. 2024. №190. С. 265-268. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-48>
36. Національна програма кластерного розвитку до 2027. Концепція. Орієнтири. Рекомендації. URL: <https://www.clusters.org.ua/blog-single/proyekt-naczionalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027>
37. Державне підприємство «Національні інформаційні системи». URL: <https://nais.gov.ua/about>