

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

**ПРОСТОРОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПІД
ЧАС ВІЙНИ І В ПОВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ УКРАЇНИ**

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

Виконала: здобувачка 4 курсу 05-415 групи
Спеціальності 106 Географія
Освітньо-професійної програми «Географія»
Любашевська Вікторія Олександрівна

Керівник д.геогр.н., професорка, Мальчикова Д.С.
Рецензент доктор філософії (Географія). Вчитель
першої категорії, старший вчитель Одеського
ліцею 6 Одеської міської ради, Лозова Л.В.

Івано-Франківськ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	6
1.1. Туризм під час війни: особливості, проблеми та можливості.....	6
1.2. Військовий конфлікт як географічний фактор зміни просторової структури туризму в Україні	12
1.3. Міжнародний досвід розвитку туризму в умовах кризових ситуацій.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	21
2.1. Аналіз впливу воєнних дій на туристичну галузь України.....	21
2.2. Оцінка динаміки розвитку туристичної діяльності в період воєнної ситуації в країні.....	25
2.3. Сучасні тенденції та інноваційні стратегії розвитку туризму в Україні під час війни.....	30
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ.....	37
3.1. Просторові стратегії розвитку туристичної галузі в Україні у післявоєнний період.....	37
3.2. Аналіз інновацій та стратегічних перспектив розвитку туризму в Україні.....	43
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52

ВСТУП

Актуальність дослідження. Повномасштабна війна в Україні спричинила негативний вплив на всі сфери життя населення країни, в тому числі і на сектор туристичної галузі. Варто зазначити, що з початком війни деякі туристичні фірми закрилися, інші переорієнтували свою діяльність на волонтерство. Криза, яка виникла у туристичній галузі набула системного характеру у зв'язку із завданою шкодою не лише населенню країни, але й інфраструктурі цілих міст, які розміщені на окупованих територіях і у зонах бойових дій. Російським агресором зруйновано, привласнено або викрадено значну кількість природно-рекреаційних ресурсів, об'єктів культурної та історичної спадщини, туристичної інфраструктури. Під час війни значно скоротилися туристичні потоки, а потенціал внутрішнього туризму залишається на сьогодні обмеженим у зв'язку із замінюванням значних територій, постійною загрозою нових нападів та ракетних обстрілів [8].

Проте не зважаючи на активні бойові дії туризм на сьогодні вже ж таки залишається однією із найстійкіших галузей вітчизняної економіки, що робить його одним із найбільш перспективних напрямків соціального-економічного розвитку України. Відмітимо, що в умовах продовження повномасштабної війни ефективність туристичної діяльності залежить від відновлення цілісності туристичної логічної системи, а саме від: розроблених нових туристичних маршрутів з урахуванням попиту та потреб безпеки; організації мультимодальної інтернаціональної та міжрегіональної взаємодії; розробки нових видів та стратегій розвитку туризму в Україні [11]. Відродження туристичної сфери варто розпочинати з самих найменш постраждалих територій України. Завдяки цій стратегії буде сформована первинна база іноземних туристів. Тобто всі туристичні проекти нашої країни, повинні обов'язково бути пов'язані з подіями війни, таким чином вони складуть основу для розвитку пам'ятного туризму нашої країни. Поряд з пам'ятним туризмом, актуальними та перспективними в реаліях сьогодення є індустріальний туризм, філантуризм та психологічний туризм [16].

Проблематиці розвитку туризму в умовах війни в Україні присвячено чимало наукових праць, авторами яких є: А. В. Зарубіна, Л. І. Демчук [16]; С. М. Філюк, А. П. Зарічняк [47]; О. Р. Роїк, Недзвецька О. В. [38]; О. Моргунець, О. Шевченко [28]. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні чітко окреслені у працях: Ю. Б. Миронов [27]; Н. М. Малярчук, О. Г. Чирва [26]; Барвінок Н. В. [2], В. Бойко [7]; А. А. Моци, С. М. Шевчука, Н. М. Середи [29]. Проте наразі залишаються недостатньо вивчені умови, які склалися для туристичної галузі під час воєнних дій, що потребують уважного аналізу та розгляду через їх специфіку. Що і зумовило вибір теми нашого дослідження «Просторові стратегії розвитку туризму під час війни і в повоєнній відбудові України».

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати проблему функціонування туристичної галузі в Україні та практично дослідити сучасні просторові стратегії розвитку туризму під час воєнного та післявоєнного періоду.

Досягнення зазначеної мети забезпечується в результаті вирішення чітко сформованих *завдань дослідження*, які мають наступну послідовність:

1. Здійснити аналіз теоретичних основ розвитку туризму в умовах війни: особливості, проблеми та можливості.
2. Дослідити просторово-територіальний вплив соціально-економічних і політичних факторів на розвиток туристичної галузі в Україні.
3. Здійснити оцінку міжнародного досвіду з розвитку туризму в умовах кризових ситуацій.
4. Проаналізувати вплив воєнних дій на туристичну галузь України та здійснити оцінку динаміки розвитку туристичної діяльності в умовах війни.
5. Визначити просторові стратегії розвитку для туристичної галузі в Україні у післявоєнний період.
6. Здійснити аналіз нових інновацій та стратегій для розвитку туристичної галузі України.

Об'єкт дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку туризму в Україні під час війни та у період її активної відбудови.

Предмет дослідження: просторові стратегії розвитку туризму в Україні в умовах воєнного та післявоєнного періоду.

Для дослідження поставленої мети застосовувалася система взаємопов'язаних *методів дослідження*: аналіз навчально-методичної та нормативно-правової документації із обраної проблематики дослідження; метод узагальнення; метод дедукції та індукції; метод класифікацій; лонгітюдний підхід з метою дослідження впливу війни на туристичну галузь України; діалектичний підхід з метою вивчення явищ та процесів, що відбуваються у туристичній індустрії під час війни; метод системного аналізу; методи порівняння та спостереження; методи кількісного та якісного аналізу.

Теоретичну основу роботи складають дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. При написанні дипломної роботи використовували нормативно-правові акти, законодавчі матеріали та статистичні дані з Міністерства економіки України, Державної агенції розвитку туризму та Державної служби статистики України, які дозволять краще зрозуміти вплив військового конфлікту на розвиток туристичної галузі та визначити ефективні просторові стратегії для її відновлення.

Практичне значення результатів. Результати нашого дослідження можуть бути корисні працівникам державних органів влади, працівникам вітчизняних туристичних компаній, студентам та науковцям з метою ознайомлення з сучасними тенденціями та просторовими стратегіями розвитку туризму під час війни та у післявоєнний період з урахуванням соціальних, економічних та інфраструктурних аспектів.

Структура роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів та їх підрозділів, висновків та списку використаних джерел (47 найменувань).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1. Туризм під час війни: особливості, проблеми та можливості

У лютому 2022 року туристична галузь України зіткнулася з важкими випробуваннями, а саме мова йде про початок російсько-української війни, яка негативно вплинула на розвиток туристичної індустрії як в Україні, так і в інших країнах Європи загалом. У відповідності до статистики Всеукраїнської туристичної організації [42], серед європейських країн, які найбільше зазнали труднощів у туристичній сфері, окрім України, є також Молдова (кількість авіарейсів впав на 69%), Словенія (кількість авіарейсів впав на 42 %); Латвія (кількість авіарейсів впав на 38 %) та інші країни Європи (див. рис. 1.1.)

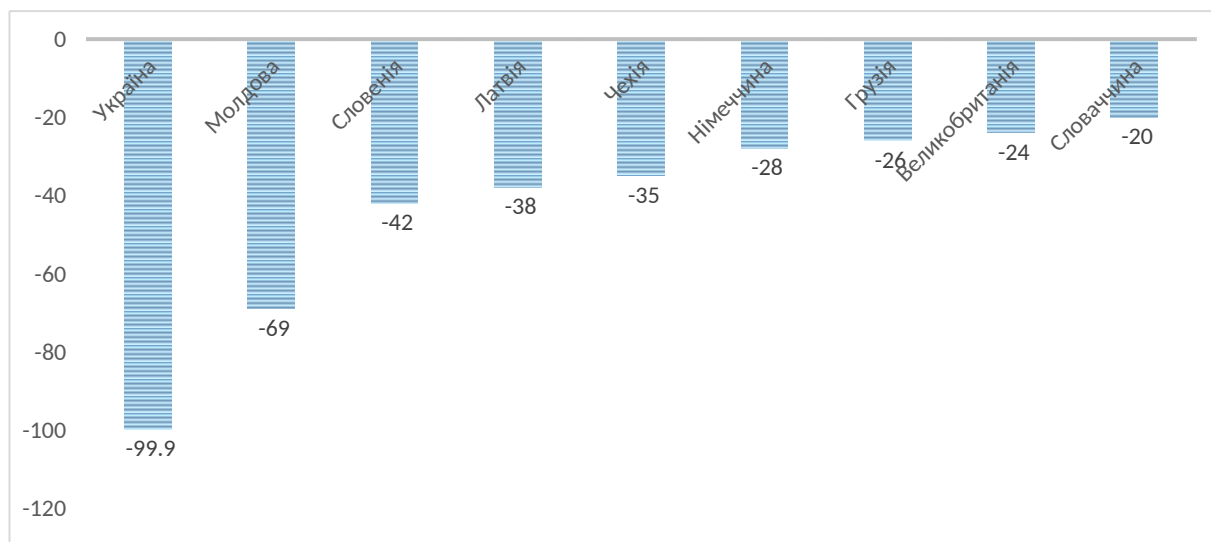


Рис. 1.1. Показники із найбільшим зниженням кількості авіарейсів серед країн Європи (станом на травень 2022 року) [42]

Серед основних проблем, з якими зіткнулася туристична галузь в Україні та країнах Європи варто виділити: втрата українських та російських туристів; обмеження діяльності авіакомпаній у повітряному просторі України; зниження рівнів доходу як у вітчизняних так і міжнародних компаній.

Дослідники [5], стверджують, що російська агресія не лише створили суттєві проблеми у розвитку туризму після пандемії, але й спонукає потенційних туристів розглядати альтернативні туристичні напрямки в інших країнах. Варто відмітити, що найбільшою проблемою яка і досі не вирішена, є те, що всі міжнародні туристичні маршрути, які проходили через Україну, зараз не функціонують. Тобто війна несе за собою значні економічні, культурні та соціальні наслідки, що негативно впливають на туристичну індустрію України, а також на її соціальний та економічний розвиток.

Розвиток туризму залежить від багатьох факторів: здатності створювати нові робочі місця; зменшення показнику бідності населення та від здатності показників ВВП збільшуватися. Однак в умовах війни значно зменшилися туристичні потоки, зупинилися інвестиції та відбулися значні затримки у розвитку інфраструктури країни, що в свою чергу призвело до зменшення кількості робочих місць та економічного занепаду певних регіонів країни. Найскладніша ситуація спостерігається на деокупованих територіях держави, які зазнали повного знищення туристичної інфраструктури та є не придатними до використання з туристичною метою.

Зазначимо, що через російське вторгнення в Україну під постійними обстрілами опинилося безліч музеїв, театрів, монастирів та безліч цінних (туристичних) установ. Серед таких об'єктів: безцінні експонати, скульптури, картини, стародавні пам'ятки, природоохоронні території, заповідники тощо. Ті об'єкти, які не були знищені бомбардуваннями, масово грабуються загарбниками та вивозяться на території Росії. Непрогнозованими на сьогодні залишаються масштаби руйнування населених місць та їх інфраструктури, в тому числі туристичної, що нажалі унеможливило розробку ефективних стратегій розвитку як внутрішнього так і міжнародного туризму [15].

У цілому варто виділити декілька ключових негативних наслідків впливу збройного конфлікту на розвиток туризму в Україні [23]:

- знищена чи пошкоджена туристична інфраструктура;

- відсутність безпекових гарантій, що призвело до зниження туристичної привабливості країни;
- значна міграція населення, в тому числі і працівників туристичної сфери, внаслідок чого зростає дефіцит кваліфікованих працівників у сфері туризму;
- значне скорочення туристичних програм, що відбувається на фоні перерозподілу фінансів на соціальний та оборонний сектор країни;

Дослідники О. Р. Роїк та О. В. Недзвецька [38], звернули увагу на те, що під час війни значна частина туристичних компаній закрилася, інші переорієнтували свою діяльність на волонтерську (шляхом надання власного транспорту на евакуацію біженців та перевезення гуманітарної допомоги). Однак не дивлячись на це, у тилкових регіонах нашої країни почав відновлюватися внутрішній туризм. Туристичні компанії почали активно та вдало організовувати тури Закарпатською, Івано-Франківською, Львівською та Тернопільською областями. Відновилися екскурсійні тури в музеї та замки.

Розвиток туризму в умовах активних бойових дій характеризується певними особливостями, які обов'язкові до виконання [40]:

- туристичні маршрути повинні бути обладнаними бомбосховищами та іншими захисними спорудами;
- мінімізовані маршрути навколо військових об'єктів, що є мішенню ракетних ударів російських загарбників;
- відмінити пляжні та пішохідні тури на деокупованих та прифронтових територіях.

Дивлячись на ситуацію, яка склалася у нашій країні іноземний турист не виявляє бажання відвідувати Україну, а саме мова йде про постійні ракетні обстріли, пошкоджену інфраструктуру та припинення авіасполучення з країною. Таким чином можемо стверджувати, що міжнародний туризм переживає серйозну кризу, в той час як внутрішній туризм в умовах війни значно трансформувався, проте не втратив стійкості. Так, під час війни з'явилися абсолютно нові види на напрямки туристичного продукту, такі як:

лікувально-оздоровчий, військово-історичний та психологічний туризм, пам'ятний туризм, мілітарний туризм, етнічний туризм, індустріальний туризм та філантуризм.

До нових видів туризму, які є пріоритетними в умовах війни відносять: філантуризм, індустріальний та психологічний туризм. Суть філантуризму полягає у благодійній меті під час вибору туристичного напрямку. Для філантуризму обирають області, які вважаються прифронтовими та є осередком волонтерських штабів. Індустріальний туризм спрямований на відвідування промислових об'єктів з метою задоволення цікавості туристів в їх професійних аспектів та розвитку власного бізнесу. Найвищий рейтинг з індустріального туризму має Дніпропетровська область (яка на сьогодні є осередком промислової індустрії України) [2].

Психологічний туризм направлений на досягнення внутрішньої цілісності та гармонії особистості через організовану туристичну діяльність. Серед основних видів психологічного туризму варто виділити: (а) екскурсія з психологом та гідом; (б) еко-туризм, що сприяє освоєнню навколишнього середовища та формування нових психологічних навичок; (в) міжнародні поїздки з можливістю пройти різні психологічні тренінги.

На основі аналізу ситуації в країні, однією із найвагоміших умов для відновлення туристичної діяльності є адаптація інфраструктури для безпечного відпочинку туристів. Саме із цією метою суб'єкти туристичної галузі повинні [9]:

1. створити безпечні умови перебування туристів на обраному туристичному напрямку, а також забезпечити туристів справним спорядженням та інвентарем;
2. обов'язково ознайомити туристів із засобами профілактики та захисту від травм в разі нещасних випадків (проводити інструктаж із надання першої медичної допомоги);
3. надання оперативної допомоги туристам, що зазнали лиха; діюча оперативна система із транспортування потерпілих;

4. розробка спеціальних вимог безпеки під час автомобільного, водного, гірського, лижного, пішохідного туризму;
5. туристичні подорожі варто планувати у відповідності до дії комендантської години (з 23.00 до 05.00 ранку у більшості випадків)
6. заборонено планувати маршрути біля об'єктів критичної та військової інфраструктури;
7. категорично заборонено проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм у областях, що вважаються прифронтовими зонами, або територіями, які знаходилися в окупації.

Отже, на сьогодні серед основних перешкод розвитку внутрішнього туризму в Україні можна назвати [24]:

- масова міграції населення з країни;
- пошкодження туристичної інфраструктури та порушення логістики;
- закриття повітряного простору в країні;
- введення бойових дій у провідних туристичних областях країни.

Війна зруйнувала сферу туризму, порушили споживчі та фінансово-кредитні ринки, поряд з цим спровокувала інфляційні процеси в Україні та світі. Туризм у східних, південних та центральних областях повністю зупинився. Саме тому після закінчення війни всі сили нашої держави повинні бути направлені на відновлення господарської діяльності, інфраструктури на зруйнованих та деокупованих територіях. Від так, кризи, політична нестабільність, мілітаризація економіки та посилення туристичних формальностей негативно вплинуть на туризм та імідж країни загалом [29].

Узагальнення пропозицій вітчизняних дослідників, щодо перспектив відновлення індустрії туризму в Україні, дозволило нам виділити наступні напрямки [26]:

- розвиток активних видів туризму (мілітаризм, військовий, спортивний, медичний, оздоровчий);
- збільшення додаткових сервісних послуг та турів у місцях концентрації ВПО;

- підвищення інтересу до національних пам'яток, місць трагедій (розвиток пам'ятного туризму);
- розроблення нових туристичних продуктів;
- розроблення загальнонаціональних та міжнародних програм з підтримки туризму у кризових ситуаціях.

Таким чином, здійснивши аналіз проблеми розвитку туризму в умовах війни дійшли висновку, що майбутнє туристичної галузі України залежить від низки чинників: тривалість бойових дій; масштаби руйнування туристичної інфраструктури та її відновлення; можливості швидко переорієнтувати туристичну галузь; впровадженні інноваційних маркетингових технологій з метою залучення більшого потоку іноземних туристів до нашої країни. Варто відмітити, що туристичний потік до України можливий лише за умови повної безпеки в країні та визнання такої безпеки міжнародними партнерами. Поряд з цим, Україна у післявоєнний період має і надалі розвивати ті напрямки та види туризму, які були популярними до початку повномасштабного вторгнення.

Тобто, Україна має унікальний шанс відновити свої території за допомогою чисельних закордонних партнерів та різних міжнародних організацій. Саме тому потрібно заздалегідь починати перемовини зі світовими партнерами та інвесторами та пропонувати їм входити в Україну зі своїми стратегіями розвитку [34].

1.2. Військовий конфлікт як географічний фактор зміни просторової структури туризму в Україні

Вплив соціально-економічних та політичних факторів на розвиток індустрії туризму в Україні є досить складним та багатогранним процесом, який залежить від різних умов, зокрема від внутрішніх та зовнішніх обставин, а також від оперативності реагування органів влади та суспільства.

Війна негативно вплинула на розвиток туристичної галузі, що обумовлюється наступними чинниками: зниженням кількості туристів; зменшення рівня доходів населення та робочих місць у постраждалих територіях; значними економічними труднощами для розвитку місцевого бізнесу; масштабами руйнування туристичної інфраструктури. Розглянемо основні соціально-економічні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність (див. рис. 1.2.) [1]



Рис. 1.2. Соціально-економічні фактори впливу військової агресії на індустрію туризму

- Економічні умови: економіка зазнає значних втрат через руйнування інфраструктури, що призводить до скорочення інвестицій;
- Маркетинг та пропозиції: відсутність маркетингу та туристичних пропозицій у постраждалих регіонах, характеризується зменшенням кількості туристів в країні (особливо мова йде про іноземного туриста);
- Пам'ятки: агресор пошкоджує та продовжує знищувати туристичні пам'ятки, серед яких: історичні пам'ятки, пам'ятки культури та природні заповідники, що робить певні регіони України менш привабливими для туристів.

- Безпека: відсутність гарантій безпеки, що змусив багато країн видавати рекомендації із застереженням відвідувати Україну у період війни;
- Якість: зниження якості надання туристичних послуг через закриття готелів та інших туристичних підприємств [47].

Поряд із соціально-економічними факторами впливу військових дій на розвиток туризму розглянемо політичні фактори (див. рис. 1.3.) [28]:

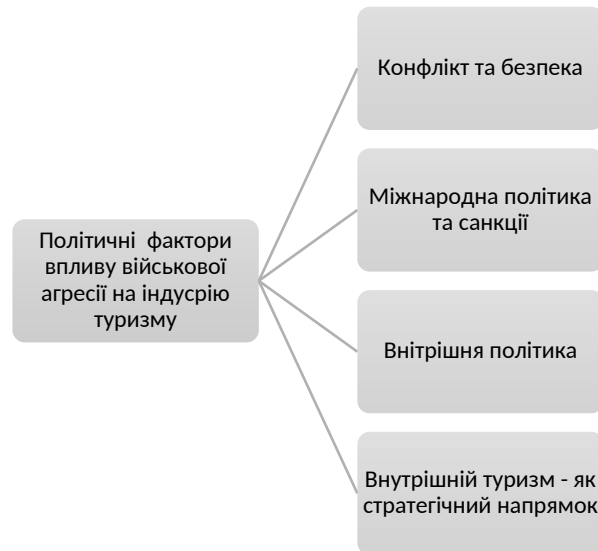


Рис. 1.3. Політичні фактори впливу військової агресії на індустрію туризму

- Конфлікт та безпека: обмеження доступу до певних регіонів; зниження привабливості країни для іноземних туристів; значні витрати на забезпечення безпеки.
- Міжнародна політика та санкції: ускладнення економічних зв'язків з іншими країнами; стимулювання розвитку нових туристичних продуктів; використання політичної ситуації у формуванні позитивного іміджу, яка бориться за свою незалежність.
- Внутрішня політика: зниження бюджету на розвиток туризму через витрати на оборону.
- Внутрішній туризм – як стратегічний напрямок: стимулювання розвитку внутрішнього туризму; заохочення подорожей по країні (особливо у більш безпечні регіони), розвиток нових туристичних видів та напрямків [40].

Загалом варто зазначити, що туристична діяльність в умовах війни не припинилася повністю, вона шукає та випробовує нові види туризму, які на початку війни були не розвиненими, а зараз навпаки вважаються економічно-вигідними. Туристична діяльність в Україні залишається однією із провідних галузей економічної сфери країни, вона і досі має значний вплив на економіку постраждалих регіонів. Хоча війна має негативний вплив на розвиток туризму, проте саме туристична сфера відіграватиме вирішальну роль у відновленні економіки країни. Нижче зазначимо основні соціально-економічні чинники, які є важливими для розвитку туризму у післявоєнний період (особливо актуально для постраждалих регіонів України) див. рис. 1.4.:



Рис. 1.4. Вплив соціально-економічних чинників на розвиток туристичної галузі в Україні у післявоєнний період [36]

1. Створення додаткових робочих місць в наступних секторах: готельний бізнес, транспорт; роздрібна торгівля.
2. Збільшення доходу за рахунок припливу туристів, що допоможе підтримати місцевий бізнес та забезпечить вкрай необхідний поштовх для економічного розвитку постраждалого регіону.

3. Надходження іноземної валюти дозволить стабілізувати національну валюту та стане одним із основних джерел доходу для українського уряду.

4. Диверсифікація економіки дозволить створити більш стабільну економічну основу для розвитку постраждалих регіонів країни.

5. Розвиток інфраструктури сприятиме не лише відновленню зруйнованої інфраструктури, але й створенню позитивного іміджу постраждалих регіонів перед міжнародними інвесторами та іноземними туристами.

6. Сприяння миру та стабільності дозволить створити відчуття нормальності та сприятиме відновленню туристичної репутації постраждалих та деокупованих регіонів країни як мирного та привабливого місця.

7. Збереження культурної спадщини. Даний чинник є досить ефективним саме для постраждалих регіонів, поряд з цим його реалізація дозволить покращити імідж регіону, який зруйновано війною, а також покладе основу для розбудови миру [36].

Отже, туризм сприятиме активному відновленню та відродженню економіки у постраждалих регіонах країни, а також дозволить значно покращити якість життя місцевих жителів. Поряд з цим туризм може створювати нові робочі місця, збільшувати доходи населення; диверсифікувати економіку, розвивати інфраструктуру та сприяти розвитку миру.

Загалом вирішення проблеми безпеки туристів, відбудова інфраструктури, посилення рекламних та маркетингових зусиль будуть мати вирішальне значення у швидкості відновлення туристичної галузі в Україні. Міжнародні інвестиції у сферу туризму не лише сприятимуть підтримці національної економіки, але й сприятимуть загальному процесу розбудови зруйнованих міст шляхом культурного обміну та розвитку взаєморозуміння та спілкування між різними громадами [48].

1.3. Міжнародний досвід розвитку туризму в умовах кризових ситуацій

Внаслідок тривалих бойових дій на території України суттєвих втрат зазнав туристично-рекреаційний потенціал. Криза набула системного характеру. Ворогом були повністю зруйновані або викрадені цінні природно-рекреаційні ресурси, об'єкти історичної та культурної спадщини, зруйнована туристична інфраструктура. Відмітимо, що в умовах війни в Україні значно скоротилися туристичні потоки через постійну загрозу нових нападів та регулярних ракетних обстрілів. Загроза активних бойових дій негативно впливає на безпековий імідж країни, тому відсутність вдало розробленої просторової та іміджевої стратегії може призвести до кризи в'їзного туризму.

На даний час в нашій державі повністю відсутнє розуміння специфіки введення державної політики щодо індустрії туризму та її відновлення у післявоєнний період. Саме тому для України першочерговим завданням є вироблення довготривалої стратегії розвитку та відновлення країни на основі врахування досвіду країн, які у повоєнний період змогли відновити та примножити власний туристично-рекреаційний потенціал [41].

Аналіз сучасних стратегічних підходів, щодо відновлення туристичної галузі здійснено за наступними країнами: Хорватія, Кіпр, Ізраїль та Грузія.

1. Хорватія – туристично-рекреаційний потенціал був повністю втраченим на протязі війни (1990 рік). У післявоєнний період в країні розпочалася широка піар-компанія від держави та розробка і втілення низки інноваційних туристичних продуктів. Ключовим напрямком відновлення було обрано природно-рекреаційний потенціал. Особливостями країни стали острови, за допомоги яких вдалося збільшити приплив іноземних туристів. Хорватські пляжі почали отримувати нагороди «голубі прапори», як найвищий показник екологічності та чистоти. Велася широка компанія ЗМІ у іноземних виданнях, згодом до цієї ідеї долучили відомих блогерів та соціальні медіа. Завдяки вдало розробленій стратегії країною почали

цікавитися великі круїзні компанії та міжнародні туроператори. Швидкий розвиток туризму позитивно вплинув на економіку країни, відтак на сьогодні країну відвідує приблизно 10 мільйонів туристів, що приносить країні значні доходи [3].

2. Кіпр – став одним із найбільш популярних місць для іноземних туристів після закінчення конфлікту між громадами Туреччини та Греції. Стратегія розвитку буда схожою до хорватської, а саме: активна масова реклама туристичних послуг в іноземному інформаційному просторі; розробка та впровадження програм із залучення іноземних туристів; розвиток інфраструктури (будівництво нових аеропортів, готелів) [12].

3. Ізраїль – є важливим досвідом для розвитку туризму в Україні. Ізраїль не дивлячись на постійні збройні конфлікти з Палестиною зберігає статус туристичної країни. Туристичний бізнес країни повністю адаптувався до загрози виникнення військового конфлікту, проте кожна швидкоплинна війна призводить до втрати потенційних туристів. Туристична галузь країни продовжує своє функціонування роблячи свій акцент на медичному та паломницькому туризмі, які стали рушійними силами для швидкого відновлення туристичної привабливості Ізраїлю на міжнародному ринку [4].

4. Грузія – є прикладом реальної антикризової стратегії відновлення туристичної галузі по завершенню збройного конфлікту. Російсько-грузинський конфлікт мав негативний вплив на всі галузі економіки. Найбільше постраждала туристична галузь. У післявоєнний період показник в'їзного туризму зріс та склав понад 1,3 млн іноземних туристів, це все стало можливим завдяки вдалому стратегічному плануванню у туристичній галузі. Серед основних кроків: спрощення візового режиму та розширення міжнародних аеропортів; розбудова та поліпшення туристичної інфраструктури; розробка та впровадження програм з підтримки малого бізнесу для місцевих екскурсійних компаній [13].

Здійснивши аналіз досвіду інших країн Європи з відновлення туристично-рекреаційного потенціалу країни у післявоєнний період дійшли

висновку, що у основі повоєнного відновлення міжнародного туризму в Україні повинні лежати ефективні масові комунікації та інновації, що будуються у сприятливому соціальному та економічному середовищі. Стратегія просторового розвитку туристичної галузі в Україні повинна передбачати реорганізацію економічного простору та розвитку перспективних центрів економічного зростання; демонстрації економічного потенціалу регіону чи країни в цілому; розвитку людського капіталу. Важливою умовою відновлення туристично-рекреаційного потенціалу України є подолання інфраструктурних обмежень регіонів, що матиме вирішальне значення у відновленні в'їзного туризму.

Найперспективнішим напрямком розвитку туризму в Україні може стати військово-історичний туризм, який тісно пов'язаний з меморіальним та пам'ятним туризмом, орієнтований на збереження історичної пам'яті та вшанування жертв війни. Військово-історичний туризм є досить відомим видом туризму, який запроваджували різні країни світу у післявоєнний період, серед таких країн світу варто виділити: США, Німеччина, Ізраїль, Китай, Франція, Велика Британія [17].

Війна в Україні не має аналогів в сучасній історії тому пряме запозичення досвіду з перерахованих країн неможливе. Проте окремі стратегії та моделі можуть бути вдало інтегровані у процес відновлення туризму в нашій державі. Пріоритетним напрямком буде військово-історичний туризм, саме тому варто працювати над розробкою ключових місць війни, поряд з цим створити інформаційно-фактологічну базу для розвитку пам'ятного туризму.

Нижче запропоновано певні елементи інформаційно-ресурсної бази, які можна використати для розвитку пам'ятного та військово-історичного туризму в Україні при розробці відповідних туристичних маршрутів (див. табл. 1.1.):

Таблиця 1.1.

Пам'ятки для інформаційно-ресурсної бази пам'ятного туризму

Область	Пам'ятка	Область	Пам'ятка
Київська	«Бучацька різанина»; «Найзруйнованіше місто Київщини» (м. Бородянка); «Знищення мосту життя» (м. Ірпінь); «Знищення української «мрії» - літак Ан225 «Мрія»» (м. Гостомель).	Донецька	«Дебальцівський котел» ; «Іловайський котел» ; Битва за Донецький аеропорт (виникнення феномену кіборгів); «Бої за Слов'янськ»; «Бої за Краматорськ» (удар по вокзалу ракетою «точка – У»; «Бої за Маріуполь – історія виживання та порятунку з Маріуполя, історія незламності та героїзму оборонців Азовсталі»
Херсонська	«Побачити Чорнобаївку та померти» (с. Чорнобаївка).	Харківська	«Звірства та масові вбивства цивільного населення російськими окупантами» (м. Ізюм).
Одеська	«Хто контролює Зміїний, той контролює хід світової історії» (о. Зміїний).		

**складено автором на основі літератури [17, 19, 22, 25]*

У таблиці наведенні потенційні пам'ятки для ресурсної бази військового та пам'ятного туризму, нажаль у ході війни ця база може розширюватися та доповнюватися. Серед ключових завдань успішного розвитку військово-історичного та пам'ятного туризму варто виділити наступні [47]:

- розробка державних програм з підтримки розвитку військово-історичного та пам'ятного туризму;
- створення умов для залучення іноземних та місцевих інвесторів;
- залучення усіх можливих каналів масової інформації для поширення інформації про нові об'єкти військово-історичного туризму;

- надання цільової фінансової допомоги місцевим громадянам та місцевому малому та середньому бізнесу;
- створення меморіального маршруту, який висвітлюватиме воєнні злочини росії проти України.
- розробка та впровадження подієвих проєктів на базі об'єктів військово-історичного та пам'ятного туризму.

З урахуванням досвіду країн Європи, окремі елементи дієвих стратегій вже можна реалізовувати у електронному форматі. Відновлення туристичної сфери варто розпочати із звільнених територій, а події які сталися на цих територіях повинні стати частиною пам'ятного туризму нашої країни. Саме тому досить важливо залучити урядові установи, громадські та міжнародні організації, спеціалізовані науково-дослідні центри до вирішення всіх нагальних питань із розвитку та впровадження військово-історичного та пам'ятного туризму.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

2.1. Аналіз впливу воєнних дій на туристичну галузь України

Поточний стан індустрії туризму в постраждалих регіонах можна охарактеризувати за двома основним критеріями: значне зменшення кількості туристів та зменшення рівня доходів від туристичної галузі в державний бюджет України [5]. Відмітимо, що значна кількість готелів та туристичних агентств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту (див. рис. 2.1.), що призвело до втрати роботи та падіння економіки у постраждалих регіонах країни.

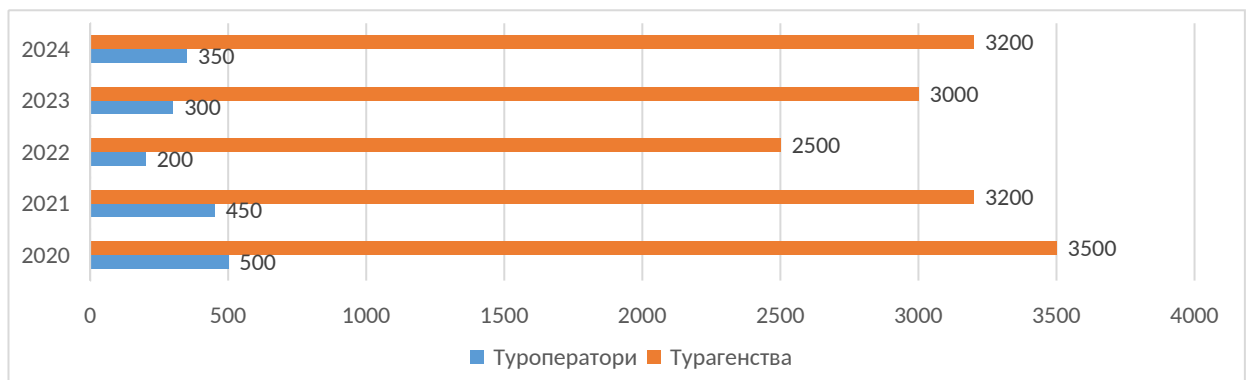


Рис. 2.1. Туроператори та турагенства в Україні (2020/2024 рр.)

**складено автором на основі джерел [5, 31, 36, 42]*

У період з 2020 року по 2022 рік зафіксовано негативну тенденцію до скорочення туристичних агентств з надання туристичних послуг, 2022 рік фіксується з найнижчими показниками, що зумовлено початком повномасштабного вторгнення росії до України. Тенденція до зростання зафіксована у період 2023 та 2024 року, що дозволяє говорити про ефективність та перспективність відновлення індустрії туризму в Україні [18].

Нами зібрано дані щодо найпопулярніших туристичних агентств та операторів, які припинили своє функціонування з початком повномасштабного вторгнення (дані орієнтовні, що базуються на відкритих джерелах – точні цифри можуть варіюватися) – див. табл. 2.1.:

Таблиця 2.1.

**Список найпопулярніших туроператорів та туристичних агентств,
що припинили свою діяльність з початком війни**

Туроператор / рейтинг	Оборот туристів за рік	Грошовий оборот за рік	Туристичний збір
Join Up (№1)	500 -700 тис.	150-200 млн доларів	80-100 млн доларів
TUI Україна (№2)	400-500 тис.	120-150 млн доларів	70-90 млн доларів
Tez Tour (№ 3)	350-400 тис.	100-120 млн доларів	50-60 млн. доларів
Colar Travel (№ 4)	250-350 тис.	90-120 млн доларів	40-50 млн. доларів
Anex Tour (№ 5)	300-400 тис.	80-100 млн доларів	40-60 млн доларів
Natali Tours (№ 6)	250-300 тис.	60-80 млн доларів	30-40 млн доларів
Biblio-Globus (№ 7)	200-250 тис.	50-60 млн доларів	20-30 млн доларів

**складено автором на основі власних досліджень [31, 36]*

На сьогодні ворог продовжує нищити релігійні споруди, пам’ятки історії, архітектури та містобудування. Рівень ураження об’єктів коливається від легких пошкоджень до повного руйнування. У відповідності до даних Міністерства економіки України загальні суми збитків, які ворог завдав інфраструктурі України станом на 2024 рік складає понад 157 млрд доларів (див. рис. 2.2.). [19]

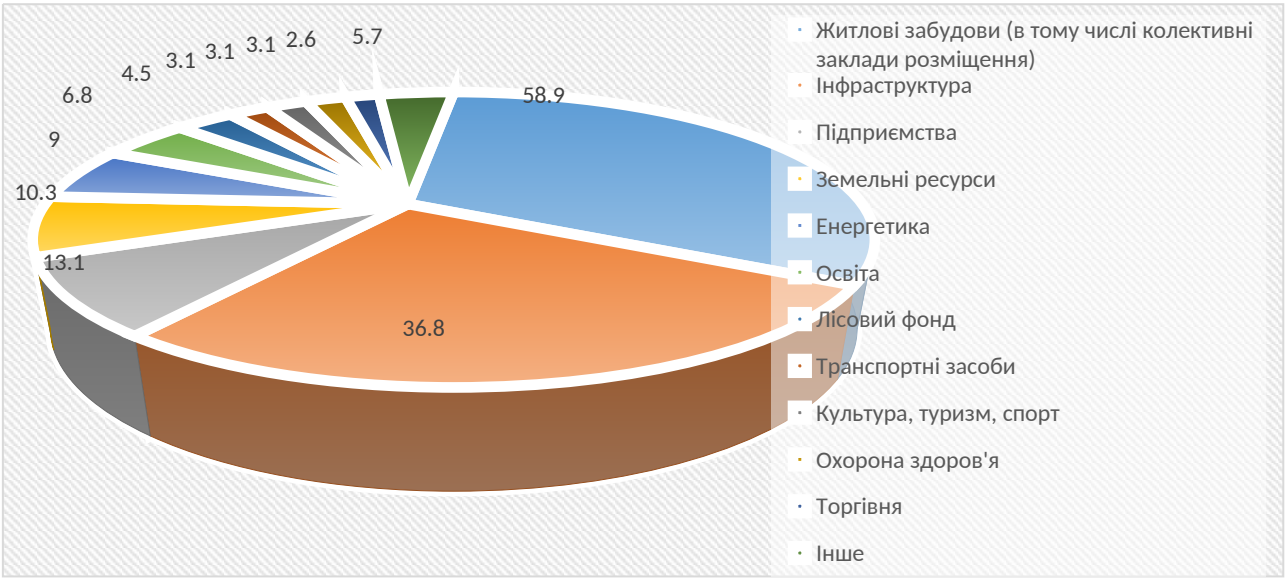


Рис. 2.2. Завданні збитки інфраструктурі України станом на 2024 рік

**складено автором на основі джерел [19, 25, 31, 36]*

Перераховані чинники спричинили зменшення кількості туристів по всій країні. Відмітимо, що кількість відвідувачів до столиці за 2022 рік дуже впав, у порівнянні із минулими роками (станом на 2022 рік кількість відвідувачів впав від позначки 300 тис. осіб до 98 тис. осіб). Нижче зібрано та представлені дані щодо особливостей перетину кордону туристами на в'їзд іноземців та виїзд з країни громадян України у період 2021-2024 років (див. рис. 2.3.)

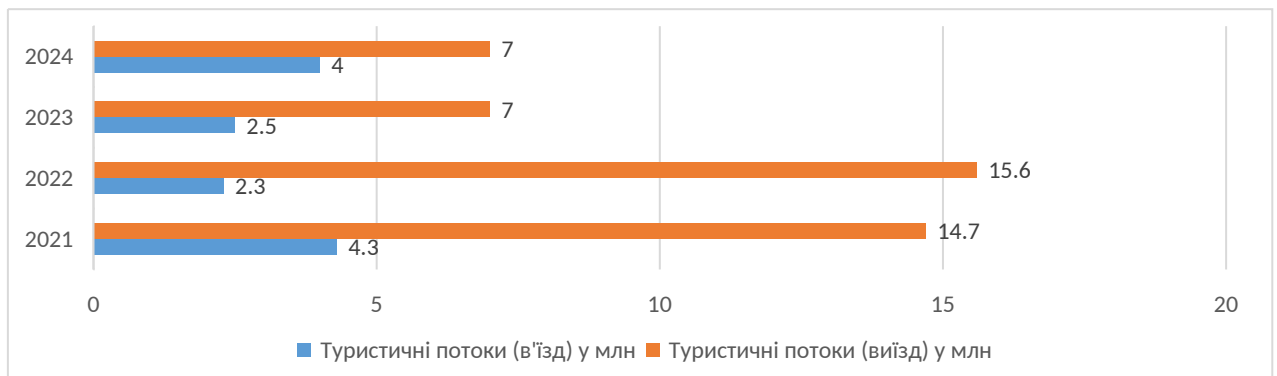


Рис. 2.3. Туристичні потоки на в'їзд та виїзд туристів (2021-2024)

**складено автором на основі джерел [19, 25, 31, 36]*

Інтенсивність туристичних потоків значно вплинула на рентабельність туристичних послуг та на доходи держави (рис. 2.4.). Рентабельність туристичних послуг у період війни значно впав у порівнянні з показниками 2021 року, також значно скоротилися надходження коштів до органів місцевого самоврядування (за 2022 рік туристичний збір склав 186 431 117 грн, тоді коли цифра за 2021 рік становить 243 971 407 грн).

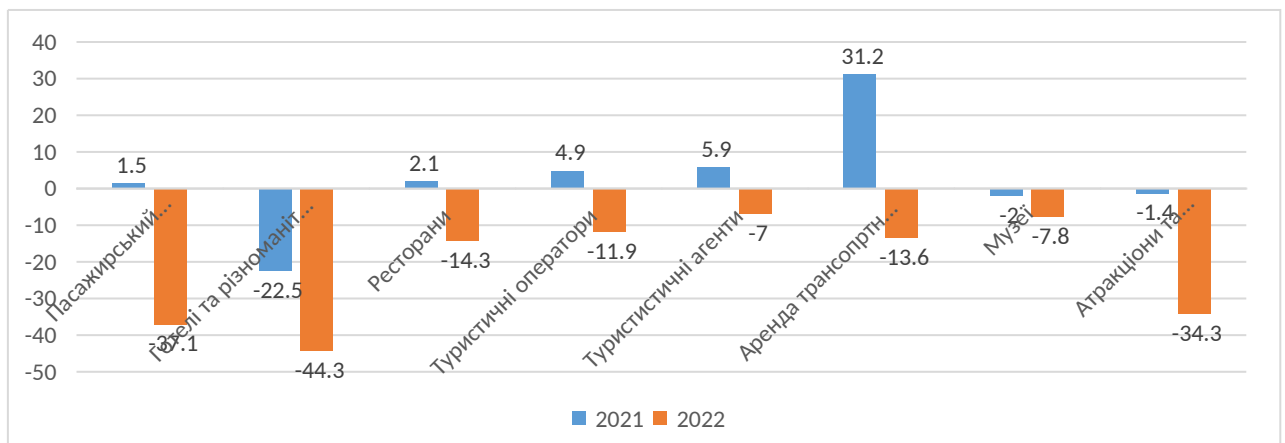


Рис. 2.4. Рентабельність туристичного бізнесу (2021/2022 рр.)

**складено автором на основі джерел [19, 25, 31, 36]*

За даними Державного агентства розвитку туризму встановлено, що за 2022 рік державний бюджет України недоотримав податків із туристичної сфери (за 2022 рік сплачено 1,5 млрд. тис. грн, що на 31 % менший за податок сплачений у 2021 році, який складав 2,2 млрд. тис. грн). В загальному кількість податків з початком повномасштабного вторгнення зменшився на 17 %, а надходження податків знизилися за всіма видами туристичного бізнесу. Зменшення туристичного збору зафіксовано у 14 областях нашої країни, в основному це області, які зараз перебувають в окупації або в зоні активних бойових дій [45]. Скорочення та приріст туристичного збору серед областей України представимо на рис. 2.5.:

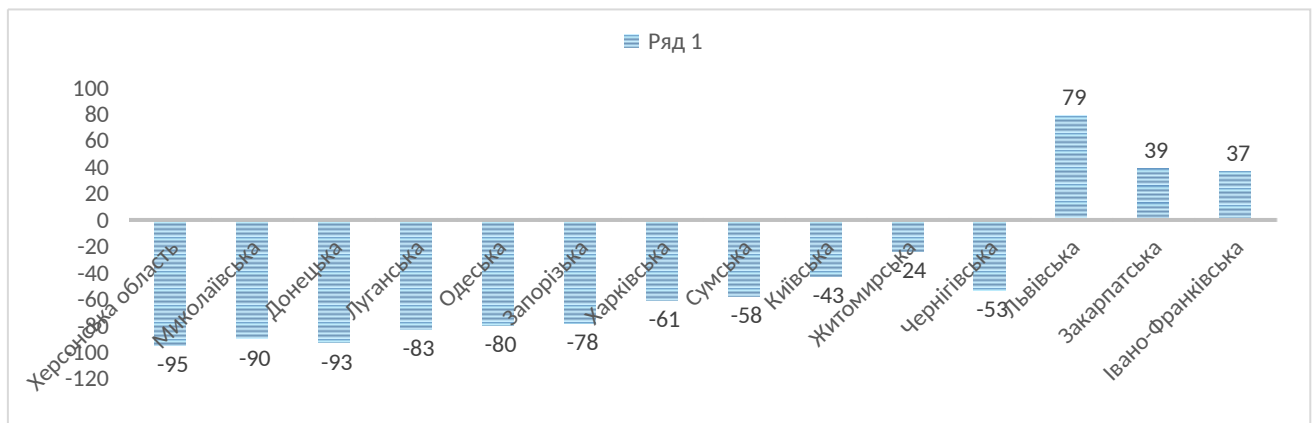


Рис. 2.5. Скорочення та приріст туристичного збору серед областей України в умовах війни (станом на 2024 рік)

**складено автором на основі джерел [31, 36, 48, 49]*

Також відмітимо, що через активні бойові дії на території нашої країни частка ВВП України в туристичній індустрії значно зменшився. До війни вона приблизно складала 2-3 %, однак після повномасштабного вторгнення у 2022 році частка туризму в економіці значно впала та складала менше 1 % (основні причини: закриття кордонів; руйнування інфраструктури; відсутність гарантій безпеки). Протягом 2023-2024 років спостерігалася позитивна тенденція відновлення внутрішнього туризму, проте загальний вклад у туристичну галузь залишився низьким. Прогнозується, що у 2025 році частка туризму у ВВП зросте на 1-2 %, але це насамперед залежить від стабілізації ситуації у країні [43].

Отже, здійснивши аналіз впливу військових дій на розвиток туристичної індустрії, ми дійшли висновку, що війна однозначно має негативний вплив на туристичну галузь, так як спровокувала: зменшення попиту на український туристичний продукт; втраті робочих місць; створення негативного іміджу країни. Загалом вплив військових дій на індустрію туризму є досить серйозним та передбачає серйозні втрати у туристичній сфері, а наслідки війни можуть відчуватися на протязі багатьох років після закінчення активних бойових дій.

2.2. Оцінка динаміки розвитку туристичної діяльності в період воєнної ситуації в країні

Здійснювати оцінку динаміки розвитку індустрії туризму у період активних бойових дій досить складно, так як воєнний конфлікт негативно впливає на різні аспекти туристичної галузі, зокрема мова йде про безпеку, цілісність інфраструктури, економічну стабільність та сам імідж країни. Динаміка розвитку туристичної діяльності у період 2022-2024 року характеризується значними викликами та змінами, зокрема мова йде про припинення міжнародного туризму та необхідності пошуку та розробки нових стратегій розвитку туризму в Україні. Міжнародний туризм є досить важливим для нашої країни, тому повинен розвиватися у постійній гармонії та співпраці із іншими секторами економіки. Проте починаючи з 2020 року (пандемія), а потім початком повномасштабного вторгнення міжнародний туризм зупинився, поряд з цим активізувався попит на місцевий туризм. В умовах війни внутрішній туризм став одним із найдоступніших варіантів для населення, а саме мова йде про: підвищився попит на регіональні туристичні послуги; сформувалися нові види туризму (пам'ятний туризм, психологічний туризм, індустріальний туризм та екологічний туризм); відбулося переорієнтування туристичного сектору на внутрішніх споживачів, що дозволили зберегти робочі місця та підтримати малий та середній бізнес.

Державне агентство розвитку індустрії туризму є основним органом виконавчої влади, що відповідає за реалізацію державної політики у

туристичній сфері. Діяльність агентства базується на трьох основних аспектах [6]:

- Бути дієвим органом влади, та реалізувати державну політику у сфері туризму; забезпечувати сталий розвиток туристичної сфери як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку послуг.
- Впроваджувати ті стратегії розвитку, які здатні через 10 років зробити з України привабливий туристичний центр для іноземних туристів.
- Сприяти активному розвитку внутрішнього туризму.

Варто відмітити, що внутрішній туризм є дуже різноманітним та багатим, тому що Україна має вигідне фізико- географічне положення. Тобто туристи мають змогу обрати відпочинок починаючи від моря закінчуючи горами. В Україні і на сьогодні залишається велика кількість культурних пам'яток та неймовірна природа. Внутрішній туризм в Україні можна розділити на окремі регіони: Південний, Північний, Східний та Західний. Проте кожен з них в умовах воєнних дій має свої особливості [11]:

1. Південний та Східний регіони майже втрачені для туристичної діяльності через небезпеку та масштабні руйнування.
2. Північний регіон на сьогодні частко є доступним для внутрішнього туризму (особливо це стосується Київської області).
3. Західний регіон на сьогодні є найбільш стабільним та доступним для внутрішнього туриста, хоча має певні обмеження у зв'язку з постійними ракетними обстрілами. Тобто розвиток внутрішнього туризму можливий на територіях Західної України, а інші регіони на жаль залишаються небезпечними та обмеженими у доступі для туристів.

Динаміку розвитку туристичної галузі відобразимо кількісно за період 2020-2024 рр. за наступними показниками: (а) динаміка відвідування іноземних туристів України; (б) обсяг пасажирських обслуговувань аеропортами України (міжнародні та внутрішні рейси); (в) показники збитковості аеропортів України; (г) обсяг пасажирських залізничних перевезень [28, 32, 34].

1. Динаміка відвідування іноземних туристів в Україні за досліджуваний період значно впала, особливо після початку війни у 2022 році. За статистичними даними у 2021 році туристичний потік активно відновлювався (після пандемії), але через початок воєнних дій на території нашої країни кількість іноземних туристів значно знизилася. У період 2023 та 2024 років значно зріс внутрішній туризм, міжнародний все ще залишається обмеженим через відсутність безпекових гарантій. Абсолютними лідерами з відвідування України є іноземці з Молдови, Румунії, Польщі, Туреччини, США, Німеччини (див. рис. 2.6.):

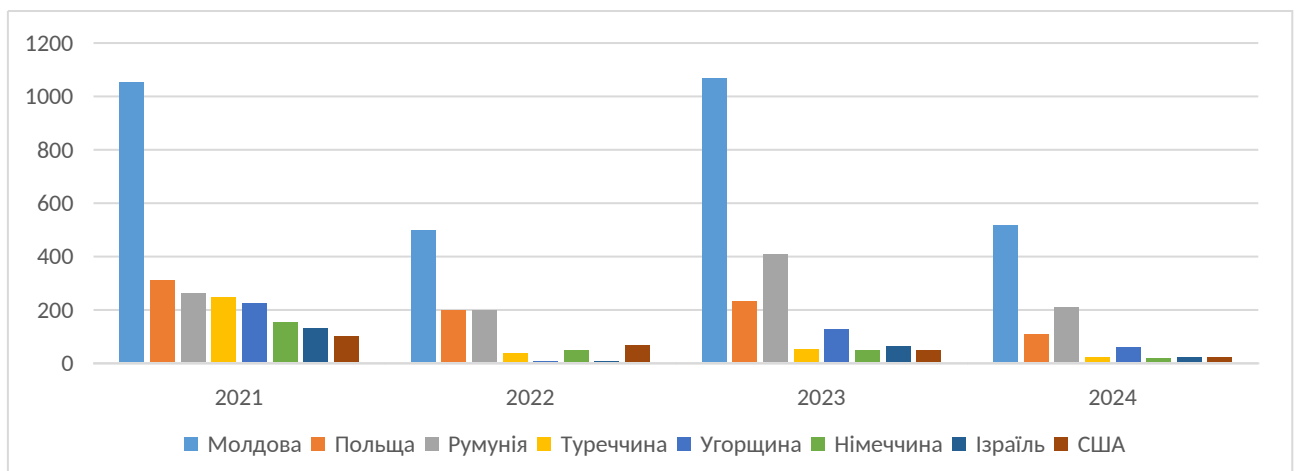


Рис. 2.6. Динаміка відвідування іноземних туристів України

**складено автором на основі джерел [31, 34, 36, 41]*

2. Обсяг пасажирських обслуговувань аеропортами України (міжнародні та внутрішні рейси). Нижче представимо пасажиропотік через аеропорти України (тис. пасажирів) за період 2020-2022 роки (рис. 2.7.):



Рис. 2.7. Пасажиропотік через аеропорти України (тис. чол.)

**складено автором на основі джерел [31, 34, 36, 41]*

Загальний пасажиропотік за найпопулярнішими аеропортами України («Бориспіль», «Аеропорт Львів» та «Київ: Жуляни») за період 2020-2022 роки представлений на рис. 2.8.:

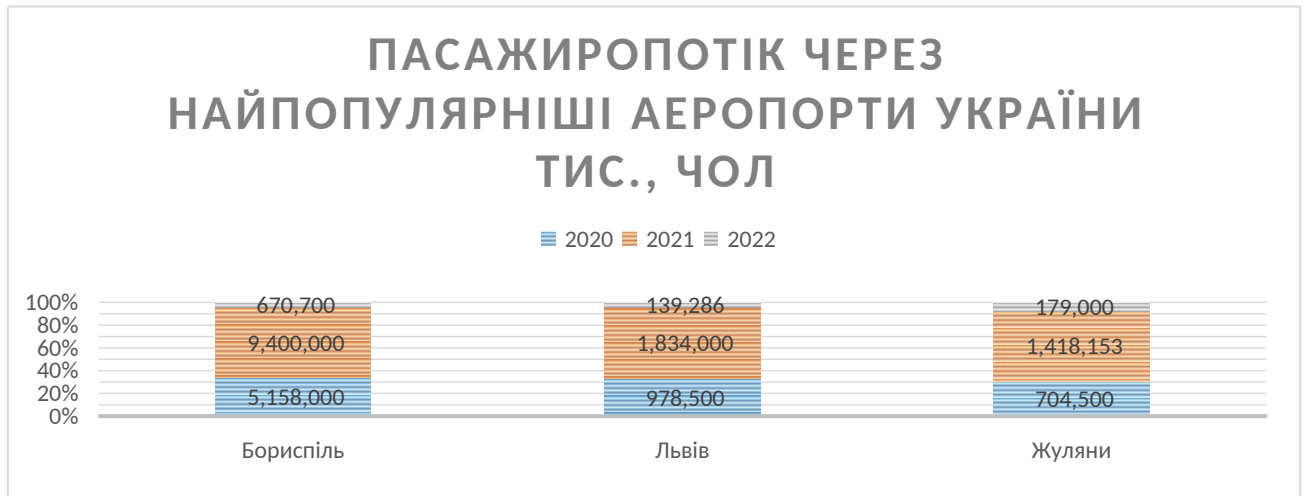


Рис. 2.8. Пасажиропотік через найпопулярніші аеропорти України

**складено автором на основі джерел [31, 34, 36]*

3. Показники збитковості аеропортів за досліджуваний період є досить високими, всі аеропорти України пережили стрімке падіння доходів через зупинку міжнародних авіарейсів та зменшення пасажиропотоку. Дані щодо збитковості аеропортів за період 2022/2023 року представлений на рис. 2.9. (на основі даних Державної агентства розвитку туризму [31]):

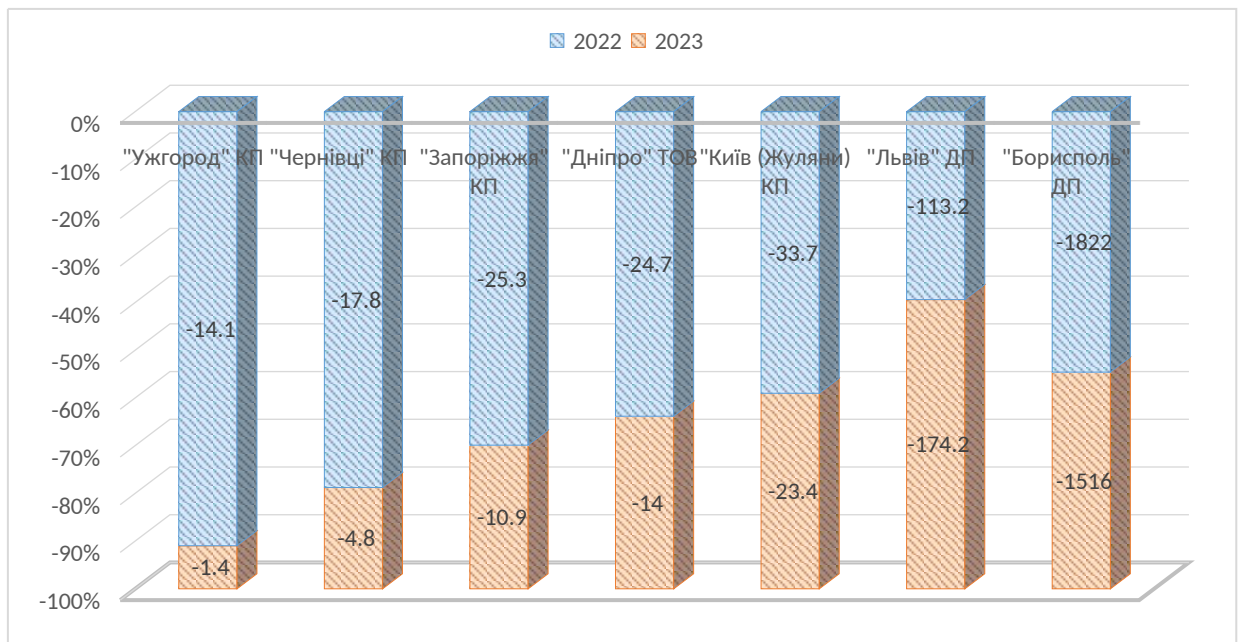


Рис. 2.9. Збитковість аеропортів України 2022/2023 роки

**складено автором на основі джерел [31, 34, 36]*

4. Обсяг пасажирських залізничних перевезень в Україні за досліджуваний період значно знизився через пандемію, а потім початком війни. У 2022 році діяли значні обмеження на перевезення, однак з 2023 року внутрішні перевезення почали відновлюватися. Відмітимо, що саме залізничні перевезення на певних напрямках були критично важливими для евакуації населення та забезпечення гуманітарних потреб [37].

Динаміка зміни пасажирських залізничних перевезень у період 2021-2024 роки представлена на рис. 2.10.:

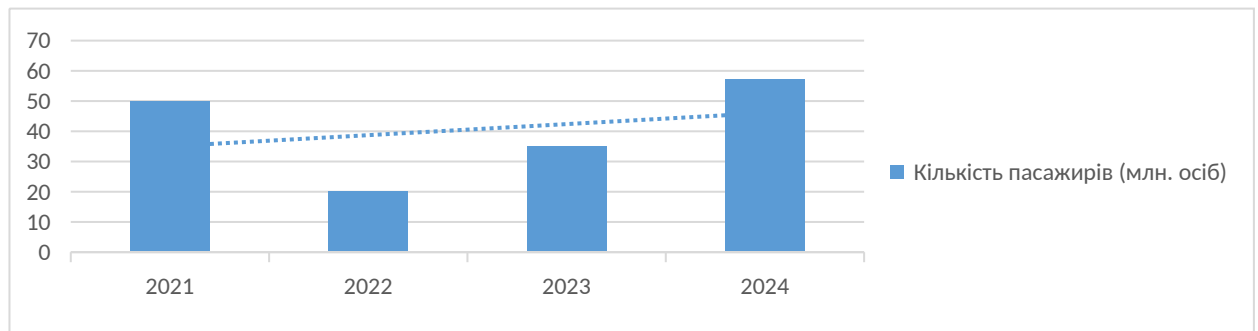


Рис. 2.10. Динаміка пасажирський залізничних перевезень

**складено автором на основі джерел [31, 36, 41]*

Дослідивши динаміку розвитку туристичної галузі по ключовим аспектам за період 2020-2024 років встановили, що індустрія туризму зазнала серйозних змін. Спочатку пандемія (2020-2021 роки), потім війна (2022) призвели до різкого зниження обсягів пасажирських перевезень та відповідно туристичних потоків до нашої країни. Відповідно до даних, відновлення цих показників стало можливим лише частково (2023/2024 рр.) та здебільшого для внутрішнього туризму, міжнародні рейси залишаються обмеженими. Поряд з цим відмітимо, що збитковість аеропортів та деяких напрямків залізничного сполучення на сьогодні залишають на позначці – високий рівень, через відсутність безпекових гарантії [50].

Відновлення міжнародного туризму на сьогодні не можливе за ранок багатьох факторів, серед яких: політична та економічна нестабільність; відсутність необхідної матеріальної бази; антиреклама України (поширення негативної інформації щодо політичного та суспільного стану в Україні);

руйнування туристичної інфраструктури тощо, та попри все Україна має потенціал у розвитку міжнародного туризму у післявоєнний період.

Інноваційні напрямки з розвитку туризму та вдало розроблені просторові стратегії розвитку призведуть до позитивних зрушень [44]:

- економічне зростання країни та збільшення кількості робочих місць;
- розвиток готельного-ресторанного бізнесу;
- збагачення національно-культурної спадщини нашої держави;

При розробці стратегій з відновлення туристичної галузі важливо використовувати моделі державної участі, які активно діяли в умовах пандемії, а також досвід країн у післявоєнному відновленні, тому що необхідно запровадити дієву міжвідомчу координацію між державними та приватними організаціями, які спільними зусиллями будуть розбудовувати зруйновану інфраструктуру, транспорту галузь, а також створювати нові туристичні продукти, що матимуть попит, як на вітчизняному, так і на світовому ринку.

Обов'язковим у відновленні індустрії туризму є використання досвіду країн, які відновилися після воєнних дій на їх території. Використання такого досвіду дозволить швидше та ефективніше розробити інструменти та механізми дій, а допомога світових організацій у післявоєнний період сприятиме уникненню проявів криз у майбутньому України [49].

2.3. Сучасні тенденції та інноваційні моделі розвитку туризму в Україні під час війни

Війна в Україні має руйнівний характер на індустрію туризму, тому що вона пошкоджує важливу інфраструктуру, перериває подорожі; створює значні проблеми з безпекою. Проте у світовій практиці існують програмні моделі із розвитку туристичного бізнесу, які є ефективними у процесі відновлення індустрії туризму. Виділимо кілька найважливіших програмних моделей, які обов'язково варто першочергово впроваджувати у післявоєнний період [10]:

1. Розвиток інфраструктури – ключова програмна модель із розвитку індустрії туризму, що потребує великих капіталовкладень. Програма передбачає: ремонт та будівництво доріг; транспортних об’єктів та аеропортів; відновлення найважливіших комунікацій (енергопостачання, газопостачання та водопостачання). Програмна модель з відновлення інфраструктури надасть можливість іноземним туристам подорожувати у постраждалих регіонах. Переваги моделей: створення додаткових робочих місць; економічне піднесення постраждалих територій. Приклади вже розроблених програмних стратегій розвитку: «Програма розвитку туризму в Київській області на 2024-2026 рр.», стратегічна програма «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності на період 2023-2033 рр.», «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» та інші.

2. Ефективний маркетинг та просування туристичних послуг є важливою складовою розвитку туристичного бізнесу. Саме маркетингові та рекламні кампанії допоможуть змінити сприйняття регіону, як небезпечного та залучити до регіону туристів. Маркетинг та просування варто здійснювати за допомоги різних каналів, включаючи онлайн-рекламу, соціальні мережі та цільові компанії із залучення певних груп іноземних туристів. Ефективний маркетинг сприятиме швидкому відновленню індустрії туризму та створить великий дохід для місцевого бізнесу [12].

3. Впровадження військово-історичного туризму, що передбачатиме популяризацію та збереження популярних історичних місць у постраждалих регіонах нашої країни. Військово-історичний туризм допоможе залучити значну кількість іноземних туристів, поряд з цим підвищить економічні можливості для постраждалих територій. Основу військово-історичного туризму повинні скласти екскурсії, освітні програми, які популяризуватимуть історію та історико-культурні особливості постраждалого регіону. SWOT-аналіз стратегічних напрямків розвитку даної сфери туризму представлений у Додатку А. Впровадження військово-історичного туризму здійснювати за його основними підвидами (див. рис. 2.11.) [15]:

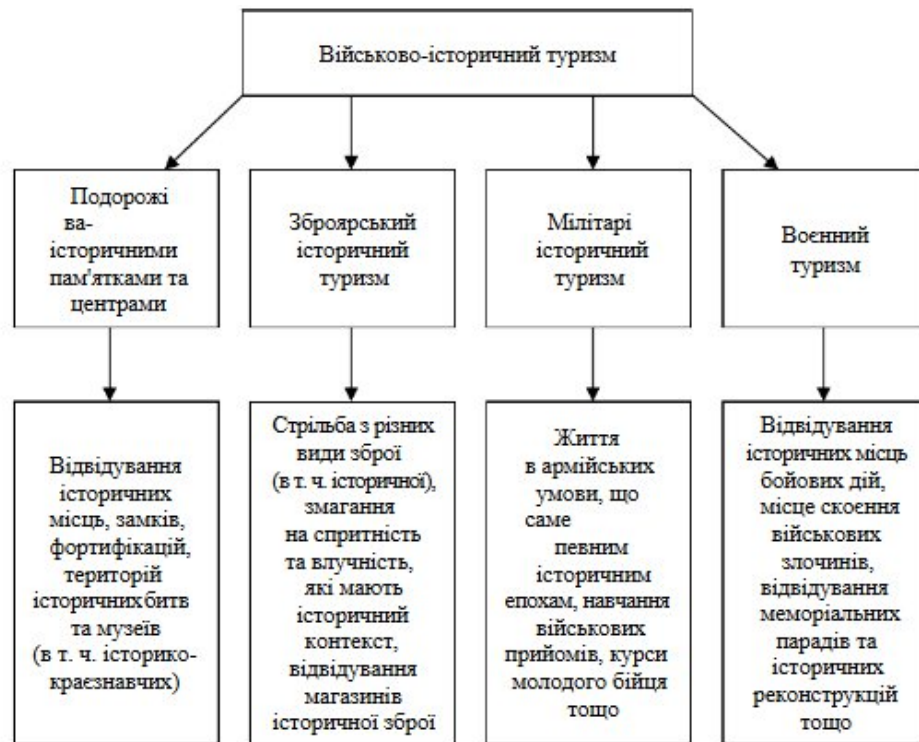


Рис. 2.11. Підвиди військово-історичного туризму

Основні напрямки розвитку військово-історичного туризму, які закладені у програмну стратегію з відновлення туризму в Україні на період до 2030 року [15]:

- підвищення рівня відвідуваності історичних та військових пам'яток завдяки удосконаленій системі методів та методик організації музейної та екскурсійної справи;
- розробка та впровадження програм із збереження, реставрації та адаптації пам'яток війни до потреб військово-історичного туризму;
- розвиток сервісу та створення комфортних умов для перебування туристів на території нашої країни;
- розширення міжнародного співробітництва у галузі військово-історичного туризму;
- розробка інноваційних автоматизованих систем з метою консультування та надання важливої інформації про ключові військово-історичні локації та інші ресурси.

Основні завдання з розвитку військово-історичного туризму в Україні [20]:

- розробка чіткого плану розвитку військово-історичного туризму на основі використання інноваційних технологій та сучасних методик з організації військово-історичних турів;
- розробка та впровадження програм навчання з підготовки гідів з військової історії нашої країни та інших спеціалістів у галузі туризму;
- організація науково-освітніх та громадського-політичних заходів, що присвячені розвитку ВІТ;
- розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій розвитку на основі використання сучасних мультимедійних технологій та диджиталізації для просування ВІТ в нашій державі;
- налагодження тісної співпраці з ветеранами та учасниками воєнних дій з метою відображення реалістичного опису подій військово-історичного характеру;
- налагодження ефективної взаємодії з іноземними організаціями, що займаються питаннями військово-історичного туризму.
- розвиток мережі транспортних комунікацій та обслуговування відвідувачів військово-історичного напрямлення.

Військово-історичний туризм посідає важливе місце у розвитку туризму в Україні у післявоєнний період, тому його впровадження повинно ґрунтуватися на використанні унікальній ресурсної бази, новітніх технологіях та методах організації військово-історичних турів, що в загальному буде сприяти загальному економічному піднесенню країни та зміцненні її міжнародного авторитету [15].

Запропоновані програмні моделі з розвитку туристичних послуг сприятимуть відновленню та зростанню туристичної галузі. Розвиток інфраструктури, військово-історичний (громадський) туризм, а також ефективний маркетинг та просування – це все ефективні програмні моделі у післявоєнний період. Використання програмних моделей дозволить туристичній галузі швидко та ефективно оговтатися від війни.

Поряд з програмними моделями особливе місце відводять саме інноваційним технологіям. Тобто чим більша туристична сфера має новітніх технологій, тим краще вона буде розвиватися. Інноваційна активність туризму матиме позитивний вплив на розвиток економіки України та на сам рівень соціального життя суспільства. Пошук інновацій варто здійснювати у галузі міжнародного туризму, серед останніх трендів, які ефективно функціонують у міжнародному туризмі та варто перейняти нашій країні [22]:

- Роботи (чат-боти), системи автоматизації, що дозволяє значно підвищити рівень обслуговування, а також покращать умови перебування туристів в країні (табл. 2.1.) [22, 23, 24]:

Таблиця 2.1.

Роботи (чат-боти), автоматизовані системи (міжнародний досвід)

Категорія	Приклад	Провідна країна
Чат боти для бронювання туристів (консультації)	Чат бот BlueBot. Призначення: бронювання авіаквитків, консультації; відповіді на часті питання.	Нідерланди
	Чат-бот Traveloka для бронювання квитків, готелів та інформація ро популярні історичні пам'ятки	Індонезія
Роботи на туристичних атракціях та аеропортах	Роботи гідів на екскурсіях та історичних пам'ятках, що надають важливу інформацію туристам (наприклад робот Roberta – гід у музеї Ісландії). Роботи в аеропортах гадають необхідну інформацію туристу, допомагають з пошуком воріт та перевіркою паспортів.	Ісландія, Китай, Європа, США.
Автоматизація транспорту та маршрутів	Мобільний застосунок Citymapper, для прокладання маршрутів по місту.	Країни Європи, Китай

**складено автором на основі власних досліджень*

- Технології віртуальної реальності, що дозволять туристам відвідати музеї, історичні пам'ятки та місця, в яких турист планує відпочити. Ефективний та дієвий додаток Navitaire, пропонує своїм користувачам

дистанційно познайомитися з місцями, які турист планує відвідати. Велику кількість схожих додатків можна без проблем завантажити на телефон.

- Голосові помічники – туристичні компанії користуються голосовими помічниками, які дозволяють туристу легко шукати, наприклад туристичний об'єкт, готель тощо. Перевагою голосових помічників є навіть функції перекладача, для тих туристів, що не знають мови.

Узагальнивши пропозиції вітчизняних дослідників, щодо стратегій та програмних моделей з відновлення індустрії туризму в Україні можемо виокремити перспективні напрямки [33]:

1. Розвиток найперспективніших та найбільш затребуваних видів туризму (медичний, оздоровчий, військово-історичний, пам'ятний, психологічний, спортивний, мілітарі-туризм) ;
2. Розробка та впровадження додаткових сервісних послуг та туристичних маршрутів, що підвищуватиме зацікавленість як вітчизняних, так і іноземних туристів до національних пам'яток та знакових місць в Україні.
3. Розробка та впровадження історичних програм та турів;
4. Розробка та впровадження нових (інноваційних) технологій у реалізації туристичних пропозицій (мобільні програмні застосунки);
5. Впровадження загальнонаціональних та міжнародних програм із підтримки туристичного бізнесу та робота над поглибленням міжнаціональної взаємодії у сфері туризму.

Крім того у відповідності до рекомендацій Всесвітньої ради з подорожей та туризму, крім безпекових умов та гарантій які повинна надати Україна, також обов'язковими до виконання є наступні пункти [35]:

- Розробка цифрових інновацій для здійснення міжнародних подорожей;
- Розвиток нових напрямків туристичної діяльності у відповідності до запитів споживачів;
- Кадровий розвиток персоналу у відповідності до нових напрямків туризму.

Вважаємо за необхідне розробляти та реалізувати інноваційні програми з розвитку туристичної галузі в Україні, як в умовах війни, так і в післявоєнний період. Основу програм з відновлення туризму мають обов'язково скласти такі напрямки туризму як: військово-історичний, психологічний, індустриальний, рекреаційний задля підвищення туристичної привабливості України на міжнародній арені. Поряд з цим повинні бути створенні бази даних основних втрат та руйнувань туристичних об'єктів України, що допоможе швидко скласти план відновлення / реконструкції важливих туристичних об'єктів. Також варто пам'ятати, що розроблений план повоєнного відновлення туризму в Україні повинен обов'язково опиратися на досвід інших країн, які також постраждали через збройний конфлікт [39].

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ

3.1. Просторові стратегії розвитку туристичної галузі в Україні у післявоєнний період

Війна спричинила серйозні економічні проблеми у розвитку нашої країни, зокрема у сфері туризму, що зазнала значних втрат через руйнування інфраструктури та зниження туристичних потоків. Туристичний сектор, який раніше відігравав важливу роль у наповненні бюджету, створював додаткові робочі місця та відповідав за розвиток регіонів країни станом на зараз перебуває у стані глибокої кризи. Саме тому відновлення цієї галузі є критично важливим як для економіки країни так і для забезпечення сталого розвитку постраждалих регіонів.

У ході розкриття мети нашого дослідження та розробці дієвих стратегій розвитку туристичної діяльності в Україні доцільно здійснити SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного відновлення туристичної сфери в Україні (табл. 3.1.). Більш детально SWOT-аналіз представлений у Додатку А.

Таблиця 3.1.

SWOT-аналіз потенціалу відновлення індустрії туризму в Україні у після воєнний період

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Визначна історично-культурна спадщина; 2. Нові післявоєнні напрямки туристичного бізнесу; 3. Державна та міжнародна підтримка туристичного сектору; 4. Дієві регіональні програми розвитку туризму; 5. Збільшення інвестицій у туристичну галузь Центральних та Західних регіонів України.	1. Відсутність туристичного потоку; 2. Відтік інвестиційних коштів з туристичного сектору країни; 3. Масштабні руйнування туристичної інфраструктури; 4. Відсутність повної інформації про стан туристичних об'єктів на окупованих регіонах країни;

Продовження таблиці 3.1.

6. Впровадження потужного SMM маркетингу з метою популяризації нових туристичних продуктів.	5. Застаріла система класифікації готелів та місць розміщення туристів; 6. Відсутня автоматизована система збору туристичної статистики для оцінки масштабів руйнування та збитків завданих туристичній сфері; 7. Відсутність польотів у повітряному просторі нашої країни.
Можливості	Загрози
1. Грантова підтримка туристичного бізнесу шляхом надання державної та міжнародної допомоги; 2. Впровадження інноваційних технологій з метою інформаційного забезпечення іноземних туристів; 3. Побудова нових туристичних маршрутів; 4. Створення нового позитивного іміджу країни; 5. Розробка комунікативної стратегії з метою популяризації нових напрямків туристичної діяльності та підвищення інтересу до України загалом; 6. Диверсифікація туристичних пропозицій у поєднанні із новітніми напрямки (військово-історичний, медичний, психологічний, пам'ятний, адаптивний туризм); 7. Створення Фонду підтримки індустрії туризму у кризових ситуаціях.	1. Руйнування та пошкодження визначних історичних та культурних пам'яток; 2. Зниження попиту на туристичні послуги у зв'язку з відсутністю безпекових гарантій; 3. Негативна інформаційно-медійна кампанія щодо України на міжнародній арені з надання туристичних послуг; 4. Високий ступінь еміграції та внутрішньої міграції населення країни; 5. Відсутність спеціально підготовленого персоналу для нових видів туризму; 7. Відсутність цифрового обліку зруйнованих (пошкоджених) туристичних об'єктів.

**складено автором на основі матеріалів [7, 14, 21, 27]*

Здійснивши SWOT-аналіз, дійшли висновку, що наша країна має великий потенціал до відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Розвиток цієї галузі може стати важливим у підтримці економічного становища нашої країни та створить нові можливості для населення постраждалих територій.

Розробка та впровадження стратегій у період повоєнного відновлення туризму в Україні повинна обов'язково опиратися на завдання, які чітко прописані у Проєкті «План відновлення України», а саме [36]:

- Реконструкція туристичної інфраструктури – створення автоматизованих систем з фіксації знищених туристичних об'єктів; залучення інвесторів до реконструкції пошкоджених пам'яток культури; розробка програм з розвитку туристичної інфраструктури національних парків; створення просторової транспортної інфраструктури; розвиток курортних міст України; впровадження сучасних систем з туристичного орієнтування та навігації.

- Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму: реалізація комунікативної стратегії розвитку; реалізація маркетингової стратегії розвитку до 2032 року включно; розробка автоматизованих систем з метою консультування та інформування туристів про нові туристичні маршрути, з метою створення стійкого бажання відвідати Україну після перемоги; створення рекламного контенту та розміщення його на різних платформах (телебачення, соціальні мережі тощо); розробка та впровадження стратегії безпеки; побудова мережі туристично-інформаційних центрів; участь у міжнародних туристичних виставках та форумах; проведення щорічних опитувань серед іноземних та внутрішніх туристів у відповідності до рекомендацій UNWTO.

- Інституційне забезпечення суб'єктів туристичної діяльності та подальший його розвиток: реалізація Закону України «Про туризм»; прийняття законопроекту «Про національну туристичну організацію»; розробка програм з реабілітації осіб, що постраждали внаслідок бойових дій; впровадження сучасної системи класифікації готелів; створення механізмів фінансування туристичної сфери через діяльність волонтерських організацій та фондів; розробка якісних освітніх програм з підготовки висококваліфікованих спеціалістів у сфері туризму; удосконалення та запуск Єдиного туристичного реєстру.

Війна в Україні завдала значних втрат туристичній інфраструктурі України, зокрема мова йде про такі міста як: Київ, Херсон, Одеса та Львів в результаті чого було пошкоджено понад 3400 культурних об'єктів. За даними ЮНЕСКО на відновлення культурної спадщини та туристичної інфраструктури необхідно близько 10 мільярдів доларів США. Незважаючи на важку ситуацію у сфері туризму, він повинен залишатися однією із найважливіших післявоєнних стратегій економічного відновлення країни, саме тому вже сьогодні вітчизняні науковці працюють над цілим рядом просторових стратегій розвитку, які направлені на покращення якості обслуговування та залучення великої кількості іноземних туристів.

Просторові стратегії розвитку туризму передбачають планування та організацію туристичної діяльності з урахуванням географічних, культурних та економічних особливостей. Дані стратегії обов'язково включають у себе розподіл туристичних потоків, розвиток інфраструктури та інтеграцію туризму з іншими галузями. Особливо важливими є стратегії, які сприятимуть відновленню внутрішнього туризму та адаптуватимуть його до нових умов.

До основних стратегій розвитку індустрії туризму у післявоєнний період віднесемо:

1. Стратегія регіональної диверсифікації туризму. Дана стратегія дозволить після деокупації півдня України (Херсонської області, Запорізької області) відновити туристичні маршрути. Однією із основних напрямків її впровадження є розвиток військового туризму, що включатиме відвідини місць бойових дій, меморіалів та музеїв, які присвячені подіям війни. відвідини місць бойових дій, меморіалів та музеїв, які присвячені подіям війни. На сьогодні в Херсоні вже почали формуватися ініціативні групи гідів та волонтерів, які разом з громадою розробляють так звані «Маршрути спротиву». Подібні проекти розгортаються і на інших де окупованих територіях Київської області, Чернігівської та Сумської області. Також дана стратегія передбачає розширення географії туризму на ті території, які залишаються на сьогодні порівняно безпечними [3].

2. Просторова стратегія розвитку внутрішнього туризму. За підтримки Державного агентства розвитку туризму в Україні на сьогодні створено оновлену туристичну карту, що охоплює понад 170 об'єктів по всій країні, зокрема: карстові печери Тернопільщини; етнографічні села Закарпатської області; нові фестивалі у Вінницькій області та гастрономічні тури на Полісі та Волині. Основні мета стратегії полягає у: зменшенні навантаження на традиційні туристичні центри (Одеса, Херсон, Львів, Київ). Завдяки даній просторовій стратегії у 2024 році внутрішній туризм значно виріс та склад понад 10 млн українців [27].

3. Просторове планування відновлення територій України із загальнонаціональними проектами. У 2024 році активізувалися два основні напрямки у цій стратегії: «Велике будівництво» (відновлення доріг, мостів та залізничного сполучення до рекреаційних зон) та «Зелена країна» (розвиток природоохоронних територій та екологічних маршрутів). Ці два напрямки формують нову просторову логіку розвитку туризму, яка орієнтована на сталий його розвиток, екологічність та безпечність [9].

4. Просторова стратегія розвитку еко- та агротуризму. Відновлення сільських територій є не менш важливою складовою у післявоєнній трансформації. Станом на 2024 рік активно розвиваються такі проекти як: еко-туризм (зелений відпочинок у Карпатах, Поліссі) та агротуризм (організація гастрономічних турів Західною Україною – Івано-Франківська обл., Закарпатська обл., Чернігівська та Кіровоградська). Реалізація даної просторової стратегії розвитку сприятиме:

- підвищенню доходів у туристичній галузі;
- формуванню позитивного політичного іміджу країни на міжнародній арені;
- збереженню та активному відновленню пам'яток національної культури;
- інтеграції нових напрямків туризму України до світового туристичного ринку;

- активізації нових технологій та інноваційних методів подання інформаційного контенту потенційному туристу [9].

5. Просторова стратегія цифровізації туристичних маршрутів. Активно впроваджуються такі рішення: створена інтерактивна мапа з геолокаціями та основними маршрутами (мобільний застосунок «Ukraine for You»); проводяться інтерактивні екскурсії з аудіогідами (додаток «Цифровий Київ»). Ці цифрові інструменти передусім активно працюють Київській області, Львівській та Івано-Франківській. Після війни планується масштабувати їх на центральну та південну частину України. Розробка мобільних застосунків допоможе туристу швидко та легко обрати улюблений напрямок відпочинку з уточненням всіх необхідних умов. Особливостями розробки стратегії є те, що її автори вважають, що туристичні об'єкти можна використовувати не лише за прямим призначенням, але також для проведення конференцій, виставок або повномасштабних програм. Для ефективного проведення туристичних заходів варто підготувати спеціалізований персонал та розробити партнерські програми з обміну знаннями та досвідом між закордонними та вітчизняними учасниками [3].

6. Геопросторова стратегія розвитку постраждалих регіонів України [7] є досить важливою у процесі відновлення туризму в країні. Ключові напрямки: відновлення транспортної та туристичної інфраструктури регіонів; забезпечення зайнятості місцевого населення через відновлення готельно-ресторанного та туристичного бізнесу у постраждалому регіоні; створення сприятливих умов для інвесторів через пільги та стабільність; використання новітніх технологій на рівні регіонального та районного туризму; формування стратегічного партнерства між державними та приватними підприємствами з метою створення ефективної та прибуткової туристичної індустрії.

Допоміжними стратегіями з розвитку туризму в Україні у післявоєнний період є:

- Стратегія із залучення міжнародних інвестицій [29] (Моца А., Шевчук С. Серeda Н.). Дана стратегія ефективна для швидкого відновлення

туристичного потоку в країні, тому що дозволяє активізувати всі необхідні ресурси для відновлення та модернізації туристичного продукту. Основні напрямки: відновлення зруйнованих туристичних об'єктів; створення сприятливого бізнес-середовища (спрощення процедур, дієва пільгова система); активне просування туристичного продукту на міжнародних форумах, виставках та конференціях; розвиток малого та середнього бізнесу; підтримка інноваційних проектів та технологічних стартапів.

- Стратегія інфраструктурного відновлення [12]. Стратегія передбачає відновлення та модернізацію зруйнованої інфраструктури, логічних зв'язків та відновлення пошкоджених готелів (курортних зон). Вона надає широкі можливості для розвитку, тому що здатна поєднувати доступні туристичні об'єкти та забезпечує належні умови для комфортного перебування туристів на обраному туристичному маршруті. Переваги стратегії: оновлення інфраструктури сприятиме залученню міжнародних інвестицій та створюватиме додаткові робочі місця..

Стратегії представлені вище активно впроваджуються, зокрема у 2024 році відбувся третій Національний туристичний саміт, який об'єднав понад 700 учасників (інвесторів, представників туристичного бізнесу та представників державних органів влади), для обговорення ключових та додаткових просторових стратегій з відновлення туристичної галузі та розвитку туристичного потенціалу кожного регіону нашої країни [17].

Тобто, просторові стратегії розвитку у післявоєнний період є ключовими для відновлення економіки та підтримки національної ідентичності. Їх реалізація сприятиме не лише територіальному відновленню, але й залученню інвестицій та збереженню національної ідентичності. Завдяки просторовим стратегіям розвитку туризм стане інструментом м'якої сили, та сформує позитивний імідж України на міжнародній арені, а також зміцнить внутрішню згуртованість суспільства.

3.2. Аналіз інновацій та стратегічних перспектив розвитку туризму в Україні

Окрім розвитку представлених вище нових напрямків туризму (військово-історичний, медичний, психологічний, індустріальний, громадський), важливо активно розвивати та впроваджувати інноваційно креативні проєкти. Це дозволить нашій країні швидко відновити економіку та пошкоджену туристичну інфраструктуру, також зміцнить міжнародний імідж країни. Досить важливо запустити інноваційні проєкти у наступні галузі: технологій, культури та мистецтва, освітні програми з метою розвитку нових економічних секторів. Поряд з цим інноваційні проєкти допоможуть залучити туристів не лише традиційними маршрутами, але через нові інтереси, власне хобі, цифрові ідеї та культурні заходи.

В Україні на даний час функціонує вже безліч креативних інновацій, які орієнтовані як на внутрішній, так і на в'їзний туризм. Ці інноваційні проєкти охоплюють різні аспекти туризму, від технічних рішень до розробки нових креативних просторів, що допомагає привернути увагу туристів з різних куточків світу та заохотити місцевих туристів подорожувати своєю країною [30]. Нижче зібрано назви інноваційних креативних проєктів більшість яких зосереджені у місті Львові (табл. 3.2.):

Таблиця 3.2.

Список креативних інноваційних проєктів

Місто	Інноваційний креативний проєкт
Івано-Франківськ	«Промприлад. Реновація»
Київ	«Арт-завод Платформа» - інноваційний майданчик для проведення бізнес-зустрічей, фестивалів, виставок.
Вінниця	«Level 80», «Артинов»
Львів	«Фабрика повидла», холдинг емоцій «FESTrepublic», мистецька організація «Lem Station», креативні простори «АНУВ», «KIVSH», «MuzSvit», «Innovation District IT Park»

**складено автором на основі власних досліджень*

Львів є одним із найбільших міст з розробки та впровадження інноваційних креативних проєктів, які приваблюють як внутрішніх, так і іноземних туристів. Львів вважають одним із найбільш відомих міст в Європі, що славиться своїми різноманітними фестивалями, виставками та ярмарками. Одним із найбільш відомих проєктів є «Львівський міжнародний літературний фестиваль», що об'єднує письменників, видавців та читачів з усієї Європи. Даний проєкт включає в себе семінари, публічні лекції та майстер-класи, що допомагає залучити велику кількість туристів, які цікавляться літературою та культурою.

Нижче представлені приклади успішних українських інноваційних проєктів, які функціонують попри війну за рейтингом відвідування туристів [45]:

7. PinchukArtCentre – один із найбільш відомих сучасних мистецьких центрів, що організовує виставки світових та українських художників, що має значний вплив на культурну сцену країни та володіє високою міжнародною репутацією.

8. Мистецький Арсенал – мистецький центр, який проводить масштабні проєкти, фестивалі, лекції та будь-які інші культурні проєкти. Є важливим центром для просування української культури серед іноземних туристів.

Тобто не дивлячись на те, що у містах України існує на сьогодні достатня кількість історичних та культурних пам'яток, визначних місць, розвиток альтернативних інноваційних проєктів є важливим, особливо у післявоєнний період, коли значна частина територій знаходитиметься на відновленні та заходах розмінування. Особливістю створення інноваційних креативних проєктів є те, що їх можна пропонувати вже зараз, що стане стимулом для привернення уваги туристів та сприятиме відновленню туристичного попиту в Україні [46]. Більш детально інноваційні проєкти з розвитку туризму в Україні у післявоєнний період розглянемо за основними напрямками: (а)

музичні фестивалі; (б) літературні фестивалі; (в) гастрономічні фестивалі (г) етнофестивалі та (д) музеї країни (табл. 3.3.) [45, 46, 49, 50]

Таблиця 3.3.

Інноваційні та популярні проекти з розвитку туризму в Україні

<u>Музичні фестивалі</u>	
Назва / місто	Загальна характеристика
«Atlas Weekend» (Київ)	Один із найбільших фестивалів України. Максимальна позначка відвідувачів за всі дні склала 600 тис. осіб (2021)
«ZaxidFest» (Львів)	Міжнародний фестиваль музики та культури. Максимальна позначка відвідувачів за один день склала понад 40 тис. гостей.
«UPark» (Київ)	Міжнародний фестиваль музики. Максимальна позначка відвідування фестивалю за один день склала понад 30 тис. гостей.
«Leopolis Jazz Fest» (Львів)	Найбільший джазовий музичний фестиваль у Європі. У 2021 році фестиваль зібрав понад 200 виконавців з різних країн світу та понад 100 тис. гостей.
<u>Літературні фестивалі</u>	
«Книжковий арсенал» (Київ)	Фестиваль, що об’єднує більше ніж 500 українських та закордонних авторів, які представляють свої книги, приймають участь у дискусіях та круглих столах. Кількість відвідувачів за 2023 рік складає – 28 тис. гостей, а за 2024 рік – 35 тис. гостей з різних країн світу.
«Форум видавців» (Львів)	Фестиваль, що зміг об’єднати понад 2200 авторів з 43 країн світу та 15 тис. видавців. У 2024 році фестиваль відвідало понад 9 тис. гостей, а у дистанційному форматі фестиваль подивилося понад 400 тис. осіб.
<u>Гастрономічні фестивалі</u>	
Національне свято шоколаду (Львів)	Орієнтовна кількість відвідувачів за період 2021-2024 років складає від 50 тис. гостей до 100 тис. гостей.
«Lutsk Food Fest» (Луцьк)	Фестиваль, що об’єднує власників різних закладів харчування та визначних кулінарів. У 2024 році фестиваль відвідала рекордна кість гостей – 5 тис. осіб за один день.

Продовження таблиці 3.3.

Етнофестивалі – демонструють багатство, побут та культурні цінності українського народу. Приклади: «Маланка-фест» (Чернівці); «Проводи отар на полонину» (с. Міжгір'я), фестиваль гончарства (Полтавська область).	
«Поліське літо з фольклором» (Волинь)	У рамках фестивалю відбувається ярмарки народної творчості, майстер-класи з народних ремесел, фестивальні концерти та розважальні програми, приготування національних страв та їх дегустація. Фестиваль за 2023 рік зібрав понад 10 тис. гостей.
Музеї	
Національний художній музей (м. Київ)	Один з найбільших та найвідоміших музеїв країни. Середнє значення відвідуваності складає понад 200 тис. осіб за рік.
Львівський музей історії релігії (Львів)	Особливість музею: інтерактивна екскурсія з елементами гри, що проводять костюмовані персонажі. Середнє значення відвідувачів за рік складає понад 50 тис. осіб.
Інноваційний музей «KidsWill» (м. Київ)	Сучасний інтерактивний музей, орієнтований на дітей, саме тому пропонує різноманітні освітні програми та виставки в ігровій та навчальній формі. Кількість відвідувачів за рік складає понад 10 тис. осіб.
«Окольний замок» (Луцьк)	Історична фортеця, частина Луцького замку. Перспективний туристичний об'єкт, що дозволяє проводити екскурсії та організовувати тематичні заходи. Кількість відвідувачів за 2024 рік склав понад 20 тис осіб з різних куточків світу.

**складено автором на основі власних досліджень*

У таблиці 3.3. представлені найпопулярніші та найперспективніші напрямки розвитку культурного, гастрономічного, віртуального та фестивального туризму у воєнний та післявоєнний період. Як бачимо, нові виклики, діджиталізація сприяють активізації та популяризації інноваційного туристичного продукту. Фестивалі, інноваційні проєкти, віртуальні та інтерактивні музеї – це все ключові елементи для ефективного розвитку туризму в Україні. На нашу думку, враховуючи потенціал та наявні рекреаційні ресурси наша країна може стати потужним центром туристичної

сфери, а інноваційні проекти та технології можуть стати двигуном для відновлення України після завершення війни.

Основним стратегічним напрямком розвитку представлених вище видів туризму в Україні як у воєнний, таку і після воєнний період є ефективна маркетингова кампанія та потужна реклама, що здійснюється тревел-блогерами України. Українські блогери вважаються одними із найбільш відомим в Європі та світі, так як більшість з них перекладають свої відео на англійську мову, а в сучасних реаліях розповідають про ситуацію в країні. Саме тому вони вважаються найбільш ефективним засобом у просуванні та рекламі туристичних послуг [46]. Нижче зібрано топ-10 тревел-блогерів України та шоу, які активно популяризують туристичні об'єкти України (див. рис. 3.1.):

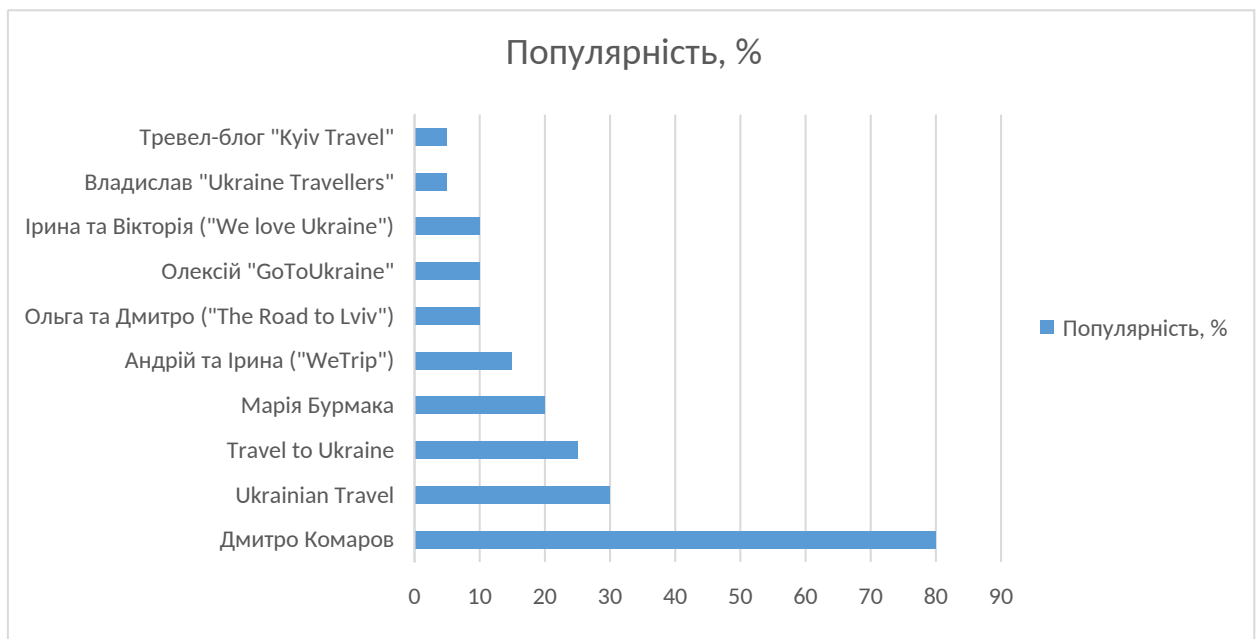


Рис. Рейтинг найпопулярніших тревел-блогерів країни, що є основним джерелом інформації про туристичні об'єкти України

**складено автором на основі власних досліджень*

Ще одним важливим стратегічним напрямком розвитку туризму України у воєнний та післявоєнний період є діяльність кампанії «Be brave like Ukrainian». Кампанія демонструє мужність та витривалість українців, а також поширює інформацію щодо культурної спадщини України на міжнародному рівні.

Ключові напрямки діяльності: підвищення міжнародної підтримки України; медійна та рекламна активність; формування глобальної мережі солідарності з Україною. Кампанія «Be brave like Ukrainian» є яскравим представником того, як культура та боротьба за свою свободу можуть бути виражені через сильні меседжі, що надихають людей по всьому світу [50].

Отже, ситуація яка склалася у нашій країні несе в собі і можливості для розвитку туристичної сфери України. Україна являється найпопулярнішою темою для обговорення серед іноземців, поряд з цим створена кампанія «Be brave like Ukrainian» є найпопулярнішою за всі часи незалежності. Велика кількість іноземних туристів вже планують відвідати країни після завершення війни. В свою чергу український уряд повинен підтримувати рівень впізнаваності України на міжнародному ринку туристичних послуг та активно працювати над створенням іміджу безпечної країни.

ВИСНОВКИ

1. Здійснено аналіз теоретичних основ розвитку туризму в умовах війни. Встановлено, що туристична галузь стикається з низкою суттєвих проблем, таким як відсутність безпекових гарантій, обмеження діяльності авіакомпаній у повітряному просторі України та значні економічні труднощі у її розвитку. Майбутнє туристичної галузі нашої країни залежить від наступних факторів: тривалість бойових дій, масштаби руйнування інфраструктури, а також здатності переорієнтовуватися у відповідності до потреб споживачів. Адаптація інфраструктури та використання альтернативних видів туризму, таких як військово-історичний, медичний, філантуризм сприятимуть відновленню та підтримуватимуть туризм України в умовах війни.

2. Досліджено вплив соціально-економічних та політичних факторів на розвиток туристичної галузі в Україні. Встановлено, що вплив війни на туристичну галузь України є досить значним та обумовлюється низкою наступних чинників: значним зниженням кількості туристів; зменшення рівня доходів населення та робочих місць у постраждалих регіонах, а також масштабами руйнування туристичної інфраструктури. Доведено, що економічна та політична стабільність є ключовими елементами, що визначають здатність туристичної сфери до її відновлення та зростання.

3. Здійснено оцінку міжнародного досвіду з розвитку туризму в умовах кризових ситуацій. Встановлено, що війна в Україні не має аналогів в сучасній історії, тому пряме запозичення досвіду неможливе. Проте окремі стратегії можуть бути вдало інтегровані у процес відновлення туризму в Україні. Серед основних стратегій, які активно використовувалися країнам Європи у повоєнний період варто виділити: стратегія диверсифікації туристичних продуктів; стратегія адаптації інфраструктури до нових умов та стратегія активної маркетингової політики. Також важливим моментом у процесі відновлення туризму є розробка інновацій, розвиток внутрішнього

туризму та співпраця з міжнародними організаціями з метою залучення іноземних туристів.

4. Проаналізовано вплив воєнних дій на туристичну галузь України та здійснено оцінку динаміки розвитку туристичної діяльності в умовах війни. Встановлено, що війна завдала значні збитки інфраструктурі, знизила рівень інвестицій, зменшила потік туристів та спричинила відтік кваліфікованих працівників із галузі. Проте, незважаючи на ці труднощі, були виявленні певні позитивні тенденції, зокрема мова йде про розвиток внутрішнього туризму та зростання інтересу до більш безпечних регіонів країни. Оцінка динаміки розвитку туристичної галузі в Україні показала, що на сьогодні індустрія туризму переживає значні труднощі, проте вдало адаптується під нові реалії сьогодення за рахунок підтримки внутрішніх туристичних потоків та міцній співпраці з міжнародними партнерами.

5. Визначено просторові стратегії розвитку для туристичної галузі в Україні у післявоєнний період. На основі SWOT-аналізу, встановлено, що Україна має великий потенціал до відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. У післявоєнний період особливу увагу варто звернути на такі стратегії як: регіональна диверсифікація туристичних послуг; відновлення інфраструктури; цифрова трансформація; розробка новітніх зелених технологій; створення нових туристичних напрямків (військо-історичний, пам'ятний, медичний, філантуризм, психологічний, культурний). Також Україна повинна забезпечити туристів гарантією безпеки перебування на обраному туристичному маршруті та підтримувати міжнародну співпрацю з метою залучення іноземних туристів. Ці стратегії дозволять створити умови для сталого розвитку туристичної галузі в Україні.

6. Здійснено аналіз інновацій та стратегічних перспектив розвитку туризму в Україні. Встановлено, що на даний час функціонує вже безліч креативних інновацій, які орієнтовані як на внутрішній, так і на в'їзний туризм. Ці інноваційні проекти охоплюють різні аспекти туризму, від технічних рішень до розробки нових креативних просторів, які привертають

увагу туристів з різних куточків світу та заохочують місцевих туристів подорожувати своєю країною.

Доведено, що для відновлення та зростання туристичної галузі важливо використовувати цифрові технології, а також інноваційні маркетингові технології із залучення потенційного туриста. Важливим маркетинговим напрямком на сьогодні вважається співпраця з тревел-блогерами, які через свої канали популяризуватимуть туристичні маршрути та створюватимуть позитивний імідж України на міжнародній туристичній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Věda a perspektivy*. 2022. № 4. С. 139-151. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/1423/1420> (дата звернення 07.01.2025).
2. Барвінок Н.В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. № 18. С. 206-217. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/2419> (дата звернення 07.01.2025).
3. Безверхнюк Т.М., Бабов К.Д., Цуркан О.І. Ресурсне забезпечення післявоєнного відновлення та розвитку України: потенціал курортно-рекреаційної сфери. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 6. С. 459-470. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-6\(8\)-459-470](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-6(8)-459-470) (дата звернення 07.01.2025).
4. Beker T., & Aikhenhrin B. Essay on the reconstruction of Ukraine. 2022. URL: https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2022/04/Reconstruction-of-Ukraine-2022-04-05-copy-edited_Ukr.pdf (дата звернення 07.01.2025).
5. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56-65. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/9206/9258> (дата звернення 07.01.2025).
6. Богданова А. О. Креативні індустрії як інноваційна стратегія розвитку культурного туризму: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра: спец. 027 Музеєзнавство, пам'яткознавство / наук. кер. С. В. Гаврилюк. Луцьк 2024. 58 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/24324> (дата зведення 20.01.2025).
7. Бойко В. Геопросторові аспекти та стратегії розвитку туристичного бізнесу в південному регіоні України у післявоєнний період. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. № 13. С. 155-162. URL:

<http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/290/270> (дата звернення 07.01.2025).

8. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 3. С. 5–10. URL: <https://doi.org/10.32782/CMI/2022-3-1> (дата звернення 07.01.2025).

9. Бондаренко В. Стратегії розвитку туризму для України в умовах військових дій та повоєнний період. *Енергозбереження. Енергетика*. 2023. № 11. С. 34-46. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77366> (дата звернення 07.01.2025).

10. Васильєва О. О., Домашенко С. В. Перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 72. С. 185–191. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastruct72-33> (дата звернення 07.01.2025).

11. Велике руйнівництво: культурні втрати України під час війни. 2022. *Дорослий погляд на життя*. URL: https://lb.ua/culture/2022/03/25/510869_velike_ruynivnitstvo_kulturni.html (дата звернення 07.01.2025).

12. Виговський Д. С. Тенденції та перспективи розвитку туризму: Україна та світ. *Причорноморські економічні студії*. 2024. № 86. С. 15-20. URL: http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/4.pdf (дата звернення 07.01.2025).

13. Гаврилюк А. М. Концепція національної моделі формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні: мультипарадигмальний підхід. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. 2022. № 3. С. 36-41. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/3_2022/7.pdf (дата зведення 20.01.2025).

14. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. *Бізнес Інформ*. 2022. № 10. С. 114-125. URL:

https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-10_0-pages-114_125.pdf (дата зведення 20.01.2025).

15. Гладкий О., Гамішов М. Розвиток військово-історичного туризму в Україні. *Міжнародний науково-практичний журнал. Товари і ринки*. 2024. № 2. С. 21-40. URL: https://www.researchgate.net/publication/381380236_Rozvitok_vijskovo-istoricnogo_turizmu_v_Ukraini (дата зведення 20.01.2025)

16. Зарубіна А. В., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484> (дата звернення 07.01.2025).

17. Зарубіна А., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32> (дата звернення 07.01.2025).

18. Захарова Т. Напрямки розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6> (дата звернення 07.01.2025).

19. Карпенко Ю., Логвин М., Тараненко О., Логвин Д., & Луценко О. Стан розвитку туризму в умовах війни та повоєнне відновлення. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2023. № 2. С. 59-68. URL: <http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/180/170> (дата звернення 07.01.2025).

20. 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. № 8. С. 79-87. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-11> (дата звернення 07.01.2025).

21. Коваленко Н. О. SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. С. 1-6. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3613/3544> (дата зведення 20.01.2025)

22. Коваленко Н. О. Напрямки післявоєнної трансформації бізнес-процесів туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Наукові перспективи*. 2024. № 2. С. 701–714. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/9496/9549> (дата зведення 20.01.2025).

23. Kyrychenko S. Travel and war: what the tourism industry will look like after victory. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення 07.01.2025).

24. Landa V. What difficulties await Ukraine during compensation for losses from the war with the Russian Federation. 2023. URL: <https://ua.news/ua/money/kakye-trudnosti-zhdut-ukraynu-pry-kompensatsyy-poter-ot-voyny-s-rf-yntervyu-s-top-ekonomystom-vladymyrom-landoj> (дата звернення 07.01.2025).

25. Логвин М., Мороз М., Логвин Д. Туристичний сектор під час воєнного стану: стан, загрози та перспективи. *Світ наукових досліджень: матеріали Міжн. мультидисц. наук. інтернет-конф.*, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 20-21 квітня 2023 р.). ГО “Наукова спільнота”. Тернопіль : ФО-П Шпак В. Б. С. 37–43. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4462/> (дата звернення 07.01.2025).

26. Малярчук, Н. М., Чирва, О. Г. Проблеми та перспективи розвитку незвичайних видів туризму на території України після закінчення російсько-української війни на прикладі військового туризму. *Економічні горизонти*. 2022. № 4. С. 34–42. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/267014> (дата звернення 07.01.2025).

27. Миронов Ю. Б. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2023. № 71. С. 64–68. URL: <http://journals->

lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1333/1257 (дата звернення 07.01.2025).

28. Моргулець, О., Шевченко, О. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 349-354. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1436> (дата звернення 07.01.2025).

29. Моца, А., Шевчук, С., & Серeda, Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення 07.01.2025).

30. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії пост конфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. № 1. С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення 07.01.2025).

31. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення 07.01.2025).

32. Паньків Н. Конкурентоспроможність України на світовому ринку туристичних послуг: ретроспективний аналіз. *Grail of Science*. 2024. № 36. С. 546–551 URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/2123> (дата звернення 07.01.2025).

33. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання дев'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2023. 388 с. URL: https://www.academia.edu/113332070/Перспективи_розвитку_туризму_в_Україні_та_світі_управління_технології_моделі_колективна_монографія (дата звернення 07.01.2025).

34. Після війни внутрішній туризм в Україні економічно сильно «просяде», а згодом дещо зміниться. *Інтерв'ю Голови Державного агентства розвитку туризму*. 2024. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/826786.html> (дата звернення 07.01.2025).

35. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2022. № 5. С. 6-11. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/2.pdf (дата звернення 07.01.2025).

36. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». 2022. 84 с. URL: <https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62c4572a99599425b6acbc86.pdf> (дата звернення 07.01.2025).

37. Рига І. І., Рошко С. М. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2023. № 4. С. 396–400. URL: https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/537/513 (дата звернення 07.01.2025).

38. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Випуск 46. 2022. С. 11-15. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2> (дата звернення 07.01.2025).

39. Савченко І. А. Вплив тероризму та військових дій на міжнародний туризм. *Актуальні проблеми країнознавчої науки : матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 14–15 травня 2015 р.) / за ред. В. Й. Лажніка*. Луцьк: Вежа-Друк, 2015. С. 123-127. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/11259> (дата звернення 07.01.2025).

40. 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 07.01.2025).

41. Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyktez28062024.pdf> (дата звернення 07.01.2025).
42. Туристичний барометр України 2021–2022. *Національна туристична організація України*. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2021-2022.pdf> (дата звернення 07.01.2025).
43. Туристична статистика України: офіційний сайт. URL: https://datastudio.google.com/u/0/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/p_u24mioylmc (дата звернення 07.01.2025).
44. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6> (дата звернення 07.01.2025).
45. Самодай В., Рибальченко С. Антикризове управління готельним підприємством в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1805> (дата зведення 20.01.2025).
46. Фастовець О. О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 3 (80). С. 87-97. URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/427> (дата звернення 07.01.2025).
47. Філюк С. М., Зарічняк А. П. Розвиток туристичного потенціалу у воєнний час: міжнародний досвід і перспективи України. *Академічні візії*. 2022. № 14. С. 1-7. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/129/118/119> (дата звернення 07.01.2025).

48. Холодок, В. Управління туризмом на регіональному рівні в умовах війни та стратегій на майбутнє. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. № 16. С. 206-214. URL: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.27>

49. Як культура та креативні індустрії впливають на розвиток регіонів? Про це дискутували під час туристично-економічного форуму «Туризм в Україні: вимоги сьогодення». *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/news/12062023> (дата звернення 07. 01. 2025).

50. Як працює готельний та туристичний бізнес в Україні в умовах війни: про стійкість та інновації з Антоном Тараненко. URL <https://visitukraine.today/uk/blog/2824/stiikist-ta-innovacii-yak-pracyuje-gotelnii-ta-turisticinii-biznes-v-ukraini-v-umovax-viini> (дата звернення 07.01.2025).