

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри світової політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А. Ю.

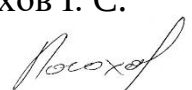
Кваліфікаційна магістерська робота

на тему: «Шляхи повоєнного відновлення внутрішнього туризму в
Україні»

Виконала: студентка 2 курсу, групи УТМз-61
Спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Курдиманова П. Є.

Керівник: к.іст.н., доц. Посохов І. С.


Рецензент:

_____к.е.н., доц. Шуба М.В.



Підсумкова оцінка:

за національною шкалою:

кількість балів:

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Покологда М.М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Поняття та сутність внутрішнього туризму.....	6
1.2. Фактори, що впливають на розвиток внутрішнього туризму.....	9
1.3. Методологія дослідження внутрішнього туризму.....	13
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.....	18
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу внутрішнього туризму.....	18
2.2. Аналіз сучасного стану внутрішнього туризму.....	27
2.3. Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні під час війни.....	33
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	44
3.1. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в Україні.....	44
3.2. Шляхи розвитку внутрішнього туризму в Україні.....	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм є однією з основних галузей економіки України. Проте, ринок туризму є дуже вразливим до різних криз, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, а також воєнні конфлікти, які можуть призвести до дестабілізації ситуації всередині країни. Це підтверджується ситуацією в туристичній галузі України, яка зазнала справжнього краху під час повномасштабної війни. До початку повномасштабної військової агресії проти України, вітчизняна сфера туризму мала потужний регіональний та загальнонаціональний потенціал. У країні була сформована та функціонувала система внутрішнього туризму, яка багатовекторно синтезувала переваги соціальної, гуманітарної та економічної сфер, зосереджуючи увагу на інтересах, потребах та бажаннях туристів. Проте, після початку війни, туристична сфера в Україні зіткнулася з великими викликами, такими як руйнація об'єктів природної, історико-культурної спадщини та туристичної інфраструктури.

Ступінь вивченості проблеми. Розвиток туристичної сфери в Україні досліджується у ряді наукових та практичних працях. Зокрема автори Т. Сак, І. Більо, Ю. Ткачук у своїй праці проаналізували еколого-економічні наслідки російсько-української війни. У дослідженнях Н. Є. Паньків розглядається вплив війни на туризм, обговорюється поведінка учасників туристичного ринку на всіх етапах кризи. Зокрема, дослідження питань, які стосуються ролі туризму в умовах війни, викладено у роботах таких вітчизняних фахівців, як: Ірина Дворська, Євгенія Кудрявцева, Максим Орищак, Богдан Слуцький. Різним аспектам розвитку туризму у післявоєнний період присвячені роботи як закордонних, так і вітчизняних дослідників, серед яких К. Вебстер, С. Іванов, З. А. Косуха, І. М. Шамара, М. Г. Савченко, М. Метревелі, Д. Тімоти, Парфіненко А.Ю, Посохов І.С. та інші.

Об'єктом дослідження є внутрішній туризм в Україні.

Предметом дослідження є визначення перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни та післявоєнного відновлення.

Метою дослідження є визначення напрямів розвитку внутрішнього туризму в Україні, а також розробка пропозицій для його подальшого удосконалення.

У відповідності з метою сформульовані наступні завдання роботи:

- визначити поняття та сутність внутрішнього туризму;
- дослідити основні фактори, що впливають на розвиток внутрішнього туризму;
- обґрунтувати методологічні підходи до дослідження внутрішнього туризму.
- зробити аналіз ресурсного потенціалу для розвитку внутрішнього туризму;
- виконати дослідження сучасних тенденцій, статистичних даних та актуальних умов функціонування галузі;
- виявити основні проблеми і перспективи внутрішнього туризму в умовах війни;
- описати стратегію розвитку внутрішнього туризму;
- розробити шляхи розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Методологічною основою дослідження є сукупність наукових підходів і принципів, що забезпечують комплексний аналіз проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах війни та післявоєнного відновлення. У роботі застосовано міждисциплінарний підхід, що поєднує елементи економічного, соціологічного, екологічного та культурологічного аналізу. Використано структурно - функціональний, системний, порівняльний та прогностичний підходи. Аналіз здійснено з урахуванням теорії кризового управління, теорії стійкого розвитку, а також концепції сталого туризму.

Методи дослідження, що використані в роботі: метод порівняльного аналізу, таблично - графічний методи, бібліографічний аналіз інформації, описовий та статистичний.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові та публіцистичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених з туризму.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить 71 сторінку тексту, рисунки та таблиці. Список джерел включає 92 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність внутрішнього туризму

Внутрішній туризм — це подорожі та інші туристичні активності громадян в межах своєї країни, без перетину міжнародних кордонів. На відміну від міжнародного туризму, внутрішній не залежить від візових, валютних та мовних бар'єрів, що сприяє його доступності та популярності серед населення. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), внутрішній туризм охоплює всі види подорожей у межах однієї країни, як для рекреаційних, так і для професійних або оздоровчих цілей. Внутрішній туризм має ключове значення для національних економік, оскільки сприяє перерозподілу доходів між регіонами та стимулює розвиток місцевої інфраструктури [68].

Внутрішній туризм здатен значно вплинути на економіку країни, оскільки сприяє зростанню малого та середнього бізнесу. Окрім того, розвиток внутрішнього туризму підтримує збереження національної культури та природних ресурсів. Особливе значення внутрішній туризм має для країн, економіка яких залежить від туристичної галузі, адже він зменшує залежність від зовнішніх факторів, таких як міжнародні кризові явища чи обмеження, викликані пандемією.

На макроекономічному рівні внутрішній туризм створює додатковий прибуток у вигляді податків, що сплачуються підприємствами туристичної індустрії, а також за рахунок витрат громадян на подорожі та розваги. Місцеві громади отримують вигоду від податкових надходжень, інвестицій у інфраструктуру, створення нових робочих місць, що є особливо важливим для сільських районів [23].

На соціальному рівні внутрішній туризм сприяє розвитку міжрегіональних зв'язків та культурного обміну, що зміцнює національну ідентичність та підвищує рівень суспільної інтеграції. Туристи, відвідуючи різні куточки своєї країни, знайомляться з культурними традиціями та історичними цінностями, що сприяє збереженню національної спадщини. Крім того, внутрішній туризм дає можливість людям поліпшити своє психічне та фізичне здоров'я, зменшуючи стрес і покращуючи загальний стан здоров'я завдяки відпочинку на природі або активному дозвіллю [23].

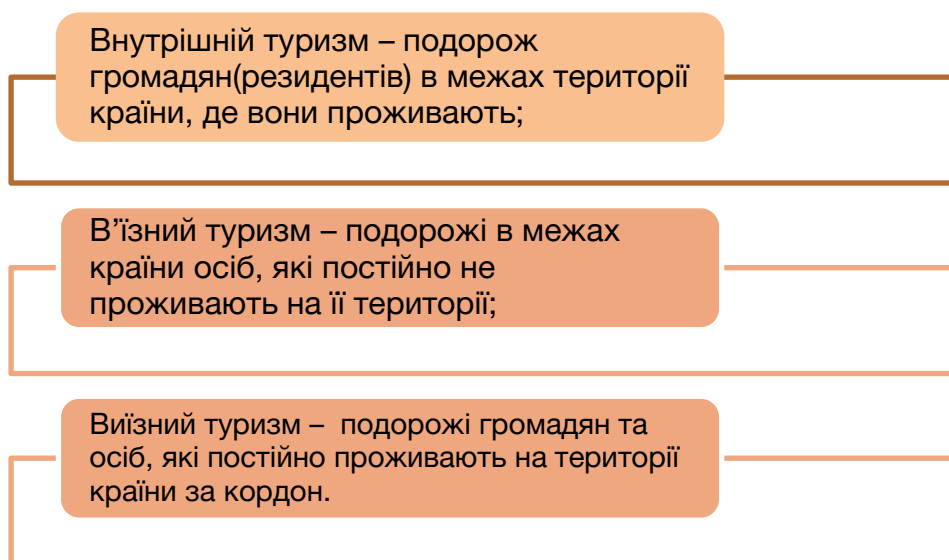


Рис. 1.1. Категорії туризму [37]

Внутрішній туризм можна класифікувати за різними ознаками:

По перше, за метою подорожей. Наприклад, рекреаційний (для відпочинку), культурний (для знайомства з історією та традиціями), лікувально-оздоровчий (для зміцнення здоров'я) та діловий туризм (участь у конференціях, ділових зустрічах).

По друге, за тривалістю, а саме - короткострокові поїздки (вихідні дні) та тривалі відпустки.

Туризм поділяється також за типом туристичних ресурсів. Природний туризм (відвідування національних парків), культурно-пізнавальний туризм (музеї, історичні пам'ятки), спортивний туризм (активне дозвілля, змагання).

Класифікація внутрішнього туризму допомагає зрозуміти особливості попиту серед населення та створити відповідні умови для задоволення потреб туристів, таких як наявність інфраструктури для різних видів відпочинку, доступність готельних послуг та розваг.

Таблиця 1.1

Класифікація туризму

Категорія туризму	Визначення (UNWTO)	Пояснення науковців
Внутрішній туризм	Подорожі резидентів у межах своєї країни.	Спрощені подорожі, оскільки відсутні візові, валютні та мовні бар'єри.
В'їзний туризм	Подорожі іноземців до країни.	Важливий елемент для економіки через притік валюти та міжнародний обмін.
Виїзний туризм	Подорожі резидентів за кордон.	Відображає рівень добробуту громадян та їхнє прагнення до культурного обміну.

Розроблено автором [67].

Серед факторів, що визначають розвиток внутрішнього туризму, виділяють економічні, соціальні, політичні, а також фактори інфраструктури та природного середовища. До економічних факторів належать рівень доходів населення та доступність туристичних послуг. Соціальні фактори включають популяризацію здорового способу життя, зростання попиту на екологічний туризм, а також інтерес до історико-культурної спадщини. Політичні фактори — це державна підтримка розвитку туризму, інвестиції в інфраструктуру та безпеку подорожей.

Внутрішній туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни, сприяючи зміцненню національної ідентичності та покращенню якості життя населення. Завдяки розвитку внутрішнього

туризму, країна здатна залучити додаткові доходи та створити нові робочі місця, що робить цю сферу перспективною для подальшого дослідження й підтримки з боку державних органів.

1.2. Фактори, що впливають на розвиток внутрішнього туризму

Внутрішній туризм є однією з найважливіших складових туристичної галузі, що сприяє економічному розвитку країни, соціальному благополуччю населення та зміцненню національної ідентичності. На розвиток внутрішнього туризму впливають різноманітні фактори, які можна умовно поділити на кілька основних категорій: економічні, соціальні, політичні, природно-географічні, а також фактори інфраструктури. Дослідження цих факторів дозволяє не лише оцінити сучасний стан внутрішнього туризму, але й визначити перспективи для його подальшого розвитку.

Економічні фактори мають безпосередній вплив на попит і пропозицію внутрішнього туризму. Вони включають рівень доходів населення, цінову доступність туристичних послуг, розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема в регіонах, а також загальний економічний стан країни.

Доходи населення, а саме вищий рівень доходів зазвичай означає більшу готовність громадян витратити гроші на відпочинок і подорожі. У країнах із високими доходами велика частина людей регулярно подорожує, в той час як у країнах з нижчими доходами витрати на туризм можуть бути значно обмежені.

Не треба забувати про фактор доступності туристичних послуг. Цінова політика готелів, транспортних компаній, ресторанів і розважальних закладів також впливає на доступність подорожей для широких верств

населення. Низька вартість туристичних послуг робить внутрішній туризм привабливим для громадян.

Хотілось би зазначити, що саме туризм сприяє створенню робочих місць, особливо в регіонах, які є популярними серед туристів. Підтримка місцевого бізнесу, зокрема розвитку малих підприємств, що надають послуги у сфері туризму, також є важливим фактором економічного стимулювання.

Соціальні фактори, такі як культурні та демографічні зміни, також мають суттєве значення для розвитку внутрішнього туризму. Сучасні суспільні тенденції впливають на уподобання туристів, мотивацію та способи проведення вільного часу [36].

Зростає інтерес до здорового способу життя, і все більше людей обирають активний відпочинок. Перевага надається екологічному туризму та подорожам, пов'язаним зі здоровим способом життя, таким як піші походи, екотури та велотуризм. Це сприяє розвитку туристичних послуг, орієнтованих на рекреацію та екологічно чисті види туризму.

Зі збільшенням популярності культурної спадщини туристи все більше цікавляться дослідженням культурних цінностей своєї країни. Відвідування історичних пам'яток, музеїв та етнічних фестивалів підвищує попит на культурно-пізнавальний туризм [26].

Зміни в демографії, зокрема збільшення частки молоді або населення літнього віку, впливають на попит у внутрішньому туризмі. Молодь зазвичай обирає активні види відпочинку, тоді як старше покоління надає перевагу лікувально-оздоровчим та культурно-пізнавальним подорожам.

Політичні фактори можуть як сприяти розвитку туризму, так і перешкоджати йому [74].

Роль державної політики, стратегій у сфері туризму, законодавчих ініціатив та заходів щодо забезпечення безпеки туристів є важливою для стимулювання галузі [72].

Для успішного розвитку внутрішнього туризму необхідна державна підтримка, яка включає стимулюючі програми, субсидії для туристичних компаній та гранти на розвиток регіонального туризму.

Наявність сучасного та прозорого законодавства, яке регулює туристичну галузь, є важливою умовою її розвитку. Законодавство повинно забезпечувати захист прав туристів і гарантувати безпеку туристичних об'єктів і послуг. Крім того, забезпечення безпеки під час подорожей є критичним, оскільки люди завжди звертають увагу на рівень безпеки. Заходи, що сприяють підтримці правопорядку, екологічних стандартів та якості обслуговування, є важливими для розвитку внутрішнього туризму.

Природні ресурси, кліматичні умови, географічне розташування, наявність природоохоронних територій впливають на привабливість конкретних регіонів для туристів.

Регіони з сприятливими кліматичними умовами (м'який клімат, гарний сезон для відпочинку) приваблюють туристів цілий рік, тоді як суворі кліматичні умови можуть обмежити розвиток туризму у певний сезон. Місця з унікальними природними пам'ятками (гори, водоспади, пляжі, озера) мають вищий туристичний потенціал і можуть розвивати екологічний та рекреаційний туризм.

Чистота навколишнього середовища та екологічна безпека є важливими для туристів, які цінують природу. Це створює попит на екотуризм і стимулює розвиток стійких туристичних практик.

Розвинена інфраструктура є необхідною умовою для забезпечення комфортних умов для туристів. Інфраструктурні фактори включають транспортні мережі, готельну та розважальну інфраструктуру, об'єкти громадського харчування.

Доступність туристичних об'єктів напряму залежить від наявності якісних автомобільних доріг, залізничного сполучення, а також розвитку

внутрішнього авіаційного сполучення. Транспортні вузли та доступність транспортних послуг роблять туристичні місця більш привабливими.

Рівень комфорту та кількість готелів різних категорій визначають можливість розміщення туристів. Важливим є також розвиток бюджетного сегменту, що робить туризм доступним для ширших верств населення.

Наявність ресторанів, кафе, розважальних закладів, а також інфраструктури для активного відпочинку сприяє формуванню позитивного враження від подорожі та залучає більшу кількість туристів.

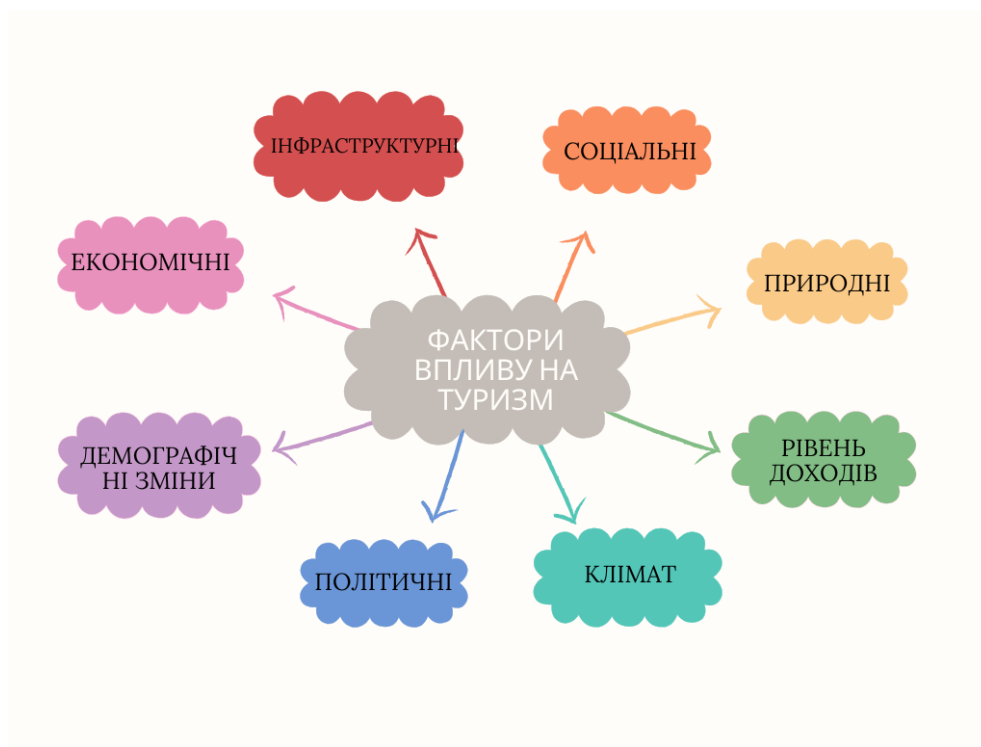


Рис. 1.2. Фактори впливу на туризм

Розвиток внутрішнього туризму залежить від комплексного впливу економічних, соціальних, політичних, природних та інфраструктурних факторів. Кожен з них має свою специфіку, але усі разом вони створюють умови для збільшення туристичних потоків та стимулюють соціально-економічний розвиток регіонів. Врахування та ефективне управління цими факторами дозволяє країнам активно розвивати внутрішній туризм та забезпечувати його стійке зростання.

1.3. Методологія дослідження внутрішнього туризму

Методологія дослідження внутрішнього туризму включає застосування наукових методів, які дають змогу комплексно вивчити тенденції розвитку, фактори впливу та особливості споживчої поведінки в рамках внутрішнього туризму. Розуміння методологічних засад є важливим для формулювання об'єктивних висновків і визначення рекомендацій, спрямованих на розвиток туристичної галузі. У цьому розділі розглянуто ключові методи, які можуть використовуватися для дослідження внутрішнього туризму, їхні особливості та доцільність застосування для аналізу конкретних аспектів.

Дослідження внутрішнього туризму може проводитися з використанням кількісних та якісних методів. Кількісні методи орієнтовані на збір та аналіз статистичних даних, якісні ж методи спрямовані на глибше розуміння мотивацій та переваг туристів. Комплексне поєднання обох підходів дозволяє створити цілісну картину та розкрити специфіку внутрішнього туризму. [25].

Кількісні дослідження базуються на зборі та аналізі статистичних даних, що дозволяє отримати об'єктивну інформацію про масштаби туристичних потоків, середні витрати туристів, популярні напрямки тощо. Для проведення таких досліджень використовуються анкети, соціологічні опитування та дані з відкритих статистичних джерел. Також застосовуються методи кореляційного та регресійного аналізу для визначення взаємозв'язків між різними показниками [25].

Якісні дослідження допомагають краще зрозуміти мотивації, емоційні аспекти, цінності та очікування туристів, які неможливо оцінити через числові дані. Цей підхід включає проведення інтерв'ю, фокус-груп та спостереження. Застосування якісних методів дає змогу виявити

особливості споживчої поведінки та з'ясувати причини популярності певних туристичних продуктів [25].

Треба відмітити, що для дослідження внутрішнього туризму використовується кілька основних методів збору даних, які допомагають отримати необхідну інформацію для подальшого аналізу. Серед основних методів виділяють опитування, інтерв'ю, аналіз вторинних даних та спостереження.

Опитування — це один із найпоширеніших методів збору даних у туристичних дослідженнях. Опитування можуть бути як анкетними, так і онлайн. Їхня мета — отримати інформацію про уподобання туристів, частоту та тривалість подорожей, бюджет, мотиви подорожей тощо. Застосування структурованих анкет дозволяє стандартизувати відповіді та полегшує подальший аналіз даних.

Інтерв'ю є більш гнучким методом порівняно з опитуванням і дозволяє отримати глибшу інформацію про погляди та мотивації туристів. Зазвичай використовуються напівструктуровані інтерв'ю, під час яких дослідник задає ключові питання, а респонденти можуть надавати детальніші відповіді. Цей метод є ефективним для вивчення специфічних аспектів туристичного попиту.

Метод аналізу вторинних даних полягає у використанні вже наявних даних з офіційних джерел — статистичних звітів, даних туроператорів, державних досліджень. Наприклад, дані Державної служби статистики, Міністерства туризму, дані з туристичних агентств можуть надати інформацію про обсяги внутрішнього туризму, його динаміку, регіональні особливості.

Метод спостереження використовується для збору даних про поведінку туристів у природних умовах. Метод передбачає фіксацію певних дій туристів (наприклад, які види відпочинку вони обирають, які

об'єкти відвідують). Цей метод є корисним для вивчення реальних патернів поведінки туристів та їхніх уподобань.

Для обробки зібраної інформації використовують різні методи аналізу, які допомагають виявити тенденції, закономірності та зробити висновки щодо розвитку внутрішнього туризму. Основними методами аналізу є статистичний, порівняльний, SWOT-аналіз та метод case study.

За допомогою методу статичного аналізу обробляють кількісні дані, отримані в результаті опитувань або збору вторинної інформації. Використовуються методи кореляційного аналізу для визначення залежностей між факторами, а також регресійного аналізу для виявлення впливу різних змінних на розвиток внутрішнього туризму.

Порівняльний аналіз дозволяє порівняти особливості внутрішнього туризму у різних регіонах країни або в різних часових періодах. Порівняльний аналіз дозволяє оцінити відмінності у туристичній активності, рівні розвитку інфраструктури та попиту на певні види туризму.

SWOT-аналіз дає можливість ідентифікувати сильні та слабкі сторони внутрішнього туризму, а також визначити можливості та загрози. Цей метод є корисним для формулювання стратегічних рішень, спрямованих на покращення внутрішнього туризму. За допомогою SWOT-аналізу можна оцінити конкурентні переваги регіону, а також потенційні ризики, з якими може зіткнутися туристична галузь [32].

Використання методу case study дозволяє детально розглянути конкретні випадки розвитку внутрішнього туризму, наприклад успішні туристичні ініціативи в окремих регіонах. Дослідження на основі конкретних кейсів допомагає визначити найкращі практики та зрозуміти, які методи і стратегії можна застосувати для розвитку внутрішнього туризму в інших регіонах.

Геоінформаційні системи (ГІС) стають все більш популярними у дослідженні туризму. Вони дозволяють наочно представити інформацію

про географічне розташування туристичних об'єктів, транспортної інфраструктури та регіонів з високою туристичною активністю. Використання ГІС дозволяє проводити просторовий аналіз, що сприяє ефективному плануванню туристичних маршрутів та оцінці привабливості різних регіонів для туристів.

Процес дослідження внутрішнього туризму зазвичай включає такі етапи:

1. Формулювання мети і завдань дослідження

На цьому етапі визначаються ключові питання, на які повинне відповісти дослідження. Наприклад, можна визначити завдання, пов'язані з вивченням мотивацій туристів, факторів впливу на попит, оцінкою інфраструктури.

2. Збір даних

Здійснюється збір необхідної інформації з використанням обраних методів — опитувань, інтерв'ю, аналізу вторинних даних.

3. Аналіз зібраної інформації

На цьому етапі застосовуються методи статистичного, порівняльного або SWOT-аналізу, які дають змогу обробити отримані дані та сформулювати висновки.

4. Інтерпретація результатів та формулювання рекомендацій

На основі аналізу отриманих даних роблять висновки щодо основних тенденцій у внутрішньому туризмі та розробляють рекомендації для покращення ситуації в галузі.

Згідно з працею Ткаченка "Сталий розвиток туризму", у методології туризму варто враховувати кілька ключових підходів, зокрема:

Системний підхід, який вивчає туризм як складну систему з багатьма взаємопов'язаними елементами (дестинації, ресурси, інфраструктура).

Соціально-економічний підхід, що оцінює вплив туризму на економіку та соціальну інтеграцію.

Екологічний підхід, спрямований на збереження ресурсів та стале використання природного середовища.

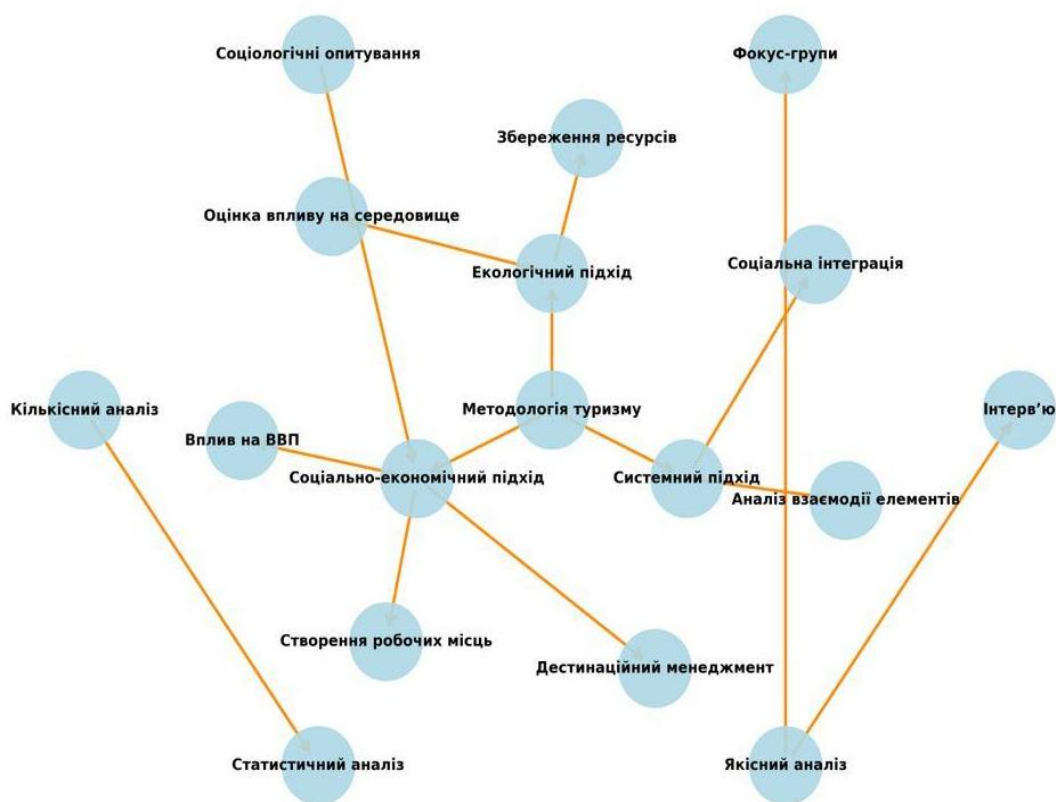


Рис. 1.3. Підходи до розвитку туризму

Застосування методів кількісного та якісного аналізу, а також сучасних інструментів, таких як ГІС, дозволяє отримати детальну інформацію про стан і перспективи розвитку внутрішнього туризму. Комплексний підхід до дослідження, що поєднує різні методи збору та аналізу даних, забезпечує об'єктивність та дозволяє зробити практичні висновки для стратегічного розвитку внутрішнього туризму в Україні.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

2.1. Оцінка ресурсного потенціалу внутрішнього туризму

Туристично-рекреаційний потенціал та ресурси є одними з найчастіше вживаних понять у сучасній українській науковій літературі про туризм і в практичній діяльності.

Для початку розглянемо сам термін "потенціал", який походить від латинського *potential* — "сила, міць". Спершу цей термін використовували у фізиці, але з часом його значення розширилося. У сучасній літературі його трактують як потужність, можливості, сукупність засобів, здібностей, джерел, резервів або ресурсів, які можуть бути задіяні для досягнення певних цілей [13].

Потенціал має кілька ключових аспектів, що розкривають його сутність:

- Він відображає минуле через сукупність накопичених характеристик і властивостей.
- Виступає основою для здійснення будь-якої діяльності та досягнення поставлених цілей, що асоціюється зі значенням "ресурс".
- Визначає теперішнє, зокрема можливість практичного застосування і використання наявних резервів, що пов'язано зі значенням "запас".
- Вказує на перспективи розвитку, у процесі якого формуються нові можливості, тобто "потенціал" у значенні "перспектива".

Виходячи з цього, туристичний потенціал можна визначити як просторово - часове поєднання природних, соціальних і природно-

соціальних ресурсів, резервів та можливостей, які можуть бути використані для організації і реалізації туристичної діяльності [13].

Існує безліч класифікацій туристських ресурсів.

На думку С.І. Поповича до туристичних ресурсів відносяться :

- природні ресурси
- історичні та культурні ресурси;
- соціально-економічні умови та ресурси;
- географічне положення, розвиненість транспорту, тощо; [13].

До туристичних ресурсів, за твердженням І.М. Школи, належать: економічні, природні, кліматичні, культурно-історичні, трудові, фінансові, соціальні, виробничі.

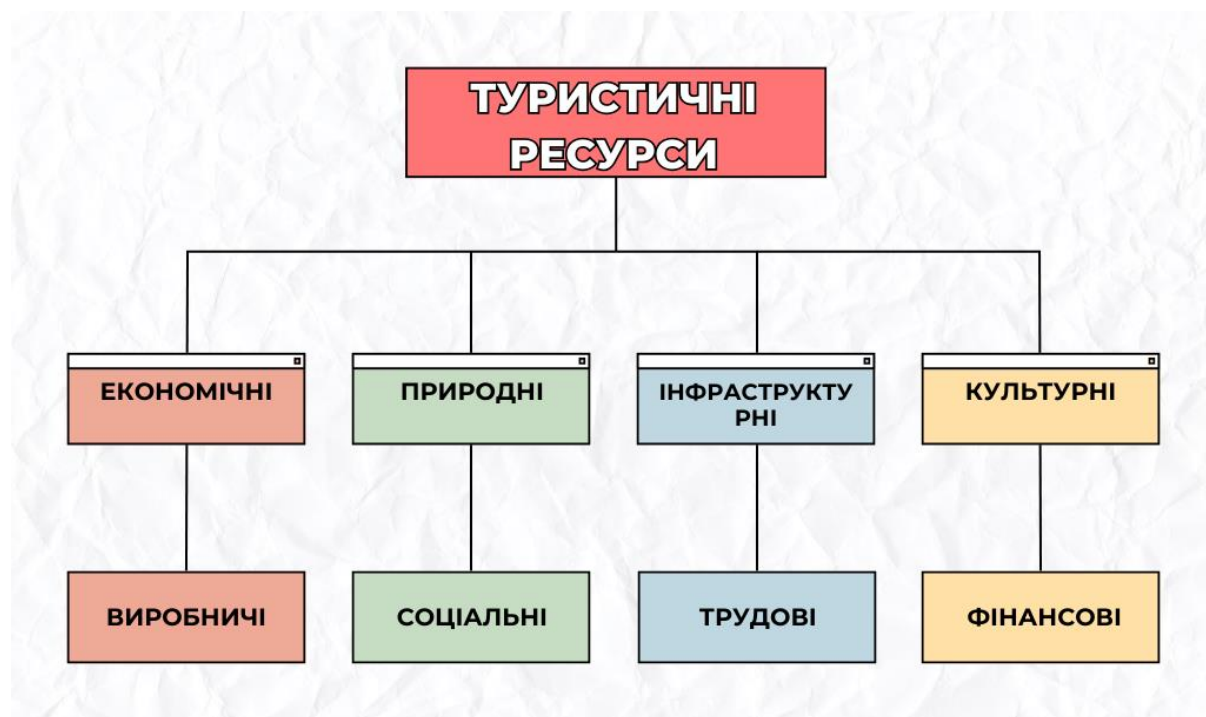


Рис. 2.1. Розподіл туристичних ресурсів для внутрішнього туризму України

Оцінка ресурсного потенціалу туризму в Україні має вирішальне значення для подальшого розвитку галузі, зокрема після відновлення після війни.

Природні ресурси є основою для розвитку екологічного та рекреаційного туризму. В Україні розташовані численні природні об'єкти, такі як національні парки, природні заповідники, курорти, водні ресурси, що мають великий потенціал для розвитку. Відновлення після війни включає реконструкцію зруйнованих природних об'єктів і поліпшення інфраструктури для збереження і розвитку природної спадщини [13].

Україна володіє значними водними ресурсами, серед яких особливе місце займають Чорне і Азовське моря. Крім того, на території країни протікає близько 30 тисяч річок. Найбільшими з них є Дніпро, який посідає третє місце за довжиною серед річок Європи, а також Дністер, Дунай, Південний Буг і Сіверський Донець [13].

Україна займає провідні позиції серед європейських країн за кількістю лісових масивів. Ландшафти країни, завдяки своїм унікальним оздоровчим і пізнавальним властивостям, мають велику туристичну цінність. До них належать різноманітний рельєф, мальовничі краєвиди та природні печери. Україна має значний спелеологічний потенціал, представлений численними карстовими порожнинами. Чотири українські печери — Оптимістична, Озерна, Попелюшка і Млинки — входять до списку ста найдовших печер світу. Основна частина цих унікальних природних утворень розташована в Карпатському регіоні та на Подільсько-Буковинській височині.

У країні налічується понад 6700 природоохоронних об'єктів, серед яких 20 природних заповідників, що є важливим резервом для збереження унікальної флори і фауни.

Слід зауважити, що природні ресурси завжди мали визначальне значення для розвитку туризму. Вони виконують безліч важливих функцій, серед яких особливе місце займає їхня роль у відновленні фізичного та психологічного стану людини. Природні туристичні ресурси варто розглядати як ключові фактори, які сприяють збереженню здоров'я та

забезпечують підтримку гармонійного стану особистості. До таких ресурсів належать як окремі природні об'єкти, так і цілі природні комплекси [13].

Варто зазначити, що кожна область має свої особливості відпочинку та туристичної діяльності на її території. Здебільшого вони пов'язані з певними обмеженнями, які діють в тих чи інших регіонах та розташуванням об'єктів критичної інфраструктури.

Щоб скласти загальне розуміння щодо розвитку інфраструктури внутрішнього туризму потрібно ознайомитись із статистикою довоєнного періоду, статистику для ознайомлення взято за період 2021 року. Один з важливих показників для визначення стану розвитку туризму в регіонах України- це кількість суб'єктів туристичної діяльності. За допомогою цього показника можна визначити насиченість кожного регіону діючими туроператорами, турагентами тощо [72].

З даних таблиці 2.1. можна зробити висновок, що найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності функціонує у Львівській, Одеській та Київській областях. Найменша кількість у Луганській, Чернігівській та Житомирській областях. Дані за АР Крим – відсутні.

Таблиця 2.1

Регіон	Усього	Екскурсійна діяльність	Туроператори	Турагенти
Вінницька	89	2	6	81
Волинська	96	7	4	85
Дніпропетровська	429	-	15	414
Донецька	96	2	3	91
Житомирська	68	2	3	63
Закарпатська	87	3	12	72
Запорізька	153	7	3	143
Івано-Франківська	124	7	8	109
Київська	231	8	6	217
Кіровоградська	72	4	-	68
Луганська	46	2	-	44
Львівська	372	61	13	298
Миколаївська	150	-	-	150
Одеська	292	31	13	248
Полтавська	150	-	-	150
Рівненська	116	9	3	104
Сумська	106	2	3	101
Тернопільська	94	9	7	78
Харківська	261	8	8	245
Херсонська	82	9	2	71
Хмельницька	88	10	2	76
Черкаська	112	2	7	103
Чернівецька	79	2	7	70
Чернігівська	58	1	1	56
АР Крим	-	-	-	-

Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами 2021 рік [72]

Наступний, не менш важливий показник «розподіл підприємств тимчасового розміщення та харчування по регіонах». Які області в Україні більш насичені закладами розміщення та харчування має велике значення для розвитку туризму в них. Для кожного туриста основними потребами залишається безпечне та комфортне житло та можливість якісного харчування.

Для зручності аналізу Україну можна умовно поділити на 5 регіонів: Центральний, Північний, Західний, Південний та Східний. Станом на 2021 рік насиченість регіонів закладами розміщення та харчування представлена в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Розподіл областей України за регіонами [22]

Центральний	Північний	Західний	Південний	Східний
Вінницька	Житомирська	Волинська	Запорізька	Харківська
Дніпропетровська	Київська	Закарпатська	Миколаївська	Донецька
Кіровоградська	м. Київ	Івано-Франківська	Одеська	Луганська
Полтавська	Сумська	Львівська	Херсонська	
Хмельницька	Чернігівська	Рівненська		
Черкаська		Тернопільська		
		Чернівецька		

Розподіл областей України за регіонами

Отже, найбільш насичений закладами розміщення та харчування-це Північний регіон, де Київська область має аж 87% від загальної кількості, Чернігівська – 5%, Сумська – 5%, Житомирська – 3%.

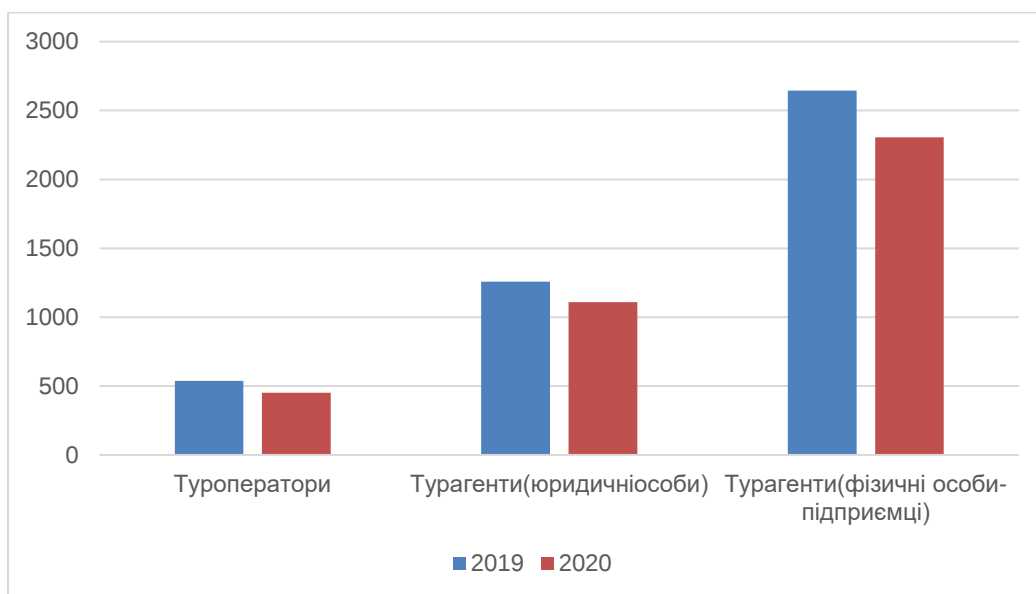


Рис. 2.2. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2019–2020 рр. [26]

Дорожня карта Стратегії розвитку туризму та курортів за напрямом «Розвиток туристичної інфраструктури» передбачає забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;
- підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;
- участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;
- визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;
- забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення;
- забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом:
- регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);
- створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;
- збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;
- проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення;
- сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту [74].

Вищезгадана дорожня карта має бути реалізована у період до 2026 року, проте через війну Державне агентство розвитку туризму працює над

новою стратегією відновлення та модернізації туристичної інфраструктури та адаптації її щодо сучасних реалій країни.

За оцінками, освоєні рекреаційні території в Україні охоплюють приблизно 12,8% від загальної площі країни. Потенціал природоохоронних та оздоровчих зон оцінюється у 12,1 мільйона гектарів, що становить близько 20% території держави. Такий рівень відповідає міжнародним нормам щодо ефективного та збалансованого використання природно-рекреаційних ресурсів.

Культурні ресурси — це історичні пам'ятки, музеї, архітектурні ансамблі та культурні ландшафти, що є важливою частиною туристичного потенціалу країни. Оцінка культурних ресурсів включає аналіз доступності музеїв та пам'яток, їх стану та можливостей для розвитку культурного туризму. Оскільки багато об'єктів зазнали пошкоджень внаслідок війни, важливо зосередитись на їх відновленні та забезпеченні належного рівня обслуговування для туристів.

Інфраструктура є основою для підтримки туризму, включаючи транспортну систему, готельний фонд, ресторанну індустрію та розважальні заклади. Оцінка інфраструктури повинна враховувати наявність та якість готелів, можливості транспорту, рівень сервісу та доступність туристичних об'єктів. Важливим аспектом є відновлення інфраструктури в районах, що постраждали від війни, та розвиток нових туристичних маршрутів і об'єктів.

Економічні ресурси туризму включають рівень доходів населення, доступність туристичних послуг, а також рівень розвитку малого та середнього бізнесу. Пріоритетами є стимулювання місцевої економіки, створення нових робочих місць у сфері туризму та забезпечення доступності туризму для різних соціальних груп. Залучення інвестицій і розвиток бізнесу є необхідними для сталого розвитку туризму.

Кількість колективних закладів розміщування та харчування протягом 2018-2022 років

Рік	Колективні заклади розміщування	Заклади харчування
2018	4985	41860
2019	5451	48398
2020	5125	51069
2021	4903	50271
2022	4082	42190

Джерело: складено автором за матеріалами [32]

За даними соціальних опитувань, типи ресурсів, які найчастіше використовують внутрішні туристи показані на малюнку у відсотковому значенні.

Нині сфера туризму визначається наступними особливостями, що безпосередньо стосуються туристичної інфраструктури [36]: менеджмент туристичного бізнесу більш зосереджений на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби; на туристичному маршруті повинні бути передбачені бомбосховища чи інші захисні споруди; повинні бути мінімізовані маршрути довкола важливих державних і військових об'єктів, які можуть стати мішенями ракетно-бомбових ударів російського агресора; пляжні та пішохідні тури неможливі через триваючі військові дії й наявність мінних полів, розмінування яких, за прогнозами, триватиме кілька років після закінчення війни.

Оцінка ресурсного потенціалу внутрішнього туризму є важливим кроком для визначення пріоритетних напрямів розвитку галузі в умовах післявоєнного відновлення. Після оцінки природних, культурних та інфраструктурних ресурсів буде можливо сформулювати рекомендації для розвитку туристичних напрямів, підвищення конкурентоспроможності регіонів та створення сприятливих умов для залучення туристів.

2.2. Аналіз сучасного стану внутрішнього туризму

До початку повномасштабної війни в Україні внутрішній туризм був досить розвиненим.

У 2019 році внутрішній туризм в Україні продемонстрував значні показники. За даними Державної служби статистики України, кількість внутрішніх туристів, які скористалися послугами туроператорів та турагентів, становила 516 590 осіб. [74]

Цей показник свідчить про активність українців у подорожах по країні, незважаючи на те, що багато людей організовують свої відпочинки самостійно, що ускладнює точний підрахунок загальної кількості внутрішніх туристів [74]

Важливо зазначити, що внутрішній туризм у 2019 році був стабільним, з численними подорожами в межах країни. Популярними напрямками для внутрішніх туристів були такі регіони, як Карпати, Крим (до його анексії в 2014 році), Одеська область, Закарпаття, а також міста, що славляться культурною спадщиною, такі як Львів, Київ, Одеса.

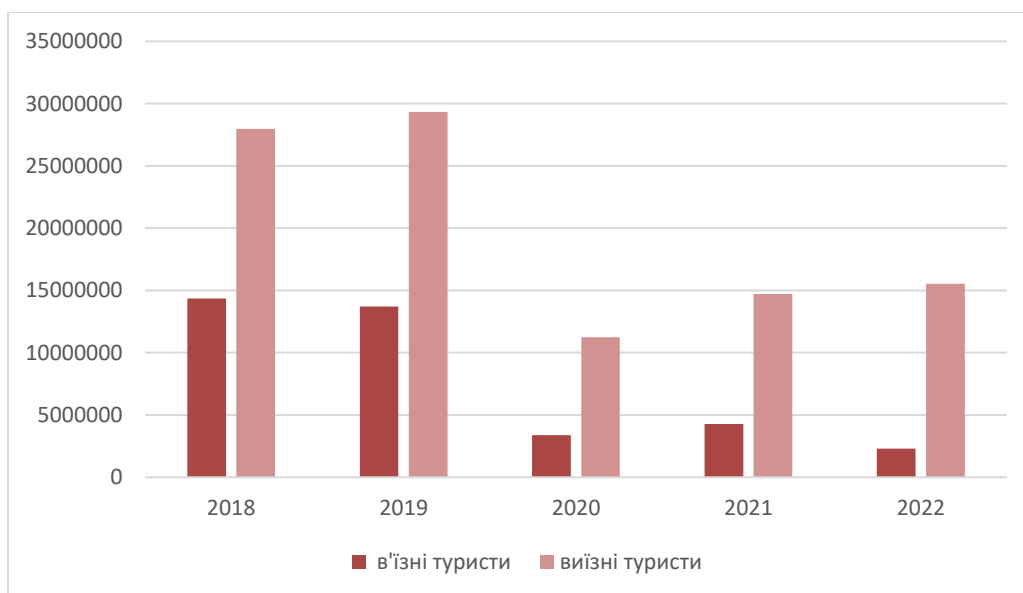


Рис. 2.3. Динаміка туристичних потоків в Україні [32]

З початком війни та анексією Криму в 2014 році, а також із початком повномасштабного вторгнення Росії в 2022 році, ситуація змінилася, і внутрішній туризм значно скоротився через зниження рівня безпеки, руйнування інфраструктури та економічні труднощі.

Таблиця 2.4

Динаміка кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщування України

Рік	Усього тис.осіб	Іноземці %	Резиденти країни %
2013	8303,1	20,1%	79,9%
2014	5423,9	10,2%	89,8%
2015	5779,9	11,5%	88,5%
2016	6544,8	13,2%	86,8%
2017	6661,2	12,4	87,6%
2018	7006,2	13,1%	86,9%
2019	6960,9	13,8%	86,2%
2020	3379,5	7,5%	92,4%

Джерело: складено автором за даними [26]

У 2021 році туроператори та турагенти обслуговували 6 131 000 внутрішніх туристів. Це суттєво більше порівняно з попередніми роками, зокрема через збільшення попиту на внутрішні подорожі під час пандемії COVID-19 [25].

Найчастіше внутрішні туристи подорожували за такими маршрутами: Київ – Івано-Франківськ, Київ – Львів, Дніпро – Київ та Київ – Харків. Залізничний транспорт залишався основним способом пересування, з більш ніж 20 млн проданих квитків за перше півріччя [21].

Попри значне зростання, загальні показники внутрішнього туризму залишалися на 40% нижчими за докризовий рівень 2019 року [21].



Рис. 2.4. Динаміка внутрішнього туризму в Україні (2017 - 2022)

Спостерігалася багатомільйонна міграція населення всередині країни, а масовий виїзд громадян за кордон не був пов'язаний із туристичною метою.

Динаміка міграції та біженців в Україні з 2022 по 2024 роки відзначається значними змінами, пов'язаними з повномасштабною війною, що розпочалася в лютому 2022 року.

Внутрішнє переміщення: За даними Міжнародної організації з міграції (МОМ), станом на середину травня 2022 року близько 7,1 млн осіб стали внутрішньо переміщеними особами (ВПО) через війну. Більшість з них (55%) приїхали зі східних областей України.

Протягом перших трьох місяців війни понад 5,2 млн осіб виїхали за кордон. Станом на червень 2022 року, за даними Агентства ООН у справах біженців, близько 4,9 млн українців перебували у країнах Європи.

Станом на початок 2023 року, кількість українців за кордоном досягла 8 млн 177 тис. осіб, з яких більшість перебуває в Польщі (22%), Німеччині (14,6%) та США (11%).

З початку війни спостерігалось також повернення українців до країни. Наприклад, з травня 2022 року в Україну повернулося понад 2,2 млн осіб, що свідчить про певну стабілізацію ситуації [25].

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

ВІД ТУРГАЛУЗІ ПО ОБЛАСТЯХ РІК (2021-2023 рр.)

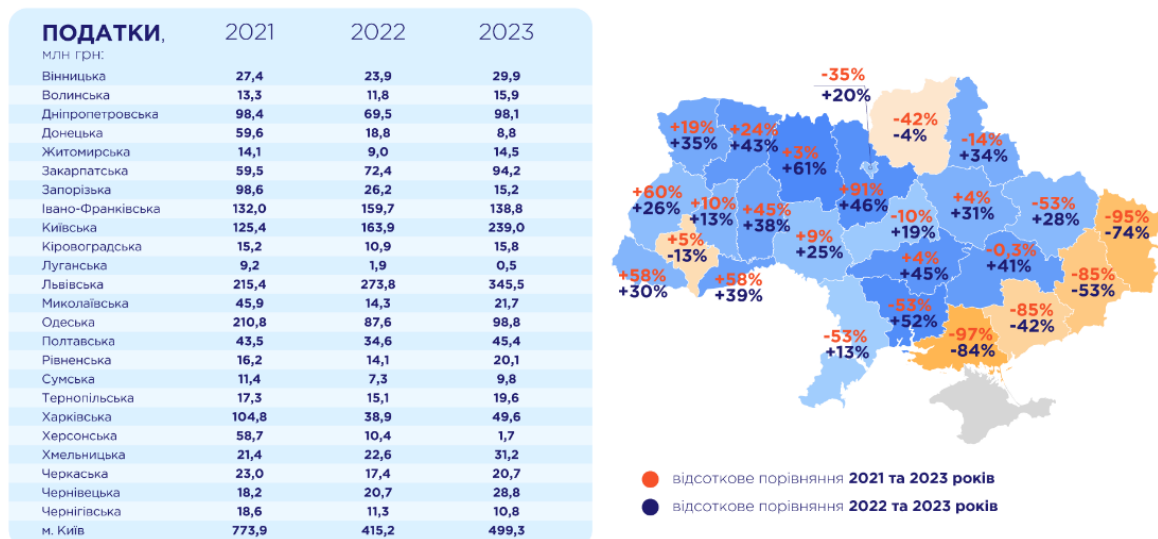


Рис. 2.4. Динаміка податкових надходжень від туристичної галузі України за областями, 2023 р. (ДАРТ)

Станом на червень 2024 року кількість українських мігрантів за кордоном оцінюється в 6,48 млн осіб, з яких більшість перебуває в Європі.

Згідно з прогнозами, після завершення війни Україні може знадобитися залучення нових мігрантів для відновлення економіки. Прогнозується, що до 2033 року населення України може скоротитися до 30-35 млн осіб, якщо не буде запроваджено активних заходів для залучення іммігрантів [32].

Водночас поступове звільнення українських територій від російських військ дає надію на повернення до мирного життя в осяжному майбутньому.

Війна спустошила сферу туризму, порушила фінансові, енергетичні та продовольчі ринки, спричинила шалену інфляцію по всьому світу. Туризм у центральній, східній та південній Україні фактично зупинився. З

огляду на ці тенденції питання відновлення туризму в повоєнний період стає особливо актуальним.

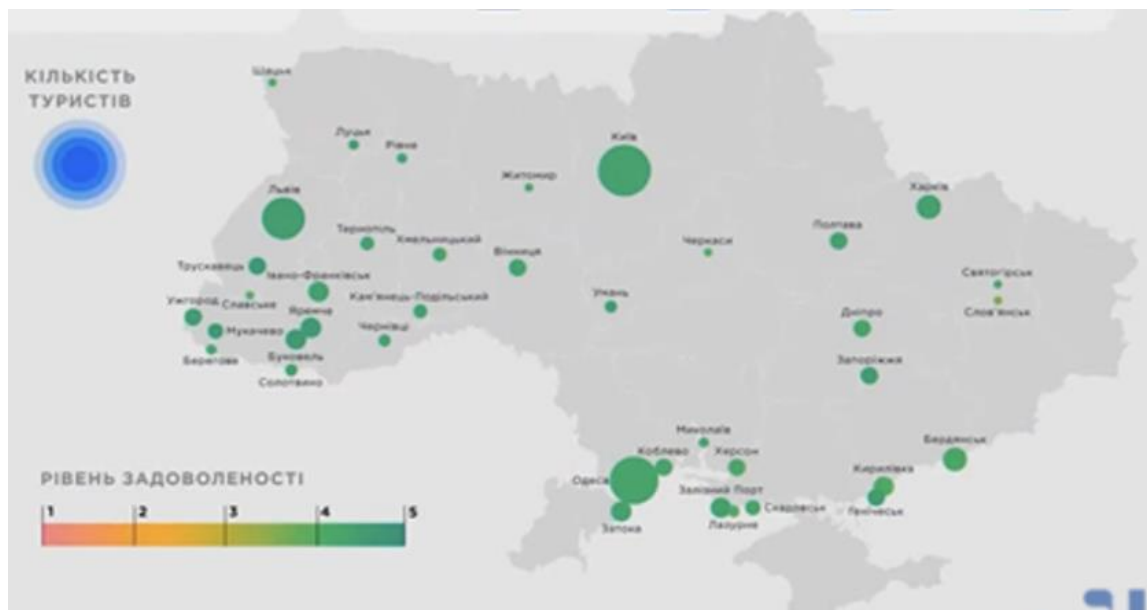


Рис. 2.5. Концентрація внутрішніх туристів в Україні, 2023 р. (ДАРТ)

З огляду на ситуацію в Україні, однією з головних умов для подорожей є адаптація інфраструктури до безпечного відпочинку туристів. Згідно із Законом України «Про туризм» із метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані здійснювати: – підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем; – навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж із надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів; – контроль за підготовкою туристів до подорожей, походів, змагань, інших туристичних заходів; – надання оперативної допомоги туристам, що зазнали лиха, транспортування потерпілих; – розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму.



Рис. 2.6. Внутрішні туристи в Україні за метою подорожі, 2023 р. (ДАРТ)

Основою подорожі є безпека туриста, що особливо гостро відчувається в умовах війни. Більшість готелів в Україні не мають навіть найпростіших укриттів, не те й що повноцінних бомбосховищ. Що зумовило в Україні розвиток глемпінгу, хоча й інфраструктура поблизу великих готелів значно краща, проте безпека є пріоритетним показником, аніж наявність розвиненої інфраструктури. Оскільки глемпи та еко-будиночки розташовані подалі від критичної інфраструктури та не мають великого скупчення людей. Проте більшість готелів надалі функціонують та намагаються адаптуватись до реалій сьогодення. Адаптовують приміщення під найпростіші укриття, зводять тимчасові укриття, розробляють план евакуації та протоколи безпеки в умовах воєнного стану, текст протоколу безпеки 5-ти зіркового готелю подано у додатку А. В таких умовах внутрішній туризм має особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни. Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії. Формування маршрутів з урахуванням розташування бомбосховищ.

Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища. Планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година.

Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги. Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації [10].

2.3. Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні під час війни

Внутрішній туризм в Україні зазнає серйозних труднощів через вплив війни та складний процес післявоєнного відновлення. Численні виклики, зокрема збройні конфлікти, пошкодження інфраструктури, масове переміщення людей і економічна нестабільність, значно ускладнюють діяльність туристичної галузі. Усі ці фактори створюють додаткові перешкоди для її відродження та забезпечення сталого розвитку в майбутньому.

Наразі важко оцінити усю шкоду завдану туристичній інфраструктурі, оскільки частина територій знаходиться під окупацією або ж тривають розмінування. Проте центральні області України найбільше відчують перебої у роботі інфраструктури, що проявляється у регулярних відключеннях електропостачання у зв'язку із пошкодженням електростанцій внаслідок ракетних ударів.



Рис. 2.7. Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні

Зокрема, О. Носирєв, Т. Деділова та І. Токар [52] виділяють такі негативні наслідки впливу війни на сферу туризму, як: недостатній рівень безпеки та захисту туристів; пошкодження чи руйнування туристичної інфраструктури та/ або туристичних об'єктів; значна міграція населення, в тому числі працівників туристичної сфери, внаслідок чого спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму; скорочення туристичних програм шляхом перерозподілу фінансів на оборонний і соціальний сектори; зниження туристичної привабливості країни; зниження туристичних потоків та надходжень до бюджету від сфери туризму. О. Роїк та О. Недзвецька [59] зауважують, що для України, яка має великий потенціал у сфері туризму, напрямок розвитку туризму має бути одним із пріоритетних з метою забезпечення збалансованого розвитку територій в гармонії з природою та охороною природних ресурсів. Реалізація цієї мети сприятиме: зростанню кількості туристів, які подорожуватимуть Україною, особливо іноземних; підвищенню рівня ВВП, особливо частки індустрії туризму в структурі ВВП; зростанню обсягу наданих туристичних послуг

та створенню нових робочих місць в туризмі і суміжних галузях; розвитку туристичної інфраструктури та створенню сприятливих умов для подальшого розвитку інфраструктури для залучення туристів; збільшенню надходжень до всіх рівнів бюджету за рахунок здійснення туристичної діяльності; підвищенню ефективності управління туризмом в регіоні; залученню інновацій у туризм та створенню умов для розвитку ділового туризму; підвищенню обізнаності потенційних туристів про туристичні привабливості регіонів та України в цілому і покращенню іміджу України у світі; створенню умов для надання туристичних послуг особам з інвалідністю, зокрема особам з вадами зору, слуху, опорно-рухового апарату та іншими порушеннями мобільності.

Війна значно пошкодила або знищила багато об'єктів культурної спадщини в Україні. Це стосується не лише архітектурних пам'яток, а й історичних місць, музеїв та інших культурних об'єктів. За даними Державної служби з питань туризму, значна частина цих об'єктів розташована в зоні бойових дій, де прямий вплив війни призводить до їхнього руйнування [52].

Станом на 5 вересня 2022 року загальна сума прямих збитків інфраструктури сягає \$114,5 млрд. У порівнянні з останніми підрахунками, збитки, завдані через руйнування та пошкодження цивільної та військової інфраструктури, зросли на \$1 млрд. дол. США., за даними Київської школи економіки.

Треба зазначити, що основними проблемами, що впливають на ресурсний потенціал туризму, є:

1. Невідповідність між природними та культурними ресурсами та рівнем розвитку інфраструктури.
2. Відсутність ефективної координації між державними установами та туристичними компаніями.

3. Пошкодження об'єктів природної та культурної спадщини внаслідок війни.

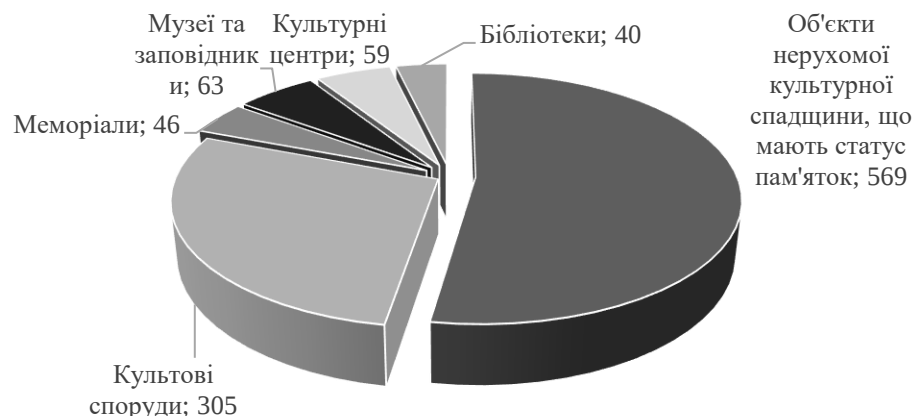


Рис. 2.8 Кількість пошкоджених або зруйнованих під час війни об'єктів культурної спадщини України

Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні під час війни є складними і багатоаспектними, суттєво впливаючи на стан цієї галузі. Основні виклики, які потребують вирішення, включають наступне:

- Триваючі бойові дії створюють серйозну загрозу безпеці туристів, обмежуючі доступ до багатьох регіонів. Це значно знижує попит на внутрішні подорожі та впливає на розвиток туристичного ринку.
- Війна спричинила значні пошкодження туристичної інфраструктури, зокрема готелів, доріг, мостів та інших об'єктів. Це ускладнює пересування і знижує рівень комфорту для туристів.
- Багато природних та культурних пам'яток зазнали руйнувань або були втрачені, що суттєво зменшує привабливість України як туристичного напрямку.
- Нестабільність у транспортній системі, труднощі з перевезеннями та непередбачувані зміни маршрутів ускладнюють доступ до туристичних локацій.
- Туристичні компанії змушені змінювати свої стратегії та пропозиції відповідно до нових реалій. Це може призводити до нестабільності в галузі та браку єдиних стандартів обслуговування.

- Погіршення економічної ситуації в країні через війну знижує купівельну спроможність громадян, що безпосередньо впливає на попит на туристичні послуги.
- Втрата кваліфікованих працівників у галузі через мобілізацію або вимушену міграцію створює дефіцит професіоналів і впливає на якість туристичного обслуговування.
- Страх перед небезпекою та невизначеність щодо безпечності поїздок відлякують потенційних туристів навіть від подорожей у відносно спокійні регіони.

Ці виклики потребують системного підходу до їх подолання, впровадження антикризових заходів та стратегічного планування для відновлення й розвитку внутрішнього туризму після завершення війни.

Туристична інфраструктура, зокрема готельний фонд, транспортні мережі та об'єкти інфраструктури, постраждали через бойові дії. Окремі регіони втратили доступ до основних туристичних маршрутів, а багато туристичних об'єктів, зокрема в окупованих зонах, стали неприступними.

Транспортна інфраструктура – ключова умова для здійснення подорожі внутрішніми туристами, чи не найпершою прийняла на себе удар повномасштабної війни, і досі ворог не зупиняє свої атаки на неї. Окрім фізичних пошкоджень, сектор зазнає менш видимих, але не менш болісних втрат, фінансово-економічних.

За інформацією Державного агентства відновлення та розвитку інфраструктури України, станом на 2023 рік, внаслідок російської агресії було пошкоджено близько 33% інфраструктури по всій країні: 305 мостів, 19 аеропортів, 110 залізничних станцій та 24 тис. км доріг. За попередніми оцінками, загальний обсяг втрат інфраструктури в Україні склав \$35,3 млрд. дол. США, і ця цифра збільшується щодня. У перші тижні війни російські війська здійснювали масовані обстріли авіаційної інфраструктури. Всього з

35 аеродромів було пошкоджено 19, зокрема 12 цивільних і 7 аеродромів подвійного призначення.

Згодом, цілями активних атак стали об'єкти залізничної інфраструктури, зокрема електричні підстанції. В цілому за період повномасштабної агресії РФ було пошкоджено або втрачено контроль над 6 тис. км колій залізниці. За даними Мінінфраструктури, попередній огляд стану доріг у деокупованих регіонах показує, що в середньому постраждали приблизно 10% доріг від їх загальної кількості в областях, де відбувались бойові дії. За оцінками минулого року, наданими Укравтодором, реконструкція зруйнованих доріг в середньому може обійтися в 29 млн. грн. за 1 км дороги, або близько \$26,6 млрд. дол. США. загалом. Якщо врахувати відновлення мостів, то це ще \$1,9 млрд [52]. Вищезгадані умови, що склались накладають значний відбиток на внутрішній туризм.

Оскільки більшість внутрішніх туристів подорожують переважно автомобільним та залізничним транспортом, що ж стосується західних регіонів, то ситуація із транспортною інфраструктурою дещо краща, протилежна ситуація у східних та південних регіонах. Під час війни доволі складно здійснити чітку оцінку інфраструктури та робити довготривалі прогнози – багато факторів залишаються невідомими. З одного боку, сильні руйнування інфраструктури, житлового фонду, підприємств, що впливає на рівень життя громадян. З іншого – медійна зацікавленість в Україні, яка може бути конвертована в туристичний бренд після війни як для внутрішніх подорожей, так і для в'їзного туризму.

Нерідко відзначається недостатня координація між державними установами, місцевими органами влади та приватними підприємствами щодо розвитку туризму. Це призводить до неефективного використання ресурсів і поганої організації туризму на регіональному рівні.

Таблиця 2.5

Туристично-рекреаційний потенціал областей України, що знаходяться на окупованих територіях або у зоні бойових дій

Значущі об'єкти	Область
Олешківські Піски	Херсонська обл.
Асканія-Нова	
Острів Джарилгач	
Узбережжя Азовського моря	
Азово-Сиваський національний природний парк	
Кінбурнська коса	Миколаївська обл.
Національний природний парк «Білобережжя Святослава»	
Національний природний парк «Великий Луг»	Запорізька обл.
Національний природний парк «Меотида»	Донецька обл.

Джерело: складено автором [28,27]

Через війну та економічну нестабільність інвестиції в туристичну галузь значно скоротилися. Зокрема, інфраструктурні проекти в туристичних регіонах стали менш привабливими для інвесторів.

Станом на 2024 рік, внаслідок російської агресії в Україні було зафіксовано значні втрати культурних об'єктів. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, з початку війни в лютому 2022 року до 1 серпня 2024 року було знищено 1096 пам'яток архітектури, серед яких:

- 121 — національного значення,
- 892 — місцевого значення,
- 83 — нововідкриті.

Окрім цього, також постраждали або були повністю знищені 2024 заклади культури, включаючи театри, музеї, бібліотеки та інші культурні інституції.

Ці дані свідчать про серйозні наслідки для культурної спадщини України в умовах війни, що триває. Важливо зазначити, що ці цифри можуть змінюватися, оскільки частина території залишається окупованою і моніторинг пошкоджень у цих районах ускладнений.

Після завершення конфлікту відновлення культурних об'єктів стане ключовим напрямом розвитку. Це включає в себе не лише реконструкцію пам'яток, але й інтеграцію нових технологій для захисту культурної спадщини від майбутніх загроз. Створення нових туристичних маршрутів, які включають історичні пам'ятки, є важливим кроком у розвитку внутрішнього туризму.

Перспективи розвитку внутрішнього туризму значною мірою залежать від відновлення та модернізації інфраструктури. Це включає не лише ремонт пошкоджених готелів та транспортних мереж, але й розширення послуг в сільських районах, що може призвести до популяризації сільського туризму.

Підтримка з боку держави та міжнародних партнерів стане важливим чинником для відновлення туристичної індустрії. За допомогою субсидій, пільг та залучення інвестицій можливо сприяти розвитку туристичної інфраструктури, зокрема готельного та транспортного секторів.



Рис. 2.9. SWOT-аналіз внутрішнього туризму в Україні

SWOT-аналіз внутрішнього туризму в Україні виявляє значні можливості для відновлення галузі після завершення конфлікту, однак також наголошує на необхідності вирішення кількох важливих проблем. Для того, щоб забезпечити стійкий розвиток туристичного сектору, необхідно застосувати комплексний підхід, який передбачає відновлення пошкодженої інфраструктури, покращення стандартів обслуговування та активне просування внутрішніх туристичних напрямків серед українців.

Розвиток внутрішнього туризму в Україні можна порівняти з досвідом інших країн, які пережили конфлікти. Наприклад:

Хорватія: Після війни Хорватія активно відновлювала свою туристичну інфраструктуру, і вже через кілька років туристичний сектор став одним з головних джерел доходу країни. Частка туризму у ВВП Хорватії до війни становила близько 20%, після війни зросла до 25%.

Таблиця 2.6

Дії, що сприяли відновленню туристичній індустрії у Хорватії після війни за незалежність 1991-1995 рр.

Дія	Зміст дії
1) Розвиток рейсів бюджетних авіаліній	- Залучення лоукостових авіаліній, таких як Ryanair, easyJet, Wizz Air, та інші дозволило збільшити кількість прямих рейсів до Хорватії з різних європейських країн. - Сприяння розвитку бюджетних авіаліній - зниження податків на авіаційні послуги, надання фінансової підтримки та відкриття нових маршрутів.
2) Запуск круїзних маршрутів	- Стимулювання розвитку інфраструктури портів, будівництво нових пристаней та терміналів, розвиток туристичних послуг на борту суден. - Залучення великої кількості круїзних компаній до регіону.
3) Надання дешевого житла в туристичних регіонах	- Розвиток готельної індустрії, будівництво нових готелів та реконструкція існуючих. - Розвиток приватного сектору, що надало можливості орендувати апартаменти, тощо туристам відповідно до їх фінансових можливостей.
4) Популяризація островів як туристичних дестинацій	- Розробка та реалізація маркетингових кампаній, які акцентували увагу на унікальності та привабливості островів Хорватії. - Розвиток інфраструктури, включаючи покращення доріг, водного та громадського транспорту. - Забезпечення наявності готелів, ресторанів, магазинів і розважальних закладів. - Розвиток туристичних послуг на островах, таких як екскурсії, водні види спорту, культурні заходи тощо.
5) Отримання «блакитних прапорів» хорватськими пляжами	- Виконання певних критеріїв, таких як якість води, безпека, чистота та доглянутість навколишнього середовища, наявність зручностей та якісного сервісу.

Джерело: складено автором за матеріалами [32]

Боснія і Герцеговина: У країні було проведено масштабні заходи з відновлення культурних пам'яток і туристичної інфраструктури. В результаті, туризм став одним з основних джерел економічного розвитку, а частка туризму у ВВП зросла з 5% до 9% після конфлікту.

Грузія: Після війни в Абхазії та Південній Осетії Грузія зосередилася на розвитку внутрішнього туризму. Завдяки активній підтримці уряду та

інвестиціям у сільський туризм, Грузія змогла відновити туристичний потік, збільшивши частку туризму у ВВП з 3% до 8%.

Таблиця 2.7

Заходи, вжиті урядом Грузії для подолання наслідків післявоєнного періоду для туристичного сектору

Заходи	Результати заходів
1) Організація прес-турів	- Виходило багато матеріалів у засоби масової інформації країн з цільовою аудиторією потенційних туристів.
2) Участь у міжнародних туристичних Виставках	- Країною зацікавились інвестори. - Збільшився обсяг туристичних потоків. - Збільшилась мережа міжнародних контактів у туристичній галузі.
3) Таргетування ринку	- Визначення цільових аудиторій: східноєвропейський ринок (Україна, Польща), країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Велика Британія) та ринки з високим рівнем дохідності (США, Китай, Японія, Корея).
4) Розбудова інфраструктури	- Побудовані нові готелі, курортні комплекси, ресторани та інші туристичні заклади.

Джерело: складено автором за матеріалами [20]

За даними до 2022 року, частка туризму у ВВП України була близько 3-4%, після війни цей показник, ймовірно, знизиться, але потенціал для відновлення та зростання туризму залишається значним, якщо буде надано належну підтримку інфраструктурі та інвестиціям.

Розвиток внутрішнього туризму в Україні має значний потенціал, однак для цього необхідно подолати численні проблеми, такі як руйнування інфраструктури та культурної спадщини, а також відсутність достатньої координації між державними та приватними структурами. У перспективі, з урахуванням відновлення об'єктів культурної спадщини, розвитку сільського та екотуризму, а також залучення інвестицій, можна значно покращити туристичну індустрію в Україні.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Стратегія розвитку внутрішнього туризму в Україні

Розробка ефективної стратегії просування внутрішнього туризму є ключовим елементом розвитку туристичної індустрії країни. У сучасних умовах, коли конкуренція на туристичному ринку зростає, стратегічне просування туристичних ресурсів є необхідністю для залучення як місцевих, так і іноземних туристів. Головною метою стратегії є формування позитивного іміджу країни як туристичної дестинації, підвищення обізнаності про туристичний потенціал регіонів та стимулювання попиту на національний туристичний продукт. Стратегія просування внутрішнього туризму має бути комплексною, орієнтованою на різні цільові аудиторії та інтегрованою з цифровими і традиційними інструментами.

Нинішня стратегія розвитку туризму в Україні, затверджена у 2017 році, є застарілою з огляду на зміни, викликані війною, яка триває з 2022 року. Війна суттєво вплинула на безпеку туристів, зробивши цей аспект пріоритетним. Стратегія не враховує викликів, пов'язаних із загрозою ракетних атак і військових дій, що вимагає її термінової адаптації до сучасних реалій. Кількість туристів значно скоротилася, і ціль, закладена у стратегічному плані — збільшення потоку іноземних туристів у 2,5 раза до 2026 року — більше не є досяжною. Економічні втрати через війну, включаючи руйнування інфраструктури та культурних об'єктів, обмежують можливості фінансування та реалізації запланованих заходів. До того ж документ не враховує сучасні тенденції, зокрема розвиток екологічного та медичного туризму, які стають дедалі популярнішими у світі. Для України критично важливо оновити стратегію, враховуючи нові виклики, зміни в попиті та потребу у швидкому реагуванні на сучасні

тренди. Необхідно переглянути цілі та завдання, спрямовані на адаптацію до реалій війни та відновлення галузі. Лише актуалізація стратегії дозволить забезпечити відновлення туризму, зробивши його безпечним, доступним і конкурентоспроможним.

Одним із головних завдань є підвищення привабливості країни як місця для відпочинку, пригод і культурного збагачення. Це включає створення та підтримку бренду національного туристичного продукту, що базується на унікальних культурних, природних та історичних характеристиках країни [74].

Стратегія повинна бути спрямована на збільшення кількості внутрішніх туристів, що мандрують країною, шляхом підвищення рівня обізнаності громадян про можливості відпочинку та культурно-туристичні об'єкти.

Важливою складовою стратегії є інтеграція місцевих громад у процес просування туристичного продукту, що сприятиме створенню нових робочих місць і підвищенню економічного добробуту населення регіонів.

Оскільки збереження природних ресурсів і культурної спадщини є необхідною умовою для довгострокового розвитку туризму, стратегія повинна включати елементи екологічної відповідальності та сталого використання туристичних ресурсів.

Для успішної розробки та впровадження стратегії необхідно здійснити комплекс заходів, що включають:

На першому етапі важливо провести детальний аналіз національних туристичних ресурсів і продуктів, визначити конкурентні переваги країни та особливості різних регіонів. Це дозволить виділити унікальні аспекти, які будуть основою для розробки стратегічного бренду.

Внутрішній туризм передбачає охоплення різних категорій громадян: молодь, сімейні туристи, люди похилого віку, мандрівники, зацікавлені в активному чи екологічному відпочинку, а також туристи, що обирають

культурно-історичний туризм. Стратегія повинна включати визначення цільових сегментів і розробку різних підходів до просування для кожного сегмента.

На основі унікальних характеристик країни формується національний туристичний бренд, що відображає її культурні, історичні та природні цінності.

Сучасна стратегія просування неможлива без використання цифрових технологій. Це включає розробку офіційного національного туристичного порталу, активну діяльність у соціальних мережах, наприклад, платформи Facebook, Instagram, Twitter забезпечують можливість миттєвої комунікації з потенційними туристами, зворотного зв'язку та залучення громадян до взаємодії, співпрацю з блогерами та інфлюенсерами, а також SEO-оптимізацію контенту для пошукових систем. Цифровий маркетинг дозволяє швидко донести інформацію про туристичні об'єкти до широкого кола потенційних туристів.

Ефективними методами популяризації внутрішнього туризму є проведення виставок, фестивалів, рекламних турів та різноманітних туристичних заходів. Інформаційні кампанії повинні охоплювати різні канали: медіа, пресу, телебачення, рекламу у транспорті та громадських місцях.

Державна підтримка програм лояльності, таких як надання знижок на відвідування визначних пам'яток, транспортні пільги та спеціальні пропозиції для різних категорій населення, може мотивувати людей більше подорожувати в межах країни. Важливим елементом програми лояльності є система кешбеків або ваучерів, що стимулюють повторні поїздки та підвищують загальний рівень відвідувань.

Інформаційні центри можуть виконувати функцію підтримки туристів під час їхніх подорожей. Центри надають туристам актуальну

інформацію про місцеві події, визначні пам'ятки, транспорт і житло, а також можуть бути місцем для отримання рекламних матеріалів та сувенірів.

Розробка стратегії та просування національного туристичного продукту є необхідною умовою для забезпечення сталого розвитку внутрішнього туризму та зміцнення економіки країни. Для реалізації потенціалу внутрішнього туризму необхідна підтримка на рівні держави, яка може забезпечити умови для його сталого розвитку шляхом застосування організаційно-економічних заходів.

Для ефективного відновлення внутрішнього туризму в Україні потрібно залучити фінансування в розмірі 1,5–2 млрд доларів США. Основними джерелами коштів мають стати:

- Гранти та фінансування від Світового банку, Європейського Союзу, USAID. Орієнтовний обсяг – 1 млрд доларів США.
- Державний бюджет України, з якого заплановано виділення 300 млн доларів у рамках спеціальних програм підтримки регіонального відновлення.
- Гроші через державно-приватне партнерство та пільги для бізнесу передбачається залучення до 500 млн доларів.
- Місцеві бюджети, які планують виділити приблизно 100 млн доларів, які будуть спрямовані на відновлення регіональних туристичних об'єктів.

Пріоритетними регіонами для відновлення визначено Західну, Центральну та Південну Україну. У Західній Україні, зокрема у Львівській, Івано-Франківській та Закарпатській областях, основний акцент зроблено на розвиток гірськолижних курортів, екологічного туризму та історико-культурних маршрутів, що має збільшити туристичні потоки на 20% у перші два роки після реалізації проектів. У Центральній Україні, до якої входять Київська та Вінницька області, пріоритетом є реставрація культурної спадщини та створення нових екскурсійних програм, що

сприятиме зростанню внутрішнього туризму на 30%. На Півдні України, в Одеській та Миколаївській областях, акцент зроблено на відновленні морських курортів, розвитку гастрономічного туризму та фестивального руху, з очікуванням відновлення туристичних потоків до довоєнного рівня.

В результаті повинно, за короткий період повинно бути створено 50 тисяч нових робочих місць у сфері туризму та відновлено 70% зруйнованих туристичних об'єктів.

Ключові кроки для реалізації:

- Проведення аудиту пошкоджених об'єктів туристичної інфраструктури.
- Розробка стратегії відновлення, яка враховує принципи сталого розвитку.
- Популяризація відновлених туристичних маршрутів через маркетингові кампанії.
- Забезпечення безпечних умов для туристів через створення бомбосховищ на основних маршрутах [58].

У цьому розділі розглядаються ефективні заходи та механізми, які можуть стимулювати розвиток внутрішнього туризму, підвищити його конкурентоспроможність та сприяти залученню інвестицій.

Нижче подано основні напрямки, які можна включити до комплексної стратегії розвитку внутрішнього туризму:

1. Розробка цільових програм: Створення державної програми розвитку внутрішнього туризму є важливим кроком. Такі ініціативи, як програма «Мандруй Україною», можуть стати основою для стимулювання внутрішніх подорожей та розвитку пріоритетних туристичних регіонів.
2. Стимулювання інвестицій: Для залучення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів в інфраструктуру туризму слід створити

вигідні умови, такі як податкові пільги та субсидії, що сприятимуть розвитку галузі.

3. Покращення транспортної мережі: Для забезпечення доступності туристичних об'єктів критично важливо інвестувати в оновлення доріг, модернізацію залізничного транспорту та розвиток аеропортів.
4. Створення нових туристичних об'єктів: Розробка унікальних туристичних маршрутів та нових об'єктів, що зберігають культурну та історичну спадщину, допоможе привабити туристів і розширити туристичний потенціал країни.
5. Навчання кадрів: Впровадження програм навчання для працівників галузі туризму з метою підвищення рівня обслуговування та професійної кваліфікації є ключовим для покращення туристичного досвіду.
6. Стандартизація послуг: Встановлення стандартів якості для туристичних послуг — від готелів до ресторанів — забезпечить підвищення загального рівня обслуговування і задоволення клієнтів.
7. Просування бренду України: Активна маркетингова кампанія, що популяризує Україну як туристичний напрямок, необхідна для збільшення внутрішніх туристів.
8. Використання цифрових технологій: Створення онлайн-платформ для бронювання, просування внутрішніх маршрутів через соціальні мережі та туристичні портали дозволить ефективно досягти цільових аудиторій.
9. Залучення місцевих громад: Співпраця з місцевими громадами дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, що враховують місцеві традиції, культуру та особливості регіонів.
10. Підтримка малого бізнесу: Розвиток малих і середніх підприємств у туристичній сфері через гранти та консалтингові послуги допоможе зміцнити економіку регіонів та створити нові робочі місця.

11.Розвиток екологічного туризму: Збереження природних ресурсів та екосистем є важливою частиною розвитку екологічного туризму, який має попит серед свідомих туристів.

12.Впровадження екологічних стандартів: Введення екологічних практик в інфраструктурі туризму сприятиме збереженню навколишнього середовища та підтримці сталого розвитку галузі.

Ці організаційно-економічні заходи можуть стати основою для відновлення внутрішнього туризму в Україні, зокрема в післявоєнний період, створюючи передумови для стійкого розвитку та конкурентоспроможної туристичної індустрії.

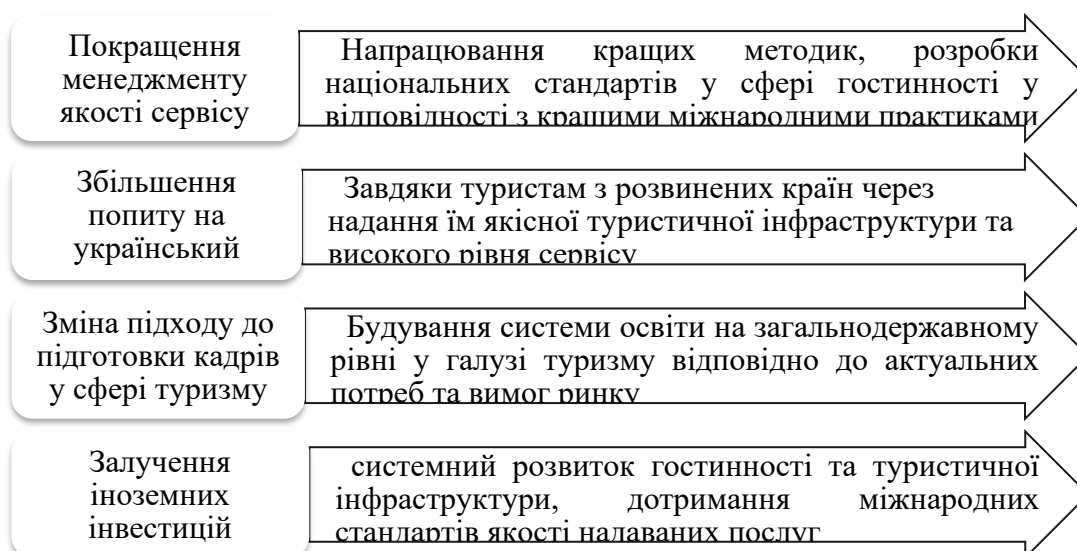


Рис. 3.1. Організаційно-економічні заходи з відновлення внутрішнього туризму України

До ключових організаційних заходів, що сприяють розвитку внутрішнього туризму, можна віднести:

Ефективне управління туризмом на рівні держави є важливим чинником розвитку галузі. Це включає оновлення нормативно-правової бази, яка повинна забезпечувати сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу. Держава може впроваджувати програми, що підтримують розвиток внутрішнього туризму, зокрема створення

спеціалізованих структур та комітетів, що займаються питаннями туризму на регіональному та національному рівнях.

Місцева влада має можливість реалізовувати програми, спрямовані на розвиток туризму в конкретних регіонах. Наприклад, стимулювання створення культурних, екологічних та пригодницьких маршрутів, проведення місцевих свят, фестивалів і спортивних заходів, що можуть привабити туристів і сприяти економічному зростанню регіону.

Одним із найважливіших аспектів є активна промоція внутрішнього туризму як всередині країни, так і за її межами. Створення національних туристичних порталів, соціальних медіа кампаній та інформаційних матеріалів сприятиме популяризації внутрішнього туризму, а також покращенню обізнаності громадян про можливості для відпочинку та подорожей у власній країні.

Інфраструктура відіграє ключову роль у залученні туристів. Держава має стимулювати будівництво та модернізацію транспортних, готельних та розважальних об'єктів, покращення якості доріг, доступності громадського транспорту та створення сучасних зон для відпочинку. Це може значно покращити привабливість внутрішніх туристичних об'єктів.

Економічні заходи відіграють вирішальну роль у стимулюванні розвитку туризму, оскільки вони створюють фінансову основу для діяльності туристичних підприємств та покращують конкурентоспроможність туристичного ринку.

Важливим напрямком економічної підтримки є надання субсидій, грантів та пільгових кредитів для туристичних компаній, що працюють у сфері внутрішнього туризму. Це може включати податкові пільги для малих і середніх підприємств, які займаються організацією подорожей, екскурсій або наданням готельних послуг. Наприклад, державні субсидії на оновлення обладнання або реконструкцію туристичних об'єктів можуть сприяти підвищенню якості туристичних послуг.

Зниження податкового тиску на підприємства, що займаються внутрішнім туризмом, може сприяти їх активному розвитку. Податкові пільги можуть надаватися як на етапі створення туристичного бізнесу, так і під час його функціонування. Це дозволить знизити витрати підприємств і перенаправити додаткові кошти на покращення якості послуг та інфраструктури.

Інвестиції відіграють ключову роль у розвитку інфраструктури та створенні нових туристичних об'єктів. Держава може створювати спеціальні інвестиційні програми або фонди для підтримки туристичних ініціатив у регіонах з високим потенціалом. Крім того, можлива співпраця з приватними інвесторами шляхом впровадження державних грантів, підтримки стартапів, а також організації тендерів на реалізацію проектів з розвитку туристичної інфраструктури.

Держава може розробити програми підтримки, що забезпечуватимуть полегшений доступ до кредитування для підприємців, задіяних у сфері внутрішнього туризму. Спрощення умов кредитування, зниження відсоткових ставок та надання довгострокових кредитів дозволить компаніям реалізовувати інвестиційні проекти з розвитку туристичної інфраструктури та послуг.

Для успішного розвитку внутрішнього туризму необхідно стимулювати попит на туристичні послуги серед населення країни. Це можливо за допомогою ряду економічних та організаційних заходів, що спрямовані на підвищення доступності туризму для широких верств населення.

Для заохочення громадян до подорожей всередині країни держава може стимулювати зниження цін на туристичні послуги, наприклад, введенням знижок для різних категорій населення (молодь, пенсіонери, багатодітні родини тощо) та пропонуючи пільгові тарифи на проїзд у

транспорті. Це сприятиме збільшенню кількості внутрішніх туристів, особливо у маловідомі регіони.

Програми лояльності або спеціальні туристичні ваучери, що надаються державою або місцевими органами влади, можуть підвищити інтерес до внутрішнього туризму. Наприклад, держава може субсидувати частину витрат на відпочинок у певних регіонах, що стимулюватиме громадян вибирати місцеві туристичні напрямки замість закордонних поїздок.

Важливою складовою є проведення інформаційних кампаній, спрямованих на популяризацію внутрішніх туристичних маршрутів, визначних місць та культурних пам'яток. Це може включати інформування населення про доступні можливості для відпочинку в Україні, організацію освітніх програм та турів для дітей та молоді, а також просування ідей активного відпочинку.

Внутрішній туризм має значний потенціал для соціально-економічного розвитку країни, що потребує підтримки з боку держави через комплекс організаційно-економічних заходів. Розвиток внутрішнього туризму сприятиме створенню нових робочих місць, підвищенню рівня життя населення та збереженню культурної спадщини. Впровадження організаційних заходів, таких як покращення державного управління, розвиток інфраструктури та маркетингові кампанії, у поєднанні з економічними стимулами, такими як податкові пільги, фінансова підтримка та інвестиційні програми, допоможе створити сприятливі умови для розвитку внутрішнього туризму в Україні.

3.2. Шляхи розвитку внутрішнього туризму в Україні

Внутрішній туризм в Україні має великий потенціал для розвитку, особливо в умовах післявоєнного відновлення. Війна, що триває з 2022

року, суттєво змінила туристичний ландшафт країни, відкривши нові можливості для формування унікальних туристичних маршрутів та відновлення старих.

У процесі визначення шляхів розвитку внутрішнього туризму необхідно враховувати дві ключові обставини. По-перше, обмеженість ресурсів: фінансових, людських, матеріальних та часових. Це означає, що спрямувати зусилля на повноцінний розвиток усіх можливих напрямків одночасно неможливо. Тому критично важливо визначити пріоритети, які забезпечують максимальний ефект за наявних умов.

По-друге, сучасні виклики, спричинені війною, не лише руйнують інфраструктуру та обмежують можливості туризму, але й формують нові запити суспільства на види туризму, які відповідають реаліям сьогодення. Наприклад, зростає інтерес до безпечних туристичних маршрутів, глемпінгів або туризму, що сприяє психологічному та фізичному відновленню. Крім того, під час війни з'являються нові туристичні ініціативи, орієнтовані на підтримку місцевих громад, волонтерських рухів та збереження культурної спадщини.

Ці обставини визначають загальний контекст, у якому необхідно розробляти шляхи відновлення та розвитку внутрішнього туризму, орієнтуючись як на доступні ресурси, так і на змінені потреби та інтереси туристів.

Дарк-туризм, або туризм до місць, пов'язаних із трагічними подіями, набуває популярності у світі. В Україні це може включати відвідування пам'ятних місць, пов'язаних з війною, такими як Буча, Ірпінь, Маріуполь та інші регіони, які зазнали значних руйнувань. Цей вид туризму може стати важливим елементом для вшанування пам'яті жертв війни та привернення уваги до гуманітарних проблем [14].

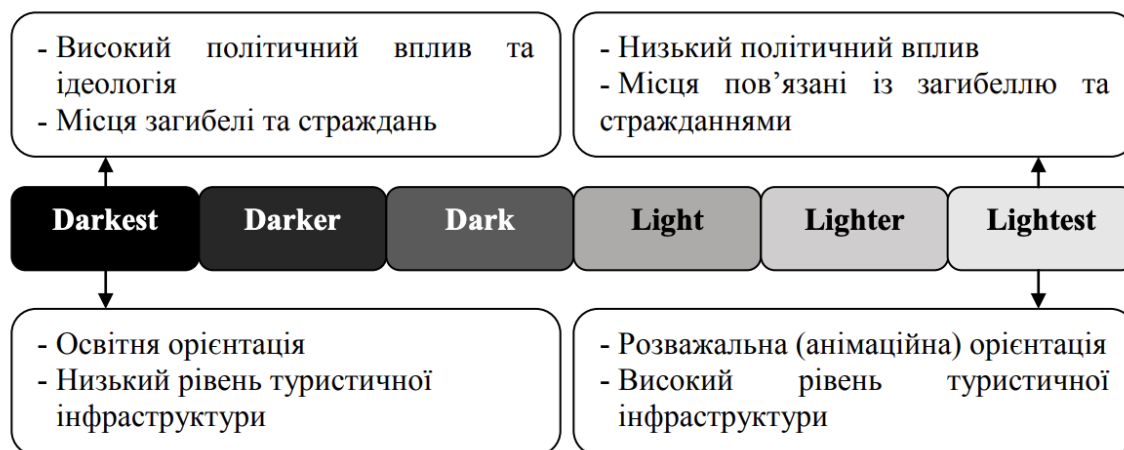


Рис. 3.2. Типологія туристичних місць дарк туризму

Дарк-туризм не лише забезпечує можливість для туристів доторкнутися до історії через призму трагічних подій, але й сприяє розвитку місцевої економіки. Наприклад, організація екскурсій до місць бойових дій може створити нові робочі місця для гідів, а також залучити фінансування для відновлення інфраструктури [14].

Туризм місцями катастроф також може стати важливим напрямком для України. Наприклад, Чорнобильська зона відчуження вже стала популярним туристичним напрямком. Відновлення інфраструктури та створення нових маршрутів можуть залучити туристів, які цікавляться історією та екологічними проблемами.

Чорнобиль не лише є символом екологічної катастрофи, але й став місцем для наукових досліджень і екологічного туризму. Відвідування цієї зони може стати можливістю для глибшого розуміння наслідків ядерної енергетики та екологічних ризиків.

Ностальгічний туризм передбачає повернення до місць, які мають особливе значення для людей. Це може бути актуально для українців, які хочуть відвідати свої рідні міста чи села після тривалого часу. Створення програм, які враховують емоційний зв'язок людей із певними місцями, може підвищити інтерес до внутрішніх подорожей.

Наприклад, організація тематичних екскурсій по містах дитинства або рідних селах може стати чудовим способом залучити туристів і створити емоційний зв'язок між ними та їхньою культурною спадщиною.

Таблиця 3.1

Можливості використання в Україні досвіду відновлення туристичної індустрії Хорватії

Заходи уряду Хорватії, що сприяли відновленню туристичної індустрії після війни	Пропозиції щодо використання вказаних заходів в Україні після закінчення війни
1) Розвиток рейсів бюджетних авіаліній	- Повернення та залучення нових лоукостових авіасполучень з Європи, таких як Ryanair, Wizz Air, SkyUp та Wind Rose дозволить збільшити кількість прямих рейсів до України з різних європейських країн, забезпечивши легшу доступність іноземним туристам. - Сприяння розвитку бюджетних авіаліній - зниження податків на авіаційні послуги, надання фінансової підтримки та відкриття нових маршрутів.
2) Розвиток готельної індустрії	- Будівництво нових закладів розміщення та реконструкція існуючих на територіях морських та гірськолижних курортів. - Розширення системи послуг наданих у закладах розміщення, наприклад урізноманітнення типів харчування та впровадження спортивно-рекреаційних послуг,
3) Отримання «блакитних прапорів»	- Виконання пляжами Одеської, Миколаївської, Херсонської, Донецької та Запорізької областей певних критеріїв, таких як якість води, безпека, чистота та доглянутість навколишнього середовища, наявність зручностей та якісного сервісу.

Джерело: складено автором

Щодо другого шляху, то слід розпочати з відновлення старих маршрутів і підходів, що є важливим етапом у розвитку внутрішнього туризму. Після закінчення війни необхідно провести реконструкцію зруйнованої туристичної інфраструктури: готелів, ресторанів, музеїв та інших об'єктів. Це дозволить повернути туристичні потоки до традиційних напрямків.

Таблиця 3.2

Можливі для використання в Україні заходи, вжиті урядом Грузії для подолання наслідків післявоєнного періоду для туристичного сектору

Заходи уряду Грузії	Пропозиції щодо використання вказаних заходів в Україні після закінчення війни
1) Організація прес-турів	- Тури для іноземних ЗМІ на «нові» туристичні дестинації, які пов'язані із маршрутами пам'яті.
2) Участь у міжнародних туристичних Виставках	- Промоція туристичних регіонів України на світовому рівні. - Укладання угод про співпрацю з міжнародними партнерами. - Проведення міжнародних заходів на території України.
3) Таргетування ринку	- Визначення цільових аудиторій іноземних та внутрішніх туристів. - Диверсифікація, тобто визначення ринкових ніш, таких як пригодницький туризм, екотуризм, оздоровчий туризм або гастрономічний туризм, а також розвиток об'єктів, адаптованих для цих ринків.
4) Розбудова інфраструктури	- Оновлення аеропортів, закладів розміщення та харчування, курортних комплексів та інших туристичні заклади.

Джерело: складено автором

Зокрема, важливо зосередитися на відновленні таких популярних туристичних міст як Львів, Київ та Одеса. Ці міста мають багатий культурний спадок і можуть запропонувати різноманітні програми для туристів — від гастрономічних турів до культурних фестивалів.

Культурні та історичні маршрути завжди були популярними серед туристів. В Україні існує безліч таких маршрутів, які потребують оновлення і адаптації до нових реалій. Наприклад, маршрути по історичних містах України (Львів, Київ, Одеса) можуть бути доповнені новими елементами, що відображають сучасні події.

Крім того, важливо інтегрувати новітні технології в туристичні програми — створення мобільних додатків з інформацією про маршрути та інтерактивними картами може суттєво покращити досвід туристів.

Важливою складовою розвитку внутрішнього туризму є співпраця з місцевими громадами. Залучення місцевих жителів до створення туристичних продуктів може сприяти розвитку економіки регіонів і

підвищенню якості послуг. Місцеві жителі можуть стати гідями або організаторами екскурсій, що дозволить їм отримувати додатковий дохід.

Спільні проекти між державою та громадами можуть включати організацію фестивалів культури або гастрономічних заходів, що підвищить привабливість регіону для туристів.

Розвиток внутрішнього туризму в Україні є важливим завданням у контексті післявоєнного відновлення країни. Нові види туризму, такі як дарк-туризм і ностальгічний туризм, можуть привернути увагу до української історії та культури. Водночас відновлення старих маршрутів і підходів дозволить повернути традиційні туристичні потоки.

Для успішної реалізації цих шляхів необхідно забезпечити підтримку з боку держави та залучити інвестиції в туристичну інфраструктуру. Спільна робота державних структур, бізнесу та місцевих громад стане запорукою успіху у розвитку внутрішнього туризму в Україні.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження були досягнуті всі визначені цілі та завдання, що дозволили зробити низку важливих висновків щодо стану та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Поняття та сутність внутрішнього туризму розглядається як багатогранне явище, яке охоплює різні аспекти економічної, соціальної та культурної діяльності. Внутрішній туризм є важливим елементом національної економіки, оскільки він сприяє розвитку регіонів, створенню нових робочих місць та забезпеченню економічної стабільності на місцевому рівні. Він також сприяє зміцненню національної ідентичності через знайомство з культурною спадщиною та історією країни. Визначено, що внутрішній туризм є невід'ємною складовою частиною національної туристичної системи, зокрема в умовах економічної нестабільності та соціальних змін.

Основні фактори, що впливають на розвиток внутрішнього туризму, були класифіковані на кілька груп: економічні, соціальні, політичні, природно-географічні та інфраструктурні. Особлива увага приділена аналізу впливу зовнішніх і внутрішніх викликів, таких як війна, економічна криза та зміна соціальних потреб. Встановлено, що нестабільність в країні спричиняє значні зміни в поведінці споживачів туристичних послуг, зокрема на збільшення попиту на безпечні і регіональні маршрути, а також на зростання інтересу до екологічного та волонтерського туризму.

Методологічні підходи до дослідження внутрішнього туризму обґрунтовано на основі використання комплексних методів, що включають як кількісні (статистичний аналіз, економетричні моделі), так і якісні (SWOT-аналіз, експертні опитування, case-study) підходи. Це дозволяє оцінити стан галузі, виявити проблеми та визначити основні пріоритети для розвитку. Використання сучасних методів аналізу дозволяє забезпечити

системний підхід до вирішення проблем внутрішнього туризму та прогнозування його розвитку в умовах змінюваного соціально-економічного контексту.

Аналіз ресурсного потенціалу для розвитку внутрішнього туризму в Україні засвідчив наявність значних можливостей у сфері природних, культурних та історичних ресурсів. Встановлено, що природні багатства України, включаючи національні парки, заповідники, унікальні природні ландшафти, є важливими чинниками розвитку туризму. Однак, багато з цих ресурсів потребують належного збереження, ефективного управління та інвестування в інфраструктуру для забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринку.

Сучасні тенденції та статистичні дані свідчать про те, що війна та інші соціально-економічні фактори суттєво вплинули на туристичну інфраструктуру та змінюють запити споживачів. Серед основних тенденцій виділено зростання інтересу до безпечних турів, екологічних маршрутів та відновлення традиційних форм сільського туризму. Також спостерігається зниження кількості міжнародних туристів, що змусило зосередитись на розвитку внутрішнього туризму як основного джерела доходів для багатьох регіонів.

Основні проблеми внутрішнього туризму в умовах війни включають руйнування туристичної інфраструктури, зменшення фінансування державними і приватними структурами, а також значну втрату туристичного потоку. Проте, наявність цих проблем супроводжується новими можливостями для розвитку внутрішнього туризму, зокрема через підвищення попиту на туризм, орієнтований на відновлення та допомогу місцевим громадам, а також на посилення безпеки туристів.

Стратегія розвитку внутрішнього туризму повинна включати поетапне відновлення інфраструктури, зокрема за рахунок державних та приватних інвестицій, стимулювання розвитку нових туристичних

маршрутів, популяризацію культурних та екологічних напрямів туризму. Також необхідно враховувати змінені потреби споживачів, підвищити рівень сервісу та забезпечити належний рівень безпеки для туристів.

Шляхи розвитку внутрішнього туризму в Україні включають низку заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання наявних ресурсів, створення сприятливих умов для розвитку нових напрямків туризму, поліпшення взаємодії між державними та приватними структурами, а також залучення іноземних інвестицій для відновлення галузі. Особлива увага має бути приділена розвитку інфраструктури на рівні малих та середніх міст, а також посиленню екологічної та соціальної відповідальності у туристичній діяльності.

Таким чином, дослідження підтвердило, що внутрішній туризм в Україні має значний потенціал для відновлення та розвитку, проте для цього необхідно враховувати сучасні виклики та адаптувати стратегію розвитку до нових умов. Ретельне планування, інвестування в інфраструктуру та створення привабливих туристичних продуктів дозволять значно покращити ситуацію в галузі та зробити внутрішній туризм важливим елементом економічного відновлення країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. Закон України про адміністративно-територіальний устрій. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG2LP00C?an=3>
3. Про курорти: Закон України № 2026-III від 05.10.2000 в ред. від 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>.
4. Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни: Указ Президента України № 266/2022 від 21.04.2022. <https://www.president.gov.ua/documents/2662022-42225>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 25 січня 2018 р. № 626 «Про внесення змін до Порядку визначення категорій пам'яток для занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України». Правова охорона культурної спадщини: збірник документів. Київ, 2006. С. 393-396.
6. Про затвердження Порядку розроблення та затвердження спеціальних методик щодо економічного обґрунтування проектів розвитку курортів та економічної оцінки їх природних лікувальних ресурсів: Постанова КМУ № 452 від 06.05.2001 в ред. від 17.09.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/452-2001-%D0%BF#Text>.
7. Алещенко Л.О. Прибуток, як стратегічний інструмент розвитку молодіжного підприємництва в туристичному бізнесі. Економічний простір. 2020. № 164. С. 28–34. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/650>
8. Алещенко Л.О. Мале підприємництво як ефективний напрям розвитку туризму на селі. Таврійський науковий вісник. 2020. № 1. С. 72–78. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/>

9. 3. Бабов К.Д., Нікіпелова О. М. Курорти України державного та місцевого значення. Одеса: Пальміра, 2014. С.12-26.
- 10.Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
- 11.Бакурова Г.В., Очеретін Д. В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. Збірник наукових праць. Вип. 183 у 3-х томах. Т. III. Дніпропетровський ДНУ, 2002. С. 617-622.
- 12.Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВЦ КНУ, 2002. 396 с.
- 13.Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. Управління змінами та інновації. 2022. №3. С. 5–10.
- 14.Бойко В.О. Екологічний туризм як складова зеленої економіки. Ефективна економіка.2021. №4. С. 15-22.
- 15.Бойко В. О. Розвиток зеленого туризму у південному регіоні. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 ч. (12–13 лютого 2020 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 65–68
- 16.Бойко В.О. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. Агросвіт. 2020. №22. С. 58–65.
- 17.Бойко В.О., Драгота І.П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. The I International Science Conference on Multidisciplinary Research (January 19–21, 2021). Berlin, Germany, 2021. P. 208–210.
- 18.Бойко В. О., Ключник А. В., Півньова Л. В. Зміцнення конкурентоспроможності підприємств екологічного (зеленого)

- туризму. Вісник Херсонського Національного Технічного Університету. 2020. №3. С. 213–222.
19. Борблік К.Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Випуск №1(69). С. 65–73.
 20. Бунтова Н. В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 17 С. 21–24.
 21. Бутко М.П., Аншугіна І. О. Розвиток мережі шляхів автомобільного сполучення та її роль у зміцненні туристичного потенціалу України. Регіональна економіка. 2014. №2. С.23.
 22. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. канд. наук з держ. упр. Київ, 2005. С. 163.
 23. Вечерський В. В. Культурна спадщина України. vue.gov.ua, 2022. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%9A%D1%83%D0%BB%>.
 24. Воронкова Т., Пригуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. Ефективна економіка. 2020. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf.
 25. Герасимів З. М., Христенко Г. М. Особливості розвитку туризму в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 5. С. 25-35.
 26. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. Бізнес Інформ. 2020. №2. С. 179–186.
 27. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. 305 с.

28. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. Агросвіт. 2019. № 20. С. 88–92.
29. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. Агросвіт. 2021. № 5— 6. С. 63-67.
30. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
31. Дроздов А.В. Екотуризм: визначення, принципи, ознаки, форми. Актуальні проблеми туризму. Перспективи розвитку сфери туризму : науково практична конференція. Київ, 2007. С. 122-129.
32. Жук М.В. Експортний потенціал регіону: теорія, методологія, практика. Чернівці: Рута, 2002. 199 с.
33. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
34. Колотуха О. Геопросторові аспекти пішохідного туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2019. № 2(1). С. 6–17.
35. Кондратенко О.Ю. Геополітика – сутність феномену та його еволюція. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія. 2015. № 4. С. 98–107
36. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.
37. Кот С. І. Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні" / 18 квітня 2018 р / Київ – 2018

- 38.Кривега К.В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. Гуманітарний вісник ЗДІА. - 2005. - Випуск 21. - с.118-124
- 39.Кривешко О. В. Оцінка вагомості конкурентних переваг. Ефективна економіка. 2020. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/66.pdf
- 40.Крисаченко В. С. Геополітика. Науковий інструментарій українознавця. Довідник / В. С. Крисаченко. К.: ННДІУВІ, 2012.
- 41.Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Ярмола К.М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. БІЗНЕСІНФОРМ. 2021. № 1. С. 177–184.
- 42.Ліпкан В. А. Національна безпека України: навчальний посібник. К.: КНТ, 2009. 576 с
- 43.Рихліцький В. Внутрішній туризм в Україні мав би рости: як змінилась галузь і куди зник «бюджетний» мандрівник. Економічна правда вебсайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/>.
- 44.Лужанська, Т. Ю., Теличко Т. В., Деркач В. Ю. Основні аспекти геополітичних процесів в сфері туристичної діяльності. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Карпатська вежа, 2016. №21(16). С.63-63.
- 45.Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: Навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
- 46.Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. segodnya.ua, 2022. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremyavouyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>.
- 47.Мацикур Г.В. Туристичне краєзнавство. Тернопіль: Технічний коледж ТНТУ ім. І. Пулюя. Тернопіль 2014. 155 с.
- 48.Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: навч. посіб. для студентів вузів. Львів , 2014. 259 с.

- 49.Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. Науковий вісник НЛТУ України. 2016. Вип. 26.6. С. 255–262.
- 50.Мірела М. Геополітичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні ДВНЗ «Ужгородський національний університет» URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/>
- 51.Новицька С. Р. Біотичні рекреаційні ресурси Тернопільської області.
- 52.Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України.
- 53.Орлова М.Л. Функціональні складові інфраструктури туризму України Серія Економіка. Випуск 2 (50). Геополітика і екогеодинаміка регіонів. 2014 URL: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/0125orlova.pdf>.
- 54.Паньків Н.Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. Науковий вісник НЛТУ України. 2020, т. 30, № 3. С. 71–76.
- 55.Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж регіону: монографія / А. Ю. Парфіненко. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 315 с.
- 56.Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. Географія та економіка в рідній школі. 2015. №4. С.257. 107
- 57.Подлепіна П. О. Тенденції розвитку готельного господарства України в умовах турбулентності / П. О. Подлепіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм», 2016. –№ 5. – С. 154–159
- 58.Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. [bbc.com](https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034), 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>.

- 59.Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери 108 України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
- 60.Рудий Г. Я. Проблеми збереження музейної спадщини України: за результатами аналізу матеріалів республіканської періодици 1930-х рр. Український історичний журнал. 2014. № 6. С. 127-135.
- 61.Савушкін Д. І. Розвиток курортно-рекреаційних систем як інструмент трансформаційних перетворень в економіці. Ефективна економіка. № 4. 2014. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2919>
- 62.Святохо Н.В. Концептуальні основи дослідження туристичного потенціалу регіону. Економіка і управління. 2007. №2. С. 30-36.
- 63.Смаль І. В. Геополітичні чинник розвитку міжнародного туризму URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/>
- 64.Смірнов І.Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). Велика Волинь: наук. зб. Вип. 42. Житомир: М. Косенко, 2013. С. 239-246. 77. Тенденції розвитку сучасної геополітичної ситуації у світі URL: <http://bintel.com.ua/uk/>.
- 65.Ткачук Л. М. Актуальна геополітична ситуація як чинник розвитку регіонального туризму. Регіональна політика: політико-правові засади, урбаністика, просторове планування, архітектура. Частина 2 : зб. наук. праць, 2019. Вип. 5. С. 169-173.
- 66.Ткачук Л. М. Актуальні тенденції розвитку туризму в Україні: геополітичний контекст. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 4 : Географія і сучасність : зб. наук. праць. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. Вип. 33. С. 233- 243.

- 67.Шамара І.М., Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В. Аналіз туристичного попиту в Україні: сучасний стан та перспективи // Бізнес Інформ. 2021. №2. С. 152-160
- 68.UNWTO - <https://www.unwto.org/>
- 69.UNESCO - <https://www.unesco.org/en>
- 70.<https://life.fakty.com.ua/ua/vidpochynok/68-podorozhuyut-iz-metoyu-vidpochynku-portret-ukrayinskogo-mandrivnyka/>
- 71.Parfinenko A. The Impact of the Russian Invasion of Ukraine on the Transformation of the Liberal Discourse Regarding Freedom of Tourist Travel, Modern Historical and Political Issues: Journal in Historical & Political Sciences. – Chernivtsi: Chernivtsi National University, 2023. – Volume 48. – pp. 29-39.
- 72.Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 73.Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistis>
74. Туристичний барометр України. Київ. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>.
75. Туристична статистика України: динаміка податкових надходжень по регіонах. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-ukrayini-dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-regionah>
- 76.Політична географія і геополітика: навч. посібник / Б.П. Яценко, В.І.Стафійчук, Ю.С. Брайчевський та ін.; за ред. Б.П. Яценка. К.: Либідь, 2007. 255 с.
77. Концепція Стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/ /files/2022-05/stratvidnovlennyyakoncept-v2.pdf>.
78. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.

79. Курорти після війни. Хорватія увійшла до топ-5 країн Європи з туризму.
80. Нарис про відбудову України / Т. Бекер, Б. Айхенгрін. URL: https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf
81. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>
82. Податки від туристичної галузі за 2023 р. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2023-roci-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-383-mln-grn>
83. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-109-roku-zris-na-65>.
84. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. unian.ua, 2022. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/osnovnivtrati-shche-poperedu-ukrajincyam-rozpovili-yak-viynavdarila-po-turizmu-noviniukrajina-11866203.html>.
85. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.
86. День туризму 2022 разом з VisitUkraine. URL: <https://visitukraine-today.uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine>.
87. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

88. Лікувально-оздоровчий, медичний та психологічний туризм – види туризму, які набувають популярності в умовах війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>
89. Наукові записки ТНПУ імені Володимира Гнатюка. Тернопіль: Вид-во ТНПУ, 2008. № 1. С. 225-232.
90. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>.
91. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон І півріччя 2016– 2019 років. URL : <https://bit.ly/2UEZmKy>.
92. Показник ефективності медичної реабілітації за кошти Фонду соціального страхування сягнув 81,8% / Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/pokaznikefektivnosti-medichnoyi-reabilitaciyiza-koshti-fondu-socialnogo-strahuannya-syagnuv-818>.
93. Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року URL: https://kurort.gov.ua/wp-content/uploads/2017/11/kmu_strategiya.pdf

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на дипломну роботу студента спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Курдиманової П. Є.

На тему: «Шляхи повоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні»

29.11.2024 р.

м. Харків

Інтенсивний розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, необхідність розвитку сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, впровадженню нових засобів поширення інформації тощо. Україна має величезний потенціал розвитку туристичного сектору. Однак він у значній мірі не реалізований. Відтак, існує нагальна потреба в комплексних дослідженнях та концептуальних наукових обґрунтуваннях напрямів та конкретних завдань перспективного розвитку регіонів.

Таким чином, студент обрав об'єктом свого дослідження малодосліджену, але дуже актуальну тему.

У своїй праці автор здійснив аналіз теоретичних основ індустрії туризму, зробив комплексну оцінку рівня розвитку внутрішнього туризму у країні в цілому. Ці результати можуть бути використані місцевими підприємствами, що зайняті у туризмі.

Не викликає заперечень структура дослідження, яку відзначають логічність і послідовність. Це дало можливість з належною повнотою охопити основні аспекти теми.

Безсумнівно, П.Є. Курдиманова доклала чималих зусиль, аби реалізувати поставлені завдання. Значною мірою вона досягла поставленої мети. Особливо відзначимо роботу автора над 3 розділом.

Є незначні недоліки в оформленні роботи (стилістичні помилки).

Втім, зазначені зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку роботи П.Є. Курдиманової, що може бути допущеною до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку.

Науковий керівник



доц. І. С. Посохов

Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна
Харків, пл. Свободи, 6
29 листопада 2024 року

Екзаменаційній комісії
із захисту магістерських робіт
студентів спеціальності
242 «Туризм і рекреація»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на магістерську роботу студента спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Курдиманової П. Є.

на тему: Шляхи повоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні

Як показує світовий досвід, рекреаційне господарство, зокрема туризм, суттєво впливає на соціально-економічний розвиток областей, а залучення інвестицій для забезпечення рекреаційного облаштування території впливає на зростання показників не лише в індустрії відпочинку і оздоровлення, але й інших галузях. Оцінка туристичного потенціалу регіонів України та його правильне використання може суттєво вплинути на розвиток територій, сприяти покращенню їх туристичного іміджу. За умови ефективної адаптації світових змін, інтенсифікації оновлення матеріально-технічної бази, трансформації системи цінностей готельних підприємств у бік клієнторієнтованого високоякісного сервісу на основі міжнародних стандартів обслуговування Україна має значні шанси посісти достойне місце на туристичній карті України та світу.

Робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків. Структура роботи повністю розкриває тему дослідження, є зрозумілою, логічною та обґрунтованою, мета роботи досягнута, всі поставлені задачі виконані в повному обсязі.

Аналіз дипломної роботи свідчить про те, що П.Є. Курдиманова обробила велику кількість теоретичного матеріалу, оволоділа достатніми навичками самостійно ставити та вирішувати дослідницькі завдання, які

мають суттєве значення для розвитку складових індустрії туризму та покращення ефективності їх функціонування. Простежується ретельна робота по кожному розділу теми, що розглядається.

Наукові положення та висновки, отримані в ході написання роботи, мають важливе значення для розвитку туристичної індустрії і створення належної матеріально-технічної бази для організації різних видів відпочинку в Україні.

Магістерська робота оформлена згідно з вимогами. Вона містить достатню кількість табличного та ілюстративного матеріалу, що дозволяє більш наочно розкрити її основні результати.

Істотних недоліків магістерська робота не містить.

Запропонована робота є завершеним, самостійним науковим дослідженням, яке цілком відповідає встановленим вимогам до робіт відповідного кваліфікаційного рівня. За умови успішного захисту в ЕК, робота заслуговує на позитивну оцінку.

Рецензент:

к.е.н., доцент кафедри
міжнародних економічних відносин
імені Артура Голікова



Шуба М.В.