

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана  
(кафедра регіоналістики і туризму)  
Державне агентство розвитку туризму України  
Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України  
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)  
Херсонський державний аграрно-економічний університет (Україна)

# **ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ВІДНОВЛЕННЯ**

**Збірник матеріалів**  
**Міжнародного туристичного форуму**



**м. Київ**  
**21–22 березня 2023 р.**

УДК 338.48(477)(06)  
Т87

*Рекомендовано до друку Вченою Радою факультету маркетингу  
Київського національного економічного університету імені Вадима  
Гетьмана, Протокол № 9 від 21 квітня 2023 р.*

**Туризм в Україні: виклики та відновлення** [Електронний ресурс] : Зб. матеріалів  
Т87 Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний універси-  
теті імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 року. К. : КНЕУ, 2023. 337 с.  
ISBN 978-966-926-440-4

Проаналізовано стан туристичної галузі України та загальні тенденції розвитку у післявоєн-  
ний період; розкрито питання туроператорської діяльності під час військового стану; розглянуто  
досвід та бачення провідних туристичних компаній від адаптації до викликів після Перемоги;  
визначено просторовий, інституційний, економічний виміри туристичного потенціалу регіонів  
України; запропоновано практичний досвід, нові тренди, нові можливості, нові маршрути; опра-  
цьовано міжнародний досвід відбудови туристичного сектору після збройних конфліктів; запро-  
поновано візію та стратегію повоєнного відновлення українського туризму та місце України у  
майбутньому світовому туристичному просторі.

Для науковців та науково-педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти ЗВО, держав-  
них службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, усіх зацікавлених у тема-  
тиці форуму.

УДК 338.48(477)(06)

*Матеріали друкуються в авторській редакції.  
Відповідальність за науковий рівень публікацій, обґрунтованість висновків,  
достовірність результатів, наявність плагіату несуть автори*

Коли туристичні онлайн-агентства налагоджують такі партнерські відносини між компаніями, їм зазвичай доводиться відмовлятися від майже половини своїх комісійних, втрачати комунікацію з клієнтами та стикатися з перспективою того, що їхній бізнес стає все більш диверсифікованим.

Проте Expedia Group стверджують, що подорожі — це «не гра з нульовою сумою», і є місце для нових партнерів. Expedia адмініструє туристичні пропозиції для кількох найбільших банків Канади, включаючи TD Bank і Royal Bank of Canada, послуги тимчасового розміщення для American Express Global Business Travel, American Express Travel, Accor, JP Morgan Chase, авіакомпаній та ін. Expedia може конкурувати завдяки розмаїтості брендів і «потужній програмі лояльності», яка зазнає перезапуску та буде об'єднана в одну з кількох у 2023 р. За 12 місяців до 30 вересня 2022 року b2b сегмент «Expedia» отримав \$554 млн скоригованого прибутку до вирахування відсотків, податків і амортизації при доході в \$2,35 млрд.

Туристичні пропозиції окремих банків наразі становлять незначну частину загального об'єму продажів Expedia та Booking. Проте, якщо туристичні програми банків продовжуватимуть зростати, мандрівники звикатимуть купувати подорожі через компанії кредитних карток та операторів банківських рахунків з їхніми кешбеками і балами лояльності.

### **Література**

1. Онлайн-турагентства: ключевой игрок в возрождении европейского туризма после COVID-19. HITEC Bytes. URL: <https://bytes.hitec.org/details/4114391.html>
2. UNWTO World Tourism Barometer /Volume 2 Issue 1. January 2023. 6 p.

n.chorna@vtei.edu.ua

**Чорна Н. М.**

*д-р істор. наук, професор*

*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна*

## **ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ**

**Анотація.** Проаналізовано стан і тенденції розвитку туризму в Україні в умовах війни, з урахуванням сьогоденних викликів і ризиків. Зроблено спробу означити перспективи розвитку туристичної галузі у повоєнний період, після Перемоги. Зазначено, що стан туризму та спрямованість його розвитку будуть залежати від низки взаємопов'язаних чинників, та розглянуто їх.

**Ключові слова:** туризм, туристична галузь, війна, Україна, перспективи.

Туристична галузь України, пройшовши перевірку пандемією covid-19 та, здавалося, щойно взявши курс на відновлення, у зв'язку з початком повномасштабної війни росії проти нашої держави опинилася перед черговим випробуванням.

Першим під ударом опинився міжнародний туризм: у зв'язку з високим ризиком початку широкомасштабних бойових дій на території України, вже 14 лютого 2022 р. міжнародні страхові компанії, які займаються страхуванням авіаперевезень, припинили страхувати літаки для польотів над територією нашої держави, у зв'язку з чим більшість авіакомпаній були вимушені припинити польоти. Деякі інші компанії, приміром «Ryanair», продовжили свою роботу, проте, звісно, ненадовго. Авіасполучення з сусідніми та іншими країнами, таким чином, припинилися, і міжнародний туризм також став.

Деякі рухи, щоправда, у цьому сегменті туризму ще який час мали місце, та пов'язані вони були не з організацією відпочинку, а з поверненням туристів з нього, адже га початок війни велика кількість українців опинилися закордоном, адже перебували в турах, і туристичним операторам довелося провести колосальну роботу, аби повернути їх додому.

Що стосується внутрішнього туризму, з початком війни він зіткнувся з низкою інших викликів. По-перше, у пошуках безпеки, величезні маси людей почали переміщуватися із зони бойових дій у відносно більш безпечні центральні, а особливо західні регіони держави, і готельний фонд у них вже в перші дні повномасштабного вторгнення виявився повністю завантаженим. Та мова йшла не про туристів, а про внутрішньо переміщених осіб. По-друге, велика частина працівників туристичної галузі активно зайнялися волонтерством, деякі інші були змушені покинути місце свого проживання та переїхати, в т. ч. закордон. По-третє, війна спричинила до втрати величезною кількістю людей звичних доходів, а в багатьох випадках — ще й майна. І, по четверте, більшість українців морально не могли собі дозволити подорожувати, з поваги до тих, хто боронить державу на фронті чи прискорює Перемогу в тилу.

Та вже за кілька місяців, коли остаточно стало зрозуміло, що війна — це нова реальність, а економіка має працювати навіть у таких важких умовах, туризм почав потрохи повертатися до життя і подорожі відновилися. Так, з часом більшість суспільства укріпилася в своєму сприйнятті туризму не як сфери розваг, а як сфери економіки, яка забезпечує багатьом громадянам доходи, а також надходження коштів до державного бюджету. Крім того, більшість туристичних підприємств активно зайнялася волонтерством і велику частину своїх прибутків почала віддавати на потреби Збройних Сил України.

Значно у зв'язку з піднесенням патріотичних настроїв, а також у зв'язку з потребою пере-завантажитися та відволіктися від шокуючих реалій, до того ж не за всі гроші, почав зростати попит на внутрішній туризм. Так, вже на травень — червень 2022 р. у закладах розміщення західного регіону звільнилася велика кількість ліжко-місць і основні туристичні потоки спрямувалися саме туди.

Що стосується виїзного туризму, у зв'язку з запровадженими обмеженнями переважна більшість подорожуючих закордон була представлена жінками та дітьми. У практику туризму повернулися закордонні автобусні тури, а також авіатури з вильотом із Молдови (м. Кишинів), Польщі (м. Краків, Варшава, Жешув, Катовіце, ін.), Румунії (м. Бухарест), ін.

Поширеною стала практика замовлення наземного обслуговування громадянами України, які опинились в Європі, в українських туроператорів. Непоодинокими є випадки, коли українці закордоном долучаються до організованих груп, які виїжджають на відпочинок з України.

Ще однією характерною рисою виїзного туризму стало бронювання для українських туристів лише тих готелів, у яких не зупиняються туристи з Росії.

Серед країн, які у 2022 р. українці обирали для відпочинку, лідерами були Болгарія, Туреччина, Єгипет, Чорногорія, Хорватія, Греція [1].

Що стосується в'їзного туризму, згідно з даними Держприкордонслужби, у січні-лютому в Україну в'їхало 825 000 іноземців, протягом березня — квітня — 280 000, протягом травня — серпня — 710 000 осіб. Найбільше серед них було громадян Угорщини, Румунії, Польщі та Молдови, трохи менше — громадян Білорусі, США, Туреччини, Литви, Великої Британії, Німеччини, Словаччини, Чехії. Та дуже складно говорити про те, скільки з них приїхали в Україну дійсно з туристичною метою, а не в якості журналістів, дипломатичних працівників, волонтерів, громадських активістів, близьких та родичів українців. Достойменно відомо лише про хасидів, які приїжджали до м. Умані на святкування Рош га-Шана. За наявною інформацією, у 2022 р. їх кількість склала 23 тис. осіб, тоді, як у 2020 р. — 2,5 тис., а в 2021 р. — 30 тис. осіб [2].

Та точки зору бізнесу, вже дуже скоро стало зрозуміло, що таких замовлень достатньо лише для часткового покриття звичних обсягів подорожей, тому, щоб вийти на повне завантаження, українські туроператори почали шукати нові можливості для функціонування. Так, з часом багато з них почали започатковувати філії на території Молдови, Казахстану, Польщі, Латвії, Литви, Естонії, ін.

Серед тенденцій, які характеризують розвиток туризму в Україні на початку 2023 р., основними, на наш погляд, є:

– переважання серед бронювань санаторного (оздоровчого) відпочинку та відпочинку для заспокоєння і релаксу, у місцях, розміщених якомога далі від повітряних тривог і вибухів;

- приділення великої уваги питанням безперебійної наявності у закладах розміщення
- світла, води, зв'язку;
- збільшення кількості бронювань соло-турів для однієї людини або сімейних поїздок та, відповідно, зменшення популярності групових турів;
- збільшення кількості бронювань турів «на завтра», адже довгострокове планування стає все більше розкішшю, про яку можна лише мріяти.

Розглядаючи можливі сценарії розвитку туристичної галузі України у повоєнний період, фахівці, чи не в один голос, роблять оптимістичні прогнози. Після Перемоги, — переконані вони, — іноземці хотітимуть відвідати нашу державу та на власні очі побачити те, про що багато дізналися в період війни, коли світ, як кажуть, «відкрив для себе Україну».

Роблячи оптимістичні прогнози, фахівці часто беруть за приклад досвід Хорватії, Боснії та Герцеговини, Кіпру, Єгипту, Ізраїлю, які відносно швидко змогли відновитися після війни та стати туристично привабливими. Та не слід забувати, що війна, яка наразі триває в Україні, немає аналогів у сучасній європейській історії, а тому всі порівняння є некоректними.

Безсумнівно, перспективи відновлення та розвитку туризму в Україні значно будуть залежати від того, в якому стані опиняться інфраструктура, об'єкти історико-культурної спадщини, природно-рекреаційні ресурси, а також загальний рівень життя в країні, безпеки подорожей тощо у повоєнний період.

Маємо також розуміти, що перспективи туризму в Україні значно будуть залежати від спроможності уряду належним чином презентувати нашу державу на міжнародному ринку та сформувати їй імідж безпечної для відпочинку. Про популяризацію України як туристичної країни, цікавої для іноземних туристів, керівництво держави, на наш погляд, має подумати вже зараз. В іншому випадку, відновлення туризму не буде швидким і розтягнеться на роки, а може й десятиліття.

### ***Література***

1. Родак К. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». Як виглядає туризм під час війни. URL : [https://zaxid.net/turizm\\_pid\\_chas\\_viyni\\_2022\\_fakti\\_vid\\_turistichnih\\_firm\\_lvova\\_n1542665](https://zaxid.net/turizm_pid_chas_viyni_2022_fakti_vid_turistichnih_firm_lvova_n1542665) (дата звернення: 09.03.2023)

2. Тараненко А. Чи існує туризм в Україні під час війни. URL : <https://expedicia.org/chi-isnuie-turizm-v-ukraini-pid-chas-viyni/> (дата звернення: 09.03.2023)

kre\_shevchenko.olga@kneu.edu.ua

**Шевченко О. В.**

*доктор економічних наук, доцент, кафедра регіоналістики і туризму  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна*

## **РЕАЛІЇ ТА ВИКЛИКИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ**

**Анотація.** У дослідженні показано проблеми застосування інноваційних технологій у туристичній сфері. Доведено необхідність систематизації інноваційних процесів та розроблення інноваційного продукту. Розкрито економічні та суспільні вигоди від оновлення підходів та інструментарію до використання інновацій у туристичній сфері.

**Ключові слова:** туристична сфера, інновації у туризмі, інноваційний продукт.

Сучасний розвиток України характеризується необхідністю відповідати на загрозові зовнішні виклики, використовуючи наявні ресурси і технології та формуючи підґрунтя для введення в господарський обіг нових. Багатогранність соціально-економічного розвитку та