

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет біології, географії та екології
Кафедра географії та екології

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ І ПЕРСПЕКТИВ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: здобувачка 4 курсу 05-413 групи
Спеціальності 106 Географія
Освітньо-професійної програми «Географія»
Немченко Ірина Олександрівна
Керівник к.геогр.н., доцент Молікевич Р.С.
Рецензент начальник відділу еколого-освітньої
роботи, НПП «Нижньодніпровський»
Крючкова Т.М.

Івано-Франківськ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти дослідження туристичної діяльності в Україні	6
1.1. Сутність поняття та види туристичної діяльності.....	6
1.2. Особливості комунікації в туристичній діяльності.....	11
1.3. Чинники, що впливають на розвиток туристичної діяльності.....	14
РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку туристичної галузі в Україні	17
2.1. Сучасний стан туристичної галузі: проблеми та перспективні напрямки розвитку.....	17
2.1.1. Основні тенденції розвитку туризму.....	21
2.2. Оцінка ефективності заходів щодо удосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні.....	25
РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку туристичної сфери України у воєнний період	30
3.1. Основні шляхи розвитку туристичної сфери України в умовах війни.....	30
3.2. Стратегічні перспективи відновлення сфери туризму в Україні у післявоєнний час.....	36
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туристична індустрія є найбільш прибутковою для всіх країн світу, в тому числі і для України. Аналізуючи сучасні тенденції розвитку туристичної сфери України за останні десятиліття, ми прийшли до висновку, що вона потребує значного покращення державного регулювання, а також активізації та удосконалювання маркетингового та рекламно-інформаційного забезпечення на державному та міжнародному рівнях.

Ефективність розвитку туризму в Україні на пряму залежить від: (а) економічно-фінансової підтримки, (б) покращеного кадрового забезпечення; (в) створенні ефективних партнерських відносин між бізнесом та державою. Існує пряма закономірність: ефективна державна політика в туристичній галузі є запорукою формування перспективного інвестиційного клімату для розвитку туризму в Україні.

Розвиток туризму за останні роки значно погіршився, причиною цього є російсько-українська війна. Головним завданням у сфері туризму є документування шкоди туристичним локаціям, які заповдіяні Росією, а також розробці стратегічних напрямків відновлення туристичної індустрії України. Саме зараз в туристичній індустрії України є унікальна можливість відкрити для себе нові перспективи розвитку разом із країнами-учасниками ЄС.

Серед найперспективнішими стратегічних напрямків розвитку туризму в Україні у повоєнний період є: (а) активне впровадження освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного та воєнного туризму; (б) активне впровадження стратегій міжнародного розвитку туристичної діяльності; (в) створення міцних взаємовідносин з країнами ЄС, щодо підтримки та допомоги у туристичній діяльності у післявоєнний період; (г) створення умов, що підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток культури та архітектури України; (д) розробка інноваційних методів реалізації туристичних послуг [16, с. 338].

Тому актуальність нашого дослідження в розробці стратегічних напрямків відбудови сфери туризму в Україні у післявоєнний період опираючись на досвіді інших країн, які змогли відбудувати туристичну індустрію після кризових ситуацій.

Проблемні аспекти розвитку туристичної діяльності в Україні висвітлені у працях: М. П. Бондаренко [6, с. 20], А. О. Обозна [21] та інші. Питання розвитку туризму в Україні під час російсько-української війни висвітлено у праці: Роїк О. Р., Недзвецька О. В. [33, с. 12] та інші. Питання перспектив розвитку туризму в Україні у післявоєнний період висвітлено у працях: Моца А. А., Шевчук С. М., Сернеда Н. М. [19] та інші.

Мета дослідження: дослідити особливості та тенденції розвитку туризму в Україні в умовах війни.

Завдання дослідження:

1. Здійснити аналіз літератури стосовно сутності поняття та видів туристичної діяльності в Україні.
2. Розглянути комунікації та чинники, що впливають на розвиток туристичної діяльності.
3. Дослідити сучасний стан туристичної галузі: проблеми, тенденції та перспективні напрямки розвитку.
4. Зробити оцінку ефективності заходів щодо удосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні.
5. Розглянути основні шляхи розвитку та стратегічні перспективи відновлення туристичної сфери України в умовах війни.

Об'єкт дослідження: туристична галузь в Україні.

Предмет дослідження: перспективи післявоєнного відновлення туризму в Україні.

При підготовці кваліфікаційної роботи нами були використанні наступні **методи дослідження:** аналіз, синтез, аналогія, порівняння, історичний, системний аналіз нормативних документів та науково-методичної літератури із заявленої проблеми дослідження; порівняння,

графічна обробка матеріалів у табличних формах; дедукція для виявлення фінансового компонента у туристичній галузі під час війни.

Наукова новизна полягає у:

- Доповнені знань щодо питання сучасного стану та перспектив розвитку туристичної сфери в Україні.
- Розробці стратегічних перспективних напрямків розвитку туризму в Україні у післявоєнний період.

Теоретичну основу кваліфікаційної роботи складають дослідження як вітчизняних так і зарубіжних науковців. Основу написання роботи складають: нормативно-правові акти та законодавчі матеріали щодо регулювання туризму в Україні в критичних умовах, наукові статті та монографії, а також матеріали Всеукраїнських конференцій.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали роботи можуть бути рекомендовані для використання студентами та викладачами вищих закладів освіти з метою поглиблення знань щодо сучасного стану та перспектив розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Поряд з цим даний матеріал буде цікавим турагентам з метою ознайомлення із стратегічними напрямки розвитку туризму України в умовах війни.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (42 джерела). Загальний обсяг роботи складає 46 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність поняття та види туристичної діяльності

Трактування поняття «туризму» вперше розглядалася під час проведення Манільської конференції з туризму (1980 рік). Під терміном прийнято розуміти вид активного відпочинку людини, а саме подорож з метою пізнання нових країн світу у поєднанні з елементами спорту. Також під поняттям туризму прийнято розглядати певну підсистему загальної соціоекономічної системи країни, яка передбачатиме взаємодію між туристами та туристичною інфраструктурою [1, с. 72].

У відповідності до напрацювань [2, с. 170] туризм обов'язково передбачає переміщення людини за межі свого постійного місця проживання. Тобто іншими словами поняття «туризму» розглядається як один із різновидів рекреаційної сфери та обов'язково повинен об'єднувати у собі активний відпочинок та пізнавальну діяльність, що веде за собою відновлення працездатності людини та її стану здоров'я (мова йде про моральне та фізичне здоров'я особистості людини).

Туризм можна класифікувати за різними ознаками, при чому саме наявність великої кількості різновидів туризму забезпечує виконання цілого комплексу важливих функцій, серед яких: духовна, соціальна, економічна, медико-біологічна, рекреаційна. Виконання перерахованих нами функцій робить туризм своєрідною сферою задоволення потреб людини, яка подорожує, поряд з цим виступає досить потужним господарським комплексом національної економіки країни, який спроможний функціонувати у тісному взаємозв'язку з економікою системи, природним середовищем та суспільством.

Нижче розглянемо основні види туристичної діяльності, дані представимо у вигляді таблиці «Класифікація основних видів туристичної діяльності».

Таблиця 1.1.

Класифікація основних видів туристичної діяльності

Класифікаційна ознака	Види туристичної діяльності
За організаційними формами	1. Національний туризм (внутрішній та в'їзний) 2. Міжнародний туризм (виїзний та в'їзний)
За тривалістю туристичної поїздки	1. Короткотривалий туризм (1-3 доби) 2. Середньотривалий туризм (1-30 діб) 3. Довготривалий туризм (більше 30 діб)
За віковим критерієм	1. Дитячий туризм (освітні центри, дитячі табори). 2. Молодіжний туризм (пригодницький туризм, розважальне дозвілля). Вік туристів від 25 років до 44 років. 3. Юнацький туризм (юнацькі спортивні табори та школи) Вік туристів складає від 15 років до 24 років. 4. Дорослий туризм (спортивний туризм та мисливський туризм). Вік туристів складає від 45 років до 64 років) 5. Зрілий туризм (оздоровчі санаторії). Вік туристів переважає від 65 років.
За кількістю учасників туру	1. Сімейний туризм (подорож із дітьми, багатосімейна подорож). 2. Індивідуальний туризм передбачає повну свободу вибору у виборі країни для подорожі. 3. Груповий туризм (різні категорії людей, які об'єднані спільною метою).
За соціальним статусом	1. Елітний туризм характерний для заможного класу населення країни. 2. Масовий туризм характерний для населення із середнім рівнем доходу. 3. Інклюзивний туризм характерний для туристів із обмеженими можливостями.
За джерелами фінансування	1. Соціальний туризм передбачає часткове використання державних коштів.

	2. Інтенсивний туризм здійснюється за рахунок компанії в якості винагороди. 3. Комерційний туризм здійснюється за власний рахунок.
За способами пересування	1. Комбінований 2. Авіаційний, автомобільний, лижний, залізничний.
За способом організації руху	1. Самодіяльний (спонтанна подорож) 2. Плановий (запланована наперед подорож)
За сезонністю	1. Активний сезон передбачає великий попит туристів у зимовий та літній період. 2. Міжсезонний невеликий попит туристів у весняний та осінній періоди).

Джерела [15, 18, 32]

У таблиці нами представлена основна класифікація видів туристичної діяльності. Встановлено, що характерною ознакою туристичних послуг є їх комплексність, що в свою чергу дозволяє зробити туризм багатоаспектною, поліструктурною та багатовідовою системою, яка функціонує у відповідності до дії закону пропозиції та попиту та діє на основі коливань виробництва та споживання турпродукту.

Досліджуючи ринок туристичних послуг в межах нашої країни варто виділити три основні рівні. Серед яких: (а) внутрішній ринок, (б) національний ринок та (в) міжнародний ринок. Під поняттям «ринок туристичних послуг» прийнято розуміти певну систему соціально-економічних взаємовідносин, які здатні у повній мірі забезпечити потребу туристичного потоку та трансформувати туристичний продукт у грошовий еквівалент [34, с. 221].

Тобто туризм є досить складною системою взаємовідносин, які склалися історичним шляхом за рахунок здійснення туристичної діяльності. Представлені нами види туризму дозволяють констатувати факт, що у процесі туристичної діяльності відбувається тісний та досить

активний взаємозв'язок усіх соціально-економічних сфер життя людини, що свою чергу перетворює туризм в індустрію туризму.

Досліджуючи питання індустрії туризму нашої країни допомогло нам досить глибоко зрозуміти проблематику поняття та сформуванню власне бачення структури індустрії туризму. Схематично структуру індустрії туризму зображено наступним чином: (рис. 1.1.)

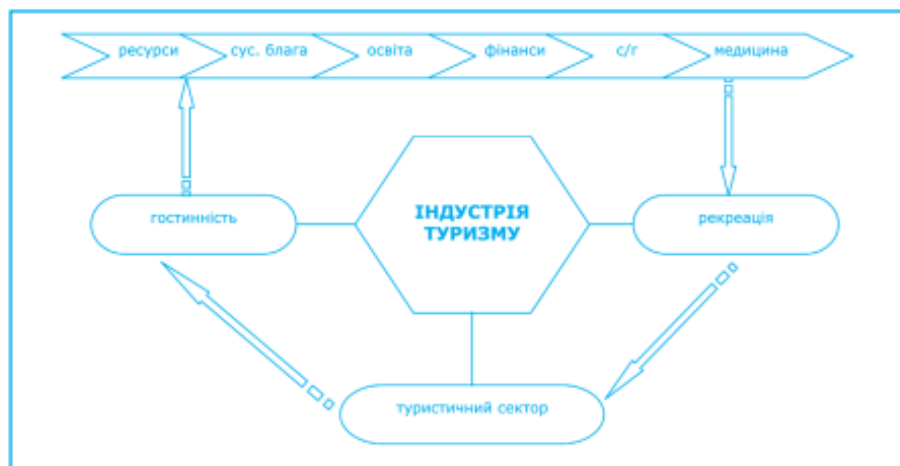


Рис. 1.1. Структура індустрії туризму

У відповідності до зазначеної нами структури, ми бачимо, що індустрія туризму вбирає в себе здобутки всіх інших індустрій. Саме процес інтегральної взаємодії всіх соціально-економічних процесів робить індустрію туризму своєрідним каталізатором.

Тобто туризм є досить високоприбутковим бізнесом, що здатен забезпечувати існування здорової конкуренції між країнами світу, де перемагають зазвичай ті країни, які володіють не лише досить потужними туристичними можливостями, але й поряд з цим здатні запропонувати своїм туристам унікальні та різноманітні послуги [37].

Наша країна є досить конкурентоспроможною, що дає змогу говорити про її успішність та потенціальні можливості інвестиційного капіталу. Україна має величезний потенціал та може запропонувати своїм туристам такі види туризму: діловий, медичний та рекреаційний. Тобто як ми бачимо, наша держава забезпечена необхідними видами рекреаційних ресурсів для повноцінного відпочинку та оздоровлення

своїх туристів. У відповідності до результатів туристичної діяльності туристи надають перевагу (до 70 % туристичного потоку України) лісовому відпочинку. Детально проаналізуємо найвизначніші види туризму України за останні десятиліття, дані занесемо до таблиці «Основні види туристичної діяльності України»

Таблиця 1.2.

Основні види туристичної діяльності України

Види туристичної діяльності	Загальна характеристика
Рекреаційний туризм	Серед рекреаційних ресурсів виділяють лісові ресурси, лікувальні грязі, мінеральні та радонові води. В нашій державі на сьогодні створено понад 11 національних природних парків та понад 15 державних заповідників, пам'ятників садово-парового мистецтва. Серед найвідоміших національних парків України виділяють: Біосферний заповідник «Асканія-Нова», Національний парк «Синевир», цілющі грязі лиманів та інші.
Медичний туризм	Охоплює комплекс туристичних та медичних послуг. Україна в плані медичного туризму є досить привабливою, тому що для неї характерні низькі ціни та великий асортимент якісних медичних послуг. Наприклад курорт Трускавець за 2019 рік відвідало близько 42 тисяч іноземних туристів. Нажаль тенденція відвідування пішла на спад у період 2020-2023 року у контексті пандемії та війни.
Зелений туризм	Націлений на усамітнення людини у сільському середовищі або інших екологічно чистих територіях. Метою даного туризму є пізнання етнографічних територій в поєднанні із турботою про навколишнє середовище.
Діловий туризм	Даний вид туризму є найприбутковішим. Який здатен охоплювати широкий спектр подорожей (семінари, міжнародні відеоконференції, ділові поїздки, біржі). Основними напрямками ділового туризму є такі країни як: Велика Британія, Італія, Швеція, Німеччина та інші.

Джерела [8, 13, 17, 24]

У таблиці нами представленні основні види туристичної діяльності в Україні. Встановлено, що наша країна володіє досить високим потенціалом в плані здійснення туризму, але існують певні виклики та проблеми, що унеможлиблюють розвиток туристичного бізнесу в Україні. Серед найгостріших проблем варто виділити: (а) застаріла туристична система; (б) недосконалість вітчизняного законодавства щодо страхового захисту іноземців на території України; (в) складна політична ситуація в країні: російсько-українська війна [13, с. 147].

Зазначені нами проблеми потребують детального аналізу та прийнятті відповідних рішень, тому необхідно обов'язково чітко визначати стратегічні напрямки туристичної діяльності та всяко підтримувати їх як на регіональному так і на державному рівні. Сучасні стратегії дозволять Україні значно збагатити економіку та посісти перші щаблі туристичної конкурентоспроможності в світі.

1.2. Особливості комунікації в туристичній діяльності

Комунікація відіграє важливу роль у туризмі, як на державному рівні так і на міжнародному рівні. Ефективність туристичної діяльності на пряму залежить від якості комунікації, та є умовою сталого розвитку туризму, яка здатна значно підвищити успішність туристичних фірм. Комунікація в туристичній діяльності є поняттям досить багатоаспектним, що поєднує в собі: взаємодії, спілкування, передачі інформації, тобто іншими словами забезпечує інформаційний обмін між різними суб'єктами. Комунікація є досить складним компонентом туристичної діяльності та в той же час є частинкою економічного аналізу туризму країни. Комунікація є досить важливим елементом туризму, тому з'являється поняття туристична комунікативністика, яка відповідає за процес обміну інформації (є головним фактором туристичної діяльності). У базовому варіанті комунікація туристичної діяльності розглядається з двох точок зору: туристів та туристичних фірм.

З точки зору туристичних фірм комунікацію поділяють на два основні напрямки: зовнішнє середовище та внутрішнє середовище. Зовнішнє середовище туристичних фірм охоплює: (а) взаємодії партнерів, так звана ділова комунікація; (б) взаємодія між чинними та потенційними клієнтами, так звана маркетингова комунікація; (в) взаємодії між регулюючими органами, так звана звітна організація. Зазначені нами види комунікацій охоплені компетентнісним підходом та здатні до моделювання. Наприклад маркетингова комунікація націлена на пошук каналів інформування своїх клієнтів та може містити неформальні зв'язки. Комунікація з клієнтами може бути індивідуальною та публічною [2, с. 103].

З точки зору туристів комунікація має зовсім інший вигляд. Турист має змогу на основі отриманої інформації прийняти рішення стосовно своєї подорожі, тому для туристів комунікація є більше поведінковим чинником та засобом вираження пропозицій туристичних фірм. Комунікація з точки зору туристів має наступний зміст (табл. 1.3.).

Таблиця 1.3.

Комунікація потенційних туристів із туристичною фірмою

Характеристика комунікації	Зміст	Інфраструктура
1. масова, індивідуальна. 2. цільова. 3. інформаційно-просвітницька	1. Визначається туристичною фірмою. 2. Представляється у формі реклами	1. Сайт туристичної фірми. 2. Засоби масової інформації. 3. Спеціальні інформаційні портали.

Джерела [29, 32]

Стосовно комунікації туристичної фірми у зовнішньому середовищі варт зазначити, що основу її складають так звані транскордонні ланцюжки. У зовнішньому середовищі будь-якої туристичної фірми потрібна максимальна система комунікацій, яка можлива за рахунок підвищення стандартів якості комунікації.

Використання сучасних інформаційних технологій (туристичні мережі) створює ефективні умови для розвитку комунікації між туристами та туристичними фірмами. За рахунок комунікації виникають досить стійкі зв'язки та забезпечується безперервний обмін інформацією. Інтенсивність так званої мережевої комунікації залежить від якості побудови мережі та культурних чинників.

Відзначимо, що сучасний туризм набуває форми циркуляції, а сама комунікації розглядається на особистому та груповому рівні. Серед основних чинників розвитку комунікації варто виділити: (а) культурні групи, (б) соціальні групи, так звані вікові групи; (в) інституціональні групи, які передбачають як формально встановлені правила так і неформальні; (г) інфраструктурна група, що складають основу інформаційної системи.

Серед головних напрямків розвитку сфери комунікації у туристичній діяльності варто виділити наступні [40, с. 168]:

1. Формування спеціальної інформаційної інфраструктури;
2. Підвищення якості освіти фахівців туристичної галузі.
3. Реалізація великих інноваційних проєктів у туристичній галузі.
4. Розвиток ЗМІ у сфері туризму, а також соціалізація туристичних продуктів.
5. Постійна підтримка зворотного зв'язку туристичної фірми із своїми клієнтами.
6. Створення інноваційних платформ для реалізації державних та міжнародних туристичних проєктів.
7. Створення та просування індивідуального туристичного продукту.
8. Обов'язкове здійснення процесу реформування туристичних ланцюжків обслуговування.

Для розвитку комунікації у туристичній діяльності країни рекомендовано виконати наступні пропозиції: створити спеціальну платформу із різними видами туризму, які діють по всій території країни; створити відповідні веб-сайти, які допоможуть туристам ознайомитися із інформацією та розробити спеціальні канали комунікації із потенційними клієнтами туристичної фірми [4, с. 7].

Отже, ми можемо стверджувати, що комунікація є важливим компонентом туризму. Види комунікації досліджуються з двох основних точок зору (туристичної фірми та туриста) у зовнішньому чи внутрішньому середовищі. Розвиток комунікації є успішним за умови підтримки туристичної діяльності на державному рівні, що в свою чергу складає основу фактору конкурентоспроможності. Впровадження інформаційних технологій на нашу думку є важливим аспектом у розвитку комунікації в сфері туризму, поряд з цим допомагає у створенні нових інформаційних галузевих систем.

1.3. Чинники, що впливають на розвиток туристичної діяльності

До основних чинників розвитку туристичної діяльності варто віднести: політичні, економічні, культурні, науково-технічні, соціально-демографічні. Найголовнішим чинником є саме політичний, який повинен забезпечувати ефективне здійснення туристичної діяльності за стабільних політичних умов. У політичному чиннику важливе місце посідають [9, с. 100]:

1. Тип відносин держави із іншими державами на міжнародній арені.
2. Стан платіжної та торгівельної спроможності країни та її міжнародних партнерів.
3. Становище держави на арені міжнародного туристичного бізнесу.

Поряд із політичними чинниками важливе місце посідають економічні чинники, які на пряму пов'язані із зростанням доходів населення, що в свою чергу дозволить виділяти кошти на подорожі. Туристичні послуги зазвичай мають попит у середнього класу населення країни та у населення із великим рівнем доходів.

Також на розвиток туристичної діяльності досить сильно впливає зовнішньоекономічна діяльність держави та процеси інтеграції (глобалізації), так як цей чинник піднімає активність населення та сприяє розвитку ділового туризму.

Стосовно соціально-демографічного чинника він досить вагомо впливає на розвиток туризму, тобто зростання кількості населення сприятиме розвитку туристичної діяльності. Життя людей у місті постійно супроводжується певною напруженістю, стресом, відсутністю контактів між людьми. Туризм дозволяє прибрати ці недоліки, та допомагає людині відпочити, розслабитися [10, с. 19].

Варто зазначити, що в сучасній реалії, а це зростання інтенсивності праці при скороченні обсягу робочого часу та зростанні вільного часу. Спостерігається тенденція: зі збільшенням вільного часу стрімко проявляються дві тенденції, по-перше відбувається подрібнення відпускнуго періоду, по-друге зростає кількість нетривалих поїздок. Характеризуючи соціально-демографічний чинник з'являється поняття «туризм третього віку», цей туризм вже охоплює близько 0,6 млрд. туристів) та пов'язаний із пізніми шлюбами, кар'єрним ростом жінок, відкладенням народження дитини та наявністю великого відсотку бездітних пар. Туристичним організаціям обов'язково потрібно враховувати перераховані нами особливості туризму, так як це буде позитивно впливати на розвиток туристичної діяльності тої чи іншої країни [18, с. 455].

Також варто звернути увагу на культурний чинник у розвитку як національного так і міжнародного туризму, він сприяє розвитку

прагнення людини до пізнання традицій, культури інших країнах. На ефективність туризму впливає емоційна сфера (задоволення від культурних потреб людини). Наприклад за результатами туристичного аналізу населення Бельгії, Німеччини, Великобританії надають перевагу відпочинку біля моря, тоді коли наприклад мешканці Франції, Іспанії, Японії надають перевагу відпочинку великим містам, або передмістях.

Не мало важливим є також науково-технічний чинник, який проявляється у появі нових більш прогресивних видів туризму, які передбачатимуть скорочення часу в дорозі та збільшення кількості туризму на далекі подорожі, також даний чинник вводить у туристичний бізнес комп'ютерні технології без яких неможливі такі процеси як: бронювання авіарейсів, готелів за короткий проміжок часу.

Розвиток туристичної діяльності в сучасних реаліях передбачає: (а) будівництво нових об'єктів туризму; (б) підвищення культури та якості обслуговування на основі комп'ютеризації та індустріалізації туристичного бізнесу; (в) застосування сучасних технологій обслуговування туристів; (г) оптимальне використання існуючих матеріальних ресурсів [13, с. 147].

Врахування перерахованих нами чинників забезпечить ефективний процес розвитку туристичної діяльності нашої країні як на державному, так і на міжнародному рівні. Даному процесу сприятиме розвиток засобів масової інформації, тому що вони дозволять туристичним організаціям прогнозувати туризм загалом, а також і його окремі компоненти (послуги та туристичний продукт).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан туристичної галузі: проблеми та перспективні напрямки розвитку

Туризм на сьогодні є однією найпріоритетних напрямків розвитку національної економіки та культури країни, але складана політична ситуації в Україні значно стримує розвиток туристичної індустрії. Війна в країні відлякує іноземних туристів, тому варто вжити заходів, щодо її покращення, а саме здійснити грамотну інформаційну політику – яка направлена буде на створення позитивного іміджу нашої країни.

Одним із основних перспективних напрямків є саме здійснення європейської інтеграції, яка матиме досить потужний вплив на процес реформування старої туристичної галузі країни. Поряд з цим також виділяють процес глобалізації.

Сучасний етап розвитку туристичної сфери направлений на здійснення та відтворення образу провідних країн євроінтеграції, що в цілому так впливає на діяльність органів державної влади країни. Проте варто пам'ятати, що процес становлення європейських тенденцій має ряд перешкод, зокрема ускладнюється введення бізнесу та спостерігається практична відсутність позитивних змін у залученні інвестиції та державного фінансування новітніх соціальних програм, що тісно пов'язані із сферою туризму.

Саме тому, щоб туристична сфера нашої країни стрімко та ефективно розвивалася потрібно досить швидко реагувати та вирішувати проблеми, але безпосередньо підтримки держави. Серед основних факторів, які на сьогодні затримують розвиток туристичної діяльності в Україні варто виділити наступні [21]:

1. Складна та нестабільна ситуація в країні (ведення воєнних дій на території нашої країни).
2. Недостатній рівень кваліфікації туристичних працівників.
3. Мала кількість готелів, що відповідають вже наявним стандартам в світі.
4. Мало потужність роботи ЗМІ за кордоном.
5. Наявність великої кількості недоліків саме на регіональному рівні туризму.
6. Велике оподаткування, що відлякує потенційних інвесторів туристичного бізнесу.

Аналізуючи фактори, які перешкоджають ефективному розвитку туризму нашої країни на протязі останніх років найголовнішою залишається проблема туристичної інфраструктури. Вирішенням даної проблеми на нашу думку є – створення нового авіаційного та залізничного сполучення між регіонами нашої країни, що дозволить туристам швидко та головне зручно для них відвідати декілька туристичних локацій в Україні. Тобто основною проблемою, що зупиняє стрімкий розвиток нашої країни є саме технологічна відсталість.

Варто зазначити, що в Україні на сьогодні практично зовсім не використовуються новітні туристичні технології, тоді коли в країнах Європи це є вже повсякденною справою, а саме: туристи мають змогу користуватися електронними довідниками щодо готелів, електронними відомостями щодо транспорту та його вартості. Проте варто відмітити, що в Україні останнім часом дана проблема почала вирішуватися, щоб наблизити туристичну діяльність України до світового рівня обслуговування клієнтів. Аналізування туристичного бізнесу в Україні варто обов'язково треба здійснювання із врахуванням всіх діючих негативних процесів які складають основу ринку туристичних послуг [31, с. 80].

Незважаючи на труднощі, ситуація в українському туризмі з кожним днем покращується. Наприклад стратегія розвитку туристичного бізнесу в Україні на 2022 рік була направлена на вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму, курортів, створення відповідного санітарно-курортного обслуговування а також модернізації застарілої туристичної інфраструктури. Перераховані нами напрямки мали значно покращити туристичні та курортні послуги, що в кінцевому результаті підвищило б туристичний потенціал країни.

Україна має всі шанси та досить багатий природньо-рекреаційний потенціал для розвитку туристичного бізнесу, наша країна має всі можливості для того щоб стати туристичною країною світового рівня. Основними стратегіями на розвиток туристичної діяльності в межах нашої країни є: (а) залучення інвестицій у розвиток туризму; (б) забезпечення безпеки туристам в межах нашої країни; (в) обов'язкова участь у міжнародних програм стосовно розвитку та покращення туризму; (г) вдосконалення нормативно-правової бази та (д) збереження туристичних локацій та видатних місць [33, с. 12].

Для того щоб туристична галузь нашої країни привернула увагу інвесторів доцільно провести ряд соціально-економічних реформ, що сприятиме покращенню інвестиційного клімату країни загалом. Поряд з цим активно потрібно використовувати засоби масової інформації, щоб повідомляти клієнтам про доступність їх відпочинку. На сьогодні потенційними та досить потужними у плані розвитку туристичної галузі є країни: Саудівська Аравія, Катар, Кувейт, КНР та інші.

Для того щоб наша країна відносилась до такого списку необхідно державі допомагати власникам об'єктів туристичної інфраструктури (надавати потрібні їм пільги). За таких умов інвестиційна політика України значно зросте. При чому зміни у податковому законодавстві не спричинить збитку для державного бюджету, а навпаки покращить фінансову ситуацію. Поряд з цим рекомендовано на постійній основі

надавати інформацію іноземним туристам про найпопулярніші локації країни (тобто здійснювати моніторинг туристичних потоків).

Державна туристична політика нашої країни ґрунтується на відповідних стратегіях та тактиці. Туристичні стратегії передбачають розробку загальної концепції розвитку та цільових програм, для реалізації якої потрібні кошти (інвестиції). Туристична тактика передбачає чітке визначення конкретних дій та прийомів для досягнення поставленої мети у чітко визначених умовах. Основною метою концепції є – створення сучасного високоефективного та конкурентоспроможного туристичного бізнесу, який повинен в свою чергу забезпечити широкі можливості для обслуговування українських та іноземних громадян.

Серед основних тактик розвитку туристичної діяльності в Україні виділимо: формування відповідних економічних механізмів стимулювання внутрішнього та зовнішнього туризму, тобто залучення інвестицій; введення досить жорсткої системи ліцензування туристичної діяльності; створення відповідної нормативно-правової бази для туристичної галузі країни [37].

Отже, туризм сприяє значному зростанню бюджетних коштів держави, збільшенню робочих місць та залученню як внутрішніх так і зовнішніх інвестицій. Провівши аналіз сучасного стану розвитку туристичної галузі в країні, ми прийшли до висновку, що для покращення даної галузі потрібно покращити державне регулювання сфери, активізувати рекламно-рекреаційний потенціал та маркетинговий на державному та міжнародному рівні. Поряд з цим необхідно здійснювати економіко-фінансову підтримку туристичної галузі з боку держави, покращити кадрове забезпечення та створити оптимальні взаємозв'язки між бізнесом та державою – це все буде сприяти розвитку туристичної інфраструктури. Тобто, тільки ефективна державна політика дозволить сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної галузі в Україні [39, с. 161].

2.1.1. Основні тенденції розвитку туризму

Зазначимо, що найперспективними туристичними напрямками нашого століття, у відповідності до прогнозів Всесвітньої організації туризму (станом на 2020 рік) є: екологічний туризм, пригодницький туризм, тематичний туризм та круїз [34, с. 221].

1. Пригодницький туризм передбачає активний відпочинок на свіжому повітрі та здебільшого спрямований на отриманні людиною нових відчуттів.

2. Екологічний туризм передбачає подорож до природоохоронних зон без будь-якого шкідливого впливу на навколишнє середовище. За прогнозами лише введення одного екологічного туризму може збільшити валовий дохід держави на 5 %.

3. Круїзи мають досить великий попит серед населення із високим рівнем доходу. Даний вид туризму залишається на плаву завдяки низьким витратам на обслуговування екіпажу та можливості отримати прибуток на борту.

4. Тематичний туризм передбачає заздалегідь чітко поставлену мету та її виконання (наприклад відвідування фестивалю).

Доходи від туристичної діяльності в країнах Європи складає близько 80-90%, тоді коли в Україні даний показник має 64 %.

На показник доходу безпосередньо впливають економічні та політичні проблеми країни. Аналізуючи останнє десятиліття в плані розвитку туристичної галузі варто зазначити, що 2013-2014 роки були важкими та несприятливим для її розвитку (відбувалися процеси інфляції та девальвації), що значно вплинуло на зменшення виїзних туристів. Далі спостерігалася наступна тенденція: починаючи із 2016 року до 2020 року дохід країни завдяки туристичній індустрії підвищився (на 20 %) завдяки подорожі українців до Туреччини та Єгипту. Отже, тенденція мала перспективи на розвиток, але війська агресія Росії проти України значно скоротила потік іноземних туристів [23].

Не дивлячись на певні проблеми у туристичній галузі України близько 6 млн людей здійснили понад 10 млн туристичних подорожей в межах України. Причому близько 80 відсотків туристичних потоків здійснено в'їзними туристами, та лише 20 % внутрішніми туристами.

Внутрішній туризм в Україні є недостатньо розвинутим тому потребує державної підтримки. Лідерами із надання туристичних послуг на період (2016-2020) були наступні області нашої країни: Івано-Франківська, Київська, Харківська, Львівська, Дніпропетровська та Одеська. Нижче для наочності приведемо результати Державної служби статистики України за 2018 рік, які демонструють кількість туристів (загалом внутрішні та зовнішні), які обслуговувалися українськими туристичними фірмами (табл. 2.1.)

Таблиця 2.1.

Результати аналізу кількості туристів, які обслуговувалися українськими туристичними фірмами (2018 рік)

	Кількість туристів обслуговуваних українськими туристичними фірмами		Всього
	Юридичні особи	Особи-підприємці	
Україна	3957623	599 824	4 557 447
Області-лідери			
Львівська	114364	67891	182255
Дніпропетровська	40 845	76 136	116 981
Одеська	51 898	29 483	81 381
Київська	22 865	43 520	66 385
Харківська	25 070	37 162	62 232
М. Київ	3497179	52 911	3 550 090

Джерела [29, 23]

У таблиці нами представлено кількість туристів у найбільш відвідуваних областях країни. Встановлено, що лідерами є – м. Київ, Львівська область, Дніпропетровська облвсть, Одеська область, Київська та Харківська область.

У відповідності до результатів Державної служби статистики України нами систематизовано та відображено (див. діаграма 2.1.) кількість іноземних туристів, які відвідали Україну за останні десять років [23].



Діаграма (2.1.) кількості іноземних туристів, які відвідали Україну за останні десять років (2013-2022 роки)

Як бачимо у відповідності до даних Державної служби статистики України останні роки 2020-2022 є несприятливим для розвитку туристичної галузі в Україні (причина пандемія та військові дії на території країни). Тобто на розвиток туризму в Україні досить впливає економічна та політична діяльність. Основними видами економічної діяльності є: торгівля, будівництво, транспорт, виробництво, фінансовий сектор та нарощування показників внутрішнього валового продукту.

Найоптимальнішим видом туризму для України є саме агротуризм, так як він здатен розвинути як внутрішній так і зовнішній туризм, що в свою чергу підвищить зайнятість населення нашої країни та зростання внутрішнього валового продукту. Для ефективного введення екологічного туризму (в нашому випадку агротуризму) необхідно: запровадити відповідну нормативно-правову базу та розробити

механізми відбору та реалізації перспективних інвестиційних проєктів для розвитку агротуризму загалом в Україні [27, с. 201].

Загалом варто ззначити, що тенденції міжнародного розвитку на сьогодні є жосить позитивними, що передбачає: інтерес до іншої культури та менталітету народів світу, зменшення мовного бар'єру, вільний доступ до інформації – все це сприятиме розвитку туризму в у всіх країнах.

Стосовно тенденції розвитку туризму в Україні варто зазначити, що державі потрібно продовжувати подальшу роботу щодо вдосконалення законодавчо-правової бази, забезпечити політичну стабільність та подолати проблему застарілої туристичної інфраструктури країни. Одним із пріоритетних напрямків економічного розвитку країни, та і для туризму згалом є: вступ України до НАТО та ЄС, що забезпечить функціонування високоприбуткової туристичної галузі. Поряд зцим встановлено, що залучення якомога більше інвестиційних потоків є найголовнішим елементом ведення туристичного бізнесу в Україні, та забезпечить поліпшення інфраструктури на теренах України [30].

Тобто на тенденцію розвитку туризму в Україні за остані два роки вплинули:

1. Впровадження карантинних обмежень та закриття кордонів (2020-2021 рік), що вимало виконання наступних заходів: закриття ресторанного бізнесу, закриття санітарно-лікувальних закладів, транспортних перевезень.

2. Війська агресія розпочата Росією проти України [36, с. 101].

Як бачимо туристична галузь залежить від багатьох елементів, коли певні негаразди в олному із складників держави, то це впливає і на розвиток туристичної індустрії. Тому залучення України до світового туризму вимагатиме нових підходів в організації та управлінні туристичним бізнесом. Більш детально ознайомимося із заходами щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі у наступному підрозділі нашого дослідження.

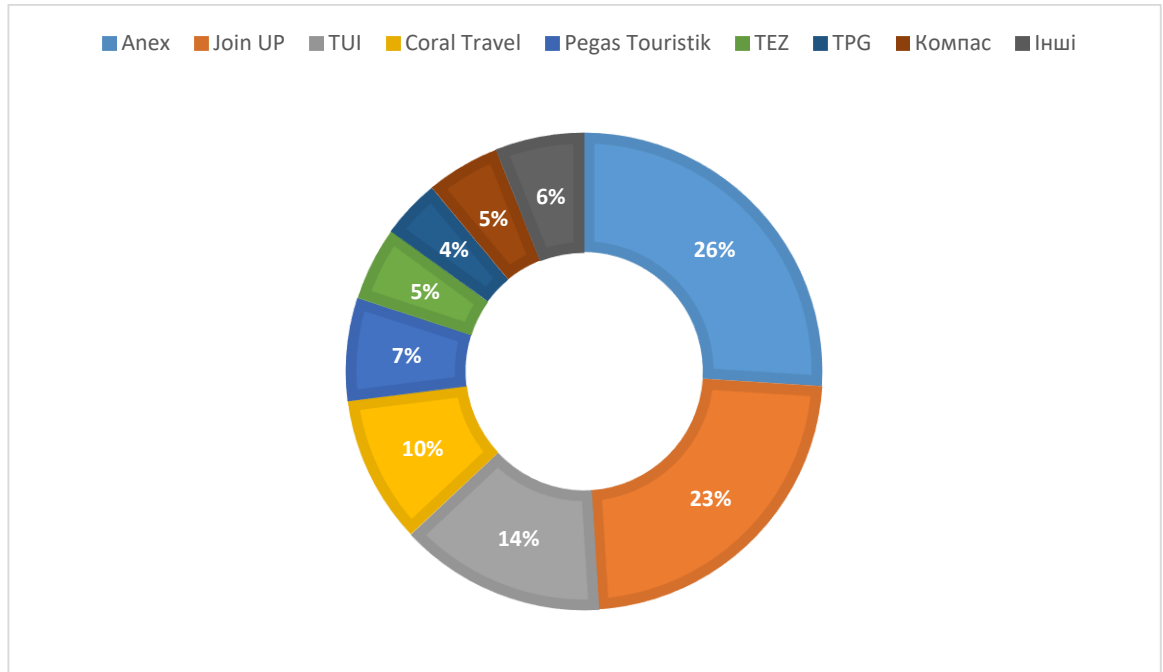
2.2. Оцінка ефективності заходів щодо удосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні

Україна на даний момент перебуває в умовах європейської інтеграції, що значно поліпшує розвиток та розбудову нашої держави. Євроінтеграція допомагає пришвидшити розвиток науки та медицини, поряд з цим спостерігається загальне технологічне зростання. Входження нашої держави у єдиний політичний та економічний простір Європи зробить її у майбутньому досить потужною та сильною країною, яка володітиме розвинутою туристичною інфраструктурою. Тобто іншими словами, європейська інтеграція – це шлях до модернізації економічного складника України, який гарантувати: залучення технологічних інновацій та іноземних інвестицій; створення нових робочих місць; підвищення показника конкурентоспроможності туристичних агентств.

Введення євроінтеграційних процесів сприятиме інтенсивному розвитку туризму. Бо як відомо, першим фактором, який стримав розвиток туристичної галузі в Україні стала – пандемія. Внаслідок пандемії у 2020 році Україна недоотримала близько 60 млрд гривень (у відповідності до даних Державного розвитку туризму в Україні). Стосовно світових втрат у туристичних галузі та вони склали близько 800 млрд доларів, з них як зазначено вище 60 млрд. гривень збитків складає туристична галузь України. Другим фактором, який затримує розвиток туризму в Україні – російсько-українська війна [12, с. 80].

Варто зазначити, що кожного року у світі подорожує близько 900 млн людей. Якщо ж аналізувати ситуацію в Україні (2020-2021 рік), то кількість туристів в середині країни збільшилося, і це було позитивною тенденцією, яка розпочала процес інтенсивного розвитку туризму всередині країни. За таких умов необхідно обов'язково мати не лише туристичний потенціал, але й інтенсивно розвивати зовнішньоекономічну діяльність.

Нижче представимо найбільших туристичних операторів нашої країни (див. діаграму 2.2.), розподіл ринку праці між туристичними операторами здійснено у відповідності до даних Державної служби статистики України [11].



Діаграма (2.2.) розподілу ринку праці між туристичними операторами України

Зазначимо, що зменшення кількості туристів, які відвідують нашу країну призведе до створення негативного сальдо. При чому велика кількість туристичних операторів у своїй діяльності роблять акцент на наданні виїзних турів. Тобто туристичні оператори не займаються обслуговуванням іноземних туристів в межах нашої країни, тому спостерігається тенденція: кількість людей, які виїжджають на відпочинок за межі країни, перевищує кількість тих, що відвідують країну.

Такий підхід негативно впливає на формування бюджету нашої держави. Аналізуючи ситуацію в країні нашим туристичним операторам потрібно розробляти тури, які носитимуть характер екскурсійний, спортивний, оздоровчо-рекреаційний. Розвиток перерахованих нами видів туризму сприятимуть розвитку туризму в межах України [14, с. 38].

Наприклад спортивний туризм повинен приділяти більше уваги створенні відповідних спеціалізованих занять за видами спорту, проведення спортивних занять, за використання природних ресурсів. Напряму туризму професійно-прикладного напрямку цікавий переважно для людей прагнуть пізнати щось нове, здобути нові практичні навички у сфері туризму.

Нижче приведемо кількісну характеристику динаміці туристичних потоків України за обслуговування вітчизняними туристичними операторами за період часу: 2015-2020 рік (складено на основі даних Державної служби статистики України). Представлено у вигляді діаграми (діагр. 2.3.) [11]

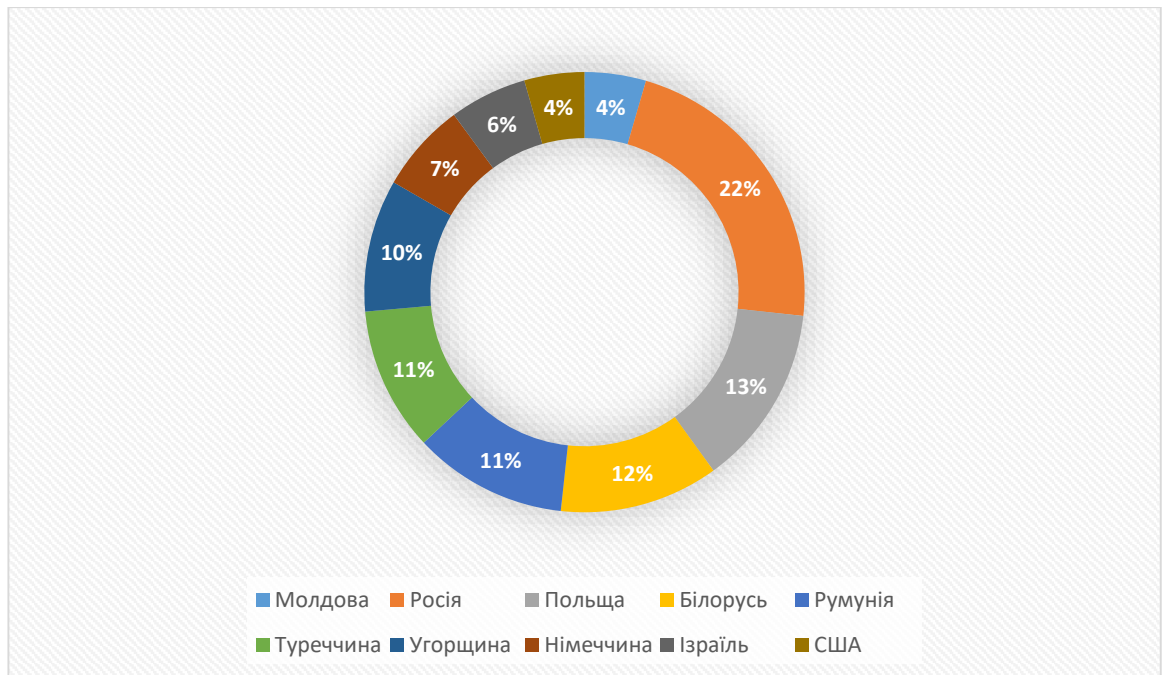


Діаграма (2.3.) динаміка туристичних потоків України за 2015-2020 роки

Джерела [11, 22, 30]

На діаграмі ми чітко можемо прослідкувати тенденцію до зростання кількості відвідування осіб за період 2015 – 2019 рік (показник зріс на 4,1 млн осіб). Відповідно кількість іноземних осіб, які відвідали Україну зріс на 71,7 тисяч осіб, а показник українців які виїхали за межі нашої держави складає 3,9 мільйонів осіб.

Нижче зведемо діграму «Топ-10 країн світу, громадянних яких відвідали нашу країну у 2020 році» (див. діагрм. 2.4.) [30]



Діаграма (2.4.) Топ-10 країн світу, громадянних яких відвідали нашу країну у 2020 році

Джерела [11, 20, 30]

У відповідності до офіційної інформації, за 2020 рік через держаний кордон України сухопутним шляхом до України прибуло 2,5 млн туристів, морським шляхом приблизно 122 тисячі осіб, та авіашляхом близько 703 тисячі осіб. Загальний потік перевезень починаючи із 2020 року значно зменшився. Через карантинні обмеження скасувалися міжнародні перельоти. Ситуація 2022-2023 року важка, на території країни взагалі не діє авіасполучення та морське сполучення, потрапити до країни можна лише через сухопутний державний корд із Польщею [3, с. 80].

Серед основних причин порушення виїзду та в'їзду до України є:

1. Воєнні дії на території країні, що несуть потенціну безпеку туристам та і всьому населенню країни.
2. Втрата значної частини туристично-рекреаційних ресурсів (всі пам'ятки культури, заповідники, релігійно-туристичні об'єкти).
3. Руйнування інфраструктури в район активних бойових дій.

4. Закриття повітряного простору країни.
5. Порушення логістики на території країни.
6. Розміщення окупаційних військ на території областей, які важливим туристичними локаціями країни [20, с. 61].

Отже період 2022-2023 року призвів до зупинки розвитку туристичної діяльності в Україні, так як російсько-українська війна спричинила помітне зниження міжнародних туристичних потоків.

Тому варто відзначити, що повне відновлення туристичної діяльності на території країни можливе лише після закінчення війни, що надасть гарантії безпеки іноземним туристам, відновлення всієї туристичної інфраструктури, поряд з цим надасть можливість безперешкодливо пересуватися територією України. У світі є багато країн, які змогли відновити туристичну сферу після воєнних дій, тому нашій країні обов'язково потрібно керуватися прикладами для швидкого відновлення. Важливим напрямком для розвитку туризму України повинен бути – туризм пам'яті або воєнний туризм, щоб показати іноземцям наслідки російсько-української війни та вшанувати пам'ять загиблих воїнів [22, с. 11].

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Основні шляхи розвитку туристичної сфери України в умовах війни

Широкомасштабні воєнні дії, які розпочала Росія проти України 24 лютого 2022 року внесли досить великі корективи в організацію та діяльність внутрішнього та міжнародного туризму. У відповідності до офіційних даних станом на квітень/травень 2022 року 7,7 млн українців стали внутрішніми переселенцями. На вирішення даної проблеми прийшла саме туристична галузь, так як для розміщення внутрішньо-переміщених осіб потрібні були готелі, гуртожитки та заклади харчування.

В реаліях сьогодення, не дивлячись на воєнні дії внутрішній туризм продовжує все ж таки функціонувати, але у тих регіонах де це є більш безпечно. Внутрішній туризм передбачає відвідування туристичних об'єктів, закладів відпочинку та різних музеїв. Мало того туризм в таких регіонах перебуває на досить високому рівні, та їх логістика не зазнала значних відхилень. Війна стала причиною вимушених подорожей українців нашою держави, особливо переміщення громадян відбулося із півдня, сходу нашої країни до західних областей [25, с. 7].

У безпечних областях нашої країни розробленні екскурсійні тури, дуже добре, що вони є безкоштовними для тих громадян, які втратили свої будинки через військові дії. Тури, які проводяться на західній Україні передбачають наявність за побудованим маршрутом наявність бомбосховищ при наявності повітряної тривоги. У відповідності до слів голови Державного агентства розвитку туризму Мар'яни Олеськів: «після закінчення війни туризм в Україні вийде на новий рівень» [23], під цими слова варто розуміти введення змін до підхід містобудування, а саме

будуванню туристичних об'єктів із укриттями, у музеях потрібно буде розробити повноцінні плани евакуації культурних цінностей.

Стосовно туристичної діяльності на півдні та сході нашої країни мова не йде, так як саме там ведуться активні бойові дії, тому літній сезон на берегах Чорного та Азовського моря є неможливим. При чому варто зауважити. Що якщо навіть закінчиться війна то перебування туристів буде під великою небезпекою, так як території які зазнали окупації є замінованими. На розмінування територій знадобиться досить багато часу, поряд з цим окуповані росією території зазнали досить великих руйнувань в інфраструктурі, логістиці, природно-заповідних та лікувально-оздоровчих фондів. Крім того варто також відмітити і моральний стан людей, для їх відновлення потрібно буде багато часу.

Туристична інфраструктура, шляхи сполучення, логістика між туристичними об'єктами є повністю зруйнованими в Донецькій, Луганській, Херсонській, Запорізькій та Харківській області. Туристичні потоки на даних територіях не будуть відновленими ще досить довгий час [41, с. 267].

Російська-українська війна вплинула на туристично-рекреаційний потенціал України. Починаючи із 2014 року (анексії Криму, Донецької та Луганської області) призвели до неможливості використання всіх туристично-рекреаційних ресурсів. Втративши доступ до Криму наша держава втратила до 30 % туристично-потенційного потенціалу. Серед туристичних об'єктів, які стали недоступними відносять: ландшафтні парки, дендропарки, Нікітський ботанічний сад, Ялтинський гірсько-лісовий природний заповідник. Також варто зазначити, що Крим володіє цілим рядом унікальних пам'яток античного, середньовічного та нового (палацові культури, особняки). Нижче приведемо список туристично-рекреаційних ресурсів областей, які на даний час перебувають під окупацією російської армії. Дані занесемо до таблиці «Туристично-рекреаційні ресурси областей України, які знаходяться під окупацією».

Таблиця 3.1.

**Туристично-рекреаційні ресурси областей України, які знаходяться
під окупацією**

Область України	Історичні пам'ятки культури	Об'єкти природнього заповідного фонду	Значущі об'єкти
Миколаївська область	Налічується 33 тисячі пам'ятки. Серед яких 3 музеї із відділами історико-археологічного заповідника	Нараховано 89 територій. Також Чорноморський заповідник	1. Джерела мінеральних вод. 2. Лікувальні грязі. 3. Чорноморські пляжі. 3. Сприятливі кліматичні умови.
Херсонська область	5,9 тисяч пам'яток, серед яких 143 пам'яток внесено у Державний реєстр національного надбання.	Налічується 69 територій, зокрема 2 біосферні заповідники Асканія-Нова та Чорноморський.	1. Азовське та Чорноморське узбережжя. 2. Сприятливі кліматичні умови.
Одеська область	Налічується 7,4 тисячі пам'яток, з яких 1440 відносять до пам'ятки містобудування	Налічується близько 92 природно-заповідних територій, серед яких Дунайські плавні, Одеські катакомби.	1. Острів Зміїний 2. Лікувальні грязі. 3. Сприятливі кліматичні умови.
Запорізька область	Налічується близько 6,8 тисяч пам'яток, серед яких 3 заповідники, 16 музеїв, Національний заповідник «Хортиця»	Налічується близько 299 територій природньо-заповідного фонду.	1. Побережжя Азовського моря. 2. Сприятливі кліматичні умови.
Харківська область	Нараховується близько 2535 об'єктів, серед яких 15 державних музеїв.	Нараховується близько 135 територій природньо-заповідного фонду	1. Курорт Березівські мінеральні води. 2. Курорт Рай-Оленівка

Джерела [11, 23, 33]

У таблиці нами представленні основні туристично-рекреаційні ресурси окупованих областей України. Звісно, що зараз підрахувати масштабність втрат не можливо, так як доступу до територій немає, а на значній частині ведуться бойові дії. Саме тому на цих територіях не можливо займатися туристичною діяльністю.

Про деякі руйнуванні туристично-рекреаційних об'єктів вже відомо, це стосується тих територій які звільнено від окупаційних військ. Нижче нами приведено список постраждалих туристичних об'єктів, серед них в основному музеї, історичні будівлі, храми, театри та концертні зали. Дані представлено у таблиці «Постраждалі туристичні об'єкти України»

Таблиця 3.2.

Постраждалі туристичні об'єкти України

Київська область	
Музеї	Історико-краєзнавчий музей Марії Примаченко
Храми	Георгієвська церква у Заворичах
Меморіальний комплекс	Бабин Яр
Донецька область	
Музеї	Маріупольський художній музей ім. Куїнджі
Храми	Христо-Різдвяний кафедральний собор Святогірська Свято-Успенська Лавра
Театри та концертні зали	Маріупольський драматичний театр
Харківська область	
Музеї	Історико-краєзнавчий музей м. Охтирка Монумент ХХ століття – колишній кінотеатр ім. Щорса
Храми	Успенський собор
Театри та концертні зали	Будівля вокзалу в м. Охтирка, що пережила 1943 рік
Історичні будівлі	Бібліотека іменні Короленка; Будинок «Слова» у Харкові; Будинок № 8 на вулиці Свободи у Харкові; Будинок № 3 на проці Конституції у Харкові
Запорізька область	
Музеї	Пограбовано музей садибу Попових

Херсонська область	
Музеї	Пограбовано Херсонський обласний краєзнавчий музей
Чернігівська область	
Музеї	Музей українських старожитностей Василя Терновського, який вистояв під час другої світової війни.
Храми	Іллінська церква Успенський Єлецький монастир (1060 р.)
Сумська область (м. Суми)	
Історичні будівлі	Сумська духовна семінарія Сумський кадетський корпус

Джерела [7, 35, 37]

У таблиці нами наведено список постраждалих туристичних об'єктів під час війни, але нажаль це не повний список втрат. Повний ґрунтовний аналіз втрат можна буде провести після закінчення війни. Взагалі відмітимо, що туристично-рекреаційний потенціал нашої держави досить високий, але російсько-українська війна стала на заваді його розвитку, поряд з цим стала причиною руйнування туристично-рекреаційних ресурсів: пам'яток архітектури, культури та різних історичних пам'яток [25, с. 10].

Тому нами систематизовано та виділено основні шляхи розвитку туристичної галузі України в умовах війни. Серед яких варто виділити:

1. Розроблення проєкту маршрутів пам'яті, де частину зруйнованих окупантами об'єктів збережуть для історії, щоб висвітлити злочини країни-агресора проти України.

2. Створення та діяльність інформаційного проєкту 360war.in.ua. Який дозволяє побачити фото зі звільнених міст України (зокрема Бучі, Ірпень, Бородянка). Платформа містить страшні матеріали зі страченими та розстріляними цивільними людьми. Проєкт дозволяє побачити все у 3D масштабі.

3. Участь українського туристичного середовища у громадській діяльності Європейської туристичної комісії (отримання членства на безкоштовній основі терміном до трьох років).

4. Документування школи туристичним об'єктам, заподіяні Російською Федерацією та розробка стратегій відновлення після припинення введення бойових дій на території України.

Запропоновані нами шляхи розвитку туристичної діяльності дозволять: (а) розбудувати туристичну інфраструктуру; (б) збільшити обсяг надходження коштів до державного бюджету; (в) підвищить ефективність управління туристичною сферою; (г) сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу в країні; (д) значно підвищить обізнаність туристів щодо України та покращить її імідж. Поряд з цим варто констатувати факт, що саме зараз в туристичній індустрії України є унікальна можливість відкрити для себе нові перспективи розвитку разом із країнами-учасниками ЄС [33, с. 14].

На сьогодні Україна приймає участь у досить перспективних програмах кооперації у галузі туризму, активно залучається до використання новітніх туристичних технологій. Також має доступ до глобальної інформаційної мережі, що дозволяє користуватися передовими методиками із підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів.

Тобто в найближчих планах нашої країни повинно бути розроблено комплекс заходів для розвитку туристичної сфери, які націлені на збільшення своєї конкурентоспроможності на світовій арені туристичної галузі. Також потрібно вдосконалити державну політику стосовно туристичного бізнесу в країні – всі ці запропоновані нами шляхи зроблять нашу країну привабливою для мільйонів туристів.

3.2. Стратегічні перспективи відновлення сфери туризму в Україні у післявоєнний час

Галузь туристичної діяльності зазнала сильних втрат внаслідок військового конфлікту який розпочала Росія проти України 24 лютого 2022 року, поряд з цим варто зауважити, що галузь туризму не встигла цілком відновитися після пандемії (діяли протипандемічні обмеження). Війна в Україні повністю закрила авіаційне перевезення, поряд з цим великі зміни відбулися і в самій туристичній сфері країни, вона набула нових особливостей: туристична галузь зосереджена здебільшого на волонтерській діяльності та перетворенні туристичних об'єктів на волонтерські штаби; розробці маршрутів які передбачають обов'язкову наявність бомбосховищ; розробка туристичних маршрутів таким чином, щоб вони не пересікалися із військовими об'єктами, через те що вони є мішенями ракетно-бомбових ударів росією; виключення повністю пляжних та пішохідних турів, причиною тому є заміновані території [26, с. 200].

Інтерес до туристичних об'єктів України значно знизився, так як туристи не мають змоги відвідувати Україну через постійні масовані ракетні удари, і це зрозуміло нажалі Україна не може надати гарантії безпеки ні своєму населенню ні туристам. Зазначимо, що із початком війни туристичний потік до України був повністю втрачений. Повністю перестав функціонувати такий вид туризму як діловий (всі міністри закордонних справ покинули нашу країну), а внутрішній вид туризму зазнав докорінних, та був направлений на переміщення осіб із зон бойових дій у більш безпечніші регіони.

Проте не дивлячись на втрати українського туристичного бізнесу на міжнародній арені, внутрішній туризм значно збільшив суми туристичного збору, звісно дана ситуацію обумовлена тим, що велика кількість осіб перемістилася із постійного місця проживання у інші більш безпечні регіони нашої країнами. Лідерами туристичного збору 2022 року

стали: місто Київ, Львівська область, Закарпатська область, Хмельницька область, Івано-Франківська область.

До основних перспективних напрямків туристичної галузі в Україні у післявоєнний період варто віднести наступні стратегії [42]:

1. Збільшити кількість іноземних туристів в Україні використовуючи досвід країн, що мали схожу політично-економічну картину. Обов'язково розробити маршрут пам'яті по символічним місцям. Перспективно розвивати саме освітній туризм, щоб показати вчиненні злочинів країни-агресора в різних містах нашої держави.

2. Концентрувати увагу іноземних туристів на особливих місцях, такими місцями можуть бути наприклад село Чорнобаївка (Херсонської області), або острів Зміїний (Одеська область) – є символами слави українського народу.

3. Розробка стратегій націлених на відновлення туристично-рекреативних локацій України.

Процес відновлення туристичного бізнесу в Україні потребує задіяння нових більш дієвих методів реклами (ЗМІ), що сприятимуть ефективній продажі туристичного продукту на міжнародній арені країн Європи.

Найважливішим кроком у відновленні нашої туристичної галузі є – переймання досвіду країн, які так само перебували в схожих умовах (війни). Такими прикладами для розвитку туристичної галузі можуть слугувати наступні країни: Хорватії, Ізраїль, Кіпр, Грузія [5, с. 42].

- Туристична сфера в Хорватії фактично припинила свій розвиток у період громадянської війни. Після завершення бойових дій розпочалася політика масової піар-компанії туристично-рекреативних об'єктів. Хорватія має понад тисячу островів, саме таке географічне розташування вплинуло на досить швидкий та ефективний розвиток туристичної галузі. Острови Хорватії відзначаються відзнаками за

екологічні та чисті пляжі. Поряд з тим розквіт туристичної галузі позитивно вплинув на економіку країни загалом.

- Кіпр зараз є найпопулярнішим туристичним напрямком, туристичний бізнес швидко піднявся після припинення військових сутичок між турецьким та грецьким народом. Розвиток туристичної галузі відбувався за тією ж схемою, що і розвиток туризму Хорватії, а це: розголос за допомоги ЗМІ про головні переваги туризму саме в їхній країні.

- Ізраїль є найвідомішим прикладом відновлення туристичної галузі у післявоєнний час, або його введення під час війни. Ізраїль постійно перебуває у військових конфліктах з Палестиною. Але не дивлячись на це туристичний бізнес Ізраїлю зміг адаптуватися до постійних військових конфліктів.

- Грузія зазнала кризи у туристичному розвитку під час російсько-грузинської війни у 2008 році. Через військові дії туристичні сезони були припинені. Після закінчення військових дій Грузії потрібно було відновити свій імідж щодо привабливості відвідування їхньої країни. Тому уряд Грузії вжив ряд ефективних заходів для подолання наслідків післявоєнного періоду, в результаті чого були відновлені всі туристичні потоки до країни.

Врахування досвіду країн, що мали схожу політичну та економічну картину дозволить швидко та ефективно відновити туристичну сферу діяльності є ключовим аспектом у відновленні туризму в Україні. Рекомендовано розвинути воєнний туризм в Україні, до туристично-рекреативних об'єктів віднести: місця битв, пам'ятники та поховання воїнів, оборонні споруди, музеї.

Також туризм у післявоєнний період повинен ґрунтуватися на основі національно-патріотичного виховання молоді, тому що коли є пряма загроза втрати державності виникатиме нагальна потреба у

здійсненні системних заходів, що спрямовані на посилення патріотичного виховання підростаючого покоління [38].

Стосовно міжнародного туризму, це дозволить йому показати національну свідомість українців, які діють на основі національних та європейських цінностей. Підсумовуючи зібрану нами інформацію, ми прийшли до висновку, що серед найперспективнішими стратегічних напрямків розвитку туризму в Україні у повоєнний період є: (а) активне впровадження освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного та воєнного туризму; (б) активне впровадження стратегій міжнародного розвитку туристичної діяльності; (в) створення міцних взаємовідносин з країнами ЄС, щодо підтримки та допомоги у туристичній діяльності у післявоєнний період; (г) створення умов, що підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток культури та архітектури України; (д) розробка інноваційних методів реалізації туристичних послуг [14, с. 40].

Отже, проаналізувавши ситуацію в країні, ми прийшли до висновку, що повномасштабна війна негативно позначалася на розвитку туристичної індустрії України. Проте враховуючи досвід країн, які вже проходять через таке складне випробування, Україна має сили та резерви для відродження туристичної індустрії (на державному та міжнародному рівні). Важливе місце у відновленні туризму відіграватиме саме «туризм пам'яті», що передбачатиме вшанування пам'яті загиблих через вторгнення країни-агресора росії, також розробка стратегії введення «воєнного туризму», з метою висвітлення масштабів війни та руйнувань на території нашої країни; розробка «національно-патріотичного туризму», з метою застороги від помилок, які можуть здійснити майбутнє покоління.

ВИСНОВКИ

1. Здійснено аналіз літератури стосовно сутності поняття та видів туристичної діяльності в Україні. Встановлено, що туризм багатоаспектною, поліструктурною та багатовимірною системою, яка функціонує у відповідності до дії закону пропозиції та попиту та діє на основі коливань виробництва та споживання туристичного продукту. Серед основних видів туристичної діяльності в Україні виділяють: медичний туризм, рекреаційний туризм, екологічний та діловий туризм. Ефективність введення на пряму залежить від розробки стратегічних напрямків туристичної діяльності та підтримці їх як на регіональному так і на державному рівні.

2. Розглянуто особливості комунікації та чинники, що впливають на розвиток туристичної діяльності. Встановлено, що комунікація є важливим компонентом туризму, який відповідає за встановлення взаємозв'язків між суб'єктами туристичної галузі: туристичної фірми та туриста. Розвиток комунікації в туризмі залежить від підтримки на державному рівні, що складає основу фактору конкурентоспроможності. Серед основних чинників розвитку, що впливають на туристичну діяльність виділяють: політичні, економічні, культурні, науково-технічні, соціально-демографічні.

3. Досліджено сучасний стан туристичної галузі. Серед основних факторів, що затримують розвиток туристичної діяльності виділяють: нестабільна ситуація в країні; недостатній рівень кваліфікації туристичних працівників; недостатня потужність роботи ЗМІ за кордоном; велике оподаткування, що відлякує потенційних інвесторів туристичного бізнесу. Нами виділено основні стратегії розвитку туристичної галузі та здійснено кількісний аналіз у відповідності до даних Державної служби статистики України. Виявлено, що в період 2020-2022 років діють дві тенденції: пандемія та військова агресія Росії проти України, що досить сильно затримали розвиток туризму в нашій країні.

4. Здійснено оцінку ефективності заходів щодо удосконалення механізмів державного регулювання туризму в Україні. Встановлено, що концепція європейської інтеграції допоможе модернізувати економічний потенціал України, який в свою чергу гарантуватиме: створення нових робочих місць; залучення технологічних інновацій та іноземних інвестицій; підвищення показника конкурентоспроможності туристичних агентств. В рамках нашого дослідженнями приведено дані: (а) розподілу ринку праці між найбільшими туристичними операторами країни; (б) кількісної характеристики туристичних потоків за період 2015-2020 року; (в) систематизовано та створено список країн світу, громадяни яких відвідали Україну у 2020 році.

5. Розглянути основні шляхи розвитку та стратегічні перспективи відновлення туристичної сфери України в умовах війни. Встановлено, що запропоновані нами шляхи розвитку туристичної діяльності дозволять: розбудувати туристичну інфраструктуру; збільшити обсяг надходження коштів до державного бюджету; підвищить ефективність управління туристичною сферою; сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу в країні, а також значно підвищить обізнаність туристів щодо України та покращить її імідж. Серед перспективних напрямків відновлення туризму в Україні виділено: туризм пам'яті (вшанування пам'яті загиблих воїнів), воєнний туризм (висвітлення масштабів війни та руйнувань на території нашої країни); а також національно-патріотичний туризм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2. С. 71–79.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Бартощук О. В. Оцінка розвитку туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 7. С. 82–86.
4. Безпала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 6(34). С. 1–9.
5. Білецька І. М. Моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 41–46.
6. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Вісник Київського університету права НАН України. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2012. № 1. С. 20–22.
7. Велике руйнівництво: культурні втрати України під час війни. URL: <https://lb.ua/culture>
8. Гальків Л. І., Галаз Л. В., Денбіцка Й. Теоретичні засади та інституційне середовище розвитку медичного туризму в системі чинників попередження втрат людського капіталу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2019. № 4. С. 24–33.
9. Гук Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. № 71. С. 99–102.

10. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 4. С. 18–25.
11. Державна служба статистики України. 2017. Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
12. Зікеєва С. Г. Туристична галузь України в період євроінтеграції: соціально-економічний аспект. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 74–82.
13. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2016. № 9. С. 146–150.
14. Копець Г. Р., Кулиняк І. Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2020. № 4. № 2. С. 37–48.
15. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. *Вісник Дніпровського державного аграрно-економічного університету. Серія: Ефективна економіка*. 2014. № 9. С. 149-151.
16. 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.
17. Лазарева О. В. Ключові аспекти розвитку агротуризму в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. № 4. с. 25-35.
18. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 454– 458.

19. Моца А. А., Шевчук С. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільства*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>
20. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. № 1(26). С. 55–68.
21. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
22. Оліховська М. В. Організаційно-економічне обґрунтування становлення та розвитку підприємств агробізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Львів. 2012. 20 с.
23. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
24. Паньків Н. Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. *Креативний простір в Укра-їні та світі*: кол. моногр. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 154–162.
25. Петрович Й. М., Бондаренко Ю. Г., Просович О. П. Інституційне середовище як важлива передумова розвитку рекреаційно-туристичної сфери. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2019. № 3. С. 3–15.
26. Піменов В. Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан. *Вісник Харківської державної академії культури*. Серія: Соціальні комунікації. 2018. № 52. С. 198–208.

27. Пітюліч М. М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. № 3. С. 154-158.
28. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С. 102–112.
29. Пойта І.О. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції / за ред. Саух І.В. Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2011. С. 183-188.
30. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>
31. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. № 1. С. 72–82.
32. Про розвиток туристичної галузі України. URL: <http://narodna.prawda.com.ua>
33. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: економічні науки. 2022. № 46. С. 11–15.
34. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. № 1. С. 220-227.
35. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. С. 12-19.

36. Сидорова А.В. Статистичний аналіз туризму на основі в'їзного та виїзного туристичних потоків. *Економіка і організація управління*. 2016. №4 (24). С. 100-106.
37. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9902> (дата звернення: 15.03.2023).
38. Україна отримала рекорді 244 млн грн туристичного збору. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення: 15.03.2023).
39. Ханін І. Г. Інституційні передумови функціонування інформаційного простору національної економіки: монографія. Донецьк: АРТ-ПРЕС, 2012. 270 с.
40. Шамара І. М. Теоретичні підходи до визначення поняття туризм, його сутність та роль на сучасному етапі. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: «Міжнародні відносини. Економіка. Країзнавство. Туризм»*. 2016. № 5. С. 167–170.
41. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник Луцького інституту розвитку людини Університету "Україна". Серія: Економіка та організація туризму*. 2013. № 17. С. 262–268.
42. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес та процес її відновлення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>