

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ВПЛИВ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ НА РОЗВИТОК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ»**

(на матеріалах туристичної компанії «Trigor Tour»)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи МТБ-21з(м),
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Міжнародний туристичний
бізнес»

Яни
СВІЧКАР

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Наталя
ОНИЩУК

Гарант
освітньо-професійної програми
доктор історичних наук,
професор

Наталія
ЧОРНА

Вінниця – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	6
1.1. Інтегрованість національного туристичного ринку в світовий туристичний простір.....	6
1.2. Фактори розвитку внутрішнього туризму	14
1.3. Фактори розвитку виїзного туризму	22
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	26
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу туризму в регіонах країни	26
2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення туризму в регіонах країни.....	30
2.3. Аналіз діяльності туристичної компанії «Trigor Tour» в умовах воєнного стану.....	36
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	39
3.1. Сучасні проблеми розвитку національного туристичного ринку в Україні.....	39
3.2. Організаційно-економічні заходи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку	48
3.3. Пропозиції для компанії «Trigor Tour» щодо стабілізації бізнесу.....	58
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

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

Туристична галузь, як і більшість галузей державного сектору, зазнала значного впливу масштабної військової операції та зіткнулася з низкою суттєвих викликів, пов'язаних зі значним руйнуванням природної, історичної, культурної та духовної спадщини України та туристичної інфраструктури, що використовувалася для розвитку туризму в країні.

Питанням розвитку туристичної галузі України присвячено чимало наукових і практичних досліджень. Зокрема, Т. Сак, І. Біленька та Ю. Токачук проаналізували екологічні та економічні наслідки російсько-української війни; у дослідженні Н. Паньків розглянуто вплив війни на туризм та обговорено поведінку учасників туристичного ринку на всіх етапах кризи. Зокрема, дослідження ролі туризму у воєнний час представлені в роботах таких вітчизняних експертів, як Мар'яна Олесків, Ірина Дворська, Євгенія Кудрявцева, Максим Орищак, Богдан Слуцький та інших вітчизняних експертів.

Різні аспекти розвитку повоєнного туризму висвітлювали такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як К. Вебстер, С. Іванов, З. Косуха, І. Шамала, М. Савченко, М. Метревелі та Д. Тімоті. Поняття "військовий туризм" або "воєнний туризм" як перспективний вид туризму в післявоєнний період можна знайти в роботах Г.М. Заваліки, Д. Каднічанського, М. Каднічанської та І.Г. Смірнова.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей і тенденцій розвитку національного ринку туристичних послуг України під впливом війни.

Завдання дослідження:

- визначити інтегрованість національного туристичного ринку в світовий туристичний простір;
- проаналізувати фактори розвитку внутрішнього туризму;
- проаналізувати фактори розвитку виїзного туризму;
- оцінити ресурсний потенціал туризму в регіонах країни;
- оцінити інфраструктурне забезпечення туризму в регіонах країни;
- проаналізувати діяльність туристичної компанії «Trigor Tour» в умовах воєнного стану;
- запропонувати організаційно-економічні заходи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку;
- надати пропозиції для компанії «Trigor Tour» щодо стабілізації бізнесу.

Об'єктом дослідження є розвиток національного туристичного ринку під впливом війни росії проти України.

Предметом дослідження є розвиток туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану на прикладі туристичної компанії «Trigor Tour».

Для досягнення поставлених завдань були використані наступні методи дослідження:

- логічне узагальнення (для забезпечення послідовності у проведенні наукового дослідження та формулюванні висновків);
- узагальнення та систематизація (для систематизації думок науковців та узагальнення категоріального апарату).
- аналіз та синтез (для виявлення особливостей, проблем та факторів, що впливають на розвиток внутрішнього туризму в Україні);
- схематизація та графічне зображення (графічне представлення основних теоретичних аспектів проблеми, наочне представлення статистичного матеріалу та аналітичних даних);

- статистичного аналізу та розрахунків (для аналізу розвитку внутрішнього туризму в Україні у повоєнний період).

Наукова новизна дослідження полягає у наступному: подальший розвиток теоретичних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій, щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні у повоєнний період.

Практичне значення результатів дослідження можуть бути використані для розробки програм повоєнного відновлення в туристичній галузі та використані у роботі компанії «Trigor Tour».

Інформаційною базою дослідження виступили підручники, посібники, статті, статистичні дані, фінансова звітність та внутрішні документи туристичної компанії «Trigor Tour», ресурси мережі Інтернет.

Апробація наукових досліджень. За результатами виконання кваліфікаційної роботи були опубліковані дві статті: у збірнику наукових праць за матеріалами XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» 20 квітня 2023р. ВТЕІ КНТЕУ та у збірнику наукових праць за матеріалами X Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології», яка проходила 10 жовтня 2023р. у ВТЕІ КНТЕУ, м. Вінниця.

Структура та обсяг: робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків списку використаних джерел, додатків. Робота містить 6 таблиць, 7 рисунків, 3 додатки. Список використаних джерел нараховує 50 джерел. Основний текст роботи викладено на 60 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Інтегрованість національного туристичного ринку в світовий туристичний простір

Туризм як явище глобального порядку дедалі більше стає явищем геополітичним. Про це свідчать безпрецедентні обсяги міжнародних туристичних потоків, які перетинають кордони суто економічних регіонів. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), до 2020 року кількість міжнародних туристів досягне майже 1,5 млрд. осіб. Перспективи подальшого розвитку туризму нині закономірно пов'язують не лише з демографічними та технологічними змінами (хоча цей підхід є домінуючим), а й з глобальними політичними змінами та очікуваними тенденціями розвитку світового геополітичного простору, які мають дуже сильний вплив на туризм.

Сучасна глобальна політична ситуація підвищує ризики для всіх учасників міжнародного туристичного ринку. Основними геополітичними факторами, які безпосередньо впливають на динаміку та розподіл туристичних потоків, є: політичні потрясіння, терористичні акти, військові конфлікти.

Вплив війни на туристичну галузь є важливою сферою досліджень як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Конфлікти та війни можуть мати значні економічні, соціальні та культурні наслідки, які можуть негативно вплинути на туристичну галузь, економічні показники та соціальний розвиток. Розуміння теоретичних основ цих впливів має важливе значення для розробки ефективних стратегій для їх пом'якшення. Розвиток туризму залежить від його здатності створювати нові робочі місця, збільшувати ВВП і знижувати рівень бідності. Але війна може суттєво зменшити туристичні потоки, зупинити

інвестиції, затримати розвиток інфраструктури, знизити зайнятість та економічне зростання в окремих регіонах і в країні в цілому.

Вплив війни на туризм також пов'язаний з теорією управління ризиками та кризовими ситуаціями. Згідно з цією теорією, війна може створити серйозні проблеми для туристичної галузі і вимагати термінових дій як з боку туристичної індустрії, так і з боку уряду. Для того, щоб мінімізувати вплив війни на туристичну діяльність, необхідно розробити та оцінити ефективні стратегії управління ризиками та кризовими ситуаціями в туристичній галузі. Крім того, вплив війни на туризм можна також проаналізувати з точки зору соціальної відповідальності. Туристична галузь є рушійною силою економіки багатьох країн і відіграє вирішальну роль у їхньому розвитку. Тому туристична індустрія зобов'язана підтримувати місцеві громади, захищати навколишнє середовище та сприяти миру і стабільності. Вплив війни і конфліктів на туризм може серйозно підірвати ці обов'язки і мати негативний вплив на суспільство і навколишнє середовище.

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

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

Теоретичне підґрунтя дослідження впливу війни на розвиток туризму в Україні можна охарактеризувати певними позиціями. Однією з важливих теоретичних позицій є економічна складова, яка розглядає вплив війни на місцеву економіку. Цей компонент підкреслює потенційні економічні втрати, які можуть бути наслідком конфлікту, такі як зниження доходів від туризму, втрата робочих місць та пошкодження інфраструктури. Економічний компонент також може бути використаний для вивчення потенціалу

економічного відновлення туристичного сектору в післявоєнний період через розвиток туристичної інфраструктури, маркетингових стратегій і політики підтримки інвестицій у туристичний сектор.

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

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

Теоретично дослідження впливу війни на туризм ґрунтується на теоріях розвитку туризму. Згідно з цією теорією, розвиток туризму пов'язаний з економічними, соціальними та культурними факторами, які сприяють здатності туризму створювати нові робочі місця, збільшувати ВВП і знижувати рівень бідності. Однак війна може значно зменшити туристичні потоки, зупинити інвестиції та розвиток інфраструктури, призвести до скорочення кількості робочих місць та економічного зростання в країні [24].

Вивчення впливу війни на туризм є важливим питанням, оскільки конфлікт може вплинути на розвиток туризму та мати значний економічний вплив на країну. Теоретичні дослідження впливу війни на туризм також ґрунтуються на теорії управління ризиками та кризовими ситуаціями. Згідно з цією теорією, війна може створити серйозні виклики для туристичної індустрії

і може вимагати втручання галузі та уряду в кризові ситуації. Дослідження повинні також вивчати ефективність стратегій управління ризиками та кризовими ситуаціями в туристичній галузі та роль міжнародних організацій, таких як Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), у захисті та відновленні туристичної інфраструктури в країнах, що постраждали від війни та кризи.

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

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

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

Насправді туристичний потік значно відновився в усьому світі, порівняно з низькими рівнями на початку 2021 року. Хоча це збільшення відбувається на тлі низьких показників, воно не компенсує збитків, понесених

через вплив пандемії COVID-19. Прибуття туристів до Європи та Америки залишається на 36% і 40% відповідно нижче рівня 2019 року (тобто до пандемії) [1]. Вторгнення росії в Україну посилює невизначеність у світовій економіці, підірвало впевненість споживачів та європейців у безпечному відпочинку та збільшило невизначеність щодо інвестицій та подальшого розвитку туризму.

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

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

За даними Мінекономрозвитку, у 2016 році Україна посіла 27 місце серед 30 найпривабливіших країн для іноземних туристів; за даними BusinessViews, Україна випередила Ірландію, Швейцарію, Сінгапур та 150 інших країн. У 2017 році, за даними Світового банку, вона змогла піднятися на 25 місце. За попередніми прогнозами, цей рейтинг може бути збережений у

2018 році. До пандемії COVID-19 внутрішній туризм перебував у стадії відновлення після подій 2014 року. Згідно з аналізом динаміки структури та видів туризму за 2017-2021 роки, найбільшу кількість українських туристів та пасажирів становили іноземні туристи, при цьому динаміка внутрішнього туризму в структурі перевезень зростає (див. табл. 1.1).

Слід зазначити, що після втрати Криму у 2015 році внутрішній туристичний сектор зазнав значних втрат, але тим не менш, у 2017-2021 роках Україну продовжували відвідувати іноземні туристи з метою відпочинку та оздоровлення, причому невелику частину з них становили офіційні та ділові туристи, що пов'язано з участю в лікувальному та спортивному туризмі [31].

Таблиця 1.1. - Структура та види туризму в Україні за 2018 - 2021рр.

Види туризму	2018	2019	2020	2021
В'їзний	34 062	38 503	74 636	85 930
Виїзний	2 050 873	2 0378 734	4 035 602	5 415 977
Внутрішній	423 462	466 817	455 899	510 272
Усього кількість туристів	2 569 615	2 707 536	4 668 447	6 243 086

Розглядаючи темпи зміни структури та видів туризму в період 2018-2021 років (див. Таблицю 1.2), Україна за цей період показала приріст іноземних туристів на 17%, а внутрішніх - на 30%, причому максимальний темп зростання становив 17%. Зростання внутрішнього зареєстрованого туризму на 69% доводить, що до події у 2022 році туризм перебував на стадії розвитку [32].

Таблиця 1.2 - Зміни в структурі та видів туризму в Україні за 2018 - 2021 р.

Види туризму	Зміни за 2018 - 2021 рр. у %
В'їзний	18%
Виїзний	31%
Внутрішній	70%

Традиційно українці відвідують країни, що межують з Молдовою, Білоруссю, Польщею, Угорщиною та Румунією (див. таблицю 1.3); з 2018 року частка цих країн поступово зменшилася з 85,5% до 80,7%, що пов'язано,

зокрема, зі змінами до Митного кодексу України з 1 січня 2019 року, які пояснюються значними обмеженнями на безмитне переміщення товарів через кордон. З огляду на те, що громадяни перших семи країн-сусідів становлять 83% усіх іноземців, які в'їжджають в Україну, коливання туристичних потоків значною мірою залежать від цих країн [33].

Таблиця 1.3 - ТОП - 14 країн, громадяни яких найчастіше відвідували Україну у період з 2018 - 2021 рр.

Країни	2018	2019	2020	2021	Приріст 2017-2021
Молдова	1 895,7	2 022,3	1 858,7	1 684,5	-18,4
Білорусь	686,9	1 027,0	1 055,4	908,5	2,4
Польща	555,5	553	532,4	513,5	-7,8
Угорщина	581,3	608	447,4	417,3	-17,9
Румунія	363,8	401,6	342,8	342,7	-10,3
Словаччина	204,6	157,8	142,7	136,6	-36,3
Туреччина	86,7	112,4	133,3	134,7	52,8
Ізраїль	77,8	98,8	124,6	132	117,2
Німеччина	70,4	86,5	97,6	114,8	75,1
США	62,8	72,5	80,4	84,2	82,5
Великобританія	28,8	34,3	56,1	57,7	143,7
Азербайджан	42,3	44	42,5	43,3	12,2
Литва	22,2	33	41,1	53,2	232,5
Італія	31,3	34,5	41,4	44,2	55,4

Незважаючи на зменшення транскордонних покупок у першому півріччі 2019 року порівняно з першим півріччям 2018 року, спостерігається якісна зміна в структурі потоку туристів з транскордонних країн. Так, через зменшення транскордонних покупок у першому півріччі 2019 року порівняно з першим півріччям 2018 року спостерігається якісна зміна в структурі потоку туристів з транскордонних країн. Відповідно, суттєво зросли прибуття з наступних країн: Великобританія 61,8%, Ізраїль 25,9%, Литва 20,3%, Туреччина 16,2%, Чехія 15,6%, Італія 13,9%, Німеччина 12,7%, США 12,5%, Франція 8,1% та Азербайджан 1,2% [33]. Реальну кількість іноземців, які

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

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

Таблиця 1.4. Доходи від туристичної діяльності за період 2018 - 2021рр.

Роки	Загальний дохід від надання туристичних послуг, млрд грн
2018	11,9
2019	18
2020	21
2021	32,6

Станом на кінець 2021 року відновлення туристичної галузі демонструвало позитивну динаміку, приплив туристів в Україну досяг 3 млн [2]. Прибутки від туризму знову почали зростати. Але потім, на початку 2022 року, напруга між Україною та росією загострилася, почалося повномасштабне вторгнення, майже всі бронювання у туристичній сфері були скасовані. З початком повної війни туристична галузь опинилася в найгіршому стані за всю історію розвитку українського туризму [3].

Попри втрати в українському туристичному секторі через війну, туристичні збори за перші чотири місяці 2022 року склали 64 млн 611 тис. грн, що майже на 65% більше, ніж за аналогічний період 2021 року, коли до бюджету надійшло 39 млн 206 тис. грн. До п'ятірки лідерів зі сплати туристичного збору увійшли місто Київ та чотири області. Так, місто Київ поповнило свій бюджет на понад 18 млн грн, а найбільше зростання порівняно

з аналогічним періодом 2021 року зафіксовано у Львівській області - на 268%. Бюджет від області склав 11,046 млн грн.

У підсумку, інтегрованість українського туристичного ринку в світовий туристичний простір є важливим напрямком розвитку для України. Вона відкриває нові можливості для економіки країни, сприяє культурному обміну та підвищує її міжнародний статус. Попри виклики, такі як пандемія, Україна продовжує розвивати свою роль на світовому туристичному ринку, і має потенціал стати популярним напрямком для подорожей в майбутньому.

1.2. Фактори розвитку внутрішнього туризму

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

Наступні області генерують найбільше доходів від податку на туризм:

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

Тож ми бачимо, що туризм в Україні ще певним чином існує. Під час війни екотуризм залишався популярним серед українців, особливо на Заході.

На жаль, діловий туризм був повністю зупинений. З 24 лютого цього року ні місцевий бізнес, ні іноземні учасники не мають пріоритету в Україні, це небезпечно і створює проблему. Щоправда важливо визнати, що діловий туризм почав «страждати» ще за часів COVID-19, ця пандемія навчила нас проводити ділові заходи онлайн без негативного впливу на їх якість чи ефективність.

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

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

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

Створення та організація маршрутів та екскурсій з урахуванням розташування прилеглих бомбосховищ. Туроператори і гіді, що складають

туристичні маршрути, повинні розглянути можливість надання туристам безпечне місце в разі попередження авіації.

Плануючи оглядову поїздку по Україні або похід по протяжному маршруту, варто враховувати час, так як сьогодні діє комендантська година. Для підтримки правопорядку в умовах воєнного стану в усіх регіонах України запроваджено комендантську годину. Як правило, з 23:00 до 05:00 год.

Тому цю вимогу слід враховувати при плануванні відпустки та відвідуванні певних місць. Кожен регіон мають свої особливості туристичної діяльності в цьому регіоні під час воєнного стану, і в багатьох випадках це також пов'язано з певними обмеженнями, що застосовуються до окремих регіонів (Додаток А).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Рисунок 1.1 - Залученість українців до внутрішнього туризму (%) [19]

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

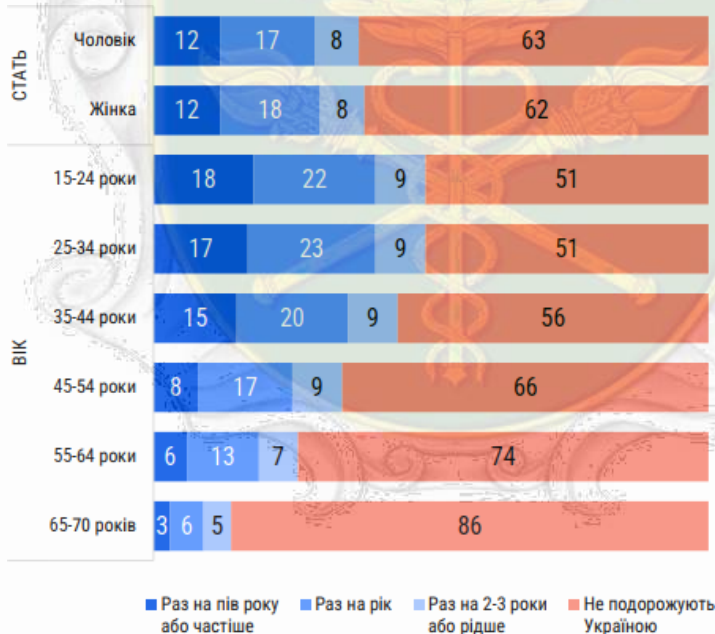


Рисунок 1.2 - Залученість українців до внутрішнього туризму — в залежності від статі й віку респондентів (%) [19]

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

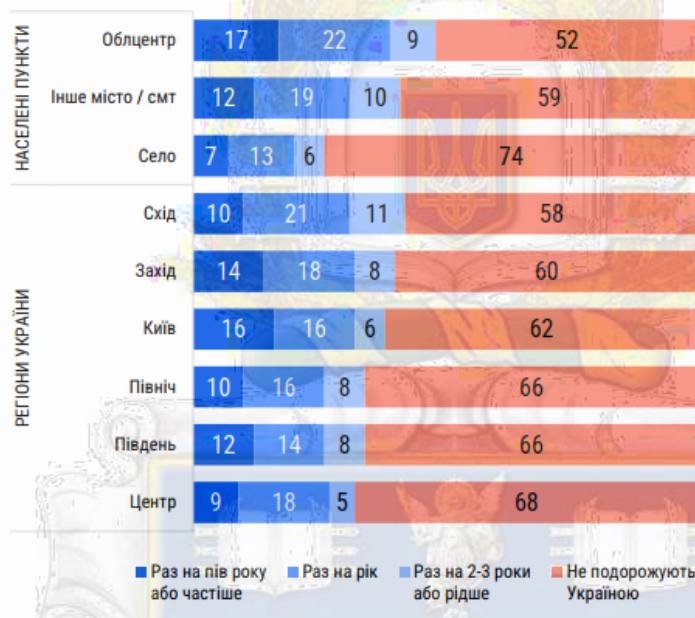


Рисунок 1.3 - Залученість українців до внутрішнього туризму — в залежності від типу населеного пункту й регіону проживання респондентів (%) [19]

Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці - відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці, втім його називають в сім разів рідше, аніж головний мотив подорожей - відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше.



Рисунок 1.4 - Мета подорожей Україною в цілому (%) [19]

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

Представники молоді та старшого покоління мають помітні відмінності у відповідях щодо улюблених видів відпочинку в Україні. Респонденти 55-70 років помітно рідше за інші вікові групи називають пляжний туризм, гірськолижні курорти, екстремальний туризм, розважальні тури та шопінг. Це можна пояснити як віковими особливостями, так і вже згаданим незадовільним матеріальним становищем пенсіонерів, до яких багато хто з категорії 55-70 років відноситься. Натомість ця категорія майже вчетверо частіше згадує про лікувально-оздоровчий туризм, як свій улюблений, що є очікуваним з огляду на загальний гірший стан здоров'я старшого покоління у порівнянні із молодими респондентами.

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

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

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

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

Тип населеного пункту також впливає на туристичну активність. Міські жителі, особливо мешканці великих міст, подорожують частіше. Регіональні відмінності в Україні не є значущими, але жителі Сходу і Заходу країни виявляють більшу активність порівняно з південними і центральними областями.

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

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

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

1.3. Фактори розвитку виїзного туризму

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

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

Безпека: В першу чергу, стан безпеки впливає на рішення туристів. Тому незважаючи на значне підвищення цін подорожі закордон користуються значним попитом через можливість відчувати себе в безпеці.

Вартість і валютна нестабільність: Через значні коливання валютного курсу, змінюється вартість туру. Нестабільність в цьому плані робить подорожі більш витратними для туристів та впливає на прибуток туроператорів.

Лікувальний туризм: Стабільно зростає інтерес до лікувального туризму, зокрема серед військовослужбовців і їх родичів, які потребують

лікування після поранень. Тут ключовою стає доступність висококваліфікованої медичної допомоги та інфраструктури.

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

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

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

В даний час туроператори намагаються компенсувати закриті небо автобусним сполученням з районів, віддалених від війни. Найчастіше пропонуються 2 рішення: Автобусні тури з міст України та авіасалони з найближчих аеропортів сусідніх країн. 1. Одне з таких місць - сусідній Кишинів. Звідти, наприклад, виконуються рейси до Туреччини, Чорногорії, Єгипту та Греції (Крит). Водночас туроператори зараз організовують трансфери до столиці Молдови з Києва, Житомира, Вінниці, Одеси, Дніпра, Кропивницького та деяких інших міст.

Зазвичай організовуються автобусні тури в Болгарію, Туреччину і Чорногорію. Вильоти організовувалися з багатьох великих міст: Києва, Віла-Церкви, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Івано-Франківська, Чернівців, Коломиї, Житомира, Вінниці, Хмельницького, Кам'янець-Подільська. Рідкісний варіант-автобусний тур до Греції. Тепер вони доступні зі столиці України.

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

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

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

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

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

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

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

Необхідно зазначити, що після початку повномасштабного вторгнення ринок виїзного туризму одразу скоротився на 50%. Зараз він поступово набирає обертів та зміг вже повернути собі частину втрачених позицій.



РОЗДІЛ 2

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

2.1. Оцінка ресурсного потенціалу туризму в регіонах країни

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

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

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

Причорноморський: Включає Одеську, Миколаївську та Херсонську області, які частково окуповані і не можуть бути використані в туристичних цілях через видобуток корисних копалин.

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

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

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

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

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

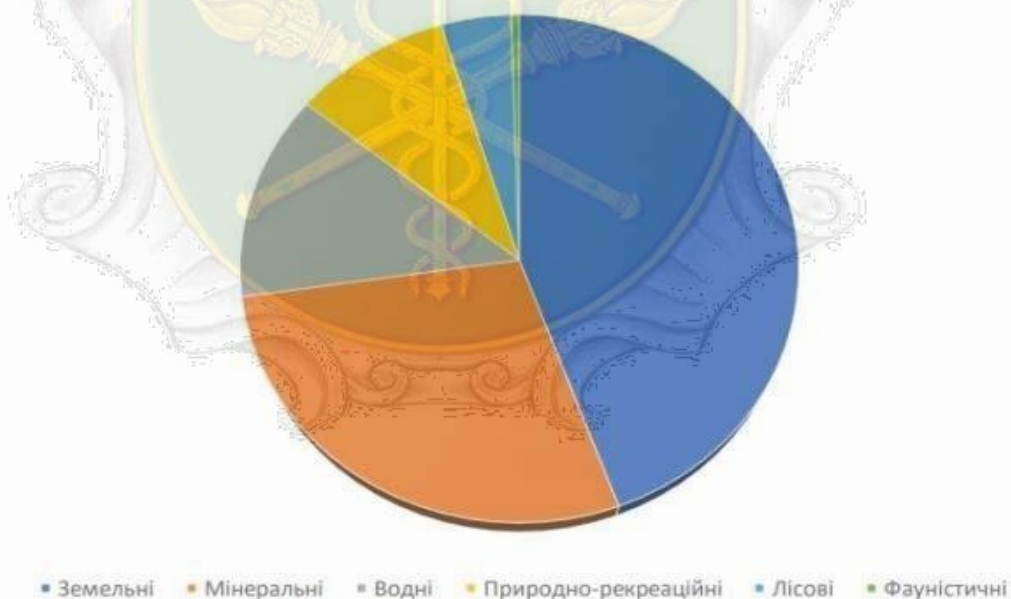


Рисунок 2.1 - Компонентна структура природно-ресурсного потенціалу України

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

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

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

Конфлікт в Україні створює нові виклики для глобального економічного середовища та ризикує підірвати відновлення довіри до подорожей: Хоча на Україну припадає менше 1% міжнародних туристичних витрат у 2020 році, закриття українського повітряного простору та заборона російських авіакомпаній вплинули на внутрішньоєвропейський туризм. Це також призвело до скасування далекомагістральних рейсів між Європою та Східною Азією, що збільшило витрати. Якщо конфлікт продовжиться, світова туристична індустрія може втратити щонайменше 14 мільярдів доларів доходу [12].

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

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

Природні туристичні об'єкти на тимчасово окупованих територіях втрачені: Олешківські дюни, Асканія-Нова, Кімболійська коса, Джалігач, узбережжя Азовського моря (Єнісейське солоне озеро, Рожеве солоне озеро, Кирилівка, Скадовськ, Бердянськ, Очаків і частково Скитаї). Також тимчасово заміновано прикордонну територію України з Білоруссю, що унеможливило відпочинок на Волинському озері та сплави по річках у Національному природному парку "Прип'ять-Стоки".

Той факт, що окупаційні війська не звертають жодної уваги на релігійні споруди на території України, є яскравим свідченням повного забуття моралі та відкидання загальнолюдських цінностей. За даними прес-служби

Міністерства культури та інформаційної політики, з початку широкомасштабної окупації російські агресори зруйнували щонайменше 183 культові споруди в Україні. Зі 183 культових споруд, що постраждали від російської агресії, п'ять є мусульманськими, п'ять - юдейськими, решта 173 - християнськими. Найбільше культових споруд було зруйновано в Донецькій (45) та Луганській (40) областях, далі йдуть Київ (34) та Харків (25) [14]. Найвідомішими об'єктами сакрального туризму, що постраждали від конфлікту, є наступні: Святогірський монастир, собори Чернігівської області (Чернігівський Дитинець та історичні міські стіни, Спасо-Преображенський собор 11 ст., Катерининська церква 18 ст., Борисоглібський собор 12 ст., Єлецький Успенський монастир 11 ст. та ін.).

Чернігівська область, яку відвідують іноземні та вітчизняні туристи, зацікавлені в темному туризмі, стала малодоступною. Серйозної шкоди зазнала готельна інфраструктура в Чернігові, Одесі та Бахмуті.

2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення туризму в регіонах країни

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

Зокрема, О. Носілев, Т. Деділова та І. Токар [55] визначили такі негативні наслідки війни для туристичного сектору неналежний рівень безпеки та захисту туристів; пошкодження та руйнування туристичної інфраструктури та туристичних об'єктів; дефіцит кваліфікованих кадрів у туристичному секторі через значне переміщення населення, в тому числі працівників туристичної сфери; скорочення туристичних програм через перерозподіл фінансових ресурсів на оборонний та соціальний сектори; зниження туристичної привабливості країни; зменшення туристичних потоків та надходжень до бюджету.

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

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

унеможлиблюють пляжні та пішохідні тури, і очікується, що їх ліквідація після закінчення війни займе кілька років.

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

Станом на 5 вересня 2022 року загальний прямий збиток інфраструктурі сягнув 114,5 млрд доларів США. Порівняно з останніми оцінками, сума збитків від руйнування та пошкодження цивільної та військової інфраструктури зросла на 1 мільярд доларів США. За даними Київської школи економіки. Враховуючи ситуацію в Україні, однією з головних умов для здійснення подорожей є розвиток інфраструктури для забезпечення безпечного відпочинку туристів. Відповідно до Туристичного кодексу України, з метою забезпечення безпеки туристів туристичні організації мають такі обов'язки:

Створювати безпечні умови для туристів, організовувати пішохідні, екскурсійні та змагальні маршрути, забезпечувати туристів справним обладнанням та спорядженням.

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

Керівництво підготовкою туристів до екскурсій, походів, змагань та інших туристичних заходів.

Негайно рятувати туристів, які зазнають лиха, та транспортувати потерпілих.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Транспортна інфраструктура є частиною туристичної індустрії, і без її належного функціонування непішохідний туризм неможливий. Об'єкти

транспортної інфраструктури в Київській, Житомирській, Чернігівській, Сумській, Харківській та інших областях були пошкоджені та не могли надавати належні туристичні послуги. Згідно з оцінкою, проведеною КМДА за підтримки Офісу Президента України, Міністерства економіки, Міністерства з питань відновлення тимчасово окупованих громад, Міністерства інфраструктури та регіонального розвитку, пошкодження інфраструктури включають 23,8 000 км доріг (29,8 млн доларів США, необхідних для ремонту), 11 аеропортів (6,8 млн доларів США), 6,6 000 км залізничних колій та 41 залізничний міст (3,6 млн доларів США), 295 дорожніх розв'язок та мостів (1,6 млн доларів США) [8], а інша транспортна інфраструктура, така як водна інфраструктура, ще не була оцінена. Водні порти, особливо в Одесі та на окупованих територіях, були пошкоджені, що негативно вплинуло на міжнародні експортні потоки. Це пов'язано з тим, що ці порти в основному використовувалися морським транспортом.

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

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

Насправді в структурі загальних втрат в українській економіці потреби на відновлення становлять 43%, непрямі економічні втрати - 33% і прямі втрати через руйнування активів - 24% (Рисунок 3). Структура втрат в українському туристичному секторі (Рисунок 4) показує, що більшість витрат є непрямыми (87%), а витрати на відновлення є невеликими (13%). Це свідчить про те, що витрати на відновлення туристичної галузі можна розділити на прямі витрати (наприклад, ремонт і реконструкція туристичних об'єктів, часткова компенсація непрямих втрат на підтримку і відновлення туристичних підприємств, витрати на розвідку мін у прибережних туристичних регіонах, прямі витрати на розмінування тощо) і непрямі витрати (наприклад, витрати на відновлення і будівництво доріг, мостів, аеропортів та інших об'єктів, необхідних для належного функціонування туристичної галузі, і т.д. витрати і т.п.). Наприклад, без сучасної транспортної інфраструктури в майбутньому українська туристична галузь не зможе залучати як внутрішніх, так і іноземних туристів. З врахуванням останнього, прогнозовані витрати на відновлення туристичної індустрії є значно більшими, адже включають витрати на відновлення багатьох інших галузей України.

2.3. Аналіз діяльності туристичної компанії «Trigor Tour» в умовах воєнного стану

Туристична компанія «Trigor Tour» (ФОП Ковальчук Д.) зареєстрована за адресою вулиця Соборна, 90, Вінниця, Вінницька область, 21000. Компанія спеціалізується на спортивному туризмі. Trigor Tour зарекомендувала себе якісним сервісом. Вона має можливість запропонувати і забезпечити туристів усім необхідним для повноцінного відпочинку: має власні автобуси, все необхідне для прокату лиж, рафтингу та сплавів.

Структура власності туристичного підприємства «Trigor Tour» це мале підприємство. Єдиним власником є Ковальчук Д., який виступає засновником та директором туристичної агенції.

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

У своїй діяльності туристична компанія «Trigor Tour» керується наступними нормативними документами:

Туристичний кодекс України.

Розпорядження № 466 від 10 липня 2013 року "Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності та проведення періодичних (неперіодичних) заходів контролю за додержанням ліцензіатами Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності".

Положення про обов'язкову сертифікацію послуг з тимчасового розміщення, затвержене наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 27 січня 1999 року № 37.

Наказ Міністерства інфраструктури України від 10 липня 2013 року № 465 "Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності" [7].

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

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

Як видно з таблиці 2.1, фінансові показники туристичної агенції «Trigor Tour» погіршилися у 2022 році порівняно з 2020 роком. Зокрема, оборот послуг зменшився на 14,2%. Водночас чистий прибуток зменшився на 18,7%. Витрати турагентства скоротилися майже вдвічі. Це логічно і зрозуміло у

воєнний час, коли вартість туристичних послуг зростає, а кількість проданих послуг зменшується.

Таблиця 2.1. Аналіз показників господарської діяльності «Trigor Tour» у 2020 - 2022 рр., тис. грн.

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022/2020	
				+/-	%
Дохід, виручка від реалізації	3145,7	2840,0	2700,0	-445,0	85,8
Непрямі податки та інші вирахування	524,3	473,3	450,0	-74,3	85,8
Чистий дохід	2621,4	2366,7	2250,0	-371,4	85,8
Інші операційні доходи	36,3	48,6	52,0	15,7	143,3
Разом чисті доходи	2657,7	2415,3	2302,0	-355,7	86,6
Матеріальні затрати	17,0	13,9	11,9	-5,1	70,0
Витрати на оплату праці	302,3	230,9	170,9	-131,4	56,5
Відрахування на соціальні заходи	105,2	85,6	64,1	-41,1	60,9
Інші операційні витрати	1070,6	1042,7	1087,6	17,0	101,6
Чистий прибуток	901,0	794,9	732,4	-168,6	81,3
Рентабельність	34,4	33,6	32,6	-1,8	94,8

Діяльність туристичної компанії «Trigor Tour» в Інтернеті за останні кілька років змінилася. Спочатку компанія активно оновлювала свій сайт і соціальні мережі для активного просування своїх турів і послуг. Проте активність у 2022 році була значно нижчою. Останні публікації в соцмережах датовані 2022 роком, що свідчить про те, що компанія значно скоротила свою присутність у цих мережах.

Крім того, у 2023 році веб-сайт компанії припинив роботу, що свідчить про зупинку або паузу їхньої діяльності.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

3.1. Сучасні проблеми розвитку національного туристичного ринку в Україні

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

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

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

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

1. Війна на території України є найважливішим фактором, що гальмує туристичну діяльність. Сьогодні якість туристичних послуг стала синонімом безпеки, а безпека є важливим фактором привабливості туристичної дестинації. Підвищення впевненості туристів у безпеці подорожей допоможе відновити туристичні потоки та забезпечити зростання. З цією метою необхідно активізувати маркетингові зусилля для просування туристичних продуктів, які є безпечними та обов'язково відповідають вимогам безпечних подорожей [44].

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

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

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

5. Проблема фінансового та матеріального забезпечення закладів охорони здоров'я (зношеність матеріальної бази багатьох санаторіїв, оздоровчих підприємств та готелів). Наразі санаторії тимчасово

переорієнтовані на розміщення переміщених осіб, що унеможлиблює використання цих об'єктів за первісним призначенням [38].

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

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

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

9. Житлово-комунальна інфраструктура серйозно погіршується, що загострює такі проблеми, як постачання питної води та утилізація побутових відходів. Стан житлово-комунального господарства (застаріла інженерна та комунальна інфраструктура, нерозвинена каналізаційна мережа) негативно

впливає на санітарно-епідеміологічну ситуацію в туристично-рекреаційних зонах та стримує економічний розвиток. У сьогоденних реаліях всі вищезазначені проблеми посилюються руйнуванням інфраструктури, в тому числі туристичної галузі, та загрозою відключення електроенергії по всій території України через ворожі обстріли.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

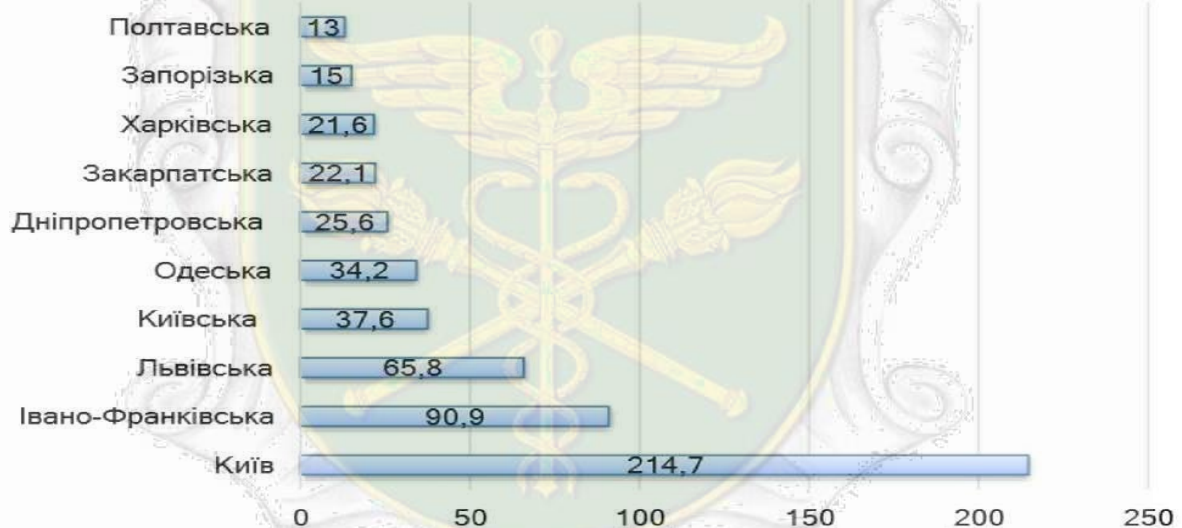


Рисунок 3.1 - Розмір податкових надходжень від туризму, тис. грн. [31]

За словами Катерини Чуєвої, заступниці міністра культури та інформаційної політики, загалом близько 1 000 об'єктів культурної спадщини та закладів культури були пошкоджені в різних регіонах України, деякі з них - у звичайних сучасних будівлях. За останніми наявними даними, російські

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

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

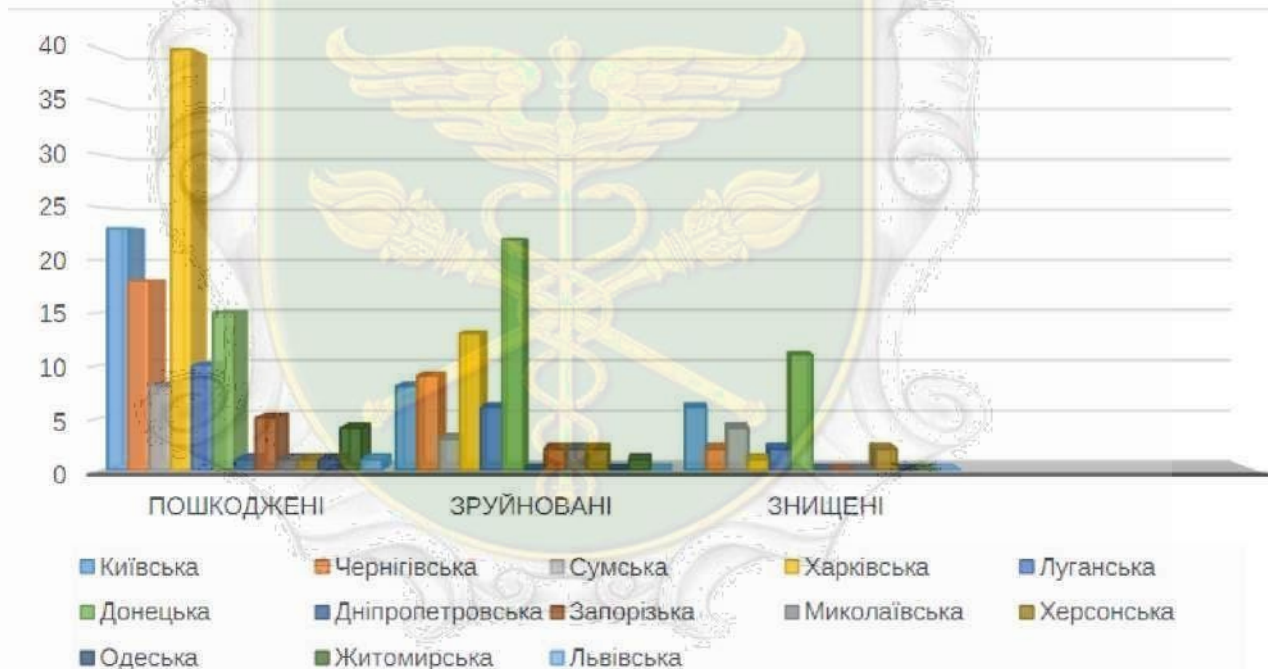


Рисунок 3.2 - Географія та кількість постраждалих культурних пам'яток, [17]

Створено експертну робочу групу з питань захисту, збереження та реставрації культурної спадщини в Україні за участі експертів у сфері охорони

культурної спадщини, правозахисників, архітекторів, реставраторів, археологів та громадськості.

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

Охорона культурної спадщини в Україні включає національний експертний проект з розробки укриттів для пам'яток усіх розмірів, щоб у разі непередбачуваних обставин не було потреби будувати нові споруди для кожного об'єкта. Експерти планують, що такі укриття мають забезпечити захист від артилерійських осколків, куль та пожежних вибухів. Згідно з проектом, для ідентифікації пам'яток до фасаду буде прикріплено оракул з обрисами пам'ятника та інформацією про пам'ятку (назва, рік встановлення, автор, історична довідка) [66].

Відомо, що значну частину культурної спадщини України складають комплекси, тобто музеї, які є естетичним відтворенням світу, відображеного в самих будівлях, їх розписах, експозиціях тощо. Від початку війни (25 лютого 2022 року) російські війська атакували історико-краєзнавчий музей в Іванкові Вишгородського району Київської області, де експонувалися роботи української художниці Марії Примаченко. Марія Примаченко. Талант і щоденна праця Марії Примаченко принесли їй світову славу і забезпечили найпрестижніше місце серед провідних майстрів "наївного" живопису, поряд з Анрі Руссо, Ніко Піросмані, Іваном Генічем та Никифором Дровняком. У цій великій залі музею представлені оригінальні картини відомої української вишивальниці і ткалі Ганни Верес, яка сама народилася в селі Обуховичі поблизу Іванкова, а також інших місцевих народних майстрів [1].

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

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

Місто Маріуполь, повністю зруйноване окупаційними військами, втратило всі пам'ятки української культурної спадщини з його культурним потенціалом, історією становлення мистецтва та розвитку людства (давньогрецьке місто-поселення) та унікальною інфраструктурою. Національна художня галерея ім. А. Квінті в Маріуполі вважалася індикатором культурної цінності та механізмом трансляції мистецьких досягнень XX-XXI століть. Музей був знесений російськими окупантами 21 березня 2022 року. Під час Другої світової війни будівля також була розграбована німецькими окупантами, але була повністю знищена російськими окупаційними військами. Згідно з отриманою інформацією, в музеї не було жодного оригіналу робіт Архипа Куїнджі. Натомість невідома доля творів Івана Івазовського, Миколи Хрущова, Тетяни Яблонської, Михайла Дерева, Андрія Котка, Миколи Бендрика та інших відомих художників. Виставка включала близько 2 000 унікальних творів у галузі живопису, декоративно-прикладного мистецтва, графіки та скульптури. Половина виставкової зали була присвячена предметам, пов'язаним з життям і творчістю Архипа Куїнджі. Серед них були фотографії, документи та особисті речі художника, в тому числі 200-річна купіль, в якій Квінті був охрещений [103].

Воронцовський палац в Одесі, унікальна будівля першої половини 19 століття, також потрапив до списку знищених об'єктів культурної спадщини. Постраждав Національний історико-культурний заповідник "Хортиця", де мав розпочатися етап будівництва сучасного та ефективного Історичного музею запорізького козацтва, але ворожі ракетні удари зупинили ці перспективні проекти на території заповідника. Постраждала від вибуху і Золочівська фортеця у Львівській області.

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

Відтак, внаслідок війни попит на туристичні послуги та розміщення в готелях у більшості регіонів України значно знизився, що стосується і туристичних операторів. Більшість готелів та туристичних підприємств ледве виходять на рівень беззбитковості і покривають свої збитки за рахунок інших джерел доходу. Ризик іноземних готельних мереж є низьким, і багато мереж закрито. Туристичний сектор переважно розвинений у західних регіонах України. Більшість туристичних агентств перейшли в онлайн, а внутрішній туризм найкраще розвивається у відносно безпечних західних регіонах. Основними проблемами для готельного та туристичного бізнесу є комендантська година, відсутність укриттів від повітряних нальотів, брак працівників, зниження доходів і, як наслідок, неможливість надавати послуги, екологічні проблеми, руйнування культурної та історичної спадщини, російські терористичні атаки та загроза загальнонаціональних відключень електроенергії. Однак вітчизняні підприємці у сфері туризму знайшли вихід із ситуації і поступово адаптуються до нових умов.

3.2. Організаційно-економічні заходи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку

Війна, нажаль, часто стає важливим поштовхом для розвитку міст, зруйнованих конфліктом. Відбудова міста може трансформувати міський

простір і створити кращу туристичну інфраструктуру. У широкому розумінні економічну реконструкцію сьогодні можна трактувати як комплекс заходів у різних сферах економічної діяльності країни, спрямованих на відновлення конкурентоспроможності країни, виробництва, підвищення рівня життя та розвиток внутрішнього і зовнішнього попиту на основі інноваційних підходів і технологій.

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

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

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

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

- опитування зацікавлених сторін у реконструкції;
- створення меморіального архіву та запропонованого маршруту для реалізації;
- створення концепцій відновлення інфраструктури легкого туризму під час відбудови постраждалих територій;
- залучення інвесторів до процесу відновлення туристичної інфраструктури та ініціювання відновлювальних робіт;
- програма розвитку туристичної інфраструктури в національних парках України.
- розвиток "Військових меморіальних стежок";
- розвиток інфраструктури легкого туризму для турів по Україні;
- розробка та впровадження курортних зон та концепції "Шляхів розмаїття" на півдні України;
- розробка та впровадження системи туристичного орієнтування та навігації, в тому числі інклюзивної;
- підготовка законопроекту про спеціальні туристичні зони;
- добудова та введення в експлуатацію зруйнованих або частково пошкоджених туристичних об'єктів; реставрація історичних будівель.

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

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

розробка маркетингового бачення розвитку туризму на період до 2032 року;

інформаційні кампанії "Ukraine NOW" та "Подорожуй Україною" (онлайн та офлайн);

просування України на міжнародній арені шляхом організації серії заходів у готелях та туристичних дестинаціях Європи з метою висвітлення туристичного потенціалу України та заохочення людей до постійного відвідування України після виборів;

підтримання інтересу до України за допомогою промоційних, туристичних та культурних заходів;

розробка стратегії безпеки для поживлення туристичних поїздок; реалізація маркетингової стратегії; проведення регулярних промо-кампаній туристичних продуктів для цільових сегментів;

виробництво рекламного контенту (відео, фото, графічні матеріали, рекламні тексти тощо); розміщення рекламних публікацій (соціальні мережі, телебачення, спеціалізовані веб-сайти, зовнішня реклама тощо);

участь у міжнародних туристичних виставках, форумах тощо (в т.ч. членство в міжнародних професійних асоціаціях);

створення інформаційних порталів та уніфікованого контенту для туристів, які цікавляться територіями, що постраждали від конфлікту;

створення мережі туристичних інформаційних центрів;

створення національного конференц-секретаріату для залучення та підтримки великих міжнародних заходів, які будуть організовані в Україні;

організація ознайомчих турів по Алеї пам'яті для іноземних та українських ЗМІ та лідерів громадської думки;

впровадження програм допомоги у подорожах для дітей, молоді та людей похилого віку;

проведення щорічних опитувань внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів відповідно до рекомендацій ЮНВТО;

реалізація стратегії просування України як безпечної туристичної дестинації всередині країни та за кордоном;

організація великих подій на національному та міжнародному рівнях (фестивалі, концерти, спортивні заходи, конференції, симпозіуми, форуми, виставки тощо).

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

прийняття Закону України "Про туризм" у другому читанні з урахуванням положень Директиви ЄС;

підготовка Закону про національні туристичні організації;

програми реконструкції та реабілітації для тих, хто постраждав від конфлікту в Україні (військовослужбовці, члени їхніх сімей, тимчасово переміщені особи, жінки та діти на окупованих та неокупованих територіях тощо);

пільгові/прості кредити на відновлення зруйнованої інфраструктури;

зміна критеріїв класифікації готелів;

подання заявок до Ради Всесвітньої туристичної організації (UNWTO);

подання заявки від України на проведення Європейської конференції Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО);

створення програм розвитку туризму та туристичних цільових фондів на місцевому рівні;

створення механізмів фінансування туристичної галузі через Туристичний фонд та інші інструменти залучення інвестицій;

створення ефективної національної туристичної організації у формі державно-приватного партнерства на засадах співфінансування, а також місцевих управлінських та маркетингових організацій;

розробка якісних навчальних програм у туристичному секторі;

розробка та запуск єдиного туристичного реєстру відповідно до переглянутого закону;

національна програма створення та розвитку робочих місць створення сателітного рахунку туризму та розрахунків внеску туризму у ВВП;

регулярний збір та публікація статистичних даних з ринку.

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

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

управління натовпом. Великі події в містах можуть залучати сотні тисяч людей на географічно обмеженій території. Завдяки вбудованим цифровим технологіям можна буде зрозуміти поведінку натовпу і сформулювати рекомендації щодо відвідування конкретних пам'яток;

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

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

відвідувачів туристичних об'єктів у межах пішохідної доступності від робота-екскурсовода на третину.

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

Загалом цифрові технології сприяють:

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

зробити перебування туристів в інших містах України більш приємним;

створення активів у секторі внутрішнього туризму;

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

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

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

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

Положення, що є результатом реалізації стратегії сталого розвитку туризму, гарантують нормальне функціонування національної економіки, сприятливий макроекономічний та демографічний розвиток, покращення інституційного середовища для підприємництва та підвищення

підприємницької активності місцевого населення, що в цілому позитивно впливає на економічну безпеку, соціальну та економічну стабільність країни .

Відроджуючи внутрішній туризм, українці все більше орієнтуватимуться на зелений туризм, агротуризм, екотуризм, сільський туризм, оздоровчий туризм, екстремальний туризм, психотуризм, військовий туризм, надаватимуть перевагу еко-садибам, еко-готелям, глемпінгу, будинкам А-образного каркасу та іншим видам туристичних послуг. Лідери місцевих громад повинні будуть приділяти особливу увагу просуванню та розвитку туристичної галузі. Туристична галузь буде використовуватися для розвитку суміжних секторів, таких як роздрібна торгівля, готелі та ресторани, що матиме загальний вплив на диверсифікацію економіки. Туристична галузь була активною в довоєнний період, але зараз вона перебуває в повному занепаді, що свідчить про необхідність посилення та розвитку стратегій розвитку туризму в післявоєнний період. Розроблені та впроваджені стратегії сталого розвитку туризму дозволять вивести туризм на новий рівень відновлення, стимулювати ділову активність, заохочувати створення нових видів туристичних продуктів, підвищити зайнятість, особливо в сільській місцевості, і, таким чином, збільшити ВВП країни [98].

Основою формування стратегій сталого розвитку туризму в післявоєнний період є використання багатьох загальнонаукових і спеціальних методів пізнання, інтегрованих на основі сучасних принципів менеджменту, економіки, суспільних і суміжних наук. Емпіричні та теоретичні методи становлять теоретико-методологічну основу дослідження, спрямованого на визначення механізмів функціонування туристичних ринків в умовах географічної просторової організації. Абстрагування, аналіз, синтез, історичний та логічний підходи, описовий та порівняльний аналіз. Використання порівняльних методів, опитувань та досліджень дає можливість виявити найбільш популярні форми проведення дозвілля серед населення з метою створення соціально відповідального, екологічно безпечного та економічно ефективного туризму. Для аналізу сучасного стану політики

регіону щодо ревіталізації туризму використовуються спеціальні методи - статистичні, економіко-математичні та методи експертних оцінок - для обґрунтування доцільності та необхідності залучення інвестицій у нові форми розвитку туризму, які відповідатимуть конкурентним інтересам туристичної індустрії та потребам екосистеми. Формування стратегій сталого розвитку туризму в південному регіоні в умовах пандемії ґрунтується на стратегічному аналізі, прогнозуванні та структурному підходах. Застосування структурно-функціонального аналізу допоможе дослідити інструменти аналітичної оцінки туристичного потенціалу організацій регіону з точки зору відповідності принципам сталого розвитку. Рейтинговий аналіз та SWOT-аналіз використовуються для оцінки факторів, що впливають на функціонування туристичних організацій в умовах інтенсифікації процесів діджиталізації.

На основі застосування соціокультурної моделі туризму Джафара Джафарі стратегія сталого розвитку туризму як складової економічного середовища географічної системи України базується на підвищенні зайнятості місцевого населення, створенні додаткових робочих місць, будівництві більшої кількості готелів, ресторанів, організації анімаційних заходів та залученні іноземного капіталу. Метою є створення сприятливих умов для залучення іноземного капіталу. Апробовано системний підхід до аналізу особливостей застосування інноваційних технологій у регіональному туризмі. Це дозволить сформулювати комплекс можливостей та пріоритетних напрямів розвитку туризму, які можуть бути реалізовані з урахуванням особливостей географічної системи конкретного регіону. В результаті реалізації стратегії будуть продемонстровані шляхи ефективного використання наявного туристичного потенціалу південного регіону на основі географічних принципів сталого розвитку через організаційне та інформаційне забезпечення розвитку туристичної галузі та проведення опитувань з метою вивчення попиту на туристичні послуги та виявлення основних споживачів туристичних послуг, в тому числі іноземних громадян. Також буде запропоновано механізм створення висококонкурентних регіональних кластерів. Це буде реалізовано

через стратегічне партнерство між органами влади, місцевими громадами та туристичними операторами всіх форм власності, що об'єднає виробників необхідних високоякісних послуг (туристичні агенції, засоби розміщення, транспорт, харчування, екскурсії, магазини, освітні та наукові заклади) та зробить туристичну галузь економічним і соціальним сектором. Вона об'єднує зусилля, спрямовані на перетворення туризму на прибутковий і високопродуктивний сектор у культурному середовищі. В умовах домінування внутрішнього туризму цифрові технології можуть допомогти максимізувати туристичний потенціал регіону та створити нові можливості для його зростання.

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

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

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

3.3. Пропозиції для компанії «Trigor Tour» щодо стабілізації бізнесу

Ключовим питанням для компанії «Trigor Tour» є можливість переосмислення своєї діяльності під час змін, які виникли через війну. Навіть у разі тимчасового або повного припинення своєї діяльності важливо зробити висновки та дослідити можливі шляхи розвитку компанії та підготувати план подальших дій на майбутнє.

Наступні пропозиції націлені на відновлення роботи компанії та збільшення туристичних послуг компанії «Trigor Tour», підвищення попиту на них та покращення економічної ситуації в цілому.

1) Урізноманітнити свої послуги: розглянути можливість розширення або зміни асортименту послуг . Наприклад: розробити нові маршрути на напрямки турів, створити «пакети» та спеціальні пропозиції для різного сегменту клієнтів , створити тури зі спеціальними тематиками .

2) Відновити свою присутність в Інтернеті: якщо компанія хоче продовжувати бізнес, то необхідно «реанімувати» сайт компанії та соціальні мережі.

3) Реінжиніринг бізнес-моделі: переглянути стратегію дій компанії, виявлення слабких місць та аналіз недоліків , проведення покращення якості всіх процесів (від бронювання турів до можливості отримання анонімних відгуків після туру), розробка нової стратегії роботи та впровадження змін у функціонуванні компанії.

4) Дослідження ринку та конкурентоспроможності : ретельно проаналізувати останні тенденції в індустрії туризму, зробити оцінку

конкурентів (виявити їх слабкі та сильні сторони), зробити аналіз своєї компанії на базі відгуків клієнтів та розробити нову стратегію розвитку.

5) Співпраця та партнерство: вивчити можливості співпраці з іншими учасниками ринку для підвищення стійкості та накопичення ресурсів та досвіду.

6) Використання технологічних інновацій у туризмі: використання в роботі компанії чат-ботів (наприклад: чат-боти з можливістю залишати анонімні відгуки про тури та події, чат-бот для набору студентів на тимчасові вакансії, консультанти для допомоги з документами, помічники для екстрених ситуацій).

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

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

Керівництву компанії варто якнайшвидше проаналізувати причини припинення або переходу на паузу діяльності компанії та провести аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів і звичайно шляхи подальших дій.

Важливим етапом буде переосмислення стратегії, фінансової стійкості та пошук нових можливостей для відновлення бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Туризм відкриває широкі можливості для соціальної підтримки всіх верств населення, особливо якщо він активно розвивається в регіонах України. Для цього необхідні спеціальні програми та заходи, що враховують внутрішні можливості та потенціал кожного туристичного регіону, такі як удосконалення нормативно-правової бази туризму, реформування системи управління туризмом, підвищення ефективності діяльності туристичних закладів та спеціальні заходи щодо розвитку внутрішнього та міжнародного туризму в кожному регіоні, що сприятиме забезпеченню стабільного економічного зростання туристичної галузі, розширенню багатосторонніх зв'язків України з іншими країнами та зміцненню міжнародного співробітництва.

На розвиток туристичного сектору сьогодні впливає низка факторів, що виникають в умовах глобалізації. Світ переживає серйозну геополітичну трансформацію, яка вимагає нових підходів до забезпечення стабільного та безпечного розвитку не тільки окремих регіонів, а й міжнародного співтовариства в цілому.

Процес глобалізації сприяє не лише розширенню можливостей для посилення інтеграції, але й поглибленню диференціації країн за рівнем доходів, виникненню загроз та їх негативному впливу на систему міжнародних комунікацій, у тому числі й на розвиток міжнародного та національного туризму.

Туризм є видом діяльності, який безпосередньо впливає на внутрішні елементи розвитку, соціально-економічне та культурно-освітнє середовище країн, а також на стан міжнародних економічних, науково-технічних і гуманітарних зв'язків.

Аналіз сучасного стану дослідження проблем туристичної галузі свідчить про наявність низки питань, які потребують подальшого вивчення, а також про необхідність розробки нових стратегій розвитку туристичної галузі.

Основним викликом, що стоїть зараз перед Україною, є створення сприятливої культури подорожей в Україні, щоб українці могли подорожувати своєю країною та вивчати історію, традиції та культуру своєї країни. Війна в Україні значно реструктурувала туристичний сектор країни, і в післявоєнний період з'являться нові напрямки та види туризму.

Для того, щоб забезпечити післявоєнне відновлення та сталий розвиток, внутрішній туристичний сектор потребує партнерства на всіх рівнях; надійної та ефективної участі держави; забезпечення послідовних вертикальних зв'язків між національними та місцевими органами влади; зміцнення співпраці між секторами, що підтримують туризм; забезпечення захисту навколишнього середовища та державно-приватне партнерство в туристичному секторі.

У другій частині роботи проаналізовано економічну діяльність компанії «Trigor Tour». Але через війну та складні економічні ситуації вона припинила свою діяльність.

Вторгнення росії в Україну залишило глибокі шрами в українському туристичному секторі. Однак з'являються нові надбання та постконфліктний туризм. Антикризовий менеджмент буде корисним для туристичної галузі, оскільки Україна має великий потенціал для розвитку туризму і може швидко відновитися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168-180.
2. Барвінок, Н. В.; Барвінок, М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. 2022. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4>, 24-32. (дата звернення 05.10. 2023).
3. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. №3. С. 5-10.
4. Борблік К.Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Випуск №1(69). С. 65-73.
5. Буряк, Є. В. Соціально-економічні аспекти сталого розвитку України в умовах війни (євроінтеграційні аспекти). *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*, 2022, с. 135-143..
6. Воронкова Т., Притуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.Ua/pdf/11_2020/85.pdf. (дата звернення 05.10. 2023).
7. Герасимів З. М., Христенко Г. М. Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 25-35.
8. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №2. С. 179-186.
9. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88-92.
10. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5— 6. С. 63-67.

11. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/artide/44952> (дата звернення 15.10.2023).
12. День туризму 2022 разом з VisitUkraine. URL: <https://visitukraine-today/uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine> (дата звернення 15.10.2023)
13. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 15.10.2023).
14. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення 15.10.2023).
15. Кізюн, А. Г.; Гуцал, Л. А.; Цуркан, І. М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2023, с. 79-87.
16. Колотуха О. Геопросторові аспекти пішохідного туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2019. № 2(1). С. 6-17.
17. Концепція Стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/sites> (дата звернення 12.10.2023).
18. 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.
19. Кривешко О. В. Оцінка вагомості конкурентних переваг. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/66.pdf (дата звернення 12.10.2023).
20. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Ярмола К.М. Туристична галузь в умовах пандемії Ковід-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнесінформ*. 2021. № 1. С. 177-184.
21. Лікувально-оздоровчий, медичний та психологічний туризм - види туризму, які набувають популярності в умовах війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/1647724135.html> (дата звернення 12.10.2023).

22. Логунцова И.В. Рихліцький В. Внутрішній туризм в Україні мав би рости: як змінилась галузь і куди зник «бюджетний» мандрівник. *Економічна правда вебсайт*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/> (дата звернення 12.10.2023).
23. 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>. (дата звернення 12.10.2023).
24. Мірела М. Геополітичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні ДВНЗ «Ужгородський національний університет» URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/> (дата звернення 12.10.2023).
25. Нарис про відбудову України / Т. Бекер, Б. Айхенгрін. URL: https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf. (дата звернення 12.10.2023).
26. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>. (дата звернення 12.10.2023).
27. Нездоймінов, С. Г. Сучасний розвиток інфраструктури міжнародного круїзного ринку. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022, с. 3-4.
28. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. *unian.ua*, 2022. URL: <https://www.uman.ua/ecomemics/fmance/osmvm-vtrati-shche-poperedu-ukrajincyam-rozpovili-yak-viynavdarila-po-turizmu-novini-ukrajina-11866203.html>. (дата звернення 12.10.2023).
29. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон I півріччя 2019-2023 років. URL : <https://bit.ly/2UEZmKy> (дата звернення 12.10.2023).
30. Паньків Н. Є. Проблеми та перспективи відновлення України під час та після завершення російсько-української війни. <https://journals.khnu.km.ua> (дата звернення 19.10.2023).

31. Паньків Н.Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020, т. 30, № 3. С. 71-76.
32. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>. (дата звернення 12.10.2023).
33. Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни: Указ Президента України № 266/2022 від 21.04.2022. <https://www.president.gov.ua/documents/2662022-42225> (дата звернення 18.10.2023).
34. Постанова Кабінету Міністрів України від 25 січня 2018 р. № 626 «Про внесення змін до Порядку визначення категорій пам'яток для занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України». *Правова охорона культурної спадщини: збірник документів*. Київ, 2006. С. 393-396.
35. Про затвердження Порядку розроблення та затвердження спеціальних методик щодо економічного обґрунтування проєктів розвитку курортів та економічної оцінки їх природних лікувальних ресурсів: Постанова КМУ № 452 від 06.05.2001 в ред. від 17.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/452-2001-%B0%BP#Text1> (дата звернення 17.10.2023).
36. Про курорти: Закон України № 2026-III від 05.10.2000 в ред. від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення 22.10.2023).
37. Проєкт Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>. (дата звернення 23.10.2023).
38. 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.
39. Степанець Інна, Гринюк Діана, Савицька Наталія. Соціальні мережі як інструмент ефективною комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. *Економіка та суспільство*, 2022, с.44-50.

40. Смірнов І.Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). *Велика Волинь: наук. зб. Вип. 42.* Житомир: М. Косенко, 2013. С. 239-246.
41. Тенденції розвитку сучасної геополітичної ситуації у світі URL: <http://bintel.com.ua/uk/> (дата звернення 13.10.2023).
42. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65> (дата звернення 23.10.2023).
43. Україна 2022. Як не втратити свій шанс стати сильною державою / Український інститут майбутнього. URL: <https://uifuture.org/publications/ukrayina-2022-yak-ne-vtratyty-svij-shansstati-sylnoyu-derzhavoyu/> (дата звернення 23.10.2023).
44. Через війну надходження до держбюджету від тургалузі скоротилися на 18%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/chez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-na-18> (дата звернення 21.10.2023).
45. Чорний О. Найкращі часи - попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-rkie-vremena-vperediproishodit-turizmom-1657645856.html>. (дата звернення 23.10.2023).
46. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2019. Вип. 23(2). С. 147-152. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevscg_2019_23\(2\)30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevscg_2019_23(2)30). (дата звернення 23.09.2023).
47. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-vukrayini-vplinula-na-ievropeyskiyturizm> (дата звернення 23.09.2023).
48. Воіко, V., Liubynskyi, O., Strikha, L., Zarakhovskiy, O.Y., Neilenko, S. (2021). International journal of computer science and network security. Vol. 21. №4. PP. 167-177.
49. Свічкарь Я. Вплив війни на туризм в Україні та шляхи його розвитку. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-*

економічного інституту ДТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.176. С. 393-399.

50. Свічкарь Я. Проблеми та шляхи післявоєнного відновлення національного туристичного ринку. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: зб. матеріалів X Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, м. Вінниця, 10 жовтня 2023р. Вінниця, 2023. Ч. 4. С. 405-411.

