

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**ПОПИТ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ В УМОВАХ
ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 2 курсу, 619 групи

Чоботар Діана Дмитрівна

Керівник: доц. Андрусак Н. С.

До захисту допущено

на засіданні кафедри

Протокол № ____ від « ____ » _____ 2023.

Зав. кафедрою _____ д.г.н., доц. Король О.Д.

Чернівці – 2023

АНОТАЦІЯ

Чоботар Д.Д. Попит на туристичні послуги в умовах військового стану, цільова аудиторія туристичних підприємств. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм і рекреація. ЧНУ, Чернівці 2023.

У першому розділі кваліфікаційної роботи описано теоретичні основи дослідження попиту на туристичні послуги в період війни, охарактеризовано види туристичних послуг та наведено методи дослідження попиту та цільових аудиторій туристичних послуг під час воєнного стану, які використовуються у процесі дослідження попиту на туристичні послуги в умовах військового стану, та визначення цільової аудиторії туристичних підприємств.

В другому розділі за допомогою статистичних та логічних методів аналізу з використанням інформаційних ресурсів, наукової, спеціалізованої літератури та методу анкетування проведене маркетингове дослідження та здійснений аналіз та визначення цільової аудиторії туристичних підприємств в умовах військового стану.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи окреслені перспективи та можливості розвитку туристичних послуг на ринку України в умовах військового стану. Охарактеризовано екскурсійні послуги під час війни, подана інформація щодо дозволів та обмежень відпочинку, які діють під час воєнного стану. Розглянуто пропозиції відпочинку на морі та послуги страхування.

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, цільова аудиторія, маркетингове дослідження, екскурсійні послуги, послуги страхування, воєнний стан.

ANNOTATION

Chobotar D.D. Demand for tourist services under martial law, target audience of tourist enterprises. Qualification work on the specialty of 242 Tourism and recreation. ChNU, Chernivtsi 2023.

The first section of the qualification work describes the theoretical foundations of the study of the demand for tourist services during the war, characterizes the types of tourist services and provides the methods of researching the demand and target audiences of tourist services during the state of war, which are used in the process of researching the demand for tourist services in the conditions of the state of war. and determining the target audience of tourist enterprises.

In the second section, with the help of statistical and logical methods of analysis using information resources, scientific, specialized literature and the questionnaire method, a marketing research was conducted and an analysis and determination of the target audience of tourist enterprises in the conditions of martial law was carried out.

In the third section of the qualification work, the prospects and opportunities for the development of tourist services on the market of Ukraine in the conditions of martial law are outlined. Excursion services during the war are described, and information is provided regarding permits and restrictions on recreation during martial law. The offers of rest at sea and insurance services are considered.

Key words: tourism, tourist services, target audience, marketing research, excursion services, insurance services, martial law.

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

_____ Д.Д. Чоботар
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I: ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ.....	6
1.1. Характеристика туристичних послуг, їх види.....	6
1.2. Методи дослідження попиту та цільових аудиторій туристичних послуг, їх види.....	14
РОЗДІЛ II: АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ.....	19
2.1. Визначення цільової аудиторії.....	19
2.2. Маркетингове дослідження.....	27
РОЗДІЛ III: ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГ НА РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ.....	35
3.1. Екскурсійні послуги.....	35
3.2. Відпочинок на морі.....	52
3.3. Послуги страхування.....	59
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТКИ.....	75

ВСТУП

Актуальність теми. Одним з бізнес-напрямів, який зазнає величезних збитків під час війни, є туризм. З часу повномасштабного вторгнення в Україну російських військ повністю змінилися підходи до організації туристичного бізнесу, який значною мірою залежить від безпекової складової відвідувачів як під час трансферу, так і під час відвідування туристичних об'єктів, маршрутів, інших відповідних локацій, де здійснюється надання тих чи інших послуг загального туристичного кошика.

На сьогодні значна частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтували свою діяльність або проводять волонтерську діяльність. З настанням літнього сезону почали з'являтися окремі запити на відпочинок, зокрема в містах безпечної частини нашої держави – західних регіонах, Карпатах, тому що навіть в умовах воєнного стану туристична галузь продовжує функціонувати, оскільки мандрувати та пересуватись країною не заборонено. Зауважимо, на першому плані для подорожніх, відвідувачів різних територій, туристичних компаній має бути розуміння про реальний захист від раптових небезпек. Тільки потім можна розглядати економічну, культурну, відпочинкову, пізнавальну та інші складові.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Особливості туризму в Україні та світі розглядаються в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців: Баженова С. [2], Дворської І. [12], Гуляєва В. Г., Рассохіна Т. В., Голодяєва В. І. [10]., Андрусак Н.С. Аніпко Н.П. Однак на сьогоднішній день недостатньо дослідженим залишається питання щодо особливостей його функціонування в умовах воєнного стану.

Метою дослідження є попит на туристичні послуги в умовах військового стану.

Для досягнення мети дослідження необхідно вирішити наступні **завдання**:

- Охарактеризувати туристичні послуги та їх види;

- Визначити методи дослідження попиту та цільових аудиторій туристичних послуг та їх види;
- Провести аналіз цільової аудиторії туристичних підприємств в умовах військового стану;
- Розглянути екскурсійні послуги на ринку України в умовах війни;
- Охарактеризувати відпочинок на морі під час військового стану;
- Визначити зміни в послугах страхування в умовах війни.

Об'єктом дослідження є цільова аудиторія туристичних підприємств, а **предметом** дослідження виступає аналіз та оцінка цільової аудиторії туристичних підприємств в умовах військового стану.

Наукова новизна теми полягає у аналізі туристичних підприємств в умовах військового стану.

Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування аналізу цільової аудиторії для покращення та розвитку туристичних підприємств під час війни в Україні.

Подальші дослідження можна проводити в напрямку пошуку інших шляхів розвитку які допоможуть залучати туристів до регіону.

Методологічною і теоретичною основою дослідження є положення теорії управління, системного і соціального аналізу. Широко використані праці вітчизняних і закордонних фахівців в області маркетингу та менеджменту.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: методи системного аналізу, порівняльного аналізу, прямого структурного аналізу, моделювання, анкетування. Зокрема, за допомогою літературного методу було відібрано і проаналізовано законодавчі акти, книжки різних років видання, статті та інформацію з Інтернету.

За допомогою методів наукової систематизації систематизовано та розподілено наявний матеріал відповідно до його значущості за основними розділами і пунктами; системний аналіз допоміг у поетапному визначенні

теми, об'єкту, мети, завдань дослідження, послідовній характеристиці змісту роботи.

Структура роботи. Робота включає 75 сторінок тексту, складається із вступу, 3 розділів, 7 пунктів, висновку, списку використаних джерел, додатків, проілюстрована 24 рисунками, 4 таблицями.

РОЗДІЛ І: ТЕОРЕТИКО МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ

1.1. Характеристика туристичних послуг, їх види

Для вивчення й розвитку ринку туризму в Україні насамперед варто визначити сутність туристичної послуги.

Послуга - це результат безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, а також власної діяльності виконавця щодо задоволення потреби споживача.

Це поняття включає:

- 1) взаємодію виконавця і споживача послуг (обслуговування);
- 2) процес надання послуги (тобто виконання визначеної роботи) самим виконавцем;
- 3) результат цих дій у вигляді "перетвореної продукції" чи "результату послуги" [10].

Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів. Робота турпідприємства полягає як у організації всієї подорожі і в організації окремих послуг.

У фаховій літературі трапляються різні визначення туристичних послуг. Так, А. Корнак та М. Монтигієрд-Лойба під туристичними послугами розуміють «будь-який обмін чи продаж результатів людської праці, які пов'язані з прямим або опосередкованим задоволенням потреб перед подорожжю, під час неї та у місці туристичного перебування, але не є наслідком безпосереднього виробництва предметів. Вони залежать від наявності клієнта – туриста» [12].

Дещо по-іншому визначає це поняття В. Гаворецький, який під туристичною послугою розуміє «будь-які суспільно корисні дії, які забезпечують задоволення матеріальних і нематеріальних (духовних) туристичних потреб людини. Вони однаково стосуються як обслуговування особи туриста (матеріальні потреби, наприклад, розміщення, харчування),

так і його особистості (духовні потреби, наприклад, культурно-розважальні)»).

У свою чергу Р. Лазарек туристичними послугами називає «будь-які дії, котрі задовольняють потреби туристів, пов'язані з подорожжю, та реалізують свою ціль на туристичній території, тобто задовольняють потреби туристів перед подорожжю, під час подорожі й відпочинку та після неї». У цьому визначенні автор акцентує ціль туристичних послуг - задоволення потреб туристів.

У Законі України «Про туризм» наведено визначення супутніх туристичних послуг і товарів, під якими розуміють "послуги і товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання і виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації тури та *характерних* туристичних послуг і товарів, якими прийнято вважати «послуги і товари, які призначені для задоволення потреб туристів, надання і виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам» [4].

Отже, послуги є основним інструментом та засобом задоволення туристичних потреб. Вони виконують три основні функції, які тісно пов'язані з їх суттю, а саме:

- доступу до туристичних цінностей, що дає змогу реалізовувати мету туристичної подорожі;
- доставки товарів для задоволення основних потреб людини та товарів туристичного призначення;
- безпосереднього впливу на особу туриста, тобто забезпечення умов відпочинку, в тому числі лікування, поза місцем постійного проживання, надання необхідної й достовірної інформації, гарантування безпеки туриста та охорона його майна"

Туристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, властиві особливі риси, які можна позначити як "три Н":

- невідчутність. Туристичні послуги - не матеріальні. Вони належать до соціально-культурних (нематеріальних), оскільки визначаються діяльністю

виконавця послуги по задоволенню соціально-культурних послуг споживача: фізичних, етичних, інтелектуальних, духовних їх неможливо побачити та оцінити в момент купівлі. Об'єктом таких послуг є власне споживач (турист);

- нерозривність виробництва і споживання. Оскільки послуга є результатом безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, то процес надання туристичної послуги (виробництво) відбувається паралельно зі споживанням. Виробництво ж товарів у матеріальній формі, як відомо, передує його продажу, лише після цього настає споживання;

- неможливість збереження туристичної послуги. Життєвий цикл туристичної послуги істотно відрізняється від матеріального товару, зокрема відсутністю етапу збереження. Незбережуваність туристичної послуги потребує ретельного вивчення кон'юнктури ринку, точної відповідності попиту та пропозиції, оскільки послуги не можуть "полежати" на складі до їх використання [30].

У структурі туристичних послуг розрізняють *основні і додаткові послуги*.

У більшості випадків туристичні основні послуги складаються з транспортних послуг, послуг розміщення і харчування. Однак при організації подорожей з пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, що традиційно відносяться до додаткових, можуть бути основою туру.

Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами полягає в їхньому співвідношенні із придбаним пакетом послуг.

Крім нематеріальних послуг, туристу можуть бути надані специфічні товари чи матеріальні послуги, зокрема, плани міст, карти метро, сувеніри, туристичне спорядження.

Тур - це сформований комплекс основних і додаткових послуг, наданих туристу залежно від цілей подорожі.

Якість турпродукту формують різноманітні фактори, що є наслідком

його сутності, оскільки туристичний продукт - це сукупність складних елементів, що задовольняє потреби туристів під час подорожей, і яка являє собою результат зусиль багатьох підприємств[13].

Потреби туристичного руху визначають сферу туристичних послуг, які підкріплені туристичним попитом на ці послуги. Попит є дуже об'ємним і диференційованим щодо різноманітних потреб туристів. У процесі розвитку туризму одні послуги зникають, а натомість з'являються нові. Серед найважливіших туристичних послуг можна назвати транспортні, з розміщення, харчування, інформаційні, посередництва і організації, екскурсійні, а якщо взяти до уваги місцеву інфраструктуру, то можна додати ще й банкові, страхові, торговельні послуги (Додаток А).

Транспортні послуги належать до основних туристичних послуг, їх розвиток і споживання зумовлені доступністю туристів до туристичних об'єктів. Транспортні послуги в туризмі надаються за допомогою різних видів транспорту, а саме: залізничного, повітряного, водного, автомобільного, автобусного, паромного[41].

Послуги з розміщення передбачають купівлю туристом ночівлю на визначений час поза місцем його постійного проживання. Вони охоплюють різноманітні дії, що пов'язані з проживанням туриста у певному об'єкті розміщення. За оптимальних умов сфера послуг з розміщення не може бути меншою від тієї, котрою турист користується у власному помешканні. Готельні послуги можуть надаватися у будівлях, які відповідають вимогам стосовно розміру, оснащення житлового фонду, кваліфікації персоналу, кількості надання додаткових послуг, відповідної категорії, пожежної безпеки та санітарно-гігієнічних умов.

Послуги з харчування становлять сукупність виробничих дій щодо підготовки продовольчої сировини до споживання та торговельних дій, які полягають у реалізації кулінарних і гастрономічних продуктів із забезпеченням умов споживання на місці. Сфера харчування є важливим чинником стимулювання розвитку туризму, має вплив на інтенсивність

туристичного руху і якість обслуговування. Гастрономічні послуги, які надаються туристу, є певним субститутом послуг із харчування в домогосподарстві туриста[12].

Інформаційні послуги мають важливе значення як на міжнародному, так і на національному туристичному ринку. Ці послуги забезпечують посередники в організації подорожі та наданні громадськості достовірної й стислої інформації з усіх питань, пов'язаних з подорожжю до певної місцевості, регіону чи країни. Вони також пропонують, як, наприклад, організувати похід, щоб отримати від нього задоволення. У цій сфері важлива роль належить органам місцевого самоврядування щодо організації центрів туристичної інформації, які володіють інформаційними матеріалами стосовно пам'яток історії та архітектури, клімату, місцевої їжі, одягу, цін на готельні послуги на території туристичного прийняття. Мережа цих центрів також має інформацію про екскурсійні маршрути, послуги екскурсоводів, транспортне забезпечення, певні культурно-розважальні події та особливо цікаві місця[21].

Послуги з посередництва й організації створюють на туристичному ринку нові потреби і формують їх у бажаному напрямі, а також забезпечують туристу зручності, які пов'язані з купівлею відповідного пакета послуг.

Предметом посередницьких послуг є:

- інформація про можливості досягнення мети туристичної подорожі;
- продаж квитків та бронювання місць на транспортні засоби, оренда транспортних засобів;
- виконання замовлення і продаж місць у засобах розміщення;
- продаж послуг з харчування;
- продаж послуг відпочинку;
- продаж картографічної та поліграфічної туристичної продукції;
- продаж продуктів страхових інституцій.

Сфера *організаційних послуг* передбачає пакет окремих послуг,

об'єднаних у комплекс, який охоплює різні потреби туриста, пов'язані з його подорожжю[14].

Організацією подорожей і посередництвом займаються туристичні оператори та агенції, які створюють сполучні ланки між суб'єктом туризму та його предметом. У результаті конкурентної боротьби на туристичному ринку останніми роками спостерігаються тенденції відокремлення організації подорожі від посередництва, що засвідчує вужчу спеціалізацію туристичних підприємств за визначеними продуктами.

Послуги екскурсоводів, гідів та провідників належать до безпосередніх форм обслуговування туристичного руху. Завдання туристичного провідника полягає у безпечному супроводі групи, проведенні екскурсій, фаховому наданні інформації про країну, відвідуванні місць та об'єктів і допомозі учасникам походу. Туристичний екскурсовод-провідник допомагає учасникам екскурсії досягнути історію відвідуваної країни, регіону, намагається показати туристам красу природних краєвидів, щоб у такий спосіб пробудити почуття гордості й любові до власної країни та повагу іноземців до неї. Окрім громадського змісту, така діяльність має економічне підґрунтя. Кожний учасник екскурсії чи походу є споживачем певних благ і послуг. Екскурсоводи в межах своєї компетенції можуть рекомендувати туристам скористатися з пропозиції місцевої інфраструктури. Це забезпечує надходження фінансових засобів до даної місцевості, регіону, а також збільшення попиту на туристичні послуги. Екскурсійна діяльність створює додаткові робочі місця на території туристичного прийняття [15].

До безпосередніх форм обслуговування туристів належать і послуги гідів, тобто осіб, які найняті організатором туристичного заходу. Вони зазвичай супроводжують туристичні групи у подорожі.

Завданнями гідів туристичної подорожі є:

- забезпечення від імені організатора відпочинку опіки над учасниками туристичного заходу в необхідному обсязі, відповідно до характеру заходу;

- наглядання за способом надання послуг на користь учасників заходу;
- представлення організатора відпочинку перед контрагентами, які надають послуги під час туристичного заходу[10].

Група відпочинкових послуг і послуг у сфері фізичної культури охоплює діяльність, яка полягає у створенні туристам умов для активних занять масовими видами спорту.

Важливу функцію з обслуговування туристів виконують Інфраструктура послуги. Для втілення визначених завдань туристичної подорожі необхідне існування загальнодоступних підприємств й технічно-санітарних об'єктів, які забезпечують збереження й охорону навколишнього середовища. Каналізація, газ, електроенергія, централізоване водопостачання і теплопідведення значно підвищують відпочинкові вартості туристичних територій. Одночасний розвиток транспортної інфраструктури, міської комунікації, зв'язку, пошти, банківських та послуг охорони здоров'я полегшують задоволення туристичних потреб туристів[23].

Страхові послуги в туризмі - це комплекс послуг, тобто різноманітні варіанти страхування майна учасників туристичного руху і будь-які умовні відносини, які виступають на цьому ринку. Комплекс страхових послуг найчастіше охоплює відшкодування на лікування, ліквідацію наслідків від нещасних випадків та втрати особистого багажу. Договори майнового страхування переважно укладають готелі й інші об'єкти розміщення і відпочинку, власники різноманітних транспортних засобів. Можливе відшкодування збитків, заподіяних вогнем та іншими чинниками, а також унаслідок крадіжок чи руйнувань[36].

Торговельні послуги в туризмі передбачають продаж продовольчих товарів, туристичного спорядження й спеціального одягу, сувенірів, рекламних матеріалів, фотоальбомів та інших товарів практичного призначення для туриста.

Побутоворемісничі послуги охоплюють індивідуальні послуги

(перукарні, косметолога, фотосалону, хімчистки), а також ремонт туристичного спорядження. Туристи переважно користуються послугами з ремонту й прокату транспортних засобів (байдарок, велосипедів, мотоциклів) та взуття, наметів, гірськолижного спорядження, переносних кухонь.

Основні ознаки туристичних послуг розкривають проблематику їх класифікації. Узагальнюючи погляди фахівців з туризму, наведемо прикладну класифікацію туристичних послуг (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація туристичних послуг

Критерії класифікації	Види туристичних послуг
Мета надання	Основні Комплементарні (додаткові)
Туристичні потреби	Специфічні Універсальні

Основні послуги туристичного продукту утворюються переважно з матеріальних благ. Ці послуги дають змогу безпечно дістатися до місця тимчасового перебування, знаходитися там певний час і повернутися[18].

Комплементарні (додаткові) послуги полегшують доступ до туристичних об'єктів та становлять послуги, які загалом можна охарактеризувати як розважальні. Стосовно додаткових послуг можна стверджувати, що основне значення мають нематеріальні послуги, які спрямовані на людину, а саме на її свідомість.

Специфічні послуги ці послуги надають окремим групам туристів і задовольняють їх потреби, які безпосередньо пов'язані з відпочинком у місці тимчасового перебування.

Специфічні послуги можна поділити на:

- основні (розміщення й харчування);
- транспортні;
- відпочинково-пізнавальні (рекреаційні, оздоровчі, екскурсійні, туристичної інформації, розважальні) [41].

Універсальні послуги створюють умови для реалізації мети відпочинку туристів, але використовуються також місцевими жителями.

Серед них вирізняють послуги:

- торговельні (продаж продуктових і промислових товарів, преси);
- побутові (перукарські, шевські, кравецькі, ремонту транспортних засобів і туристичного спорядження, ремонту годинників);
- інфраструктура (комунальні, охорони здоров'я, громадського правопорядку й порятунку, фінансово-кредитно-страхових установ, телекомунікаційні) [28].

1.2. Методи дослідження попиту та цільових аудиторій туристичних послуг, їх види

Дослідження попиту та цільових аудиторій туристичних підприємств в Україні базується на застосуванні системного підходу з використанням порівняльних, статистичних, аналітичних та інших методів. Вивчення попиту та цільових аудиторій туристичних підприємств під час воєнної ситуації в країні вимагає суворої та комплексної методики дослідження. Методики, які використовується в таких дослідженнях, повинні включати як кількісні, так і якісні методи для забезпечити всебічного розуміння впливу війни на туризм[5].

Основні компоненти методики дослідження під час війни включають збір

даних, кількісний та якісний аналіз, методи порівняння та спостереження, індукції.

Першим кроком у будь-якій методиці дослідження є збір даних, збирали дані з різних джерел, включаючи державну статистику, звіти індустрії туризму, хоча в період воєнної ситуації в країні основна частина інформації не відображається на її сайті, а більше можна отримати інформації на сайті Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), новинні статті та результати соціологічного опитування, яке ми проводили.

Однією з основних характеристик дослідження є аналіз впливу війни на туризм з позиції кількісних та якісних показників. Кількісні показники охоплюють зміни у відвідуваності туристів, обсязі витрат на туризм, кількості робочих місць в туристичній галузі[31].

Також використано статистичний аналіз для визначити відмінностей в туристичній активності в довоєнний, воєнний, можливості в післявоєнний періоди. Якісний аналіз забезпечує більш глибоке розуміння впливу війни на туризм, включаючи інтерв'ю з туристами та опитування місцевими жителями та професіоналами індустрії туризму, дані дають уявлення про емоційний і психологічний вплив війни на туристів і місцеве населення. Якісні показники включають оцінку впливу війни на туристичну інфраструктуру, якість послуг, ступінь безпеки для туристів та інші фактори.

Методи аналізу даних доповнені методами візуалізації, такими як графіки та діаграми, для можливості проілюструвати ключові висновки дослідження. Методи аналізу даних також можна використовувати для виявлення прогалин у даних і створення нових дослідницьких питань для майбутніх досліджень. Результати дослідження представлені в різних форматах, включаючи таблиці, рисунки, графіки та діаграми [13].

Порівняльний метод передбачає порівняння даних з різних регіонів або періодів часу для виявлення закономірностей і тенденцій. У контексті вивчення впливу війни на туризм включає порівняння поведінки туристів і галузевих тенденцій у регіонах, які зазнали конфліктів, з тими, які не

знали конфліктів, або порівняння даних до і після конфлікту, щоб визначити зміни в моделях туризму. Використовуючи цей метод, можна визначити подібності та відмінності у впливі війни на туризм у різних регіонах або періодах часу.

Метод спостереження передбачає збір даних шляхом безпосереднього спостереження або через інтерв'ю та опитування осіб, які відчули на собі вплив війни на туризм. Цей метод надає уявлення про емоційний і психологічний вплив конфлікту на туристів і місцеве населення, а також про зміни в поведінці, такі як скасування запланованих поїздок або зміни в моделях подорожей[9].

Методи спостереження допомагають дослідникам зрозуміти вплив конфлікту на конкретні сектори індустрії туризму, такі як готельний чи ресторанний бізнес та актуальність чи розвиток нових видів туризму. Разом методи порівняння і спостереження забезпечують загальне розуміння впливу війни на туризм. Порівнюючи дані по регіонах або періодам часу та збираючи матеріали з перших джерел за допомогою спостережень та 19 інтерв'ю, можна визначити закономірності та тенденції впливу конфлікту на індустрію туризму та розробити стратегії пом'якшення негативних наслідків війни для туризму.

Метод індукції та дедукції використовували при дослідженні впливу війни на туризм також. Індукція передбачає збір даних і висновки з конкретних спостережень, тоді як дедукція передбачає початок із загального принципу та перевірку його за допомогою конкретних спостережень. У контексті впливу війни на туризм метод індукції використовували для збору даних про вплив конфлікту на поведінку туристів, наприклад, зміни в моделях подорожей або скасування запланованих поїздок. Ми використовували ці дані, щоб зробити висновки про загальний вплив конфлікту на індустрію туризму. Наприклад, аналізуючи дані про прибуття туристів і рівень заповнюваності готелів до і після впровадження воєнного стану в Україні, можна визначити, чи мав конфлікт значний вплив на

індустрію туризму в постраждалому регіоні [36].

З іншого боку, метод дедукції використовували для перевірки гіпотези або загального принципу. Наприклад, можна почати із загального принципу, що конфлікт і нестабільність негативно впливають на туризм, а потім перевірити цей принцип через конкретні спостереження в контексті конкретного конфлікту. Збираючи дані про вплив конфлікту на поведінку туристів, можна або підтвердити, або спростувати загальний принцип, що конфлікт і нестабільність негативно впливають на туризм. І метод індукції, і метод дедукції є цінними інструментами у вивченні впливу війни на туризм і можуть допомогти нам отримати більш повне розуміння складних факторів, які сприяють змінам у поведінці туристів під час конфлікту. Лонгітюдний підхід необхідний для розуміння впливу війни на туризм з часом, тобто до війни, в період та після її завершення. Це включає вивчення туристичної діяльності до, під час і після конфлікту, щоб визначити зміни в моделях туризму та фактори, які сприяють цим змінам[17].

Аналіз соціальних наслідків: дослідження можуть проаналізувати соціальні наслідки війни на туризм, включаючи вплив на громадян України та усіх туристів. Це включає дослідження впливу війни на безпеку та комфорт туристів, що є досить важливим показником. Міждисциплінарний підхід: вивчення туризму під час війни потребує мультидисциплінарного підходу, який базується на знаннях і досвіді з різних галузей, включаючи туризм, економіку, психологію, соціологію та політологію. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє отримати всебічне розуміння складної природи туризму та впливу війни на галузь [34].

Підхід із змішаними методами поєднує в собі як кількісні, так і якісні методи для забезпечення повного розуміння впливу війни на туризм. Це включає використання статистичного аналізу для вимірювання економічного впливу війни на туризм, а також проведення інтерв'ю та опитувань для розуміння емоційного та психологічного впливу на туристів і місцевих жителів. Вторинні джерела даних також використовувались для збору даних

про вплив конфлікту на туристичну галузь в Україні, включати дані з урядових звітів, галузевої статистики та повідомлень ЗМІ. Вторинні джерела даних надають інформацію про більш широкий економічний і політичний контекст, у якому працює індустрія туризму, і можуть використовуватися для доповнення даних, зібраних за допомогою інших джерел. Дослідження може ґрунтуватися на підході до конкретного випадку, зосереджуючись на конкретному регіоні чи місті в Україні, які постраждали від конфлікту. Підхід на основі тематичних досліджень може забезпечити поглиблений аналіз впливу конфлікту на індустрію туризму в конкретному 21 контексті та може дозволити детально вивчити проблеми та можливості для відновлення галузі в регіоні.

Дослідницький підхід можна розпочати з огляду літератури щодо існуючих досліджень впливу конфлікту на індустрію туризму, зосередивши увагу на відповідних тематичних дослідженнях з інших постраждалих від конфлікту регіонів. Це може забезпечити теоретичну основу для дослідження та визначити ключові дослідницькі питання, які необхідно розглянути [36].

Загалом комплексний науково-методологічний підхід до вивчення туризму під час війни ґрунтується на цілісному, міждисциплінарному та довгостроковому підході, який враховує етичні міркування вивчення впливу війни на туризм. Такий підхід забезпечує повне розуміння впливу війни на туризм і може стати основою для стратегій пом'якшення негативних наслідків конфлікту для галузі. Дослідження також може включати аналіз відносин між війною та іншими факторами, такими як політика, економіка та соціальні чинники. Наприклад, дослідження може вивчити, як впливає війна на зміну політики країни щодо туризму, якість життя місцевих жителів, економічну стабільність та інші аспекти.

Підсумовуючи, методика дослідження туризму під час війни мають бути комплексними, суворими та чутливими до етичних питань. Використовуючи комбінацію кількісних і якісних методів, можна забезпечити повне

розуміння впливу війни на туризм і визначити стратегії пом'якшення негативних наслідків конфлікту для галузі[26].

РОЗДІЛ II: АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

2.1. Визначення цільової аудиторії

24 лютого, депутати Верховної Ради проголосували за введення в Україні воєнного стану, після чого відповідний указ підписав президент Володимир Зеленський. Згідно з указом, воєнний стан запроваджується з 5:30 24 лютого 2022 року строком на 30 діб, який триває і сьогодні.

Воєнний стан в Україні ввели через збройну агресії Росії, адже тепер державній незалежності та територіальній цілісності загрожує небезпека. Воєнний стан, Згідно з ЗУ «Про правовий режим воєнного стану», це особливий правовий режим, що передбачає надання органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози.

Київська міська державні адміністрації, органи місцевого самоврядування повинні утворити ради оборони та забезпечити сприяння військовому командуванню.

Воєнний стан - це особливий правовий режим, що вводиться в Україні або в окремих її місцевостях у разі збройної агресії чи загрози нападу, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її

територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень[40].

До закінчення строку, на який було запроваджено воєнний стан, і за умови усунення загрози нападу чи небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності президент України може ухвалити указ про скасування воєнного стану. Від початку повномасштабної війни воєнний стан і загальну мобілізацію в Україні продовжували вже вісім разів:

- з 24 лютого до 25 травня 2022 року;
- з 25 травня до 23 серпня 2022 року;
- з 23 серпня до 21 листопада 2022 року;
- з 21 листопада 2022 року до 19 лютого 2023 року;
- з 19 лютого до 20 травня 2023 року;
- з 20 травня до 18 серпня 2023 року;
- з 18 серпня до 16 листопада 2023 року;
- з 16 листопада 2023 до 14 лютого 2024 року.

Для аналізу цільової аудиторії туристичних підприємств в умовах військового стану, нами була розроблена анкета, яка складається з 21 запитання. Портрет клієнта допомагає «познайомитися» детальніше зі споживачами послуг. Ми провели сегментацію за обраними критеріями, серед яких — вік, стать, переважна локація, інтереси. Завдяки цьому можна адаптувати пропозицію під конкретну цільову аудиторію, а тим самим збільшити кількість клієнтів під час воєнного стану на території України[45].

На запитання де мрієте побувати на території України 46,7% відповіли, що хочуть поїхати на озеро Синевир, 41,9% Бакота і Говерла. 45,7% мріють побачити мальовничий Крим після перемоги. Сьогодні більшість туристів обирають відпочинок на природі з можливістю відпочити

від переживань і тривоги та насолодитися гарними краєвидами нашої природи. Менша частина хоче відвідати міста та подивитися історичну – архітектуру, наприклад 29,5% бажають побувати в місті Мукачево, 22,9% місто Львів, 21,9% Луцьк, 18,1% Чернівці (Рис. 2. 1). Хоча після перемоги ситуація може суттєво змінитися на користь екскурсійних турів містами Західної України та містами де проводилися бойові дії і збільшенням попиту на тури до Криму.

1. В яких місцях України Ви мрієте побувати? (виберіть одну або декілька відповідей)?

105 відповідей

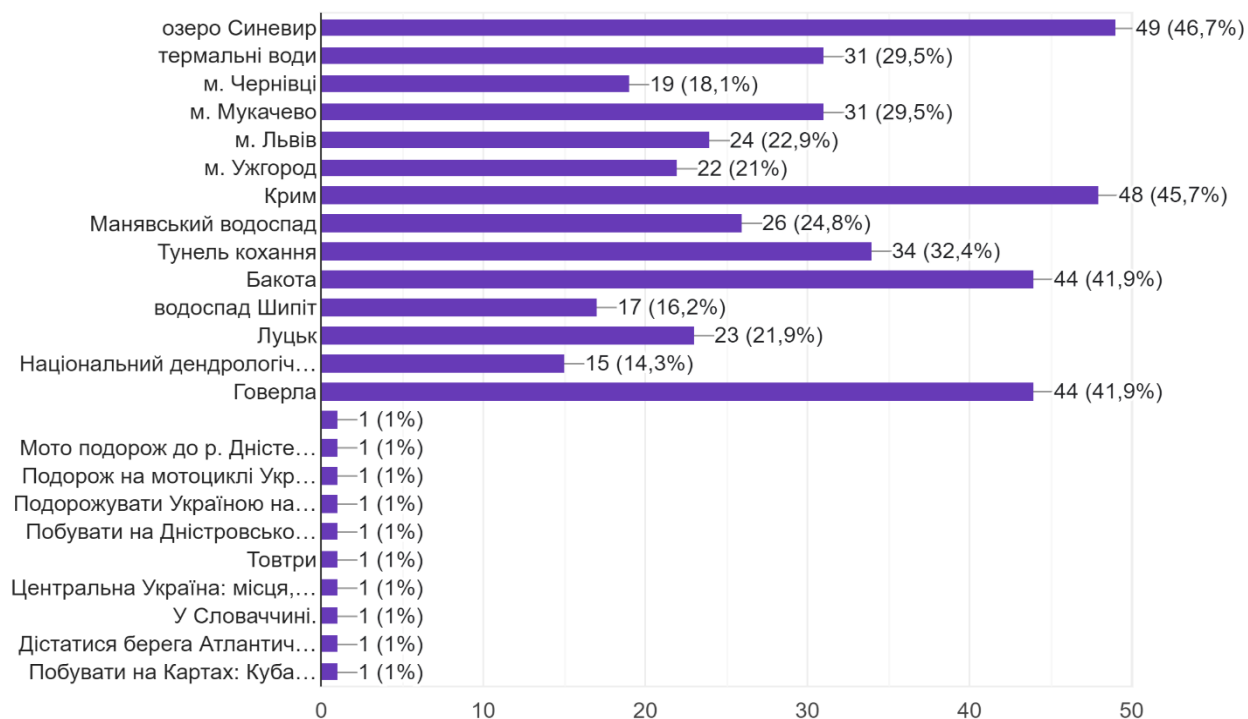


Рис. 2.1 В яких місцях України мріють відпочивати

27,6% Українців свої вихідні проводять на природі, 14,3% відвідують театр, 12,4% музей, а 15,2% проводять вихідні вдома (Рис. 2.2).

3. Як Ви проводите вихідні ?

105 відповідей

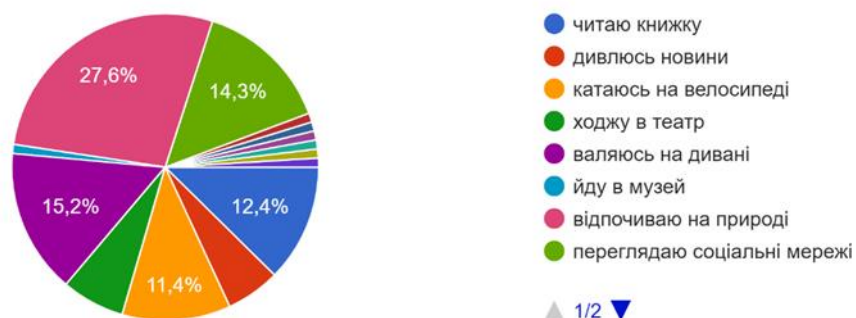


Рис. 2.2 Як проводять вихідні

На запитання як підтримують та дбають про своє здоров'я під час воєнного стану, з діаграми видно що 26,7% обирають спортзал, 21% бігає з ранку, 13,3% плавають в басейні, 10,5% обирають для здоров'я та настрою танці (Рис. 2.3).

14. Як Ви дбаєте про своє здоров'я?

105 відповідей

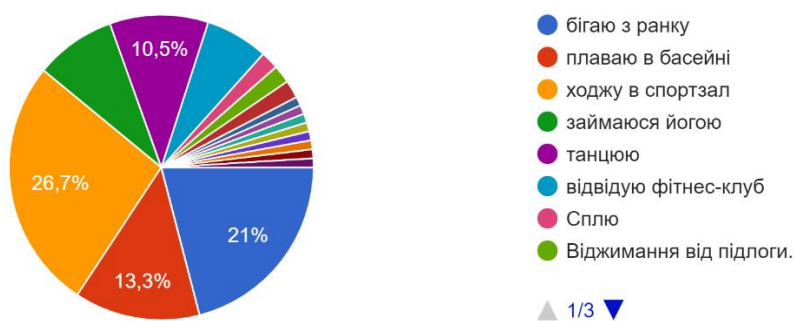


Рис. 2.3 Як дбають про здоров'я

Більшість Українців з ранку слухають новини, щоб дізнатися яка ситуація на фронті та відволікаються музикою для підняття настрою перед робочим днем (Рис. 2.4).

15. Що Ви дивитися чи слухаєте зранку, коли збирається на роботу?

105 відповідей

Новини

Нічого

Музику

Новини

новини

музику

Новини.

Радіо

Телевізор

Рис. 2.4 Що дивляться чи слухають зранку перед роботою

46,7% добираються на роботу автомобілем, 23,8% обирають громадський транспорт, 22,9% надають перевагу пішій прогулянці і тільки 6,7% обирають велосипед (Рис. 2. 5).

16. Чим зазвичай добирається на роботу?

105 відповідей

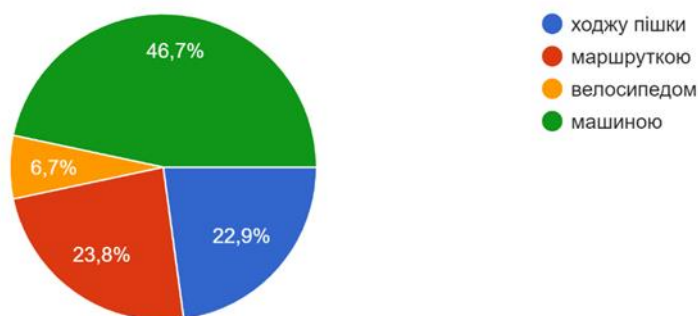


Рис. 2.5 Як добираються на роботу

16,2% з опитаних досягли віку 30 років, 10,5% 22 роки, 5,7% 46 років, 4,8% 49 років. З даної діаграми можна зробити висновок що найбільше цікавляться відпочинком молоді люди та люди з сім'ями середнього віку які мають дітей (Рис. 2.6).

19. Ваш вік:
105 відповідей

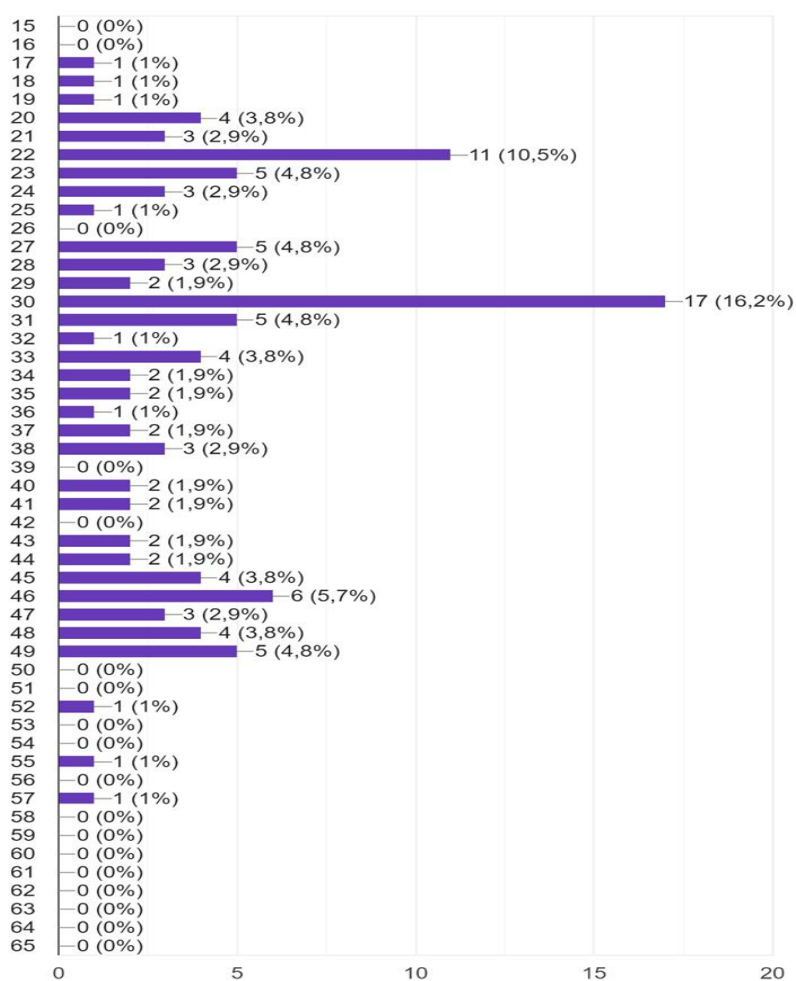


Рис. 2.6 Вік

Найбільше опитуваних працюють у сфері послуг, торгівлі, освіти, медицині та військові(Рис. 2.7).

17. В якій сфері/галузі Ви працюєте? 105 відповідей

Військовий
Сфера послуг
Торгівля
Харчова
Газовій
Освіта
Обслуговування
Медицина

Рис. 2.7 В якій сфері/галузі працюють

В опитуванні 58,1% взяли участь чоловіки і 41,9% жінок (Рис.2. 8)

20. Ваша стать:
105 відповідей

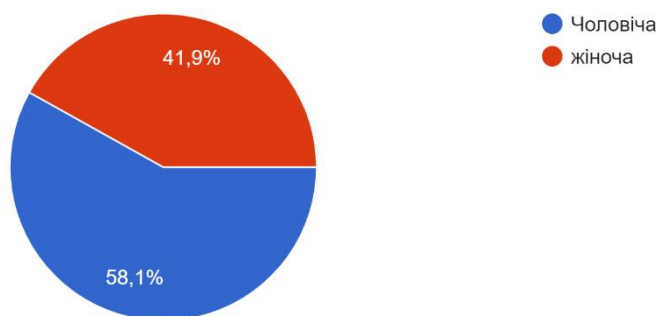


Рис. 2.8 Стать

47,6% проживають в місті Чернівці, 8,6% Донецька область, 4% Чернівецька область, 3,2% Івано-Франківська область, 2,3% м. Хотин, 1% Львів (Рис.2.9)

розброньовано.

2.2. Маркетингове дослідження

Однією з помітних змін у туристичній індустрії України стала зміна пріоритетів по регіонах для відпочинку. Раніше влітку більшість туристів віддавало перевагу морському відпочинку, і набагато менша частина вибирала літній відпочинок у горах. Сьогодні все навпаки 45,7% перевагу надають відпочинку в горах, а 15,2% відпочинку на морі, 38,1% віддають перевагу відпочинку на дачі (Рис.2.10).

2. Як Ви проводите відпустку в умовах військового стану?

105 відповідей

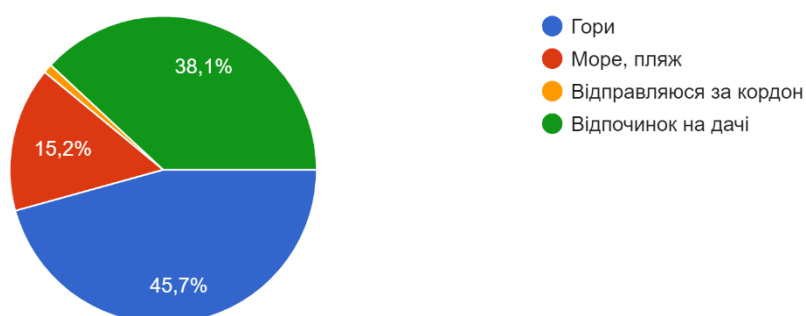


Рис. 2.10 Як проводять відпустку в умовах військового стану

Туристи найчастіше почали цікавитися туристичними поїздками де можна відпочити, оздоровитися і пізнати нові природні та історично-архітектурні місця, а також відновити спокій якомога далі від вибухів та повітряних тривог. 41% опитаних обирають відпочинок, і тільки 12,4% розваги (Рис. 2. 11).

4. Які поїздки Вас цікавлять під час військового стану?

105 відповідей

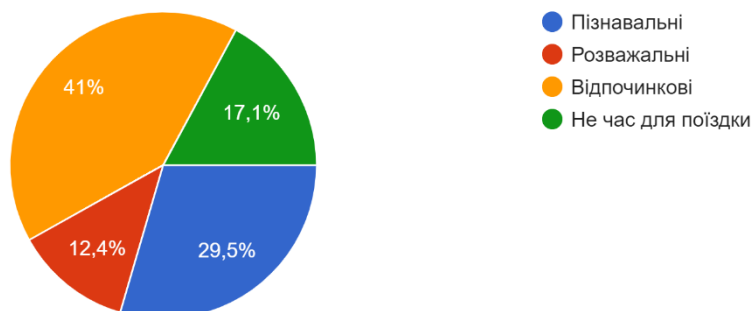


Рис. 2.11 Які поїздки обирають під час війни

З огляду на обмеження, які передбачає особливий правовий режим під час війни, багато громадян України не можуть виїхати за кордон, оскільки є військовозобов'язаними. Тому 86,7% обирають подорож і відпочинок на території України і тільки 13,3% подорожують за кордоном (Рис. 2.12).

5. Де Ви частіше всього подорожуєте?

105 відповідей

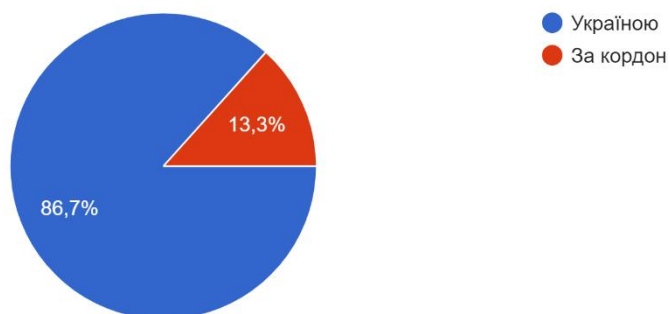


Рис. 2.12 Де частіше подорожують

Зріс запит на подорожі для сім'ї або одної людини. Натомість групові тури стали менш популярними. 43,8% обирають сімейний відпочинок і тільки 13,3% у складі групи (Рис. 2.13).

6. Яким турам Ви надаєте перевагу?

105 відповідей

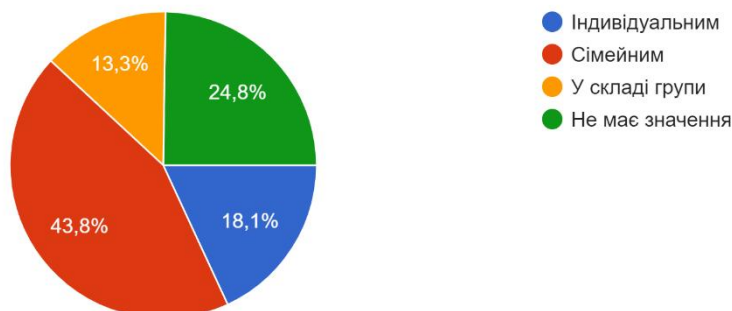


Рис. 2.13 Які тури обирають

Відпочинок під час воєнного стану дозволяє громадянам країни, яка воює, відволіктися від негативних новин, зміцнити здоров'я та психологічні ресурси, а також підтримати та розвивати національну економіку. Тому в такий важкий час 46,7% прагнуть відпочити і 18,1% зміцнити своє здоров'я (Рис. 2.14).

7. Що з перерахованого нижче Вам важливо отримати під час подорожі?

105 відповідей

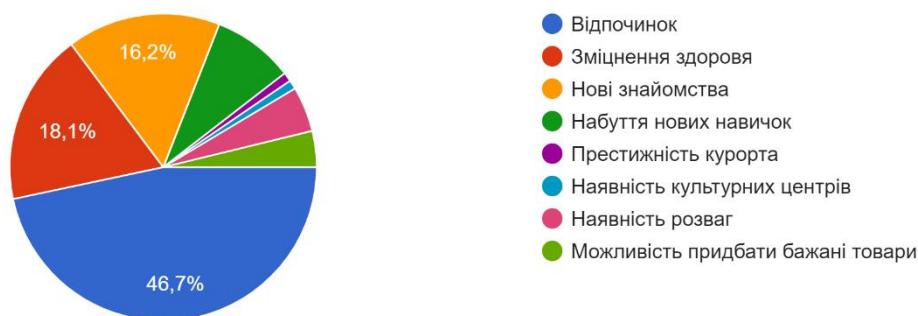


Рис. 2.14 Що важливо отримати під час подорожі

Ув'язку із підвищенням цін змінився вибір і в закладах харчування. Більшість туристів передають перевагу харчуванню в кафе та Фаст-фудах і тільки 23,8% обирають ресторани (Рис. 2.15).

8. Яким закладам харчування Ви надаєте перевагу?

105 відповідей

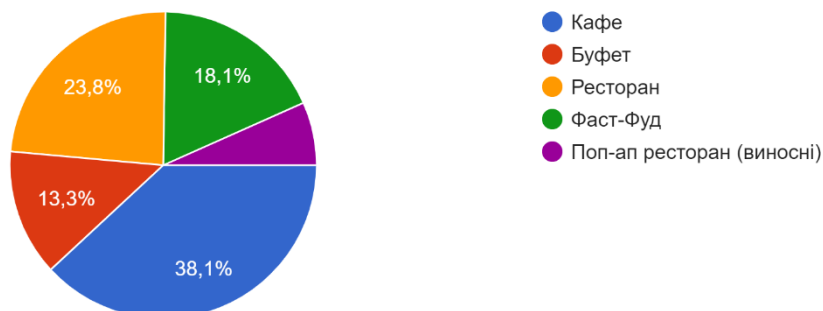


Рис. 2.15 Які заклади харчування обирають туристи

При виборі туристичної поїздки 39% довіряють порадам близьких та друзів, 29, 5% покладаються на власний досвід і 18, 1% довіряють рекламі в інтернеті (Рис. 2. 16).

9. Яким джерелам інформації при виборі туристичної поїздки Ви довіряєте?

105 відповідей

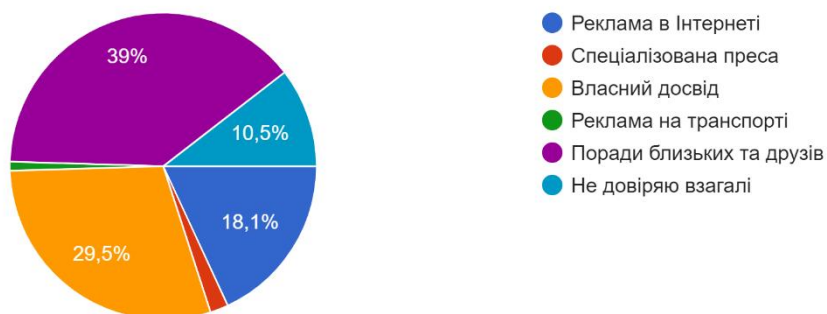


Рис. 2.16 яким джерелам інформації довіряють при виборі туристичної поїздки

Українці бронюють тури переважно в останній момент — «на завтра», адже планувати наперед під час повномасштабної війни не вдається. Також 35,2% туристів обирають відпочинок на 3 -4 дні і на 10% менше обирають 7 днів відпочинку, що негативно впливає на туристичні підприємства (Рис. 2. 17).

10. На скільки днів Ви готові поїхати в тур під час війни?

105 відповідей

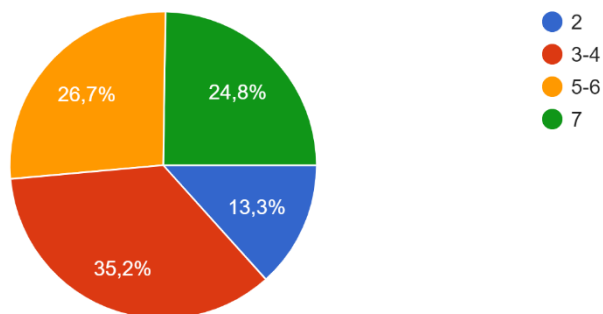


Рис. 2.17 На скільки днів обирають туристичну поїздку

Як і в інших галузях, найбільшою проблемою бізнесу у сфері залишається пошук платоспроможних клієнтів. 46,7% туристів готові витратити на відпочинок від 5000 до 10000 тис. гривень, а 14,3% всього лиш 5000 гривень (Рис. 2.18).

11. Скільки Ви готові витратити на відпочинок?

105 відповідей

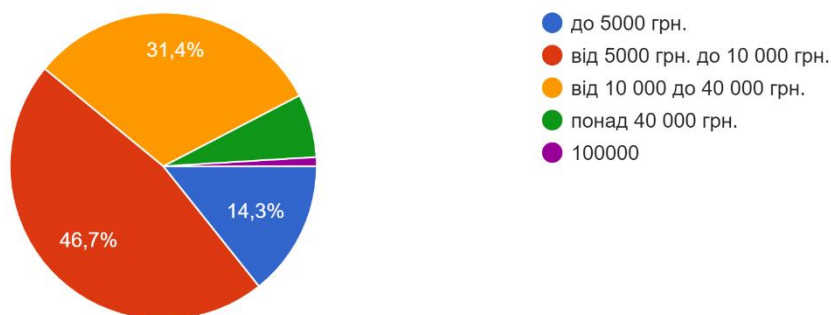


Рис. 2. 18 Витрати на відпочинок

40% опитаних обирають комфортний відпочинок у 4* готелях, 18,1% - 4*, 13,3% - 3* готелі, для 28,6% не має значення до якої категорії зірок відноситься готель, який обирають для відпочинку(Рис. 2.19).

12. Готелям якої категорії Ви надаєте перевагу?

105 відповідей

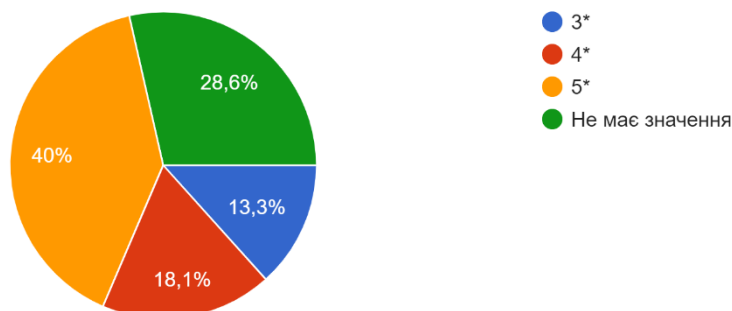


Рис. 2.19 Які готелі найбільше обирають для відпочинку

Мало хто на даний час користується послугами туристичної фірми (Рис.2.20).

13. Послугами яких туристичних фірм Ви користувалися для поїздок? 105 відповідей

Не користувався.
 Не користуюсь
 Travel.ua
 Ніяких.
 Midian
 Ніяких
 Не памятаю
 Vk tour
 -

Рис. 2.20 Які туристичні фірми обирають для організації туру

53,3% - 1 раз на рік можуть дозволити собі відпустку, 21,9% - 2 рази на рік, 15,2% - в будь який час, 9,5% можуть відпочивати на будь-які свята та вихідні (Рис. 2.21).

18. Як часто Ви маєте можливість взяти відпустку?

105 відповідей

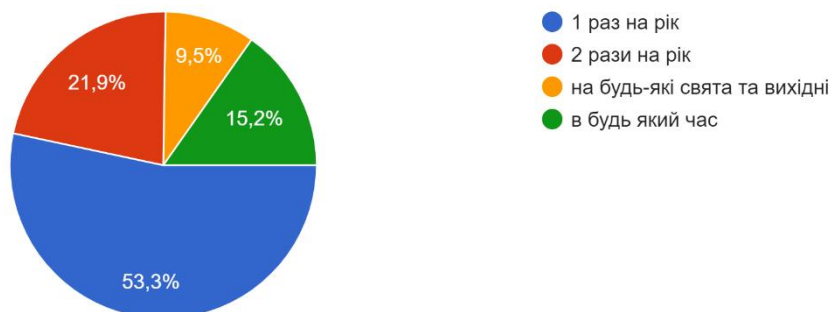


Рис. 2.21 Як часто можуть дозволити відпустку

Під час війни може здаватись, що про подорожі всі забули. Але це не зовсім так: у країні залишаються чимало родин із дітьми, які потребують відпочинку, зміни обстановки та оздоровлення. Люди, які зберігають джерела доходів, намагаються організувати відпустку за своїм улюбленим маршрутом. Утім, звичайно, що війна зробила свої корективи.

В перші тижні війни туристичні поїздки зупинились повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей виїжджали за кордон, щоб врятуватись. Утім, поступово стало зрозуміло, що війна триватиме довго, тож потрібно адаптуватись до нових реалій. Ближче до літа, яке традиційно є піковим сезоном для подорожей, попит почав знову відновлюватись.

Враховуючи заборону на закордонні подорожі для більшості українських чоловіків, якщо хтось має змогу виїхати у відпустку усією родиною, то вони обирають відпочинок в Україні.

Враховуючи кризу в економіці загалом та в туристичній галузі зокрема, ціни на відпочинок всередині країни істотно не піднялися порівняно з минулим роком, та й пропозицій вистачає.

Може здатися парадоксальним, але розвиток туризму під час воєнного стану має велике значення для здоров'я нації та економічного благополуччя

країни.

Відпочинок під час воєнного стану дозволяє громадянам країни, яка воює, відволіктися від негативних новин, зміцнити здоров'я та психологічні ресурси, а також підтримати та розвивати національну економіку.

Туризм в умовах воєнного стану в Україні зазнав глобальних та дуже серйозних змін. Зміна уподобань туристів, зміна причин для поїздок на відпочинок, зміна аудиторій – все це докорінно змінило цілу галузь. При цьому поки не ясно, що на нас чекає далі і які зміни ще чекають.

РОЗДІЛ III: ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГ НА РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

3.1. Екскурсійні послуги

В перші тижні війни туристичні поїздки повністю зупинилися. Ситуація була нестабільною, більшість виїжджали за кордон, щоб врятуватись. З часом, стало зрозуміло, що війна триватиме довго, тож потрібно адаптуватись до нової реальності. Та на початку літа попит на туризм почав відновлюватися.

Навіть в умовах війни туризм в Україні продовжує функціонувати. У містах проводять екскурсії, дітей розважають майстер- класами й походами.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) перед початком літнього сезону оновило інформацію щодо дозволів та обмежень, що діють під час воєнного стану в 15 регіонах країни, надану військово-цивільними та обласними адміністраціями[41].

У ДАРТ, згідно з його пресрелізом, рекомендують перед плануванням подорожі уточнити наявність укриттів за майбутнім маршрутом, враховувати чинну комендантську годину. Збираючись у мандрівку, варто дізнатися про наявність укриттів по маршруту вашої подорожі. А також впевнитися, що туроператори та екскурсоводи послугами, яких ви користуєтесь сформували свої маршрути з урахуванням розташування бомбосховищ. ДАРТ наголошує: якщо ви хочете відвідати певні туристичні локації, перед візитом необхідно уточнити графік їхньої роботи. Також просять при плануванні туристичних мандрівок враховувати те, що з метою підтримання правопорядку на території деяких областей діє комендантська година. Як правило, вона триває з 00. 00 поточної доби до 05.00 наступної доби.

Уточнено, що до теперішнього часу заборонено сплави, походи, прогулянки та екскурсії за маршрутами біля критичної інфраструктури, військових і стратегічних об'єктів по всій Україні. Недоступні також

туристичні точки, наближені до кордонів із Білоруссю та Росією. Обмеження діють щодо відвідування деяких гірських маршрутів, водойм, лісів у різних областях.

Цього року, як і торік, українцям довелося забути про пляжний відпочинок на берегах Чорного та Азовського морів. Узбережжя останнього повністю окуповане росіянами, а чорноморське - недоступне через мінну небезпеку та загрози ракетних обстрілів. Відносно безпечні центральні та західні регіони України. Утім, навіть на цих територіях діють деякі обмеження, які можуть різнитися в різних областях, - зазначено в пресрелізі[43].

Загальноприйнятим є те, що соціальне значення туризму, екскурсійного обслуговування зокрема, полягає, в першу чергу, у підвищенні освітнього, культурного рівня громадян, у змістовному використанні вільного часу, у забезпеченні відновлення життєвих сил людини. В умовах неймовірного фізичного, морального, психологічного виснаження українців від постійних небезпек для життя і здоров'я, тривог за рідних і близьких, за долю українських міст, сіл, країни протягом тривалого періоду повномасштабної війни з росією, втрат і невизначеності особистісних і соціальних перспектив, саме рекреаційна, відновлювальна функція і роль екскурсійного обслуговування стає провідною.

Походи в музеї, гастротури, велопрогулянки, хайкінг, купання та інші види відпочинку доступні здебільшого на заході України. Однак частина територій, зокрема у західних областях, заборонена для відвідування. Йдеться про стратегічні об'єкти, прикордонні зони, деякі гірські та лісові маршрути.

Наразі в Україні немає абсолютно безпечної території для відпочинку. У кожній області за безпеку відповідає насамперед місцева влада, ДСНС, поліція, військові[46].

Сплави, походи, прогулянки та екскурсії по маршрутах біля критичної інфраструктури, військових та стратегічних об'єктів – заборонені по всій

Україні.

В умовах воєнного стану заборонено проводити масові заходи (фестивалі). Недоступними також є туристичні точки, наближені до кордонів з Білоруссю. Обмеження діють щодо відвідування деяких гірських маршрутів, водойм, лісів у різних областях.

Через вторгнення росії значна кількість українських туристичних фірм поставили роботу « на паузу» або зовсім закрилися. З початком літа 2022 року почалося певне відновлення внутрішніх подорожей - переважно, у відносно безпечних регіонах України. За даними Державного агентства з розвитку туризму ринок туроператорів, діяльність яких стосується організації мандрівок Україною, поновив свою роботу на 20-50% [1].

Західні області, на території яких опинилися десятки, сотні тисяч переселенців зі східних областей, змушених тікати від обстрілів, першими почали проводити екскурсії, які були психологічною розрадою і, одночасно, можливістю пізнати культуру, історію, природу цих територій. Але робота в нових реаліях відбувається із значними обмеженнями заради безпеки туристів - оголошення «тривоги», необхідність корегувати маршрут відповідно до наявності бомбосховищ, кількісне обмеження людей в групі, скорочення турів з огляду на комендантські години[42].

В центрі та на півночі України також протягом літа спостерігалось відновлення екскурсійної діяльності, але вже у менших масштабах, багато екскурсоводів і туристичних гідів втратили тут роботу (Додаток Б) .

У східних та південних регіонах проводити екскурсії і тури небезпечно для життя - екскурсії по своїх містах вони поки що активно проводять на просторах соцмереж. Найсміливіші з них проводять реальні екскурсії в постійно обстрілюваному ворогом Харкові - гіді історико-краєзнавчого проекту « Екскурсії для своїх» розробили туристичний маршрут «Харків - місто-герой 3-ї Світової війни» про людей, що відстояли Харків [2].

Багато професійних гідів та екскурсоводів вступили до лав ЗСУ, щоб боронити нашу країну. Запорізький екскурсовод, історик, науковий

співробітник Національного заповідника «Хортиця», один із легендарних кіборгів Донецького аеропорту В'ячеслав Зайцев загинув 5 жовтня 2022 року на Донецькому напрямку [3].

Важливим аспектом діяльності екскурсиводів в період війни є активне сприяння переосмисленню українським суспільством своєї історії і культури в час, коли доводиться жити безпосередньо «на сторінках історії». Такий час задає нової оптики розумінню історичних сюжетів, історичних постатей, історичних пам'яток і пам'ятників. Необхідність глибокої і відповідальної роботи по адаптації історичного матеріалу під задачі актуальні саме зараз ставить перед фахівцями екскурсійного обслуговування ряд питань і завдань: що робити гіді аби бути почутим, як позиціонувати пам'ятки в екскурсіях воєнного часу, як актуалізувати класичні історичні сюжети у нинішніх подіях. як гіді жити і працювати в історії, в якій ми зараз живемо [4].

Кризові часи кидають безліч викликів, ставлять безліч запитань, але і відкривають простір для змін та можливостей. Досвід воєнних місяців адаптації туристсько- екскурсійної діяльності показав значну варіативність її розвитку, що відкриває простір для пошуку нових напрямів, форм і засобів її здійснення.

Наприкінці 2021 року відбувались позитивні тенденції у відродженні туристичного бізнесу, оскільки приплив туристів в Україну досяг 3 млн. осіб [2]. Прибуток від туристичної сфери, знову почав зростати та набирати обертів після спалаху пандемії. Але згодом частину бронювань у туристичній сфері було скасовано на початку 2022 року, коли напруга між Україною та росією загострилася та було розпочато повномасштабне вторгнення країни-агресора. З початком повномасштабної війни туристична галузь опинилася в найгіршому стані за всю історію розвитку української туристичної індустрії [3].

Вплив конфлікту та військова агресія має значний і тривалий вплив на індустрію туризму в постраждалих регіонах. Дослідження зосереджені на

впливі конфлікту на індустрію туризму, надаючи розуміння факторів, які сприяють зменшенню кількості туристів, втраті робочих місць, закриття туристичних підприємств, завдають шкоди туристичній інфраструктурі, економіці та загальному розвитку країни. Також виникають проблеми з безпекою, виникають обмеження на подорожі, оскільки відбуваються руйнування туристичної інфраструктури, що є одним з головних факторів, що сприяють занепаду. Занепокоєння щодо безпеки відвідувачів у постраждалих регіонах породив занепокоєння туристів, що призвело до зменшення кількості міжнародних відвідувачів у цілій країні [27].

Загалом у період воєнного стану через посилення заходів безпеки та обмеження пересування можуть постраждати об'єкти туризму та відпочинку. Робота цих об'єктів може бути обмежена або призупинена, і відвідувачі можуть зіткнутися з труднощами. Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних регіонах України в період дії воєнного стану залежить від конкретних обставин оголошення воєнного стану та ступеня його впливу на регіон [26, 28].

У даній ситуації внутрішній туризм має свої особливості з точки зору певних дозволів та обмежень щодо відпочинку та подорожей, запроваджених під час війни у відносно безпечних західних і центральних областях, які потрібно враховувати туристичним компаніям при створенні та організації екскурсій та подорожей. Формування та організація маршрутів та подорожей з урахуванням розташування бомбосховищ поблизу. Туроператорам та гідам, які створюють туристичні маршрути, варто розглянути можливість надання туристам притулків у разі повітряної тривоги (Додаток В).

При плануванні екскурсійної поїздки або походу з тривалим маршрутом в Україні варто враховувати час, оскільки на сьогоднішній день діє комендантська година. Для забезпечення правопорядку в умовах воєнного стану в усіх областях України введено комендантську годину. Як правило, з 23:00 до 5:00:00. Тому цю вимогу слід враховувати при

плануванні відпустки та відвідування певних місць. Зазначимо, що кожен регіон та область має свої особливості туристичної діяльності своєї території в період воєнного стану, в більшості випадків це пов'язано з певними обмеженнями, які діють для окремих регіонів (Таблиця 3.1.).

Таблиця 3.1.

Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, 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
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

У Києві та Київській області заборонено відвідувати ліси та зелені зони поза житловими масивами. Також заборонено сплав водоймами. Чорнобильська зона ще закрита для відвідувачів. Водночас зараз у Київській області працюють усі локації, які змогли відновитися, - заклади розміщення, музеї, садиби.

У Черкаській області можна відпочивати біля водойм, але лише біля

тих, які визначила ОДА. Офіційно на утриманні Черкас діють п'ять пляжів: три комунальні та два приватні. Відвідування лісів категорично заборонено.

У Полтавській області заборонено відвідувати ліси. Дозволяється купатися, але без плавзасобів, якщо це не відбувається в рамках спортивних змагань. Також в ОДА просять погоджувати графік тренувань на водоймах із урахуванням наближення до мостів на відстані 100 м.

Усі туристичні об'єкти **Вінниці** працюють у звичайному режимі та відповідно до своїх графіків. Слід враховувати, що деякі музеї в період війни не працюють. Дозволена туристична діяльність на водоймах, крім місць, де є об'єкти критичної інфраструктури, а також у прикордонній зоні. На території регіону заборонено відвідування лісів[38].

На території **Житомирської області** дозволено збирання ягід, грибів та лікарських рослин у лісах, окрім територій, розташованих за 20 км від лінії державного кордону України з Білоруссю та тимчасово окупованих місцевостей. Також заборонено відвідування заповідників області. Закрито водойми, що розташовані поруч з об'єктами критичної інфраструктури, решта готові приймати відпочивальників. Серед закладів культури області працюють виключно ті, які мають облаштовані укриття.

У Дніпропетровській області заборонено навігацію на водних об'єктах малих, моторних, вітрильних, прогулянкових, спортивних суден, водних мотоциклів і засобів розваги на воді. Заборонено відвідувати ліси. Музеї та театри регіону працюють, згідно з вимогами, передбаченими законом "Про правовий режим воєнного стану". В області забезпечено створення віртуальних електронних екскурсій як з подієвого туризму, так і геотуризму.

У Кіровоградській області заборонено відвідувати ліси та користуватися плавзасобами на водоймах. Під забороною моторні, спортивні, вітрильні судна, а також водні мотоцикли та інші розваги на воді.

На Волині не встановлено обмежень щодо відвідування виставок, кіно, музеїв та інших туристичних місць, проте діють певні заборони на

сплави на водоймах під мостами та відвідування лісів біля білоруського кордону. Водночас дозволено купатися в річках та озерах, розташованих у місцях масового відпочинку, зокрема, на о. Світязь.

У Львівській області можна ходити в ліс, але заборонено в'їжджати в нього на транспорті. Винятками є лише випадки, коли лісовим масивом пролягає транзитний шлях або веломаршрут. Заборонені екскурсії, походи, сплави маршрутами біля критичної інфраструктури, військових і стратегічних об'єктів. Туристичні об'єкти відкриті, купатися і засмагати дозволено тільки на пляжах, перевірених і рекомендованих ДСНС[12].

На **Закарпатті** можна ходити в ліси, але деякі маршрути для відвідування закриті. Зокрема, ті, що межують з кордонами інших держав.

Для відвідування туристами закриті гора "Піп Іван" та водоспад "Ялинський".

Також заборонені польоти на одномоторних літаках.

В **Івано-Франківській області** дозволено відвідувати гори й ліси. На території курорту Буковель заборонено кататися у лісах на джипах, квадроциклах, багі та мотоциклах.

Наявні деякі заборони на території громад, що межують з кордоном.

У **Тернопільській області** всі туристичні об'єкти працюють у звичному режимі. Тут дозволено відвідувати ліси.

В області напрацьовують нові та вдосконалюють вже наявні маршрути активного пішого та велотуризму.

У **Рівненській області** зняли заборону на відвідування лісів на частині території. Заборонено відвідувати північні частини шести територіальних громад: Локницькій, Зарічненській, Висоцькій, Миляцькій, Старосільській, Березівській.

У **Хмельницькій області** усі туристичні об'єкти працюють у звичному режимі та відповідно до затверджених графіків. Відвідування лісів не заборонено, втім є певні обмеження: заборонено розведення багать, а також в'їзд до лісів усіх видів транспортних засобів крім велотранспорту.

На території **Чернівецької області** всі туристичні об'єкти працюють у звичному режимі. Рішення про заборону на відвідування лісів немає.

Туристичні локації, які знаходяться за 5-ть кілометрів від прикордонної смуги відвідувати можливо тільки з дозволу прикордонників[19].

Значної уваги варто приділити маркетинговим стратегіям, політичним втручанням та розвитку інфраструктури для підтримки та відновлення індустрії туризму в регіонах, постраждалих від військової агресії. Ці дослідження дають важливу інформацію про потенційні стратегії пом'якшення негативних наслідків конфлікту для індустрії туризму. Вплив війни на індустрію туризму може бути значним, із великим зниженням кількості туристів, доходів і втратою робочих місць у постраждалих регіонах, економічними труднощами для місцевого бізнесу, а також завдано значної шкоди туристичній інфраструктурі (включаючи дороги та транспортні засоби, ускладнений доступ туристів до певних регіонів та подорожі в них), пам'яткам архітектури, природним рекреаційним ресурсам та ін. Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах (Рис 3.1):



Рис. 3.1. Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах України

- пам'ятки: агресор пошкодив або знищив багато туристичних пам'яток, включаючи історичні пам'ятки, пам'ятки культури та природні заповідники, зробивши регіони України менш привабливими для туристів. Відбудова інфраструктури та пам'яток буде важливою для відновлення та зростання туристичної галузі у всіх регіонах країни;
- політична стабільність: політична нестабільність у регіоні також стримує туристів від відвідування, оскільки вони стурбовані своєю безпекою та стабільністю регіонів;
- економічні умови: економічні умови в регіоні, включаючи високий рівень безробіття та низький рівень доходів, ускладнили місцевим підприємствам інвестувати в індустрію туризму та пропонувати високоякісні послуги туристам у сфері обслуговування;

- маркетинг і промоція: відсутність маркетингу та промоції регіонів та цілої країни як туристичного напрямку сприяє зменшенню кількості відвідувачів, особливо іноземних;
- сезонність: сезонність індустрії туризму, коли багато туристів віддають перевагу відвідуванням у літні місяці, також сприяла зменшенню кількості відвідувачів, оскільки конфлікт ускладнив відвідування туристів у пік сезонного попиту;
- якість: зниження якості туристичних послуг є ще одним фактором, який сприяє спаду туризму. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до зниження якості послуг, що пропонуються туристам, що ще більше стримує туристів від відвідування регіону. Покращення якості туристичних послуг буде важливим для залучення більшої кількості відвідувачів у регіони країни;
- проблеми безпеки: туристи стурбовані своєю безпекою в регіоні через триваючий конфлікт, який змусив багато країн видавати туристичні рекомендації, застерігаючи своїх громадян від поїздок до постраждалих регіонів. Вирішення цих проблем безпеки буде мати вирішальне значення для відновлення індустрії туризму в регіоні [29, 30, 33].

Ці фактори сприяють занепаду туризму як в постраждалих регіонах України, та і в цілій державі. Усунення цих факторів матиме вирішальне значення для відновлення та зростання індустрії туризму як в постраждалих регіонах так і в країні загалом [31, 32].

Загалом вирішення проблем безпеки туристів, відбудова інфраструктури та атракціонів, покращення якості туристичних послуг, а також посилення маркетингових і рекламних зусиль будуть мати вирішальне значення для відновлення та зростання туристичної галузі в постраждалих регіонах України. Інвестиції в індустрію туризму не тільки сприятимуть підтримці місцевої економіки, але й сприятимуть загальному процесу розбудови миру в регіонах шляхом сприяння культурному обміну та розвитку взаєморозуміння та спілкування між різними громадами.

Поточний стан індустрії туризму в постраждалому регіоні України можна охарактеризувати значним зниженням кількості туристів і доходів після початку повномасштабного вторгнення країни-агресора. Конфлікт негативно вплинув на індустрію туризму в Україні, особливо в східних регіонах, які найбільше постраждали. Зменшення кількості туристів і доходів мало значний вплив на індустрію туризму в постраждалому регіоні України. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до втрати роботи та економічних труднощів для багатьох людей у постраждалих регіонах.

Кількість відвідувачів до нашої столиці за 2022 рік дуже зменшився, оскільки до лютого 2022 року стабільно зростала чисельність іноземних та вітчизняних туристів. Причиною є агресія росії проти України, оскільки чисельність іноземних туристів, що відвідали столицю міста Київ скоротилася у 3 рази, а це близько 300 тисяч осіб у I півріччі у 2021 року, а у I півріччі 2022 року чисельність іноземних відвідувачів знизилась до 98 тисяч осіб[13].

За даними дослідженнями іноземними туристами нашої столиці на протязі останніх років були громадяни таких країн, як Туреччина, США, Ізраїль, Польща, Німеччина, Індія, Азербайджан, Франція та Італія, а це близько 60% від загальної кількості іноземних відвідувачів, які побували у Києві з туристичною метою.

Значно скорочуються надходження коштів до місцевих бюджетів від туристичної сфери. У I півріччі 2022 року бюджет столиці Київ отримав 24,1 мільйона гривень туристичного збору, а у I півріччі 2021 році дана цифра становила 76 мільйонів гривень, а це значно більше, ніж з початком повномасштабного вторгнення країни-агресора. Станом на 27.09.2022 року бюджет столиці становить 30,5 мільйона гривень, що і показує дуже низькі показники по надходженнях до місцевого бюджету [4].

За підрахунками Державного агентства розвитку туризму визначено, скільки недоотримав податків державний бюджет України від туристичної галузі через війну. За 2022 рік за туристичну галузь в Україні податків сплачено 1 млрд 551 млн 182 тис. грн, що є менше на 31% ніж у 2021 році, коли до бюджету надійшло 2 млрд 231 млн 860 тис. грн.

Загальна кількість платників 29 податків, що працюють у туристичній сфері за рік скоротилася на 17%. Відповідно ми бачимо, що надходження податків від класифікованих видів туристичної діяльності у 2022 році зменшилося практично за всіма видами туристичного бізнесу. Єдиним виключенням стали об'єкти діяльності інших засобів тимчасового розміщення, оскільки тільки їхня кількість зросла на 45,9%. За всіма іншими об'єктами класифікації у туристичній сфері показники до 2022 року по відношенні до 2021 року зменшилися відповідно на 26,7-57% (Таблиця 3.2.).

Таблиця 3.2.

Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022 рік

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022р., тис.грн.	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р.,%
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898381,44	-30,3

Діяльність туристичних агентств	204795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141163,66	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137394,00	+45,9

Значна частина надходжень до держбюджету за 2022 рік сплачена готелями та подібними засобами тимчасового розміщення складала 898 млн грн. Хоча ця сума все ж таки на 30% менша ніж у 2021 році. В той час до бюджету країни надійшов 1 млрд 288 млн грн. Зафіксовано приріст сплаченого податку на 46% від діяльності гуртожитків та пансіонатів, що використовували для тимчасового прихистку для людей, які вимушено покинули свої домівки через війну[22].

Частка податкових надходжень до державного бюджету від діяльності дитячих таборів відпочинку, турбаз та кемпінгів зменшилася на 57% - сплачено 141 млн грн податку у 2022 році проти 328 млн грн за 2021 року. Від діяльності туристичних операторів податки до державного бюджету зменшилися на 35%, які сплачено у держбюджет у 2022 році у обсязі 167 мільйона 858 тис. грн, тоді як у 2021 році їх сума складала 259 млн 5 тис грн. Доходи від діяльності туристичних агентств, які сплатили до держбюджету 2022 року 204 млн 795 тис. грн податків також зменшилися на 27% від, оскільки у 2021 році казну держави вони поповнили сумою 279 млн 265 тис. грн. (Рис 3.2.).

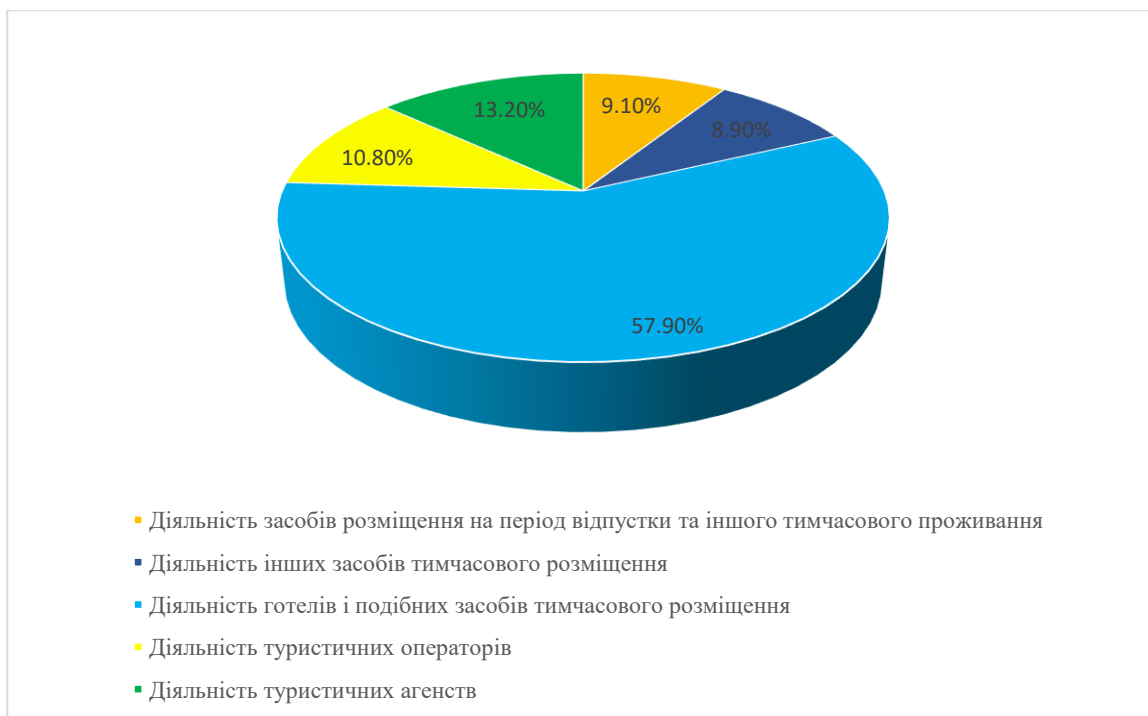


Рис. 3.2. Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму

Збільшення розміру сплаченого податку у 2022 році по відношенні до 2021 року показали Львівська (273 млн проти 215 млн), Київська (164 млн – 31 проти майже 125 млн), Івано-Франківська (159 млн – проти майже 131 млн), області. Зменшення податкових надходжень зафіксовано у Києві та Одеській області, у Одесі зменшилося на 58%, а у м. Київ – на 46% (Додаток Г) [33].

Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олесків наголосила, «Що туристична галузь України працює, однак потребує підтримки від українців. Сплачуючи податки, ми фінансуємо нашу економіку лєвова частка доходів якої йде на оборону та армію та допомогу ЗСУ». За період воєнного стану за 2022 рік сума туристичного збору склала 178 млн 948 тис. грн, що значно менше (на 24%) в порівнянні з 2021 роком, оскільки тоді сума туристичного збору становила 235 млн 461 тис. грн. (Таблиця 3.3.).

Таблиця 3.3

Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані

Область, місто	Туристичний збір за 2022р., грн.	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021р.,%
Херсонська	314 тис.	-95
Луганська	418 тис.	-80
Сумська	586 тис.	- 58
Донецька	686 тис.	-83
Миколаївська	789 тис.	-90
Чернігівська	1млн.061тис.	-53
Житомирська	1млн. 709тис.	-24
Запорізька	1млн. 971тис.	-78
Харківська	3млн.372тис.	-61
Одеська	5млн.372тис.	- 80
Київська	8млн.727тис.	-43
Дніпропетровська	9млн. 95тис.	-15
Рівненська	1млн.256тис.	-14
м. Київ	31млн.474тис.	-54

Зменшення доходів від туристичного збору зафіксовано в 14 областях України. Це в основному області, які перебували або в даний час перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Для прикладу у Херсонській області сума туристичного збору скоротилася на 95%, у Миколаївській – на 90%, у Донецькій – на 83%, у Луганській – на 80%.

Також значний спад відбувся в Одеській (80%), Запорізькій (78%),

Харківській (61%), Сумській (58%), м. Київ (54%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. У Дніпропетровській та Рівненській областях доходи від туристичного збору зменшились на 15%. Лідером серед областей України по кількості туристичного збору у 2022 році стала Львівщина – 41 млн 430 тис. грн., показавши приріст 79% в порівнянні з 2021 роком. Столиця, збільшила свій бюджет на 31 млн 474 тис. грн, хоча в порівнянні з 2021 роком ця сума була менша у удвічі[17].

Також серед лідерів по сплаті туристичного збору є області Закарпатська – 19 млн 471 тис. грн Івано-Франківська – 17 млн 956 тис. грн та Черкаська – 12 млн 555 тис. грн. Військові дії мають значний негативний вплив на індустрію туризму регіонів та цілої країни. Причини щодо військових дій та їх вплив на туризм є занепокоєння щодо безпеки; зменшення попиту; пошкодження інфраструктури; втрата робочих місць та негативний імідж, а це все має вагомий вплив на розвиток туристичної діяльності в Україні.

Загалом, вплив військових дій на індустрію туризму є дуже серйозним та передбачає серйозні втрати у туристичній та інших сферах, і наслідки можна відчувати протягом багатьох років після закінчення військових дій[7].

3.2. Відпочинок на морі

На початку війни українці навіть не думали про відпустку та відпочинок. Однак війна продовжується, життя триває і люди все частіше почали задумуватись про невелике перезавантаження. І це не примха, а скоріше – необхідність. Про важливість відпочинку під час тривалої війни

постійно наголошують психологи, лікарі та численні експерти.

Про відпочинок на Чорному чи Азовському морях в Україні цього року навіть і мова не йде. Улюблені Бердянськ та Арабатська Стрілка цього року не зустрінуть курортників. Пляжі Херсонщини замість відпочивальників зараз топче чобіт російського окупанта. Не вийде позасмагати і на пляжах Одещини, оскільки регулярні ракетні атаки та заміноване море – не найпривабливіші характеристики для туристів. Та й, зважаючи на останні події в Україні, знайти стовідсотково безпечне місце, де можна було б спокійно і без тривог відпочити, важко. Тому єдиною можливістю вдихнути морський бриз та трохи передихнути для українців залишаються закордонні курорти[47].

Туристична галузь, як і більшість сфер дозвілля, у час війни постраждали найбільше. У перші три місяці після повномасштабного вторгнення РФ в Україну клієнтів не було зовсім. Деякі компанії переорієнтовували свою діяльність на волонтерство — використовували свої автобуси для евакуації, залучали зв'язки, щоб організувати закупівлю гуманітарної допомоги з-за кордону та безоплатного проживання біженців із України у готелях зарубіжжя. Втім, вже на початку літа до турагенцій почали навідуватись перші клієнти, які замовляють відпочинкові тури на море.

Порівнювати кількість туристів із минулим роком, мабуть, недоречно – охочих відпочити за кордоном зараз невелика кількість. В основному жінки із дітьми. Хочуть трохи відпочити від повітряних тривог, перезавантажитись, оздоровитись. Також є запити від туристів, які зараз перебувають за кордоном та хочуть кудись поїхати.

Оскільки у час війни повітряний простір України закритий, то найпопулярнішими є автобусні маршрути у Європу – Болгарію, Чорногорію, Хорватію. Також туристам пропонують автобусні тури до Туреччини та Греції[36].

Головна зміна в подорожах — маршрут. Якщо ви придбали

автобусний тур, то потрібно враховувати тривалу дорогу, що може додатково збільшитись через черги на кордоні. Відповідно, одяг і взуття мають бути зручними й краще подбати про кілька шарів речей для себе й дитини напохваті, щоб можна було вночі вдягнутись тепліше.

Варто подбати про подушку для подорожей, яка знімає навантаження з м'язів шиї, а також про набір необхідних ліків. До стандартної аптечки важливо додати засоби від закачування. Навіть якщо раніше таких проблем не виникало, краще мати під рукою все необхідне в разі потреби.

Наразі туроператори намагаються зробити подорожі автобусом максимально комфортними. Є можливість заздалегідь замовити обід, попросити ковдру. Під час поїздки діти отримують розмальовки, наліпки, в автобусах працює інтернет.

Слід зазначити, що навіть якщо ви придбали авіатур, будьте готові до того, що до країни вильоту потрібно дістатись або тим таки автобусом (до деяких міст доступний зручний трансфер), або іншими видами транспорту (потяг, власне авто). То ж до дороги слід бути готовим у всіх випадках. Крім того, варто закладати в відпустку +1 ніч у місті вильоту, адже краще дістатись завчасно, ніж пропустити виліт через черги на кордоні.

До речі, про кордони — для виїзду з дитиною та мамою, або бабусею чи дідусем може знадобитись нотаріально посвідчена згода від одного чи обох батьків. Правила періодично змінюються, тому варто уточнити вимоги в Державній прикордонній службі України та підготувати необхідні документи завчасно.

І, звичайно, готуватись до відпочинку краще наперед. Куди б ви не їхали, дешевше мати з собою всі необхідні речі для пляжного відпочинку (шляпи, окуляри, засоби від засмаги, від комах тощо), ліки чи спеціальний посуд та іграшки для дітей. Покупки на місці будуть дорожчими.

В Україні існує певна традиція відпочивати з дітьми в готелях all

inclusive та, відповідно, їхати в Єгипет чи Туреччину. Підхід цілком зрозумілий, проте не єдиний можливий. До того ж, інколи відпочинок в інших місцях буде і дешевшим, і цікавішим. Розглянемо кілька варіантів[41].

Болгарія. Балканська країна з відомими широкими піщаними пляжами на узбережжі Чорного моря розташована не так далеко до України, а отже туди доступні тури на автобусі. Вирушити у подорож можна з Києва, Львова чи Запоріжжя, при цьому маршрути охоплюють інші великі міста. Таким чином, поїхати до Болгарії зручно з Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янця-Подільського, Чернівців, Івано-Франківська, Коломиї, Дніпра, Кривого Рогу, Кропивницького, Умані, Одеси.

Болгарія — економ-варіант з точки зору місцевих цін, але не з точки зору вражень. Тут чимало цікавих локацій, як-от мальовниче містечко Несебр, яке часто називають музеєм через величезну кількість архітектурних артефактів часів Фракії й Давньої Греції. До того ж, старовинна частина розташована на мальовничому півострові.

Серед інших цікавих місць — гірський і не менш цікавий Пловдив, або Ботанічний сад у Балчику, що раніше був резиденцією королеви Румунії Марії. Звичайно, що в країні є й більш сучасні розваги — аквапарки, атракціони, аніматори в готелях [25].

Так, *вартість туру* в готелі 4* на 7 ночей при розміщенні двох дорослих (наприклад, мама й бабуся) та однієї дитини обійдеться від 31 746 грн. За готель 5* за таких же умов потрібно буде заплатити від 40 393 грн.

Крит. Відпочинок на острові в Середземному морі — це буквально те, що приходить в голову, коли уявляєш ідеальну відпустку. Саме тому Крит є одним із найпопулярніших напрямків для відпочинку, проте його чомусь рідше розглядають для подорожі з дітьми. І дарма. Тут чимало готелів з популярною системою all inclusive, а також розвиненою інфраструктурою та спеціальними розважальними програмами для дітей.

До того ж є чимало екскурсій — сафарі на джипах для дорослих (від €40–50 за особу), або парки водних атракціонів для всієї родини. Можна

також поїхати на острів Грамвуса й побачити злиття трьох морів чи на дивовижний острів Санторіні (від €160– 189 за особу).

Вирушити на Крит можна літаком з Кишинева чи Бухареста. При цьому до аеропорту столиці Молдови доступний зручний трансфер із України. **Вартість туру** в готелі 4* на 7 ночей при розміщенні двох дорослих та однієї дитини стартує від 61 449 грн, а для готелю 5* — від 81 368 грн[51].

Іспанія. Відомий для українців туристичний напрямок, але серед курортів для родинної відпустки у моря його згадують куди рідше. Проте тут готелі часто спеціально будувались для мандрівників із дітьми.

Двоповерхові будиночки, власні прогулянкові майданчики, басейни, водні розваги, атракціони для різного віку, а також розташовані неподалік великі розважальні парки, як-от Port Aventura чи Ferrari Land, роблять відпустку в Іспанії справді незабутньою для маленьких туристів та їхніх батьків.

У парках розваг доступні атракціони для різного віку: від дитячих каруселей, човнів чи машинок, до екстремальних горок на кшталт «Шамбали» (Shambhala), що сягає 78 метрів, має 5 підйомів, розганяється до 134 км/год, а також дає можливість відчутти ефект вільного падіння.

В Іспанії не поширена система all inclusive, зазвичай обслуговування включає лише сніданок. Проте проблем із харчуванням тут не буде — поруч з курортними зонами розташовані різноманітні кафе та ресторани, а деякі готелі передбачають власну невелику кухню в номері, що дозволяє купувати місцеві продукти й готувати самостійно[37].

Вартість відпочинку в сімейному готелі для двох дорослих з дитиною протягом 7 ночей стартує від 97 968 грн, а серед сімейних готелів варто розглянути Alania Salou 4*, Estival Park 4*+, Best Club Cap Salou 3* або Tahiti Playa Hotel 4*+. Полетіти в Іспанію можна з Кишинева (Молдова).

Єгипет. Класика відпочинку з дітьми, хоча влітку цей напрямок

вважають занадто спекотним. Температура тут дійсно вища на кілька градусів за середземноморську, але клімат більш сухий, тому сприймається набагато легше. До того ж, літо — це сезон соковитих і корисних манго, які продаються буквально всюди й допоможуть потішити дітей екзотичними фруктами.

Про систему all inclusive можна багато не розповідати — українці давно оцінили її переваги саме в Єгипті, а тому цей курорт роками є лідером вподобань наших громадян. Для відпочинку з дітьми краще вибрати Хургаду чи Шарм-еш-Шейх, адже саме там є чимало дитячих зон, аквапарків в самих готелях, безкоштовних екскурсій для дітей (до 12 років за умови придбання одного дорослого квитка). В готелях завжди є аніматори та спеціальні розваги. До того ж, в Хургаді чудові піщані пляжі з пологим входом у воду. В Шармі доступні як піщані, так із входом з пантону. Звичайно, завжди доступні басейни в готелях[33].

Ціни в готелі 4* на 7 ночей для двох дорослих і дитини стартують від 51 395 грн, а за п'ятизірковий готель — від 56 436 грн. Польотна програма відкрита з Молдови, Польщі та Румунії, при цьому в Кишинів і Жешув доступний трансфер автобусом.

Як видно, в 2023 році можливості для відпочинку з дітьми різноманітні й цікаві, а отже все залежить від бажань туристів. Плануйте поїздки завчасно, адже це інколи дає можливість заощадити за раннього бронювання, та створіть своїм дітям свято подорожі попри всі складні обставини.

Тиждень відпочинку у Туреччині з сервісом «все включено» з Кишинева обійдеться двом особам приблизно у 20-25 тис. грн. Також звідси можна полетіти і до Єгипту, Чорногорії, Хорватії.

Авіатури з міст Польщі – Варшави, Кракова чи Катовіце – коштують майже двічі дорожче. Для порівняння, сім ночей для двох осіб із перельотом із Варшави до Туреччини коштуватиме від 58 тис. грн. Автобусний тур до Туреччини з Києва, з можливістю підсісти у Львові, обійдеться в середньому

у 27 тис. грн за 10 ночей. Однак треба врахувати, що дорога туди і назад може зайняти до трьох діб[26].

Порівняно з минулим роком, ціни на відпочинок на популярних курортах Європи суттєво не змінилися. Якщо йдеться про «гарячий» тур чартерним рейсом, коли бронюється поїздка за 2-3 дні до вильоту, то ціни не відрізняються від минулорічних. Якщо бронювати за тиждень-два наперед, то вартість туру буде дорожча.

Для жінок, які їдуть відпочивати з дітьми, важко добиратись до сусідніх держав, щоб скористатись авіарейсом. Тому обирають ті пропозиції, куди можна дістатись із України. Найоптимальнішим варіантом є Болгарія та Туреччина – сіли в Чернівцях в автобус і на місці під готелем вийшли. Також цей напрямок є звичнішим для наших людей і ціни привабливі. Значно дорожчий відпочинок у Чорногорії та Хорватії», – каже співрозмовниця.

До прикладу, відпочинок з послугою «все включено» у Болгарії в тризірковому готелі (7 ночей + 2 в дорозі) з виїздом із Чернівців для двох дорослих коштує 26 тис. грн. Якщо це один дорослий та дитина, що є зараз популярним запитом, то ціна буде від 21 тис. грн.

Водночас відпочинок із сервісом «все включено» доступний для середньостатистичного туриста тільки у готелях Болгарії та Туреччини. На курортах інших країн така послуга суттєво впливає на вартість путівки. До прикладу, відпочинок у Греції для двох (8 ночей + 2 у дорозі) тільки зі сніданками обійдеться приблизно у 27 тисяч гривень. А з послугою «все включено» – від 48 до 53 тисяч гривень.

Така ж ситуація і у Чорногорії. Путівка для двох (8 ночей + 3 у дорозі) зі сніданками коштуватиме 26 тис. грн, а з триразовим харчуванням – вже 38 тис. грн[21].

Також великою популярністю зараз користуються екскурсійні тури до Хорватії та Чорногорії з відпочинком на морі. До прикладу, цікавий екскурсійний тур пропонують до Хорватії – 10 днів + 2 нічні переїзди зі

сніданками коштує 14 600 грн за одну особу. З них повних сім днів відпочивальники проводять на морі. Якщо з двома дорослими їде дитина до 12 років, то для неї пропонують 50% знижки від вартості туру.

Що ж стосується документів, то більшість курортів цьогоріч скасували наявність у відпочивальників ковід-сертифікатів. Туристу потрібен тільки закордонний паспорт. Однак, щоб в'їхати до країн Євросоюзу, все ж таки треба мати «біометрію». Стосовно дитини, то мати може перевезти її через кордон із вклеєною фотокарткою у власному закордонному паспорті.

Головним критерієм вибору готелю для українських туристів та відпочивальників є відсутність росіян. Тому деякі туроператори навіть зробили на своїх пошукових сервісах фільтри для готелів, які не розміщують у себе туристів із Росії (Додаток Д)[14].

Зараз у кожній курортній країні є такі готелі, де не розміщують росіян, тому українці можуть вибрати собі відповідний варіант і спокійно відпочивати.

Щоб зекономити на відпочинку, туристичні фірми рекомендують туристам обирати готелі на других-третьох лініях віддаленості від моря та не зациклюватись на «все включено»: «Краще взяти сніданки або сніданки з вечерею, а пообідати можна у місцевих кафе чи тавернах, що вийде значно дешевше».

Однак відпочити на закордонних курортах в даний час можуть дозволити собі небагато туристів. Цього року влітку вперше було зафіксовано непогані показники щодо бронювання житла на короткий термін – як у Карпатах, так і на морському узбережжі, в районі Коблево-Одеси. Але потім Росія підірвала Каховську ГЕС, що повністю зупинило відпочинок на морі в Україні цього сезону. Більшість туристів цьогорічні відпустки обирають провести все ж таки вдома або з невеликою мандрівкою в гори[19].

3. 3 Послуги страхування

Туристичне страхування – це «must have» для закордонних поїздок. Такий поліс покриває медичні витрати в ліміті 30 тис. євро, зокрема COVID-19, нещасний випадок та репатріацію тіла в разі загибелі.

Без нього у звичайний час вас би теж не випустили за кордон. Через війну туристичне страхування для перетину кордону для українців також не обов'язкове, але є «але».

Наразі країни ЄС ухвалили директиву про тимчасовий захист біженців. Дія цієї директиви розповсюджується на проживання, соціальний і медичний захист. Тому, якщо ви плануєте отримувати статус біженця, можете взагалі не думати про туристичне страхування.

Якщо ж отримувати статус біженця не входить у ваші плани, краще перестраховатися та придбати туристичний поліс. Після перетину кордону ви вже цього зробити не зможете[35].

У разі хвороби чи нещасного випадку вам доведеться або звертатися до волонтерів, спеціальних організацій, або ж покривати всі витрати з власної кишені.

Війна в Україні триває вже понад півтора роки. Весь цей час українці вчаться жити в умовах підвищених ризиків для життя, здоров'я, майна (рухомого та нерухомого), адже обстріли з боку росії не припиняються. Також наші громадяни виїжджають за кордон, зокрема на власних автомобілях, оскільки для українців все ще є можливість отримати тимчасовий захист у Європейському Союзі, Великобританії, Канаді, США й інших державах.

В нових умовах туристичне страхування залишається дуже актуальним. Воно дає можливість отримати медичну допомогу в іншій країні, не сплачуючи за неї (це зробить страхова компанія). Якісна страховка має додаткові опції – наприклад, виплату за втрату багажу. Не менш важлива функція, яку передбачає договір страхування – це допомога компанії в організації медичного обслуговування. Фахівці володіють

іноземними мовами, обізнані про можливості медичних закладів за місцем перебування туриста і можуть швидко направити його до найближчої клініки, де він отримає якісну допомогу[24].

Через війну з міст України зараз неможна скористатися авіаперельотами, до яких багато хто звик. І навіть дорога до Польщі може займати цілу добу, з урахуванням черг на прикордонних переходах. Якщо Ваш пункт призначення знаходиться на більшій відстані, поїздка може розтягнутися на 3-3 дні. Доводиться використовувати кілька видів транспорту на території різних держав, тож виникає ризик втрати чи затримки багажу. Під час довгої подорожі збільшується небезпека захворіти чи отримати травму. Тим більше, що в деяких країнах почався новий сплеск захворювання Covid-19 і можливість підхопити небезпечний вірус висока. Краще не відмовлятися від страховок із покриттям Covid-19, хвороба є підступною і з високими ризиками для життя. Хоч увага світу зараз прикута до України та війни, вірус нікуди не зник, люди продовжують хворіти. А в тих чергах, які вибудувалися на кордоні, підчепити якусь заразу або просто застудитися не так вже й складно.

Відповідно до даних двох найбільших кас медичного страхування Німеччини АОК та Barmer, лікування хворих на COVID-19, які перебували в стаціонарі, але не потребували апарату ШВЛ, в середньому коштує 6 900 євро.

Водночас коливання у вартості можуть бути досить значними: серед пацієнтів, яким потрібен був апарат ШВЛ, у 10% випадків вартість лікування становила понад 85 тис. євро на хворого.

Туристична страховка обійдеться дешевше.

Країни Європи прийняли багато біженців з України, а медична система й раніше передбачала запис до лікаря заздалегідь, «тут і зараз» отримати медичну допомогу дуже складно. Тепер українцям без туристичного страхування за кордоном при погіршенні здоров'я складно знайти лікарню, де його можуть прийняти швидко. А також потрібно пам'ятати про ціну

медичних послуг. Вона була й раніше досить високою, а зараз значно зросла у перерахунку на гривню порівняно довоєнним періодом. Це також є актуально і для ти українців, які виїхали надовго з міркувань безпеки. Частина з них ще не готові ставати біженцями, інші чекають на отримання цього статусу і поки що теж не можуть розраховувати на безкоштовну медичну допомогу[48].

Живучи у воюючій країні, ми знаходимось у небезпеці і гостро це переживаємо. Постійний стрес погано впливає на здоров'я, знижує імунітет і робить нас беззахисними перед інфекціями. Зміна обстановки теж є великим стресом, тож раптово захворіти у поїздки дуже легко. Давно відомо, що у туристів є так званий акліматизаційний період (1-3 дні після приїзду в нову країну). Найчастіше саме в цей час починаються застуди, отити, функціональні розлади органів травлення. Ризик захворіти для туриста, який виїхав з України, зараз ще вищий. Стреси також погіршують концентрацію та увагу, тому травми можуть траплятися частіше.

Для більшості українців сьогодні поїздка за кордон - не привід для безтурботного відпочинку, як до війни, а вимушений захід. Але дуже важливо цінувати цю можливість пожити у безпеці, а якщо вдасться – зустрітися з рідними, зуміти перезавантажитись та знайти нові сили, щоб наближати спільну перемогу. Туристична страховка – один із найкращих способів подбати про себе та своїх близьких під час поїздки.

Рятуючись від путінської навали, українці почали масово виїжджати власними автівками. Згідно з міжнародними нормами, які діють ще з 1949 року, на території європейських країн водії повинні мати відповідний страховий поліс. Таким полісом наразі є Зелена карта [41].

Порівняти його можна з обов'язковим в Україні полісом ОСЦПВ, однак дія поліса поширюється на всі країни-члени міжнародної системи автомобільного страхування «Зелена карта».

Зелена карта покриває збитки, завдані третім особам за кордоном, але не розповсюджується на винуватця ДТП. Умовно кажучи, якщо ви

випадково в'їдете десь на перехресті в машину якогось поляка, ваша страхова виплачуватиме гроші саме йому, а не вам. Ремонтувати свою автівку та лікуватися вам доведеться власним коштом.

Утім, війна все змінила. 28 лютого Національний банк України повідомив, що громадяни, які мають намір виїхати за кордон на власному автомобілі, не потребують полісів страхування Зелена карта (Рис. 3.3).

Відповідно до роз'яснень НБУ:

- українські прикордонники не перевіряють наявність ЗК;
- Польща, Угорщина та Словаччина не вимагають ЗК;
- страховики Польщі безкоштовно видають поліс страхування цивільної відповідальності на транспортні засоби з України терміном на 30 днів;
- в Молдову машини з України можуть в'їжджати без Зеленої карти за умови, що вона буде придбана протягом 24 годин в Молдові.
- зменшується на 50% вартість Зелених карт на термін 15 днів та 1 місяць.

Але це не означає, що після перетину кордону ви можете їздити без страховки. Тут є два варіанти:

- або це буде Зелена карта оформлена в Україні до перетину кордону;
- або це буде поліс страхування Автоцивілки, який буде виписаний після перетину кордону тією країною, куди заїхало авто.

Наприклад поліс Автоцивілки в Польщі на рік коштує близько 400 євро, в Німеччині – від 900 євро. Зелена карта, придбана в Україні на рік, коштує 6 899 грн – це 213 євро станом на 16 березня. Такий поліс покриває всі країни Європи. Тобто вигідніше придбати поліс в Україні та перетинати кордон вже з ним[38].

Тим паче якщо ви плануєте перетинати кордон кількох країн: так вам не доведеться щоразу при перетині кордону з різними країнами купувати

суду.

Краще заздалегідь подбати про власну безпеку й оформити страховку в Україні. По- перше, це вийде дешевше, ніж за кордоном.

По-друге, так ви зможете себе убезпечити від непередбачуваних витрат і обставин[11].

Поліс туристичного страхування гарантує отримання якісної медичної допомоги під час перебування за кордоном України. Програма страхування покриває медичні витрати на отримання:

- швидкої невідкладної допомоги;
- амбулаторної невідкладної допомоги;
- стаціонарної невідкладної допомоги;
- стоматологічної невідкладної допомоги;
- акушерської невідкладної допомоги до 28 тижнів вагітності;
- діагностики та лікування Covid – 19.

Раніше поліс можна було укласти тільки перебуваючи на території України. Зараз в умовах воєнного стану, коли головне – безпека, поліс страхування можна придбати під час перебування за кордоном та оплатити дистанційно. Максимальний строк дії договору 40 днів з можливості подальшого продовження. Також поліс туристичного страхування можна оформити без закордонного паспорту. Захистити себе та свою родину можна з паспортом громадянина України. Для оформлення поліса для дітей достатньо їх свідоцтва про народження.

Для отримання медичної допомоги потрібно звернутися до асистуючої компанії за номерами телефонів, які зазначені у туристичному полісі та пояснити причину звернення. Організують консультацію з лікарем. За результатом огляду лікар оформить рецепт на медекаменти за потреби та повідомить асистуючу компанію. Звернення до асистуючої компанії є обов'язковим кроком для отримання медичної допомоги[51].

ВИСНОВКИ

Туристи найчастіше цікавляться оздоровчим відпочинком у санаторіях та іншими схожими опціями, де можна відновити спокій якомога далі від вибухів та повітряних тривог.

Зріс запит на подорожі для однієї людини або для родини. Натомість групові тури стали менш популярними.

Наявність світла, води, зв'язку та укриття — пріоритетна вимога до готелів, хостелів.

Українці бронюють тури переважно в останній момент — «на завтра», адже планувати наперед під час повномасштабної війни не вдається.

Зазначимо, за минулий рік бюджет України втратив третину надходжень від туристичної галузі. Значна частина компаній закрилася. Стало відомо, що туризм України недоотримав через війну.

Тим часом українські Карпати влітку стають популярним кліматичним курортом – люди їдуть відпочити в оточенні природи. Під час літньої спеки українці можуть поєднати такий відпочинок із купанням у водоймі.

Цього року влітку вперше було зафіксовано непогані показники щодо бронювання житла на короткий термін – як у Карпатах, так і на морському узбережжі, в районі Коблево-Одеси. Але потім Росія підірвала Каховську ГЕС, що повністю зупинило відпочинок на морі в Україні цього сезону.

Однією з помітних змін у туристичній індустрії України стала зміна пріоритетів по регіонах для відпочинку. Раніше влітку більшість туристів віддавало перевагу морському відпочинку, і набагато менша частина вибирала літній відпочинок у горах.

Але з початком війни більшість популярних морських курортів Азовського та Чорного моря стали взагалі недоступними. А ті, що доступні, стали небезпечними. Офіційного відкриття морського сезону цього року так

і не відбулося, хоча планувалося відкрити кілька пляжів в Одеській та Миколаївській областях.

Тим не менше, відпустка всередині країни наразі має свої недоліки, головний з яких – щодо безпеки. Адже, на жаль, зараз в жодній з точок в Україні не можна почуватися у повній безпеці, але ж хочеться трохи перепочити від постійних загроз ракетних ударів та повітряних тривог. В першу чергу це стосується сімей з дітьми, які, з можливості, розглядають варіанти відпочинку за кордоном.

Наразі трійка лідерів серед закордонних напрямків виглядає наступним чином: автобусні рейси в Туреччину, авіатури з Кишинєва в Туреччину та Єгипет, автобусні тури в Чорногорію.

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

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

Автобусні тури, як правило, доступні до Болгарії, Туреччини й Чорногорії. Виїзди організовані з багатьох крупних міст: Києва, Білої Церкви, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Коломиї, Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янця-Подільського. Більш рідкісний варіант – автобусний тур до Греції. Такі наразі доступні зі

столиці України.

Під час війни доволі складно робити довготривалі прогнози – багато факторів залишаються невідомими. З одного боку, сильні руйнування інфраструктури, житлового фонду, підприємств, що впливає на рівень життя громадян. З іншого – медійна зацікавленість в Україні, яка може бути конвертована в туристичний бренд після війни.

Таким чином, після нашої перемоги скоріше відновиться в'їзний туризм. Принаймні, передумови для цього є, хоча й існує потреба в якісних маркетингових кампаніях у різних країнах для заохочення іноземців відвідати нашу країну. Щодо виїзного туризму, то тут головний фактор – швидкість відновлення економіки та відбудови аеропортів. У будь-якому випадку, туризм буде розвиватись, адже бажання людей подорожувати зберігаються навіть у найскладніших обставинах.

Комплексний підхід до розвитку туризму та підтримки тих, хто потребує допомоги, зробить Україну місцем, яке сприятиме відновленню та процвітанню нації навіть у складні часи й після того, як всі складнощі ми подолаємо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Український соціум. 2014. № 2 (49). С. 71–79.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку еко-номіки регіону. 2022. Вип. 18(2). С. 206–217. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/12643>
4. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Випуск 62. С. 178–196.
5. Важинський С.Е., Щербак Т.І. Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб. Суми: Сум ДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
6. Відновлення туристичних потоків: у 2021 році до України прибуло понад 3 млн іноземців (2022). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html>.
7. Всесвітня туристська організація (UNWTO). Режим доступу – <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism10>. European Travel Commission. Режим доступу – <https://destinet.eu/background>
8. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія / Андрій Голод. Львів : ЛДУФК, 2017. 340 с.

9. Гончарова К., Маджумдар О. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustku-pislya-peremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html>.
10. Гуляев В. Г., Рассохина Т. В., Голодяева В. И. Научные подходы к развитию туризма в Российской Федерации в условиях кризиса, санкций и геополитической нестабильности. Вестник РМАТ. 2016. № 1. С. 126–131.
11. Гурська І. С., Герасимів З. М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88–92. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.20.88.
12. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? Електронний ресурс. Режим доступу: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
13. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua>. (дата звернення 7.12.2022).
14. Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с. Електронний ресурс. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/dyadechko24.htm.
16. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.
17. Івано-Франківщина туристична. Режим доступу: <https://iftourism.com/news/article/na-ivano-frankivshchini-pracuvativatimut-nad-stvorennyam-dmo>
18. Інформаційне агентство «Інтерфакс Україна». URL <https://ua.interfax.com.ua/news/general/845741.html>

19. Каднічанський, Д., Каднічанська, М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів, 2020. С. 132-135.
20. Калуцький І. Ф., Ковальська Л. В. 2016. Розвиток туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та військово-політичного конфлікту в Україні. Географія і туризм. 33. С. 19-29.
21. Катаєва М. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. Вечірній Київ. 27 вересня 2022 р. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973/>.
22. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
23. Клименюк О. В. Методологія та методи наукового дослідження: Навчальний посібник. Київ: Міленіум, 2005. 186 с.
24. Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. (2020). Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. Журнал геології, географії та геоекології , 29 (1), 94-101. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112009>.
25. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 337–341.
26. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. segodnya.ua, 2022. URL:

- <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>.
27. Машіка Г. В., П'ятка Н. С. Особливості функціонування суб'єктів туристичної індустрії в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1833>.
28. Моца, А., Шевчук, С., & Середя, Н. (2022). Перспективи після воєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.
29. Олесків М., голова Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). У першу чергу зосередимося на розбудові Карпатського туристичного регіону. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubriceconomy/3677158-marana-oleskiv-golova-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-dart.html>.
30. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. unian.ua, 2022. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/osnovni-vtrati-shche-poperedu-ukrajincyam-rozpovili-yak-viynavdarila-po-turizmu-novini-ukrajina-11866203.html>.
31. Павлиш О. Через війну надходження до держбюджету від туристичної галузі впали до 18%. epravda.com.ua, 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142>.
32. Паньків Н. Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. Креативний простір в Україні та світі: кол. моногр. Харків : СГНТМ «Новий курс», 2022. С. 154–162.
33. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. bbc.com, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>.
34. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL:

<https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.

35. Про страхування: Закон України від 1996. No 18 / верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр> Text (дата звернення 7.12.2022).
36. Про туризм: Закон України від 1995. No 31 / верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> Text (дата звернення 7.12.2022).
37. Роздорожнюк О. Екскурсії під час війни: як змінилася робота українських гідів та екскурсоводів. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/ekskursiyi-pid-chas-vijny-yak-zminylasya-robota-ukrayinskyh-gidiv/>.
38. Нетудихатько І. Екскурсовод і війна: виклики доби. URL: <https://edu.captain.kiev.ua/events/guideandthewar>.
39. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
40. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. DOI: 63 <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>
41. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. Ефективна економіка. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90>
42. Туристичний барометр України. Київ. 2020. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>.
43. Україна, Литва та Польща розпочали працювати над оцифруванням культурної спадщини України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://surl.li/gnuho>.

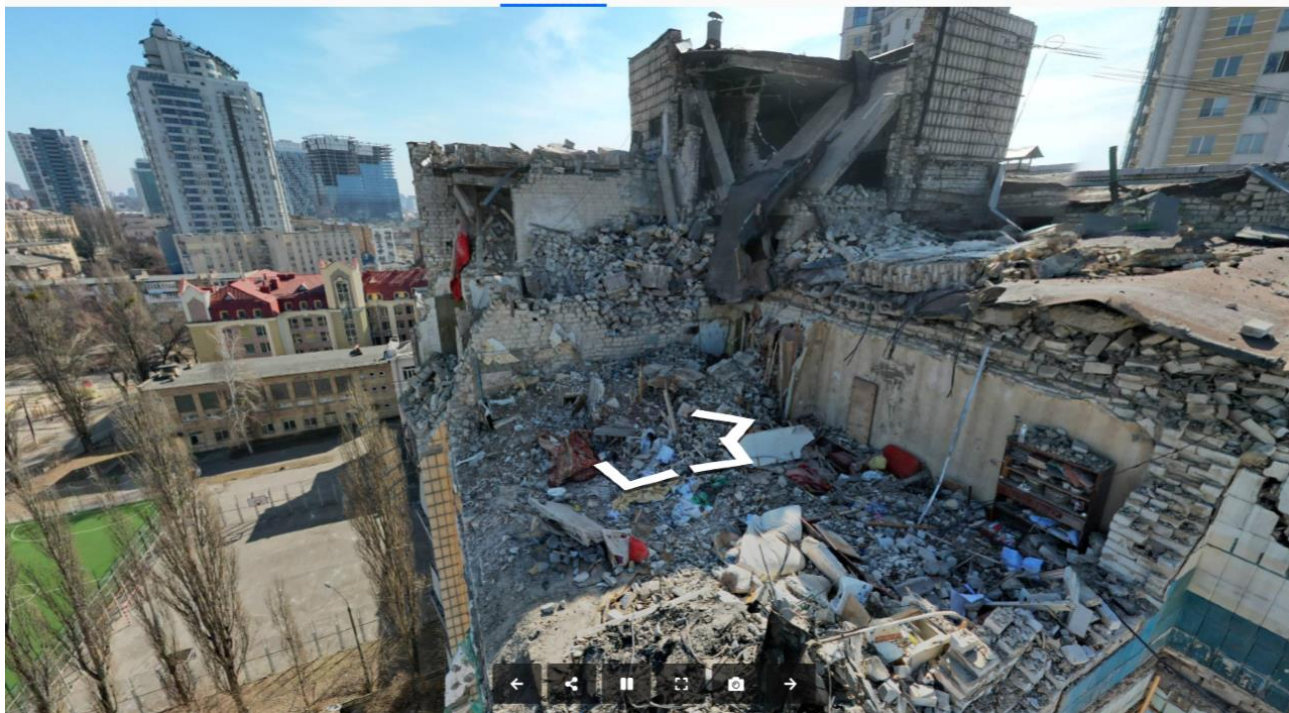
44. Україна посіла перше місце в рейтингу як найдоступніша країна для подорожей на авто. tsn.ua, 2021. URL: <https://tsn.ua/auto/news/ukrayina/ukrayina-posila-pershe-misce-v-reytingu-yak-naydostupnisha-krayinadlya-podorozhey-na-avto-1800112.html>.
45. Українці створили 3D-тури зруйнованими Бучею, Бородянкою, Ірпенем та іншими містами Київщини. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://visitukraine.today/uk/blog/425/ukrainci-stvorili-3d-turi>
46. Через війну надходження до держбюджету від тур галузі скоротилися майже на 34%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-34>.
47. Чорненька Н. в. Безпека туризму. Навч. посіб. Київ: Кондор. 2019. 187 с.
48. Чорний О. «Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни». – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-rkie-vremena-vperediproishodit-turizmom-1657645856.html>
49. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-vukrayinivplinula-na-ievropeyskiy-turizm>.
50. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novayastranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html>.
51. Як виглядає туризм під час війни. Електронний ресурс. Режим доступу: https://zaxid.net/statti_tag50974

52. Якименко-Терещенко Н. В., Мірко Н. В., Моца А. А. Ровиток індустрії туризму у повоєнний період. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 44. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1901>
53. Grzinić J. Croatian Tourism Offer in The War and After War Period. *Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2010. № 8 (2). P. 121–136

ДОДАТКИ

Додаток А*Додаток Б*

«Доторкнись до України», де можна зблизька побачити оцифровані 3D об'єкти інтерактивної скульптури «Батьківщина-Мати» та найбільшого літака «Мрія», який під час вторгнення в Україну знищили російські окупанти. А також віртуальні 3D-тури локацій та будівель Києва, які були зруйновані внаслідок російської агресії, що розміщені на культурно-туристичному хабі столиці.

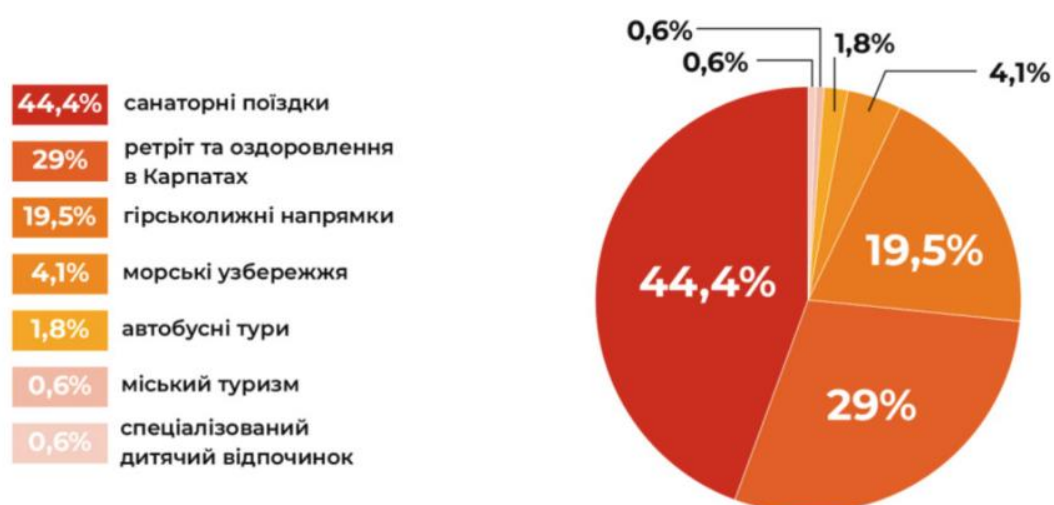


*Віртуальні тури зруйнованими внаслідок російської агресії
локаціями міста.*

Додаток В

Напрямки внутрішнього туризму

Станом на початок листопада 2022



Інфографіка Join Up (2022 рік)

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ВІД ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ПО ОБЛАСТЯХ ЗА 1 КВАРТАЛ (2021-2023 рр.)



ПОДАТКИ, млн грн:	2021	2022	2023
Закарпатська	11,5	14,6	16,8
Ів.-Франківська	33,7	33,4	30,2
м. Київ	125,1	107,6	57,0
Львівська	37,9	52,1	60,4
Миколаївська	6,0	6,0	2,0
Одеська	191,5	24,2	15,2
Херсонська	6,8	7,0	0,2
Чернівецька	2,6	2,6	5,2



Додаток Д

Країни ЄС, які заборонили туристичні візи росіянам



Бельгія



Данія



Естонія



Литва



Латвія



Нідерланди



Словаччина



Чехія