


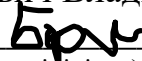
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу та
країнознавства
доц. Парфіненко А.Ю. 

Кваліфікаційна магістерська робота

на тему: «ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

Виконав студент 2 курсу групи УТ-61
Спеціальності 242 «Туризм»
Борисович Владислав Ігорович



(прізвище та ініціали)

Керівник: к.іст.н., доц. Парфіненко А. Ю.




(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії



(підпис)

Покоłodна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий (магістерський)

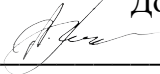
Напрямок підготовки

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри
туристичного бізнесу та
країнознавства

Доц. Парфіненко А.Ю.



“ ” _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ

Борисовича Владислава Ігоровича

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: «Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку»

керівник роботи **Парфіненко Анатолій Юрійович, к.іст.н., доц.**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “07”.08.2023 року 4002-5/1675

2. Строк подання студентом роботи .12.2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити: розкрити соціально-економічну сутність та основні підходи до оцінки розвитку в'їзного туризму, охарактеризувати сталий розвиток як сучасну політико-економічну концепцію, проаналізувати соціально-економічні проблеми в галузі туризму, дослідити сучасний стан та проблеми розвитку туристичної інфраструктури, розкрити основні рекомендації та стратегії щодо реалізації ресурсного потенціалу України та потенціалу зеленого туризму для післявоєнної відбудови.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
2	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
3	РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОСТІ В УКРАЇНІ


5. Дата видачі завдання .12.2023 р.

Студент


підпис

Борисович В. І.
ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

Парфіненко А. Ю.
ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Борисович В. І. Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку

Дипломна робота присвячена вивченню та аналізу перспектив розвитку в'їзного туризму в Україні, зосереджуючись на засадах сталого розвитку. Робота розглядає ключові аспекти сталого туризму, такі як екологічна чистота, соціальна відповідальність та економічна стійкість, і визначає їхню важливість для туристичного сектору України.

В теоретичному розділі розглядаються такі поняття як: соціально-економічна сутність в'їзного туризму, сталий розвиток як сучасна політико-економічна концепція та основні критерії та підходи сталого розвитку. Було визначено класифікацію туризму та основні функції в'їзного туризму.

В аналітичному розділі був проведений аналіз соціально-економічних проблем в галузі туризму, аналіз туристичних потоків в Україні та було визначено сучасний стан та проблеми розвитку туристичної інфраструктури.

В результаті аналізу у роботі досліджувалась можливість впровадження екологічно чистих технологій та стандартів у туристичному секторі, спрямованих на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Також враховувались аспекти соціальної взаємодії, зокрема забезпечення користі для місцевих громад та збереження традицій та культурних цінностей.

Розглядалися природні та культурні ресурси України, які можуть впливати на в'їзний туризм, а також інфраструктурні можливості для прийому іноземних відвідувачів. Особлива увага приділялась вивченню збереження природних та культурних об'єктів у контексті зростання туристичного потоку.

Було проведено аналіз потенціалу зеленого туризму, як ключового фактору туристичної привабливості для післявоєнної відбудови та надані відповідні рекомендації щодо вибору стратегії розвитку та збереження зеленого туризму.

Дипломна робота висуває щодо імплементації стратегій сталого розвитку у в'їзний туризм України. Заключні висновки підкреслюють необхідність узгодженого та узгодженого підходу для забезпечення сталого розвитку туристичного сектору та відзначають переваги такого підходу для усіх зацікавлених сторін.

Ключові слова в'їзний туризм, перспективи розвитку, сталий розвиток, соціально-економічні проблеми, аналіз туристичних потоків, ресурсний потенціал, зелений туризм, стратегія розвитку, розвиток туристичної інфраструктури, туристична привабливість.

ANNOTATION

Borysovych V. I. Prospects of inbound tourism development in Ukraine based on sustainable development principles

This work is devoted to the study and analysis of the prospects for the development of inbound tourism in Ukraine, with a specific emphasis on the principles of sustainable development. Key aspects of sustainable tourism, including

environmental cleanliness, social responsibility, and economic stability are examined, highlighting their significance for Ukraine's tourism sector.

The theoretical section explores concepts such as the socio-economic essence of inbound tourism, sustainable development as a contemporary socio-economic concept, and the fundamental criteria and approaches to sustainable development. The classification of tourism and the main functions of inbound tourism are also identified.

In the analytical section, an analysis of socio-economic issues in the tourism industry is conducted, along with an examination of tourist flows in Ukraine. The current state and challenges of tourism infrastructure development are assessed.

The work investigates the possibility of implementing environmentally friendly technologies and standards in the tourism sector to reduce its negative impact on the environment. Additionally, social interaction aspects, such as providing benefits to local communities and preserving traditions and cultural values are considered.

Natural and cultural resources in Ukraine that can influence inbound tourism, as well as infrastructure opportunities for hosting foreign visitors, are examined. Special attention is given to the preservation of natural and cultural objects in the context of increasing tourist flows.

An analysis of the potential of green tourism as a key factor in tourist attractiveness for post-war recovery is conducted, accompanied by relevant recommendations for selecting development strategies and preserving green tourism.

The thesis concludes by proposing the implementation of sustainable development strategies in inbound tourism in Ukraine. The final remarks underscore the necessity for a coordinated and comprehensive approach to ensure the sustainable development of the tourism sector, highlighting the benefits for all stakeholders involved.

Keywords: inbound tourism, development prospects, sustainable development, socio-economic issues, tourist flow analysis, resource potential, green tourism, development strategy, tourism infrastructure, tourist attractiveness.

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	6
1.1. Соціально-економічна сутність та основні підходи (показники) до оцінки розвитку в'їзного туризму.....	6
1.2. Сталий розвиток як сучасна політико-економічна концепція.....	10
1.3. Основні підходи та критерії сталого розвитку туризму.....	15
Розділ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	21
2.1. Аналіз соціально-економічних проблем в галузі.....	26
2.2. Аналіз туристичних потоків в Україні.....	24
2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку туристичної інфраструктури.....	31
Розділ 3. СТРАТЕГІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОСТІ В УКРАЇНІ	37
3.1. Ресурсний потенціал як основа впровадження нових стратегій та підходів для розвитку туризму.....	37
3.2. Потенціал зеленого туризму для післявоєнної відбудови.....	47
3.3. Перспективи використання історико-культурного потенціалу.....	50
3.4. Роль маркетингу у просуванні туристичного продукту.....	54
Висновки	58
Список використаних джерел	61

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що наразі туристичний сектор переживає часи, які сміливо можна назвати найскладнішим періодом у галузі туризму в Україні. Повномасштабне вторгнення РФ на територію нашої держави повністю паралізувало галузь туризму, у той формі до якої ми усі звикли. Дуже складно говорити про сталість, коли в країні іде війна, але треба не забувати, що туризм завжди був і буде сектором економіки держави, тож його важливість завжди буде актуальною. Військовий стан в Україні є кризою для туризму, що призводить цю галузь до дестабілізації. Закрите небо та зупинка авіаційного сполучення – перший дзвінок того, що туризм буде поставлено на паузу. Впродовж війни туризм підлаштовувався та змінювався відповідно до ситуації всередині країни. Важливо зазначити, що туризм не зник, він продовжує існувати, але має свій особливий характер, який проявляється зміною цільової аудиторії туристичних послуг. Наприклад, санаторії для туристів стали реабілітаційними центрами для постраждалих від війни. Актуальність теми дослідження зумовлена перспективами повоєнного відновлення туристичної галузі в Україні, яке має відбуватися на засадах сталого розвитку. Таким чином, перед державою стоїть не одне завдання, - врятувати та відновити туризм, та змінити його форму.

Ступінь вивченості проблеми. Багатьох українських та зарубіжних науковців привертала увагу проблема розвитку в'їзного туризму в Україні та проблема розвитку туристичної галузі як соціально-економічного явища. Аналіз, визначення та вирішення цих проблем знайшли відображення в публікаціях О.О. Бейдика, О. О. Любіцевої, М. П. Мальської, Т. Г. Сокол, Т. І. Ткаченко, А. І. Михайліченко, І. Г. Смірнова, В. В. Худо та ін. Також проблеми розвитку туристичної галузі досліджували науковці кафедри туристичного бізнесу Каразінського університету, такі як: Гапоненко Г.І, Парфіненко А.Ю., Подлепіної П.О., Сідорова М. В., Шамари І. М. Зарубіжні науковці такі як: Brent W. Ritchie, Neil Carr, Christopher P. Cooper також займались дослідженням проблем розвитку туристичної галузі та туристичної інфраструктури

Об'єктом дослідження магістерської роботи обрано в'їзний туризм як пріоритетний напрямок соціально-економічного розвитку, що пов'язаний з в'їздом до країни іноземних туристів та позитивним впливом на платіжний баланс.

Предметом дослідження є теоретико-методичні основи та практичні виміри імплементації принципів сталого розвитку у відновлення туристичної галузі в Україні та розвиток в'їзного туризму.

Мета роботи – розробка стратегій та обґрунтування практичних рекомендацій щодо перспектив розвитку в'їзного туризму на засадах сталого розвитку.

У процесі дослідження розв'язувалися наступні завдання:

- проаналізувати та дати оцінку основним підходам в'їзного туризму;
- з'ясувати важливість втілення концепції сталого розвитку в систему в'їзного туризму в Україні
- дослідити соціально-економічні проблеми туристичного сектору в контексті військового стану;
- розглянути туристичні потоки в Україні до та після початку повномасштабного вторгнення
- розробити стратегії та рекомендації, спрямовані на розвиток в'їзного туризму на основі ресурсного потенціалу, історико-культурних цінностей та перспективи розвитку зеленого туризму.

Методологічну основу дослідження формує теорія туризмології, яка є комплексною наукою, що вивчає феномен туризму в соціально-економічних аспектах та його взаємозв'язок з туристами. У роботі використовувались такі підходи як економіко-статистичний, історико-культурний та географічний.

Основними джерелами для написання кваліфікаційної роботи послужили сайти офіційних туристичних організацій: ЮНВТО, Європейської туристичної комісії, Всесвітньої ради подорожей і туризму, туристичної комісії палати лордів Великої Британії, Британської асоціації освітніх подорожей та ін.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Список літератури складається з 41 джерела, з яких 20 – англійською мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

1.1. Соціально-економічна сутність та основні підходи (показники) до оцінки розвитку в'їзного туризму

В'їзний туризм – це тип туризму, який організовує країна, що приймає до себе туристів з інших країн. В'їзний туризм часто буває одним із головних джерел валютних надходжень та має соціально-культурний вплив на країну. Також в'їзний туризм відіграє дипломатичну роль у налагодженні та підтримці відносин між країнами, які опосередковано залучені до туристичного процесу. В'їзний туризм став важелем глобалізації та культурного обміну між країнами. В наступній схемі класифікуємо туризм за різними аспектами [6].

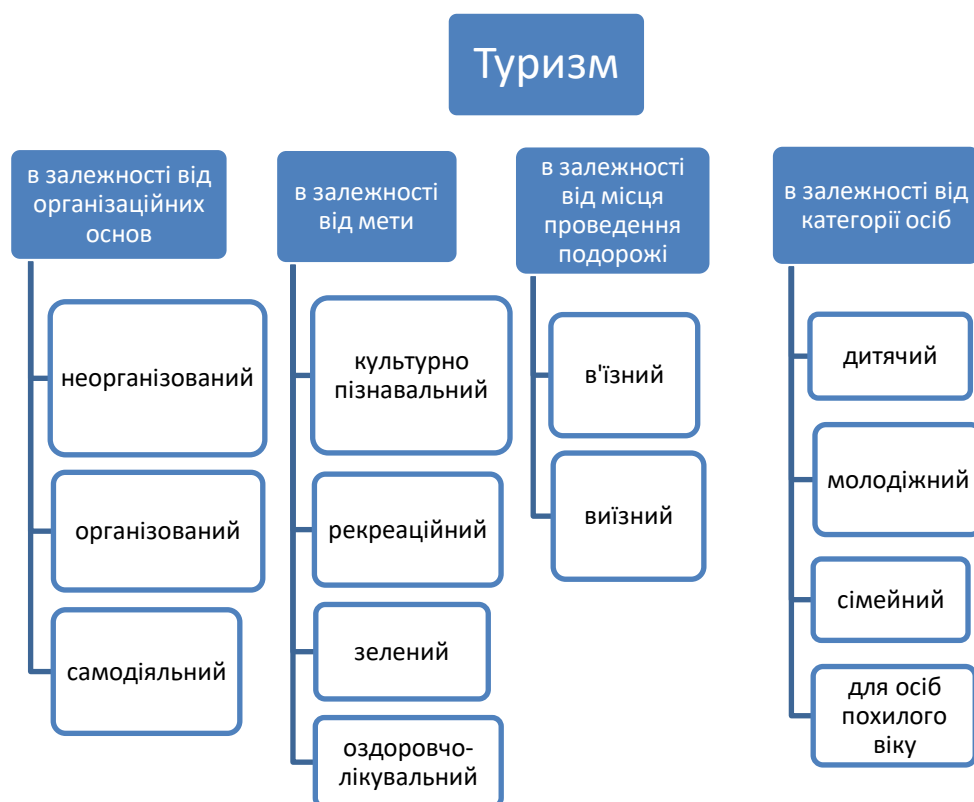


Рис. 1.1. Класифікація туризму [34]

В'їзний туризм, попри ті переваги, які ми щойно перерахували, ще й може здійснювати негативний вплив на умови проживання населення. Це може відбуватись за декілька причин, таких як: різність культур і традицій туристів та місцевих людей, велику кількість туристів, що сприяє забрудненню навколишнього середовища та поширенню різних захворювань, а також негативних соціальних явищ, як теракти та заколоти.

В'їзний туризм, як і будь яка сфера діяльності людини, має свої переваги та недоліки, в той час, коли переваги розвивають країну економічно та культурно, недоліки та негативні впливи дестабілізують країну [6].

В'їзний туризм можна назвати ефективним у тому випадку, якщо обсяги в'їзного туризму втричі більше обсягів виїзного туризму. Для максимальної ефективності в'їзного туризму треба правильно оцінювати його розвиток та проводити регулярний моніторинг якості його розвитку. Для чіткого розуміння того, як має розвиватись в'їзний туризм розглянемо основні підходи та показники його розвитку:

- загальний обсяг коштів, який приносить туризм країни, що включає в себе усі сфери туристичних послуг;
- загальна кількість туристів, що відвідали країну та кількість часу, скільки вони в ній перебували;
- середні витрати туристів на проживання, харчування, розваги та інші послуги;
- оцінка рівня стабільності та безпеки у країні
- рівень задоволення туристів (якість послуг, безпека, культурний досвід та інше);
- кількість робочих місць, які були створені в галузі туристичних послуг;
- екологічні наслідки, що залишає після себе туризм (вживання води, викидання сміття та загальний стан навколишнього середовища);
- стан інфраструктури та культурних об'єктів, якими користуються туристи під час подорожі;

Існує декілька принципів, які має враховувати країна, яка буде приймати до себе іноземних туристів. Один з принципів – це диференціація туристичної привабливості по всій країні, аби в'їзні тури не мали вузької спеціалізації та могли охопити більшу аудиторію туристів. Бо якщо сконцентрувати в'їзний туризм лише на одному чи декількох регіонів, грошові притоки усіх регіонів країни будуть різними, через що буде з'являтися соціальна нерівність серед населення, що спричинить соціально-економічні проблеми [2].

В'їзний туризм має складну систему розвитку, бо для його успішного функціонування треба використовувати різні стратегії. Так як наша країна не має потужної інфраструктури в регіонах, це має бути першим завданням, а саме - побудувати нові дороги, створити зони відпочинку, забезпечити віддаленні регіональні зони необхідними об'єктами туристичних послуг. Це питання є надважливим, бо туристів приваблює не лише краса столиці, або інших великих міст, але і природні об'єкти та дестинації, які розташовані поза містом.

При розробці стратегій розвитку в'їзного туризму треба мати чітку інформацію по кожній області та які переваги або недоліки вона має. Цей тип стратегії можна назвати стратегією рекреаційного районування. В її основі лежить принцип розділення туристичних зон на їхні спеціалізації. Ми маємо враховувати конкурентні переваги кожного регіону та розвивати кожен регіон в залежності від тих природних та соціальних ресурсів, які він має. В цій стратегії є великий плюс, а саме - асоціація у туристів з певним регіоном країни та певним типом відпочинку, який в ньому доступний. З іншої сторони така стратегія не дозволяє використовувати увесь потенціал, який має у собі регіон. При цьому інші регіони будуть мати можливість використати свій профільний потенціал, знову ж таки, поступаючись іншим регіонам в інших сферах та напрямках. Зазвичай ця різниця має географічний та ландшафтний характер. В якихось регіонах є гори, в інших доступ до моря, в інших - велика кількість лісів та екопарків і т.п.

Підсумовуючі принцип цієї стратегії, зазначимо, що в її основі полягає саме раціональне використання свого ресурсу та потенціалу. Розділення профільних систем позитивно впливає на соціальний та екологічний аспект розвитку регіону.

Стратегія рекреаційного районування не навантажує регіон і не намагається зробити з нього універсальну зону відпочинку, які будуть підходити для усіх видів туристів. Таким чином, конкурентна перевага може допомогти виявити сильні та слабкі сторони регіону, тим самим змалювати план розвитку та підходи.

Темпи в'їзного туризму в умовах повномасштабної війни знизились в багато разів. І хоча деякі туристи перетинають український кордон, іноді навіть з приватною метою, доки в Україні триває війна, в'їзний туризм буде залишатись в паралізованому стані.

Наразі в нас нема передумов, аби збільшити темпи зростання іноземних туристів в нашій країні під час війни. Кон'юнктура не дозволяє надати туристам гарантії безпеки. Відсутність авіаліній та зруйновані культурні пам'ятки не можуть приваблювати велику кількість туристів. Головна мета країни щодо туризму полягає не у спробах привабити іноземних туристів під час війни, а спонукати їх приїжджати в майбутньому та розробляти стратегії щодо розвитку розквіту туристичної галузі, зокрема в'їзного туризму [4].

В'їзний туризм є важливим економічним та соціальним елементом для нашої країни, оскільки є багатофункціональним культурним явищем. Люди розвиваються не тільки коли подорожують, але й коли приймають туристів у себе в країні. Туристи, що відвідують культурні пам'ятки та зони відпочинку, популяризують їх серед місцевого населення. Обмін досвідом та культурою сприяють конкурентоспроможності та розвитку.

Ресурсний потенціал нашої країни має бути ключем впровадження нових стратегій та підходів для розвитку туризму. Просування та збереження культурно-історичних цінностей та традицій України може мати позитивні впливи на зацікавленість як іноземних туристів, так і українців. Іноземні туристи часто шукають інтелектуальні та освітні враження, тож збереження культурно-історичних аспектів дасть можливості для освіти та навчання.

Збереження та просування культурних цінностей сприяє формуванню національної самосвідомості серед українців. Це може підвищити почуття гордості за свою країну та її спадщину. Збереження історичних об'єктів зокрема

сприяє розвитку регіонів, де вони розташовані. Це може забезпечити нові робочі місця, покращити інфраструктуру та створити позитивний ефект для місцевого населення.

Аби в'їзний туризм успішно функціонував після війни та мав великі темпи, потрібно враховувати виклики, з якими країні потрібно буде зіткнутись та враховувати великий об'єм шкоди, яку завдала Україні війна, розв'язана РФ, зокрема туристичному сектору. Усі культурні пам'ятки та зони відпочинку, які зазнали шкоди, мають бути відновлені після закінчення війни.

Україна має врахувати наступні виклики:

- забезпечення безпеки для туристів
- вдосконалення та відновлення інфраструктури, зокрема розвиток туристичної інфраструктури (будування готелів, ресторанів та аеропортів).
- просування культурної цінності України на міжнародному ринку шляхом маркетингових стратегій
- налагодження дипломатичних стосунків з країнами, які допомагали Україні у війні з РФ та спрощення перетину кордону для туристів [11].

1.2. Сталий розвиток як сучасна політико-економічна концепція

Галузь туризму вже декілька десятків років впливає на довколишнє середовище. Туризм отримав міжнародний статус завдяки глобалізації світового суспільства. Зростання кількості туристів в усьому світі розвиває суспільство в культурному та соціальному аспектах. Будується велика кількість нових готелів, розробляються різні туристичні маршрути, облаштовуються нові туристичні дестинації. Наразі туризм є одним із важливіших секторів економіки майже в будь-якій країні. І чим більше людей подорожують та відвідують нові місця, тим більший вплив вони мають на природу. Природній ресурс нашої планети має свої обмеження і не може відновлюватись, якщо зазнає значної шкоди. Через те, що людство залишає за собою сліди, природне середовище вступає в конфлікт із галуззю туризму. Поняття сталого розвитку туризму допоможе нам зрозуміти

яким шляхом нам потрібно рухатись аби зберегти усе те, що було зроблено природою та самою людиною [3].

Сталий розвиток – це концепція, за якою людство, задовольняючи свої потреби, має свідомо дбати про можливість інших людей так само задовольняти свої потреби в майбутньому. [19]



Рис. 1.2. Модель сталого розвитку [9]

Для того, щоб розуміти як має працювати концепція сталого розвитку, ми маємо розглянути його основні завдання.

- забезпечити природні ресурси можливістю відновлюватись та зберігатись.
- забезпечити розв'язання соціальних, економічних, духовних та демографічних проблем.
- забезпечити баланс та узгодити розвиток та споживання.

Сталий розвиток в галузі туризму означає не тільки збереження екосистеми, але і соціально-економічної системи. В концепції туризму лежить пізнання, а не руйнування. Розвиток туризму має та існувати паралельно із природою та

суспільством, не ставлячи себе вище. Концепція сталого розвитку ґрунтується на деяких принципах, таких як: гармонія в розвитку та споживанні та соціальна рівність. [19]

Уряд глобальної сталості туризму (GSTC) має певні критерії для сталого розвитку в галузі туризму:

- стале управління, до якого входить розробка стратегій та планів, моніторинг, залучення зацікавлених сторін, просування та управління обсягами відвідувачів задля запобігання овертуризму.

- сталий соціально-економічний розвиток, який забезпечує усіх туристів рівними правами та можливостями, запобігає дискримінації, надає гарантії безпеки та захисту; в економічній сфері підтримує малі та середні бізнеси, забезпечує гідну роботу, робоче середовище, та прожитковий мінімум задля запобігання бідності.

Необхідність сталого розвитку в галузі туризму зумовлюється різними факторами та причинами, такими як: як виснажливість природних ресурсів та нерівномірність розвитку. Прикладом може бути гірські екосистеми, які зазнають значної шкоди через надмірне будівництво готелів та приватних будинків, які своєю діяльністю забруднюють природу цих гір. Чисельність населення з кожним роком тільки зростає, і відповідно зростає потреба в будівництві більшої кількості домів та готелів для туристів. Для подолання подібних проблем необхідно чітко визначити обмеження, в яких дозволено будівництво готелів чи котеджів, аби вони не шкодили навколишньому середовищу [9].

Для ефективного сталого управління галуззю туризму одним з необхідних елементів є стратегія сталого розвитку, яка включає в себе подолання та вирішення екологічних, економічних та соціально-культурних питань. Аби подолати проблему визначення меж та масштабів туристичних дестинацій необхідна організація з управління дестинацією та моніторинг та звітування щодо екологічного, соціального, культурного та економічного стану середовища. Для ефективного моніторингу треба:

- Визначити основні цілі та показники, які необхідно вимірювати.

- Розробити план збору та аналізу даних, разом з методами та інтервалами збору.

- Оцінити вплив стратегії та порівняти результати із міжнародними стандартами, за якими можна сказати, чи відповідає та чи інша стратегія сучасним вимогам.

Також моніторинг має оцінювати як вплив стратегій на середовище та глобальний процес, так і аналізувати зовнішні фактори та подразники, які створюють певні тенденції та знаходяться поза контролем.

Моніторинг має бути циклічним процесом, який буде проводитись регулярно та систематично надаватиме актуальну інформацію, яка буде або підтверджувати ефективність стратегії або навпаки, демонструвати недоліки та проблеми.

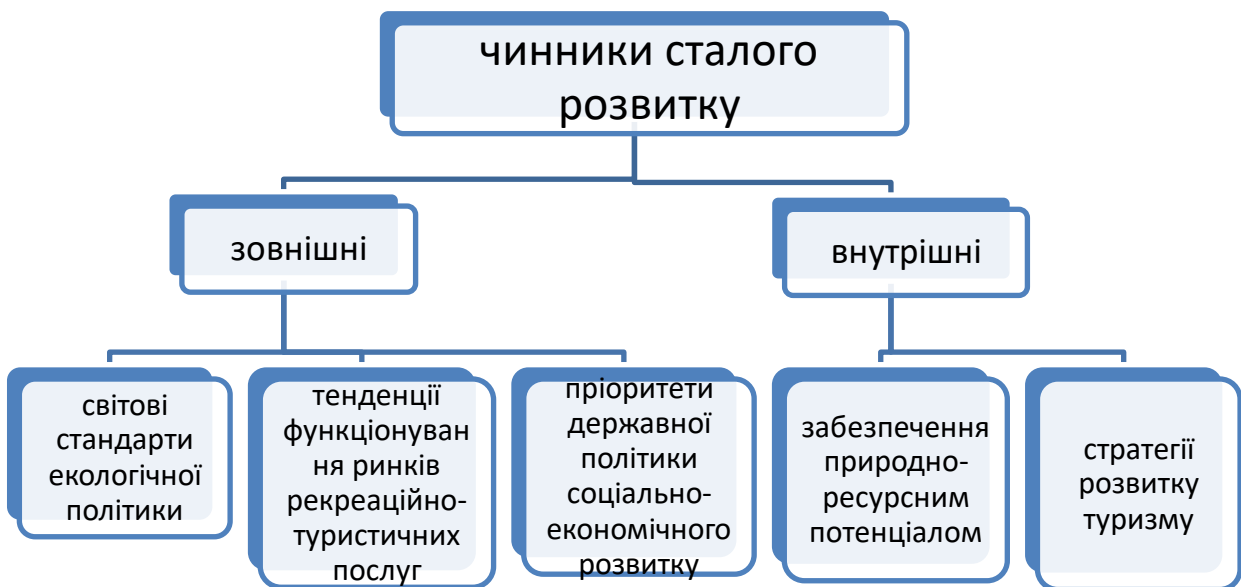


Рис. 1.3. Чинники сталого розвитку в галузі туризму [9]

Одним із важливих аспектів розвитку туристичної індустрії та забезпечення стабільності та сталості є управління сезонністю. Сезонність як явище з'явилося через природні фактори, але в деяких випадках є наслідком розподілу та організації людських ресурсів, наприклад: канікули, вихідні, проведення річних

заходів, турнірів та змагань. Одним з варіантів вирішення проблеми сезонності є розширення туристичного асортименту та правильне використання маркетингових інструментів. Тобто, коли DESTИНАЦІЇ спеціалізуються на певних видах туризму через природні фактори та значну перевагу завдяки певним природним ресурсам, треба не забувати про розширення типів подорожей, аби зберегти стабільність та перспективу на майбутнє. Сезонність можна розглядати з двох сторін. З однієї сторони сезонність в певному регіоні систематично приносить великий прибуток, але з іншої сторони, економіка цього регіону стає абсолютно залежною від сезонності та не має іншої альтернативи. Економіка будь-якої країни або регіону завжди має загрози, такі як: пандемії, природні катастрофи та інше, що майже неможливо передбачити та контролювати. Говорячи про економічно-екологічний баланс, ми маємо передбачувати різні соціально-екологічні катастрофи та заздалегідь знаходити різні виходи для запобігання наслідків цих катастроф. Тобто, сталий розвиток - це концепція, за якою передбачаються вирішення усіх видів проблем ще до їх появи, аби запобігти кризам [3].

Сталий розвиток - це свідомий вибір людства, який виражає ідею досягнення гармонії суспільства з природою, де людство раціонально використовує природний ресурс та вносить якнайменше змін у природне середовище.

Сталий розвиток є складною системою відношення усіх людей до своєї діяльності. Складною ця система є через різні ступені відповідальності. Тобто, коли крупні організації готелів та курортів спрямовують свою діяльність на принципи сталого розвитку та відповідальні за результати, з'являються клієнти, які можуть цьому іноді заважати через недостатній рівень свідомості своєї відповідальності. Туристи можуть смітити, руйнувати культурні пам'ятки та заважати місцевому населенню. Аби запобігти цьому, розглянемо наступні завдання для максимізації сталого розвитку в аспекті громадян та відвідувачі [22].

- Захист туристичних атракцій (зменшення впливу туристів на культурні об'єкти та об'єкти атракції).

- Моніторинг та управління клієнтами (система, яка буде відповідати за спостереження за туристами).

- Контроль поведінки туристів під час екскурсій та відпочинку (ознайомлення клієнтів із правилами поведінки та чітке дотримання цих правил усіма відвідувачами) [19].

1.3. Основні підходи та критерії сталого розвитку туризму

Забезпечення сталого розвитку туризму вимагає балансу між різними аспектами, такими як: економічний, соціокультурний та екологічний. Цей баланс має враховувати потреби поточних та майбутніх поколінь. Цей розвиток сприяє довгостроковому добробуту та збереженню людських та природних ресурсів.

Врахування підходів та критерій сталого розвитку в туризмі сприяє створенню екологічного та соціально відповідальної галузі, яка сприяє збереженню ресурсів та підтримці місцевих спільнот.

Врахування підходів та критеріїв для сталого розвитку в туризмі важливе через низку причин:

- Туризм може впливати на природу та культурну спадщину. Врахування принципів сталого розвитку допомагає забезпечити збереження природних та культурних ресурсів

- Туризм може стати джерелом інвестицій у розвиток місцевої інфраструктури. Принцип сталого розвитку може гарантувати інвесторам та організаціям, що інвестиції будуть направлені лише на добробут та збереження природи. Отже, це показує серйозність у підході до розвитку галузі туризму, що сприяє відповідному ставленню до цих ідей.

- Забезпечуючи туристичний розвиток, ми сприяємо розподілу користі в секторі економіки, що у майбутньому зможе надати соціальній стабільності та покращить якість життя.

- Врахування підходів сталості у розвитку туризму також може сприяти запобіганню перенаселення та забудови житлових будинків або котеджів в

туристичних зонах, тим самим допомагає зберегти вигляд регіону таким, який він є [3].

Наразі пропонуємо ознайомитись з основними критеріями сталого розвитку

Критерії сталого розвитку можна розподілити на декілька груп:

- критерії максимізації економічних переваг;
- критерії максимізації користі для громад та відвідувачів;
- критерії максимізації збереження навколишнього середовища та зменшення ризику негативного впливу на нього.

Розглянемо наступну таблицю:

Таблиця 1.1

Критерії максимізації економічних переваг та індикатори їх досягнення: [9]

Критерій максимізації економічних переваг	Індикатори досягнення
Можливості для місцевого населення	Офіційний дозвіл на працевлаштування для усіх верств населення, рівні права та можливості у місцевого населення на роботу у туристичному секторі
Запобігання експлуатації	Створення програми з контролем запобігання дискримінації та будь-яких інших форм експлуатації відвідувачів або місцевого населення
Розвиток приватного середнього бізнесу	Підтримка, розвиток та збереження місцевого туристичного продукту, спонукання до споживання місцевих послуг
Усвідомлення ролі туризму	Створення освітніх програм у школах та університетах, в яких буде розкриватись сутність сталого розвитку, зокрема у сфері туризму, та чому це важливо
Суспільна думка місцевого населення	Регулярна звітність місцевих мешканців щодо їх ставлення та бачення стану туристичних дестинацій та туристичних зон поруч з якими вони проживають.

Розглядання критеріїв та індикаторів сталого розвитку є дуже важливим процесом для розвитку соціально-економічної концепції сталості.

Максимізація економічних переваг є однією з основних цілей багатьох підприємств, урядів та інших економічних суб'єктів. Основні критерії та індикатори сталого розвитку взаємодіють між собою, і їх відповідне управління може допомогти досягти максимізації економічних переваг та сталого розвитку.

Забезпечення економічних переваг у контексті сталого розвитку дозволяє компаніям та іншим економічним суб'єктам створити довгострокову стійкість. Це стає можливим завдяки униканню стратегій, які можуть принести короткострокові вигоди, але призводять до негативних наслідків у майбутньому. Збалансоване використання ресурсів та мінімізація викидів допомагають уникнути екологічних криз та забезпечити довгострокову сталість природних систем.

Підприємства та організації, які враховують екологічні та соціальні аспекти в своїй діяльності, можуть здобути конкурентну перевагу на ринку. Сучасні споживачі все більше віддають перевагу продуктам та послугам, що відповідають стандартам сталого розвитку. Встановлення критеріїв максимізації економічних переваг у сталому розвитку сприяє стимулюванню інновацій. Організації шукають нові, більш сталі та ефективні способи виробництва, використання ресурсів та задоволення потреб споживачів.

Інвестори та фінансові установи все більше зацікавлені в роботі з компаніями, які прагнуть до сталого розвитку. Максимізація економічних переваг у цьому контексті може підвищити привабливість компанії для інвесторів та забезпечити доступ до сталих джерел фінансування. [9]

В наступні таблиці пропонуємо ознайомитись з критеріями максимізації користі відвідувачів та культури та індикаторів їх досягнення.

Таблиця 1.2

Критерії максимізації користі відвідувачів та культури та індикатори їх досягнення: [9]

Критерії максимізації користі відвідувачів та культури	Індикатори досягнення
Захист культурних пам'яток та традицій	Встановлення законів та правил щодо контролю та захисту культурних об'єктів розташованих в туристичних зонах; встановлення штрафів за неповагу або шкідливі дії по відношенню до культурної спадщини
Захист туристичних атракцій	Створення системи моніторингу та контролю над зменшенням негативного впливу туристами на туристичні об'єкти
Поводження туристів	створення системи правил та порад щодо поведінки туристів біля туристичних та культурних дестинацій; накладання штрафу за їх недотримання
Тлумачення дестинацій	Створення інформаційної бази із тлумаченням туристичної дестинації відвідувачам, переклад інформації на різні мови

Як ми бачимо з критеріїв максимізації користі відвідувачів та культури, для успішного розвитку туризму на засадах сталого розвитку, необхідно не лише робити для туристів умови за принципами сталого розвитку, але й займатись просвітницькою діяльністю та змінювати ставлення людей до світу, природи та суспільства. Розвиток сталого розвитку має будуватись на єдності людства та його бажанні зберегти екологічне та суспільне середовище для майбутніх поколінь.

Таблиця 1.3.

Критерії максимізації збереження навколишнього довкілля та індикатори їх досягнення: [9]

Критерії максимізації збереження навколишнього середовища	Індикатори досягнення
Збереження природи	Створення суворих правил та положень, щодо експлуатації флори та фауни
Якість води та водних ресурсів	Створення системи спостереження та звітування щодо якості питної води
Контроль споживання енергії	Створення нормативного документу щодо кількості споживаної енергії; створення та використання інноваційних технологій задля економії енергії
Управління водними ресурсами	Моніторинг та контроль кількості використаної води, зазначеної у програмі про управління водними ресурсами
Екологічні ризики	Аналіз стану туристичної дестинації та аналіз сталості її розвитку; проведення свот-аналізу задля визначення можливостей, загроз та ризиків екологічного сектору.
Викиди парникових газів	Створення програми, яка вимірює та контролює викиди парникових газів: створення системи по мінімізації викиду парникових газів
Світлове забруднення	Створення програми, яка контролює ступінь світлового та шумового забруднення
Зменшення впливу транспортних засобів	Створення програми по максимізації екологічного транспорту; створення місця для активного транспорту; створення більшої кількості пішохідних доріг та

Після аналізу сталого розвитку туризму як політико-економічної концепції та основних підходів та критерії сталого розвитку туризму можемо зробити такі висновки, що сталий розвиток туризму вимагає збалансованого врахування економічних, соціальних та екологічних аспектів для забезпечення довгострокової сталості галузі, в той час коли активна участь місцевих спільнот є ключовим елементом сталого розвитку туризму, сприяючи взаємовигідним відносинам та забезпеченню позитивного соціокультурного впливу. Застосування екологічно чистих технологій та практик у туристичній галузі також є важливим аспектом збереження та охорони природних ресурсів. Сталість туризму не повинна тільки забезпечувати екологічний та соціокультурний розвиток, але й мати економічну вигідність для місцевих громад та підприємств. Сталість розвитку туризму передбачає створення привабливих умов для туристів, включаючи якісні та екологічно чисті туристичні послуги та інфраструктуру. Збереження та врахування культурного та історичного спадку є важливим для забезпечення аутентичного туристичного досвіду та підтримки місцевої ідентичності. Застосування усіх критеріїв сталого розвитку, що ми розглянули у розділі дасть можливість сприяти соціальній відповідальності та справедливості, забезпечити довгостроковий економічний розвиток та зберегти екологічну стійкість. Комплексно ці критерії допоможуть забезпечити гармонійний розвиток туризму, який враховує економічні, екологічні та соціальні аспекти, та призводить до сталого розвитку галузі в цілому.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз соціально-економічних проблем в галузі туризму

За півтора року повномасштабної війни туристичний сектор України пережив чимало потрясінь та зазнав величезної шкоди як у фінансовому так і концептуальному плані. Туризм завжди був вразливий до криз у різних своїх проявах, що приводили сектор туризму до дестабілізації. Туризм перестав існувати як галузь, яка пов'язана з подорожами та відпочинком людей у нових місцях. І хоча туризм зазнав значної шкоди, він не призупинився, але має особливий характер.

Після початку повномасштабної війни Європа втратила один із своїх важливих туристичних ринків, а саме - Україну, громадяни якої приїхали наприкінці лютого – початку березня 2022 року не як туристи, а як біженці. Трансформація подібного роду змусила Європу зазнати величезних збитків. У 2023 році кількість українців, які обирають виїзний туризм збільшилась порівнюючи з 2022 року на 30 відсотків. Можна сказати, що зовнішній туризм активізувався, але є дуже обмеженим через низку причин:

- заборона виїзду чоловікам віком 18 – 60 років.
- закрите небо та зупинення авіаційного сполучення над територію України.
- складність та незручність перетину державного кордону

У 2022 році виїзний туризм в Україні становив 10%, та змінився лише після лютого 2023 року. Попри перераховані вище складнощі, зовнішній туризм продовжує існувати, хоча і в обмеженій формі, враховуючи контекст воєнного стану в країні.

Війна України проти РФ сприяла зменшенню доходів від туристичного сектора до державного бюджету. Зменшилась кількість іноземних туристів, відповідно зменшилась кількість валютних надходжень в країну. Експорт агропродукції, як одне з найбільших джерел валютних надходжень в країні за

2021 рік приніс \$18,6 млрд. У 2022 році ця сума зменшилась в рази через блокаду та окупацію українських портів на півдні країни. ІТ-галузь посідає друге місце за валютними надходженнями після аграрно-промислового комплексу, яка продовж 2022 року забезпечила валютні надходження до нашої економіки на суму 7,3 млрд. доларів.

Також дестабілізація туристичного сектору України сприяла зменшенню робочих місць в галузі туризму та зниженню економічної активності. І хоча деякі регіони отримували великі прибутки за рахунок внутрішніх біженців, інша більшість регіонів України зменшили свої прибутки та надходження до державного бюджету відповідно.

За перші чотири місяці після початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України представники туристичного сектору сплатили на 18% менше податків, ніж за цей самий період у 2021 році [25].

Найбільшу суму податків до державного бюджету за перші 4 місяці 2022 року сплатили санаторії та готелі, які приймали до себе велику кількість внутрішньо переміщених осіб. Сума надходжень від них склала 370 млн грн. Ця сума виявилася на 24% меншою за той же період 2021 року.

В таблиці нижче ви зможете побачити які області України мали найбільший приріст, а які – найбільші збитки.

Таблиця 2.1.

Приріст та збитки областей у галузі туризму [23].

Західні області країни	Східні та південні області, а також області, що знаходяться на кордоні з Білоруссю
Львівська область (+268%)	Сумська область (-48%)
Закарпатська область (+144%)	Запорізька область (-41%)
Івано-Франківська область (+48%)	Херсонська область (-46%)
Хмельницька область (+65%)	Харківська область (-6%)

Туристичний збір за увесь 2021 рік склали 39 млн. грн, в той час коли у 2022 році ця сума досягла 64 млн. грн, що на 64% більше.

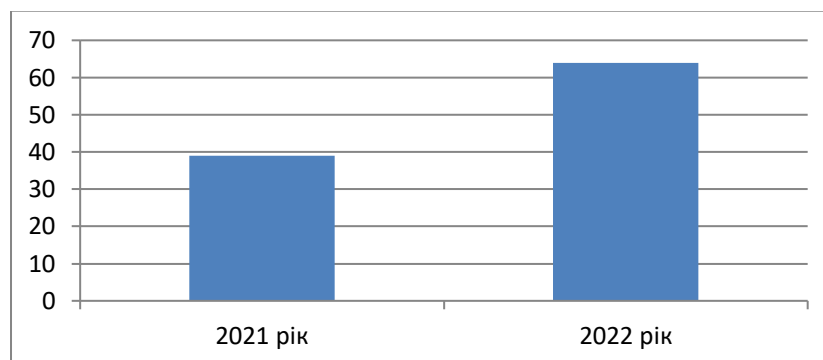


Рис. 2.1. Динаміка обсягу туристичного збору в Україні за 2021 та 2022 роки [23].

Можна зробити висновок, що кількість внутрішньо переміщених осіб за 2022 рік нівелювала відсутність іноземних туристів в Україні за цей рік. Кількість іноземних туристів у 2021 році складала 4 млн. осіб, у той час, коли кількість офіційно зареєстрованих внутрішньо переміщених осіб в Україні досягла 4,9 млн осіб, і це не враховуючі кількість українських біженців, які не отримали статус внутрішньо переміщених осіб.

Ще одним важливим уточненням статистики в туристичній галузі це підрахування суми податків сплачених за 2021 – 2022 роки, де за 2022 рік туристична галузь сплатила податків у розмірі 1 млрд. 550 млн, що менше на 31% ніж у 2021 році, коли до державного бюджету надійшло суми у розмірі 2 млрд. 230 млн. грн.

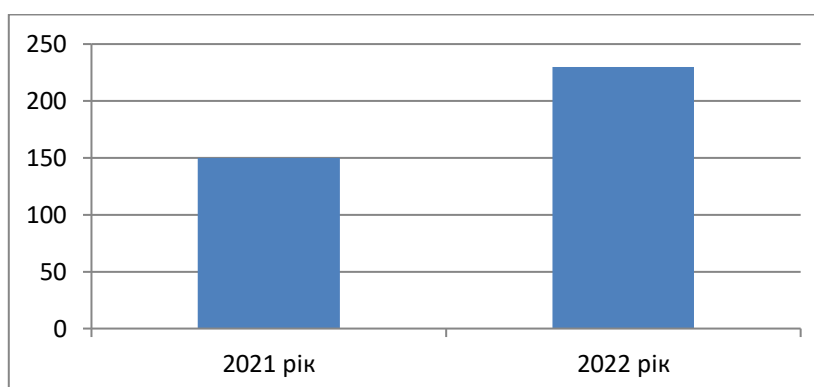


Рис. 2.2. Динаміка сплати податків в туристичній галузі за 2021-2022 роки [23].

Військовий стан в країні привів до великих змін у туристичному секторі. Наразі уся галузь туризму адаптується до нових реалій зумовлених війною. Санаторії для туристів переробили у реабілітаційні центри для поранених та постраждалих від війни. Через регулярні повітряні тривоги, розробляючи туристичні маршрути, необхідно враховувати розташування бомбосховищ, та контролювати їх придатність до користування. Туристичні заходи, спортивні змагання або екскурсії мають вкладатись відповідно до дії комендантської години.

Військовий стан в країні диктує свої правила галузі туризму, до яких їй необхідно адаптуватись, дотримуючись усіх правил безпеки. Туристичний сектор є залежним від ситуацій в країні, що обумовлено бойовими діями в південно-східних регіонах України та загрозою використання противником БПЛА та балістичних ракет по всій території нашої держави. До цього ж можна додати зруйновану інфраструктуру та низькі зарплати громадян, що робить українців ще більш залежними від ситуації в країні [7].

Внутрішній туризм в країні знаходиться в тому стані, коли про жоден регіон не можна сказати, що він є безпечним. Є декілька умовно-безпечних регіонів: Львівщина, Івано-Франківщина та Закарпаття. В цих регіонах дозволено відвідувати ліси, гори та зелені зони, дозволено відпочивати біля водойм, встановлених військовою адміністрацією, в той час коли в Харківській області усі вище перераховані види відпочинку заборонені через заміновану територію та близькість до лінії фронту. Але не дивлячись на усі складнощі, з якими стикається туризм його діяльність в період війни не припиняється, а шукає нові напрямки. Туристична діяльність, як і будь-яка інша сфера життя, може адаптуватись до умов воєнного чи конфліктного періоду, а саме змінювати напрямки туризму в умовах війни. Ці напрямки можуть включати:

- військово-історичний туризм (відвідування історичних місць та музеїв);
- зброярський туризм (стрільба з різних видів зброї в тирах та відвідування збройних магазинів);
- волонтерський туризм (надання допомоги та підтримки тим, хто потерпає від війни);

- культурний туризм (фокусування на відвідуванні місць, пов'язаних з культурою, історією та спадщиною; кулінарний або гастрономічний туризм; вивчення мови та народних звичаїв, знайомство з мовою, обрядами, традиціями);

Дані напрямки туризму можуть освітнього та культурно впливати на туристів. Це сприятиме збереженню та підтримці культурної спадщини відвідуваного регіону [4].

Давайте розглянемо фактори впливу військової агресії РФ на туристичну діяльність:

- 1) Пам'ятки (пошкоджено багато історичних пам'яток, зробивши регіони менш привабливими для туристів)
- 2) Економічні умови (безробіття та низький рівень життя)
- 3) Якість (зниження якості у сфері послуг, зокрема в туристичній галузі через закриття окремих філій галузі або через скорочення)
- 4) Маркетинг та промоція (відсутність чітко-сформульованої маркетингової стратегії)
- 5) Стурбованість безпекою регіонів та населених пунктів [8].

Вплив війни на стан охорони навколишнього середовища має дуже серйозні наслідки:

- замінована територія;
- знищення лісів та водних ресурсів;
- забруднення ґрунтів;
- руйнування екосистеми;
- підлив Каховської ГЕС

Усунення вищезгаданих факторів матиме вирішальне значення для розвитку та відновлення галузі туризму [18].

2.2. Аналіз туристичних потоків

Наразі Україна знаходиться в дуже складному становищі військового стану, і протягом 2022 року стала відомою на увесь світ. В результаті популярність України настільки підвищилась, що наша країна потрапила в список 20 найвпливовіших країн світу у 2023 році. Про Україну говорять усі, але ніхто туди не їде через небезпеку. Це дуже складний етап для нашої держави, коли треба змагатись одночасно на двох аренах: військовій з противником, та дипломатичній – з усім світом, аби переконати його в необхідності наданні Україні допомоги [10].

Туристичні потоки до та після повномасштабного вторгнення дуже сильно відрізняються за певною низкою причин:

- країна перебуває у стані війни;
- закритий небесний простір для громадських літаків;
- складна економічна ситуація в країні

Регіони, що стали ареною воєнних подій, втратили свою привабливість для туристів через руйнування. Воєнні дії призвели до руйнування туристичної інфраструктури, такої як аеропортів та доріг, що є найважливішими елементами регіональної інфраструктури, зокрема, туристичної галузі, що ускладнює відновлення туристичної діяльності в майбутньому. Після закінчення війни регіони мають потребувати серйозного ребрендингу та зусиль для відновлення іміджу.

Війна, яку розв'язала РФ у 2014 році, спричинила чимало змін у статистиці в'їзного туризму в Україні. Ще у 2013 році Україну відвідало понад 26 млн. іноземних туристів, а у 2014 році ця кількість зменшилась у 2 рази. Ця кількість іноземних туристів повторилась у 2017 році, коли країну відвідало 14 млн. 220 тис. осіб. До часів COVID-19, у 2019 році, Україну відвідало 13,6 млн. іноземних туристів. У розпалі пандемії, у 2020 році, кількість іноземних туристів знизилась до 3,4 млн. осіб. У 2021 році Україну відвідало понад 4 млн. іноземних туристів, що вселяло надію на повернення минулих темпів та потоків в'їзного туризму в Україні. Повномасштабне вторгнення РФ знизило цей показник до 1 млн

іноземних туристів у 2022 році, зокрема Київ відвідало 100 тис. іноземних туристів, що у 10 разів менше, ніж у 2021 році. А у 2023 році український кордон перетнуло 1,3 млн іноземних громадян [25].

Кількість іноземних туристів в Україні зменшувалось з кожним роком останні 10 років. Спочатку через анексію Криму та Донецької та Луганської областей, потім через пандемію COVID-19, а потім через повномасштабне вторгнення РФ на територію України 24 лютого 2022 року. Кожен з цих складних етапів, які мала пройти наша держава, вона ставала слабкішою економічно, що сприяло зниженню функціонування різних галузей, зокрема туристичної. Через руйнування інфраструктури Україна втрачає економічний потенціал. Усе це прямо впливає на кількість іноземних туристів, які будуть відвідувати нашу країну.

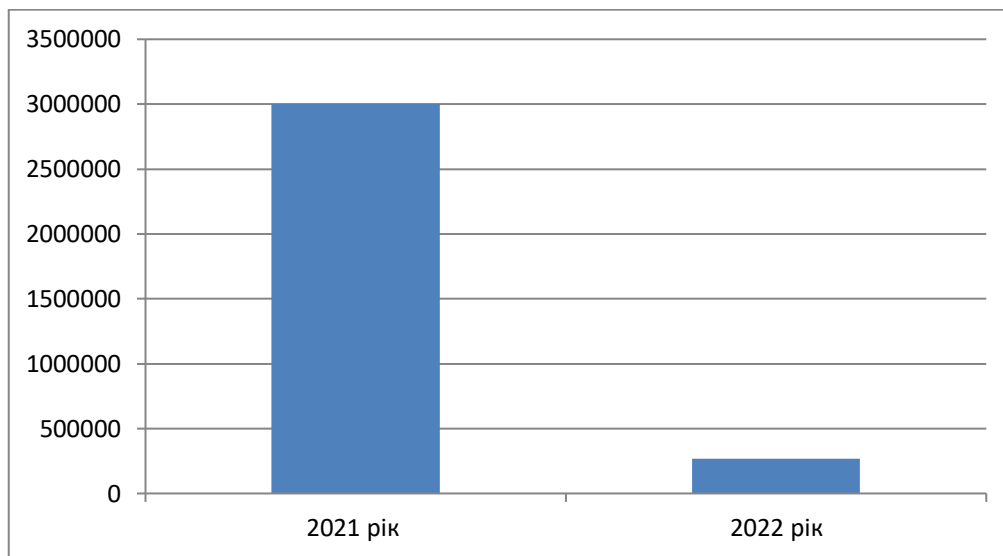


Рис. 2.3. Динаміка кількості іноземних туристів, що відвідали Київ у 2021-2022 роки [23].

У 2022 році в умовах розв'язаної РФ повномасштабної війни столицю України відвідали 270 тис. внутрішніх і міжнародних туристів, що в 11,5 разів менше, ніж за 2021 рік із 3,12 млн туристів.

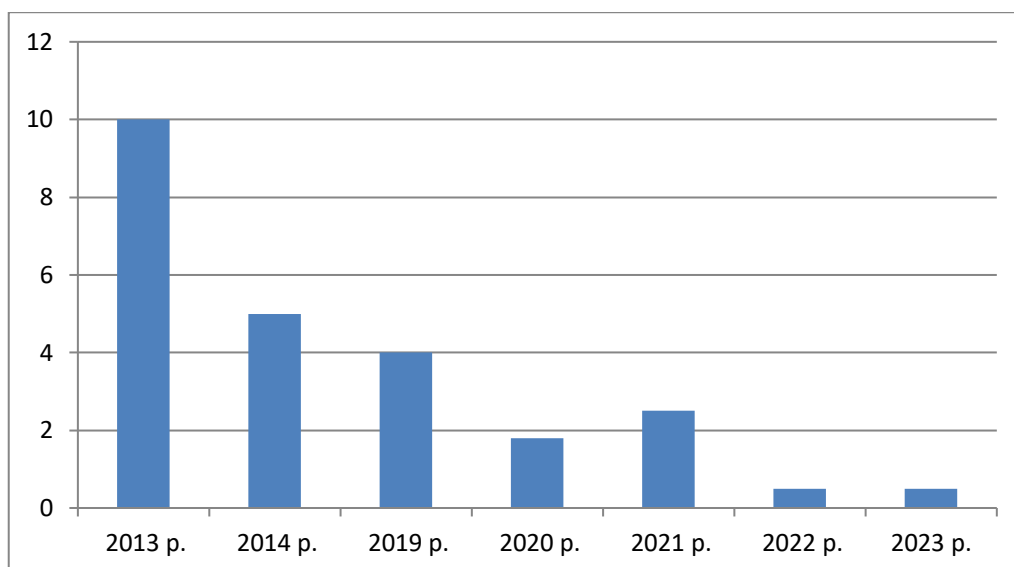


Рис. 2.4. Динаміка кількості іноземних туристів в Україні з 2013 по 2023 роки [23].

Треба зауважити, що певна кількість людей, що перетинають Український кордон є західними дипломатичними партнерами, витрати яких покриваються приймаючою стороною, тобто Україною. Їх не можна віднести до групи іноземних туристів, бо їхня основна мета візиту не рекреаційна або пізнавальна, а суцільно дипломатична.

Упродовж 2022 року до Львову майже приїжджали іноземні туристи, але замість них місто відвідували журналісти та волонтери, завдяки яким місто отримало певні грошові надходження, що мінімально, але нівелювало відсутність іноземних туристів у ньому.

У 2013 році в Україні були гарні перспективи на розвиток в'їзного туризму, коли до країни приїжджало 26 млн. іноземних туристів. Але з початку війни з РФ у 2014 році, кількість відвідувачів зменшувалась у двічі з кожним роком.

Зараз Україна не є привабливим місцем для іноземних туристів, хоча при цьому про неї знають в усьому світі. Важливе питання стоїть перед галуззю туризму в Україні – яким чином приваблювати людей після завершення війни. Це актуальне питання, яке має розглядатись з різних ракурсів, враховуючі різні аспекти галузі туризму, бо ми маємо розуміти, що функціональність туризму з

великою вірогідністю зміниться. Це може проявитись як в зміні напрямку туризму, так і у відношенні туристів до нього. Україна наразі є ареною бойових дій за свободу та незалежність. Великий попит буде мати військовий та темний туризм.

Темний туризм – це форма туризму, в якій люди відвідують місця, пов'язані з трагічними подіями або об'єктами, які асоціюються зі смертю, стражданням або іншими негативними аспектами. Основними рисами та аспектами цього виду туризму є:

- вшанування пам'яті (збереження пам'яті про історичні події та історичних постатей)
- емоційний аспект (емоційне навантаження на відвідувачів через трагічний контекст)
- педагогічний аспект (відвідування історичних місць сприяє повчанню та розумінню історії)

Цей вид туризм буде особливо популярний як серед іноземних туристів та журналістів, так і серед громадського населення України. Українці приїжджають до інших міст аби побачити наслідки ворожих ракетних атак та вшанувати пам'ять про загиблих.

Кількість іноземних туристів в Україні після війни буде залежати від багатьох факторів, таких як: безпека відвідування DESTИНАЦІЙ, якість та стан інфраструктури та маркетингові стратегії спрямованні на приваблювання туристів.

Безпека відвідування історичних та культурних пам'яток залежить від розмінування території. Як зазначає Міністерство внутрішніх справ України, в наслідку війни з РФ 174 замінована територія складає 174 тис. кв км, що складає 30-40% території України [18].

Це включає поля, ліси, водойми, приватні сектори та критичну інфраструктуру. Заміновану територію нашої країни можна порівняти із 8 площами Ізраїлю або 6 площами Бельгії. З початку повномасштабного вторгнення сапери ДСНС знешкодили 450 тис. вибухонебезпечних предметів, але при цьому на розмінування усієї території України потрібно приблизно 750 років. Цифри не дуже втішні, тому відвідування історичних пам'яток пов'язаних із бойовими діями

буде обмеженим. Відвідування буде реальним лише в тих районах, які будуть повністю розміновані, але самі області із зеленими зонами будуть недоступні.



Рис. 2.5. Забруднення території України ворожими мінами [29].

Стан інфраструктури України знаходиться в дуже складному становищі, особливо на деокупованих територіях, де відбувались бойові дії. Наразі регіональна інфраструктура східних та південних областей знаходиться в стані зруйнованої та потребує відновлення та модернізації після завершення війни. Для оперативного та швидкого пересування туристам та журналістам буде потрібна налагоджена регіональна інфраструктура, як ключовий елемент розвитку регіонального туризму. Без налагодженої інфраструктури неможливо побудувати успішний туристичний сектор. Необхідно буде вкладати чималі коштiв на відновлення пошкоджених дорiг та об'єктiв критичної інфраструктури [13].

Одним із найважливіших факторів збільшення туристичних потоків в Україну після війни є маркетингом, тобто презентацією України усьому світу. Цей етап буде мати чимало викликів та складнощів через тривалу війни на території нашої держави.

Чи вважатимуть іноземні туристи Україну безпечною, залежить від умов безпеки та маркетингу, як ключового елементу донесення інформації іноземним туристам про Україну та її соціальний та економічний стан. Наразі в нас немає маркетингових стратегій щодо приваблення туристів до зон відпочинку, таких як: Чорне море або Карпати, бо іноземні туристи просто не поїдуть відпочивати у країну, в якій йде війна. І відвідування іноземними туристами України під час війни може пояснюватись або дипломатичними мотивами, або журналістичною

допитливістю або за особистими причинами навідати друзів чи родичів, які перебували в країні.

Підсумовуючи перші два підрозділи другого розділу, необхідно зазначити, що галузь туризму зазнала величезних збитків і наразі має адаптуватись до нових реалій військового стану, враховуючи усі соціально-економічні проблеми. Туристичні притоки до України є мізерними через фактор безпеки у перший момент, та рівень туристичного притоку після війни залежить від безпеки, інфраструктури, як умови функціонування туризму та маркетингу, як промоції України у післявоєнні часи. Оскільки туристична галузь не може функціонувати окремо та індивідуально, окрім природних та історико-культурних ресурсів потребує якісний рівень інфраструктури, необхідно враховувати збитки інших галузей, які тісно пов'язані з галуззю туризму, такі як: авіація, яка грає ключову роль у забезпеченні туристів можливістю пересуватись, але яка є призупиненою; медичні установи, які будуть повністю зайняті реабілітацією поранених; екологія, яка зазнала значної шкоди в результаті бойових дій. Усі ці галузі зазнали збитків, шкоди та потребують відновлення, модернізації та переосмислення.

2.3. Сучасний стан та проблеми розвитку туристичної інфраструктури як основного елементу туристичної галузі

Інфраструктура нашої країни це сукупність об'єктів, які необхідні для її оптимального функціонування та для зручного життя її громадян. За час війни інфраструктура різних галузей зазнала значної шкоди, через що або було повністю припинена, або стала менш практичною та функціональною. Однією із важливіших видів інфраструктури яка зазнала найбільших змін під час війни є транспортна інфраструктура (дороги, мости, аеропорти, залізниці).

Зруйновано приблизно 14 % доріг в Україні, через що на інші дороги та сполучення отримали навантаження великої кількості машин волонтерів та вимушено перемішених осіб, а транспортування товарів під час війни стало складним завданням через низьку місткість прикордонних переходів на заході

України. Транспортна система України знаходиться в дуже скрутному становищі та обов'язково має бути реконструйована, відновлена та модернізована [14].

Енергетична інфраструктура в Україні зазнала величезної шкоди починаючи з 10 жовтня 2022 року, коли енергосистема нашої країни зазнала сотні ракетних атак. В результаті ударів РФ по енергетичній інфраструктурі України, в країні не залишилося жодної ГЕС або ТЕС, які не зазнали б пошкоджень. За час війни Україна втратила понад 90% вітрової генерації, три чверті теплової, майже половину атомної (за рахунок Запорізької АЕС, контрольованої росіянами), третину сонячної генерації та блочних ТЕС. Ці ракетні атаки, створили дефіцит в енергосистемі та призвели до відключень світла [20].

Водна інфраструктура зазнала також чимало змін. Вночі 6 червня РФ підірвала греблю Каховської ГЕС, що стало гуманітарною та природньою катастрофою, затопивши населені пункти та забруднивши майже усю прісну воду Херсонської області.

Житлова інфраструктура зазнала шкоди у розмірі 140 тис. будинків, зруйнованих РФ, з яких 15 % є багатоповерхівками. На повоєнне відновлення України потрібно 411 млрд доларів, з яких велика частка саме на відбудову житлової інфраструктури [23].

Туристична інфраструктура дуже тісно пов'язана з іншими видами інфраструктури. Наприклад, транспортна та житлова, де транспортна включає в себе функцію перевезення туристів, а житлова включає не лише приватні будинки та багатоповерхівки, але і готелі, тобто розміщення туристів. При цьому рівень доріг в Україні сильно впав через регулярні обстріли РФ та навантаження доріг перевезенням важкої військової техніки. Усі фактори вказують на те, що наразі туристична інфраструктура переживає не найкращі часи. За час військового стану туристична інфраструктура стала однією з найбільш вразливих галузей. Основними факторами дестабілізації туристичної галузі є:

- скасування або обмеження туристичних послуг;
- зменшення туристичного попиту через небезпеку;

- необхідність у відновленні та реконструкції перед тим як заново запускати туристичні процеси;
- втрати у галузі економіки;
- знищена або пошкоджена інфраструктура [7].

Сучасний стан розвитку туристичної інфраструктури та сталий розвиток туризму є взаємопов'язаними процесами, які відіграють найважливішу роль у перспективному відновленні туристичної галузі в Україні. Туристична інфраструктура та її стан є проблемою, для вирішення якою необхідно вжити рішучих заходів, а сталий розвиток – це правила, за якими відновлений туризм буде працювати.

Вирішення проблем туристичної інфраструктури має бути комплексним, аби заходи вживались як з боку влади та бізнесу, так з боку і громадського населення. Розглянемо можливі напрямки для покращення стану туристичної інфраструктури в наступній схемі:



Рис. 2.7. Взаємопов'язані напрямки для вирішення проблем та покращення стану туристичної інфраструктури

Розроблено автором за матеріалами: [23, 29]

Щойно згадані взаємопов'язані елементи розвитку туристичної інфраструктури мають працювати в єдиному складеному процесі аби галузь мала

змогу відновитись та успішно функціонувати та мати місце на міжнародному ринку.

Відновлення та модернізація буде представляти собою реконструкцію туристичних об'єктів, які було пошкоджено через воєнні дії та ракетні атаки з боку РФ. Це може включати готелі, аеропорти, музеї та інші інфраструктурні об'єкти. Відновленню підлягають аеропорти, музеї та інші інфраструктурні об'єкти.

Безпека туристів є невід'ємним елементом розвитку туристичної інфраструктури. Наразі в Україні нема в'їзного туризму в звичній нам формі саме через небезпеку для іноземних громадян. Туристам потрібно буде надавати гарантії безпеки, які можливі лише при вживанні певної кількості заходів, таких як: розмінування територій туристичних зон, відновлення правопорядку в зонах туристичних об'єктів (введення туристичної поліції або спеціалізованих патрульних груп), та створення системи екстреної допомоги для туристів, для надання медичної допомоги, порад та підтримки [16].

Співпраця з громадським населенням є важливим напрямком розвитку туристичної інфраструктури, оскільки місцеві мешканці можуть мати різні думки щодо організації туристичних заходів або до створення туристичних зон біля місць їх проживання. Необхідно враховувати їхні інтереси у розвитку туристичної інфраструктури. Співпраця з громадським населенням може сприяти створенню нових зон та проєктів, та запобіганню інших, які могли б нашкодити місцевому населенню.

Реклама та маркетинг в цьому ланцюгу відіграє інформаційну роль адресанта по відношенню до іноземних громадян та потенційних туристів. Задля підвищення попиту на туристичні послуги необхідна ефективна реклама та серйозний маркетинговий підхід. Створення та здійснення рекламних кампаній може привернути увагу та привабити велику кількість туристів. Позитивний імідж також є важливим елементом у привертанні уваги. Для того, щоб іноземні туристи мали бажання їхати, необхідно щоб вони мали довіру, і чітко знали, як

відбуваються усі процеси під час візиту. Тобто маркетинг має бути прозорим, особливо під час та після війни, коли не можна скривати інформацію від потенційних клієнтів.

Приваблення інвестиційних потоків в Україну стоїть питанням номер один на післявоєнний час відбудови країни. Де нашій державі брати кошти на реконструкцію та відновлення транспортної, житлової, енергетичної та туристичної інфраструктури? Різні країни Європейського Союзу обіцяють надати нашій державі кошти на відбудову та відновлення економічної стабільності. Деякі приватні будівельні компанії та приватні архітектори збираються допомагати відбудувати зруйновані міста. Але для того, щоб в нашу країну інвестували кошти, необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат для інвестицій у відновлення інфраструктури, зокрема туристичної. Створення інвестиційного клімату включає в себе ряд стратегій та заходів: забезпечення прозорості в законодавчих процесах, подолання корупції, правова стабільність, гарантування захисту прав власності, сприяння інновацій та досліджень. Інвестиції є основним елементом у розвиток та покращення туристичної інфраструктури, а саме: розвитку готельно-ресторанного бізнесу, транспортних мереж, закладів розважання та іншої інфраструктури, яка пов'язана з туристичною галуззю.

Підсумовуючі, зазначимо, що сучасний стан та проблеми розвитку туристичної інфраструктури напряму залежні від військового стану в країні. Аби покращити загальний стан туристичної інфраструктури, як комплексної системи, що сприяє успішному туризму як для іноземних туристів, так і для громадян нашої країни, необхідно розвивати різні напрямки, такі як: безпека, співпраця з громадським населенням, реклама та маркетинг, та приваблення інвестицій. Ці напрямки розвитку зможуть комплексно вирішити проблеми сучасного стану туристичної інфраструктури та сприяти її розвитку.

Підсумовуючи другий розділ, необхідно зазначити, що Україна вже більше півроку веде війну з РФ. Наша держава зіткнулась з економічними проблемами катастрофічного масштабу. Кожна сфера та діяльність несе величезні збитки. Туристична галузь опинилась чисельних соціально-економічних проблем в

контексті військового стану. Туристичних потоків в Україні нема, відсутність попиту на в'їзний туризм. Стан туристичної інфраструктури зазнав величезної шкоди. Зруйновані готелі та ресторани комплекси, зруйновані дороги та транспортна інфраструктура. Туристичну інфраструктуру, як основний елемент туристичної галузі, неможливо успішно розвивати під час військового стану. Необхідна розробка маркетингових, рекламних та планових стратегій по привабленню іноземних туристів на післявоєнний період. Необхідно створити сприятливий клімат для приваблення іноземного капіталу в країну у вигляді інвестиційних потоків. Необхідно створювати нові напрямку та види туристичної діяльності, які будуть актуальні на післявоєнні періоди. Необхідно розробляти стратегічний план розвитку туристичної інфраструктури, при залученні інвестицій та на принципах сталого розвитку, як нової економічно-соціальної та екологічної моделі розвитку.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОСТІ В УКРАЇНІ

3.1. Ресурсний потенціал як ключ впровадження нових стратегій та підходів для розвитку туризму

Ресурсний потенціал – це комплекс природних, соціально-економічних та культурно-історичних ресурсів, які можуть бути використані для розвитку країни. Поняття ресурсного потенціалу охоплює ресурси таких галузей, таких як: сільське господарство, туризм, транспорт, освіта, наука тощо. Ресурсний потенціал надає країні можливості забезпечити власний розвиток та посідати місце на міжнародному ринку.

В'їзний туризм, як і будь-який інший тип туризму, направлений на те, щоб споживати ресурс країни, яку відвідують туристи. Споживання ресурсу може бути матеріальне та нематеріальне [12].

- 1) Матеріальне споживання є фізичним використанням ресурсів під час подорожі та перебуванні туристів в певних місцях. Матеріальне споживання ресурсів здійснюється туристами в процесі усього їхнього туристичного відпочинку.
- 2) Нематеріальне споживання описується процесом задоволення туристичних потреб, які не пов'язаний з фізичними благами. До нематеріальних ресурсів відносяться враження, емоції, навчання культурно-соціальний обмін. Нематеріальні ресурси можна лише відчувати, але не можна виміряти або торкнутись руками. Споживання нематеріальних туристичних ресурсів сприяє збагаченню духовного світу та культурного досвіду. Цей тип споживання туристичного ресурсу стає все більш важливим для туристів через свою унікальність та незамінність.



Рис. 3.1. Розподіл туристичних ресурсів по виду їх споживання [розроблено автором].

Ресурсний потенціал відіграє ґрунтовну роль у розвитку в'їзного туризму, оскільки саме він визначає привабливість країни та її регіонів для іноземних туристів. Розглянемо причини важливості ресурсного потенціалу для туризму та розподілимо їх на 3 групи у наступній схемі:

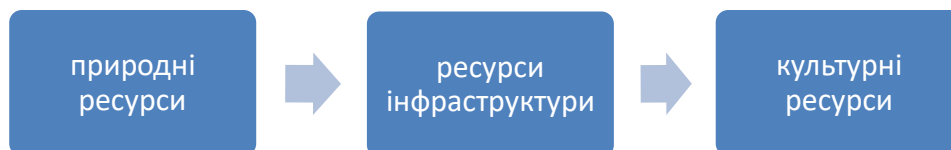


Рис. 3.2. види ресурсного потенціалу [розроблено автором]

Першою великою групою ресурсів є природні ресурси. До природніх ресурсів належить природнє середовище (моря, океани, ліси, гори, парки, заповідники, ботанічні сади, пляжі, водоспади, пустелі, каньйони, пляжі, поля).

Туриста часто обирають місце для подорожі саме за фактором краси природнього середовища, тому можна сказати, що природні ресурси є ключовим фактором привабливості. Через масову забудову людям стало складніше знаходити спокійні та чисті природні місцевості. Країни, що мають великий природній потенціал, посідають місця на міжнародному ринку та приваблюють велику кількість туристів. Більшість туристів шукають пригоди та відпочинки на природі, оскільки вони втомлені від міського життя, від якого вони можуть відпочити обираючи зелений та екологічний туризм. Можна сказати, що природній ресурс є фундаментальним фактором привабливості для будь-якої країни. Складно уявити собі туристичну дестинацію без природніх об'єктів.

Таблиця 3.1.

Список природних об'єктів на територіях західних областей України

Закарпатська область	Національний природний парк “Зачарований край” Національний природний парк “Синевир” Ужанський національний природний парк Водоспад Шипіт, Пилипець Українські Карпати
Івано-Франківщина	Верховинський національний природний парк Галицький національний природний парк Національний природний парк “Синьогора” Українські Карпати
Львівська область	Національний природний парк “Королівські Бескиди” Національний природний парк “Бойківщина”
Волинська область	Національний природний парк “Прип’ять-Стохід”
Хмельницька область	національний природний парк «Подільські Товтри» національний природний парк «Мале Полісся»

Джерело: [31]

Наступною групою ресурсів є ресурси туристичної інфраструктури, тобто послуги та зручності, що були зроблені людьми для комфортного подорожування. До ресурсів туристичної інфраструктури можна віднести готелі, ресторани, аеропорти, залізниці, автомобільні дороги та інші послуги, які були створені задля

забезпечення туристичних потреб туристів. Наявність природного ресурсу дає людям ціль та мотивацію його побачити, а туристична інфраструктура в свою чергу створює умови, аби туристи могли відвідати бажанні місця.

Остання група ресурсів називається культура та включає в себе культурні та інтелектуальні ресурси країни. До них входять міста, музеї, галереї, історичні пам'ятки, церкви, храми, університети, традиції, обряди, гастрономія, архітектурні споруди, мистецтво та інше. Після того, як туристи отримали комфортні умови, вони готові надалі задовольняти свої потреби, що пов'язані високодуховними елементами туризму. Люди можуть відвідати традиційні заклади та скуштувати традиційні страви, відвідати історичні пам'ятки та отримати естетичне задоволення.

Таблиця 3.2

Список природних об'єктів на територіях північних та центральних областей України

Київська область	Національний природний парк “Білоозерський” Національний природний парк “Залісся” Національний природний парк “Голосіївський” Ріка Дніпро
Черкаська область	Канівський природний заповідник Дендрологічний парк «Софіївка» Ріка Сула
Вінницька область	Національний природний парк «Кармелюкове Поділля» Регіональний ландшафтний парк «Середнє Побужжя» Регіональний ландшафтний парк «Мурафа»
Кіровоградська область	Каньйон річки Синюхи поблизу села Тернівки Кременчуцьке водосховище
Чернігівська область	Національний природний парк “Ічнянський” Національний природний парк “Мезинський” Регіональний ландшафтний парк “Міжрічинський”
Полтавська область	Пирятинський національний природний парк Нижньосульський національний природний парк

Джерело: [31]

Наразі повернемося до природних ресурсів та згадаємо, якими природними ресурсами багата Україна, та чому це приваблює туристів.

Перш за все необхідно звернути увагу на те, що територія України сягає 603 628 км², що зумовлює нерівномірність та різноманітність природних об'єктів через великі розміри країни. Ліси в Україні сконцентровані на Закарпатті та в Поліссі. Східна та Південна Україна є переважно степовими територіями. Гори покривають поверхню Закарпаття, Івано-Франківщини та Криму.

Таблиця 3.3

Список природних об'єктів на територіях південних областей України [31]

Миколаївська область	Національний природний парк "Бузький Гард" «Волижин ліс»
Одеська область	Чорне море Дунайський біосферний заповідник Національний природний парк "Тузловські лимани" Національний природний парк "Нижньодністровський" Регіональний ландшафтний парк "Ізмаїльські острови"

Джерело: [31]

На жаль, Запорізька та Херсонська області перебувають територіями бойових дій, через що інформація по природних об'єктів на їх територіях може бути неактуальною.

Таблиця 3.4

Список природних об'єктів на територіях східних та північно-східних областей України

Харківська область	Крейдяні гори Київська пустеля Гора Крем'янець Солоне озеро "Фельдман-Екопарк" Центральний парк культури та відпочинку
Дніпропетровська область	Ботанічний сад Дніпропетровського національного університету Дніпровсько-Орільський Природний заповідник Центральний парк культури та відпочинку ім. Т. Г. Шевченка Шолоховський (Токівський) водоспад
Сумська область	Деснянсько-старогутський національний природний парк

Джерело: [31]

Також окремої уваги потребує аналіз природних ресурсів Криму. Крим є унікальною територією, що включає в себе гори, ліси та степ. Нижче можна ознайомитись з природними об'єктами на території Криму:

- Казантипський природний заповідник;
- Опущький природний заповідник;
- Ялтинський гірсько-лісовий заповідник;
- Кримські гори;
- Національний заповідник «Херсонес Таврійський»;
- «Мис Март'ян»

Підсумовуючи аналіз природних ресурсів України, треба зауважити різноманітність природних об'єктів, які приваблюють іноземних туристів. Україна є унікальною країною, з виходом до моря, двома гірськими системами на Закарпатті та в Криму, великою кількістю лісів, парків, заповідників та екопарків.

Лісовий фонд України включає багатий лісовий покрив, та заповнює близько 24% усієї території України. З них мішані ліси (17%) та широколисті (7%)

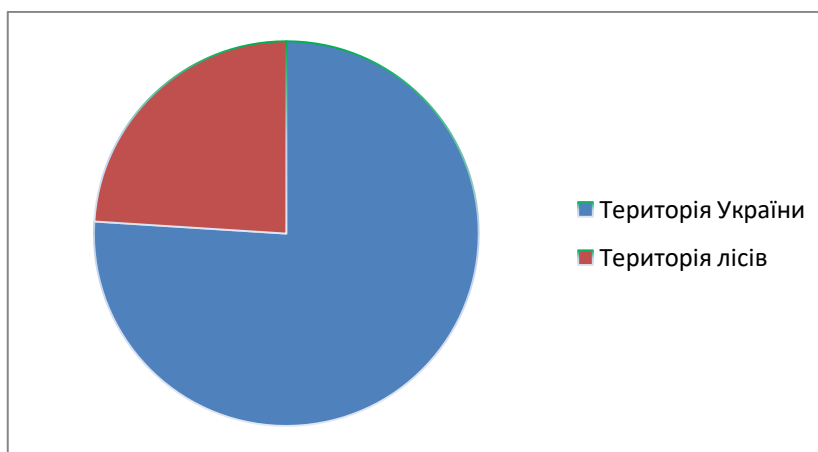


Рис. 3.3. Відсоткова частина лісів на території України [23]

Ресурси туристичної інфраструктури є елементами системи створення умов та зручності для туристів проводити подорожі та задовольняти потреби. В Україні побудовано велику кількість якісних готельних комплексів, які можуть конкурувати з готелями міжнародного рівня. До таких готелів входять: Бутік

готель «Kavalier» у м. Львів, Готель Харків-Палас у м. Харків, Готель Замок «Радомисль», у м. Радомишль, Готель Прем'єр Палац Київ та інші.

Щодо ресурсів транспортної інфраструктури, в країні функціонує державне акціонерне товариство залізничного транспорту Укрзалізниця. Також функціонує автомобільний шлях М03 —Київ-Харків. В кожному великому місті побудований аеропорт та вокзал. В таких містах як: Київ, Харків, Дніпро є велике сполучення метрополітену, що забезпечує просту та зручну логістику відвідувачам. В Україні дуже популярним є ресторанний бізнес. В столиці країни налічують 3,5 тис. ресторанних закладів. А декілька років тому в Україні почав набирати оберти кавовий бізнес, який став популярним серед молоді та туристів, які хочуть зробити невелику перерву в подорожі та випити чашку кави. В столиці України розташовано більше 2 тис. кав'ярень. По всій території України таких закладів налічують близько 15 тис. У великих містах, таких як Львів, Київ, Харків, Дніпро, велика кількість ресторанів та закладів харчування або відпочинку для туристів є дуже поширеним явищем.

Усі вищеперераховані ресурси туристичної інфраструктури в повному обсязі забезпечують функціонування туристичної галузі. Для іноземних туристів основними факторами успішної подорожі завжди були зручність, доступність та приємні враження, які неможливо отримати без перших двох чинників.

Культурні ресурси, якими володіє Україна відносяться до музеїв, галерей, церков, храмів, університетів, міст, площ, історичних пам'яток, традиції, архітектуру та мистецтва. Культурний туризм є джерелом економічного розвитку. Він призводить до створення нових робочих місць та розвитку малого бізнесу. Основними культурно-історичними пам'ятками України є:

- Києво-Печерська лавра, м. Київ;
- Будинок з химерами, м. Київ;
- Хотинська фортеця в Чернівецькій області;
- Львівська національна опера, м. Львів;
- П'ятницька церква, м. Чернігів;
- Кам'янець-Подільська фортеця, м. Кам'янець;

- Шарівський палац в Харківській області;
- Полтавський краєзнавчий музей, м. Полтава;
- Національний заповідник «Хортиця» о. Хортиця;
- Чернівецький національний університет;
- Майдан Свободи, м. Харків;
- Держпром, або Будинок Державної промисловості, м. Харків;
- Майдан Незалежності, м. Київ;
- Софійський Собор, м. Київ

Українські території насичені багатими природними ресурсами. В нашій країні побудовані готелі європейських масштабів. В нас величезна кількість привабливих історико-культурних об'єктів, церков, храмів, музеїв. Україна славиться своїми обрядами, традицією та унікальною гастрономією. Але для того, щоб увесь цей ресурсний потенціал мів реалізуватись та приваблювати ще більше іноземних туристів, необхідно впровадити нові стратегії та підходи до розвитку туризму.

Деякі туристичні дестинації України знаходяться далеко від великих міст, через що вони є нелегкодоступними, що знижує їх попит та зменшує рівень їх відвідуваності. Наприклад можемо згадати Крейдяні гори на Харківщині. Вони знаходяться віддалено від населених пунктів та доріг, що робить цю пам'ятку непривабливою через своє місце розташування. Пам'яток із такою проблемою дуже багато і ця проблема потребує вирішення.

На наступній схемі можна побачити запропонований план вирішення проблеми віддаленості туристичних пам'яток від культурних центрів, або інших населених пунктів.

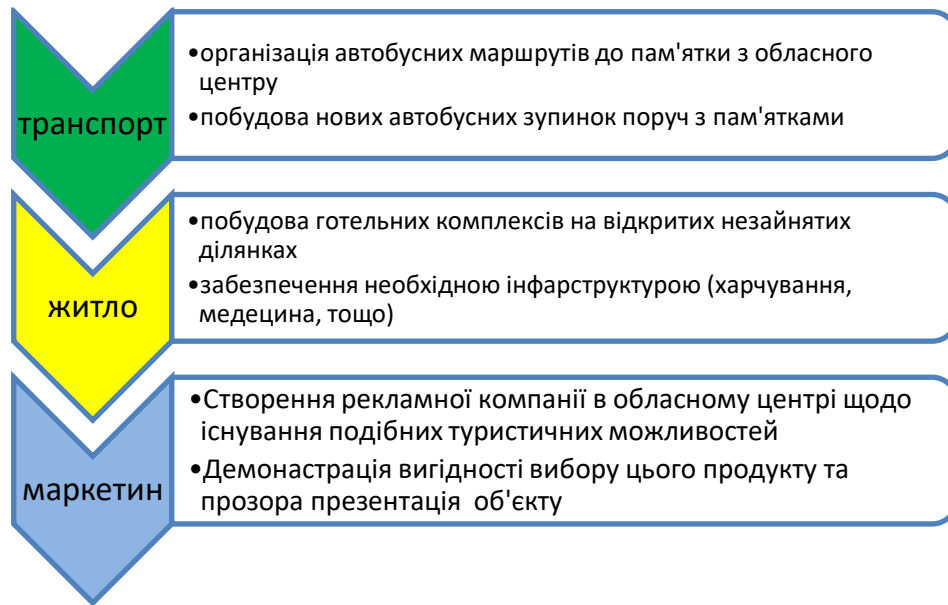


Рис. 3.4. Вирішення проблеми віддаленості туристичних пам'яток [розроблено автором]

Задля вирішення цієї проблеми в нас є природний ресурс, це сама пам'ятка, в нас можуть бути розроблені інженерні плани нового готельного комплексу поруч із пам'яткою, але в нас може бракувати інших ресурсів, аби втілити цю ідею. В ситуації з побудовою нових маршрутів до віддалених пам'яток ми стикаємось із проблемою транспорту, а саме – застарілих автобусів, та критичну нестачу автобусів нових моделей та екземплярів. З цього можна зробити висновок, що ресурсний потенціал однієї галузі або сектору не може нівелювати нестачу ресурсу з іншої галузі. Саме тому ресурсний потенціал країни має бути комплексною системою, в якій кожний тип ресурсу доповнює попередній. Коли перед нами стоїть якась проблема або задача, в першу чергу необхідно визначити, які типи ресурсів необхідно використати задля вирішення цієї проблеми. Після проведення аналізу присутності або відсутності якось типу ресурсу необхідно вирішити проблему нерівномірності видів ресурсу. Тобто, якщо ми розуміємо, що в нас є приваблива дестинація, навколо якої будується новий готельний комплекс, вже створена інфраструктурна база споживання, але в нас брак якісних засобів транспортування, то необхідно зосередитись на вирішенні цього питання. Дестинація не зможе приваблювати максимальну кількість туристів, якщо в ланцюгу ресурсів туристичної інфраструктури один із основних компонентів

інфраструктури не створює сприятливих умов задля задоволення туристичних потреб туристів.

Привабливості природнього або культурного об'єкту не вистачає аби його відвідувало багато туристів, бо окрім самої дестинації необхідно створити умови для споживання цього матеріального або нематеріального продукту. Досвід та враження туристів залишається з ними надовго, і якщо вони не задоволені тими умовами, які їм надали задля здійснення повноцінної подорожі, вони навряд чи повернуться ще раз.

Одна з основних проблем розвитку туристичної галузі полягає в низькому рівні регіональної інфраструктури. Більшість природних та культурних об'єктів знаходяться поза обласними центрами в приміських зонах. На жаль, стан доріг в регіонах де-інде є недопустимим для проведення повноцінної якісної подорожі. Пам'ятки стоять, але маршрути до них не розроблені. Одним з вирішень цього питання буде створення комплексного туристичного маршруту в певному регіоні, який за умовами своєї структури сполучення, міг би включати до себе одразу декілька пам'яток, які будуть об'єднані в системний маршрут. Більшість відвідувань внутрішніми туристами природних пам'яток відбувається самостійно. Це трапляється через нестачу маршрутів та налагодженої інфраструктури. Для популяризації природнього або культурного об'єкту поза містом необхідно створити програму, яку буде включати в себе регулярні спеціалізовані автобуси, які будуть транспортувати людей саме в ці конкретні локації, та щоб ці автобуси не були змішані з громадянським транспортом. Тобто, першим етапом вирішення проблеми має стати створення окремого виду новітніх туристичних автобусів, які будуть мати конкретний маршрут. Другим етапом буде створення системного маршруту між об'єктами, щоб туристи могли відвідати велику кількість туристичних об'єктів швидким та зручним шляхом. Туристи, які збираються відвідати певний природній об'єкт не мають бажання витратити багато часу на пошуки можливостей, як добратись до того чи іншого місця. Для вирішення цієї проблеми необхідно запроваджувати рекламну компанію, яка буде ефективно рекламувати даний маршрут. Також необхідна інформаційна база, щодо

тривалості транспортування, відстані між об'єктами, графіком роботи транспорту та інше. Задля вирішення проблеми нестачі інформаційної бази, пропонується створити спеціальний мобільний додаток, який буде працювати та надавати інформацію регіонально, тобто відповідно вибраного в додатку регіону. В цьому мобільному додатку зі зручним інтерфейсом туристи зможуть легко знайти необхідний їм об'єкт та маршрут, і без перешкод дізнатись про усі деталі та тонкощі їх подорожі. При цьому додаток можна перемикає на будь яку мову світу, що полегшить завдання іноземним туристам. Інновації мають стати ключовим елементом у розвитку нових напрямків туризму та новому підходу споживання туристичного продукту.

3.2. Потенціал зеленого туризму для післявоєнної відбудови

Зелений туризм - це форма туризму, основна місія якої зменшити негативний вплив туризму на природне середовище. Зелений туризм також називають екотуризмом. Основний посыл зеленого туризму лежить в принципах сталого розвитку, та полягає у бережливому ставленні до природи.

Наразі екосистема України знаходиться в катастрофічному становищі через забруднення природнього середовища бойовими діями. РФ підірвало дамбу Каховської ГЕС, замінувало величезну територію наших земель та забруднюють екосистему кожного дня, коли влаштовують свої ракетні атаки. Враховуючи те, що повномасштабна війна триває вже більше півтора року та скільки шкоди вона нанесла екологічній системі, ми маємо готувати кардинально нові підходи розвитку та відновлення зеленого туризму.

На жаль, рівень забруднення природних об'єктів України завжди був високим через людський фактор. Люди звикли сприймати туризм та природне середовище як споживчий об'єкт. Ліси забрудненні сміттям, що не лише шкодить природі, що найважливіше, але ще і зменшує рівень привабливості регіону для потенційних туристів. Ця проблема була актуальною завжди, а під час війни вона набула нових негативних факторів [13].

Основною задачею України в процесі розвитку зеленого туризму є зміна людського відношення до природи та розуміння важливості її збереження. Суспільство має усвідомлювати масштаби екологічних проблем, що відбуваються у світі та в Україні зокрема. Кожний елемент туристичної інфраструктури має відповідати принципам сталого розвитку. Туристична галузь в Україні потребує розвитку нових проєктів, спрямованих на збереження довкілля. Ці проєкти можуть втілитись у формі молодіжних груп людей, які просувають ідеї сталого розвитку в галузі туризму в суспільстві. Нижче наведений приклад такої організації та демонстрація її концепції.



Рис. 3.5. Концепція організації по захисту зеленого туризму

Перед організацію стоять наступні задачі: акцентувати увагу суспільства на розуміння природного середовища, а не лише на споживанні, підкреслення відповідальності людей перед екологією, насадження благих ідей та принципів поваги та відношення до екосистеми.

Зелений туризм зіткнеться з величезною кількістю проблем у післявоєнний період. Комплексність проблем зумовлюється масштабами війни та розмірами країни, які буде необхідно відновлювати. До проблем зеленого туризму на

післявоєнний період будуть входити такі виклики як: безпека, екологічна дестабілізація, відновлення зруйнованої та пошкодженої інфраструктури та відновлення попиту. Розглянемо кожен виклик в деталях.

Безпека є одним із ключових факторів приїзду іноземних туристів до країни, тому це буде першим викликом держави в процесі розвитку та відновлення туристичної галузі та зеленого туризму зокрема. Нестабільність політичного становища всередині країни може сприяти небажанню іноземних туристів відвідати країну. Будь який рівень небезпеки по відношенню до іноземних туристів або місцевого населення буде заважати розвитку туристичної галузі або навіть не дозволить її розвитку, тому це буде найбільш важливим питанням.



Рис. 3.6. Рекомендація, щодо розвитку зеленого туризму в Україні у післявоєнний період

Екологічна дестабілізація буде другим викликом для країни у післявоєнний період при спробах розвивати та відновлювати туристичну галузь. Екосистема країни зазнала катастрофічної шкоди та руйнування внаслідок українсько-

російської війни, що посилює і так вже існуючу проблему екології в Україні. Першою справою буде відновлення природи та рекреаційних зон, які зазнали впливу від бойових дій. Надалі країна буде потребувати нових підходів до збереження постраждалої екосистеми. На цьому етапі буде необхідно втілити концепцію сталого розвитку у розвиток та відновлення як зеленого туризму, так і усієї туристичної інфраструктури.

Відновлення зруйнованої інфраструктури буде наступним викликом перед державою, оскільки на відбудову та реконструкцію зруйнованих об'єктів туристичної інфраструктури необхідні кошти, яких у країні не буде. Тож, єдиним джерелом відбудови зруйнованої інфраструктури будуть інвестиційні потоки, які в свою чергу не так легко буде отримати, та задля яких необхідно буде створювати сприятливий інвестиційний клімат.

Відновлення попиту буде комплексною проблемою, бо до неї входить відновлення довіри до галузі туризму в країні як у іноземних туристів, так і громадян України. Відновлення попиту означає повернення туристичної галузі до тієї форми, в якій вона знаходилась до війни. Перед відновленням попиту на рекреаційний туризм державі прийдеться змінити напрямки туризму, які будуть відповідати актуальності післявоєнного часу. Цими напрямками буде темний та військово-історичний туризм.

3.3. Перспективи використання історико-культурного потенціалу

Історико-культурні туристичні ресурси – це сукупність створених у процесі історичного розвитку даної території пам'ятників матеріальної і духовної культури, які є об'єктами туристського інтересу [12].

Після вирішення усіх проблем та викликів, які були щойно розглянуті у минулому підрозділі, державі потрібно буде приваблювати іноземних туристів шляхом популяризації та збереженню своїх культурно-історичних пам'яток та традицій. Перш за все державі необхідно просувати наші традиції та культуру в наше суспільство, або закріплювати в свідомості українців важливість

вшанування наших традицій та культурних об'єктів. Культурно-історична інфраструктура є важливим фактором формування світогляду та найбільш важливими туристичними ресурсами після природних. Культурні цінності можуть стати джерелом привабливості для іноземних туристів та зміцнювати з цей рахунок економічну стабільність країни та підвищувати попит.

Культурно-історичні об'єкти впливають на свідомість відвідувачів, змінюючи їх погляди та світогляд. У туристів залишаються приємні та позитивні спогади, що сприяє їх повторному відвідуванню країни. Активний туристичний потік призведе до збільшення туристичного попиту як серед іноземних громадян, так і місцевого населення. Хоча просування культурно-історичних цінностей сприяє привабленню іноземних туристів, але також це створює можливість збагачувати особистий рівень освіченості в галузі культури та історії.

Особливою рисою культурно-історичних пам'яток полягає в тому, що їх, як і природні об'єкти країни, треба вміло використовувати та реалізовувати їхній потенціал для розвитку туристичної галузі. Задля успішної реалізації потенціалу культурно-історичних пам'яток необхідним є вживання відповідних заходів реалізації. В ці заходи може бути включено модернізацію об'єктів задля надання додаткової привабливості та нового виду, розробку нових маршрутів з урахуванням культурних об'єктів на шляху, організацію тематичних подій, пов'язаних з мистецтвом та освітою, культурою та історією, розробку сталих стратегій щодо збереження культурних туристичних об'єктів, як важливих елементів культурної спадщини країни та світу. Таким чином, історично-культурні туристичні об'єкти будуть приносити максимальну користь як туристам, в естетичному плані, так і країні – в економічному та культурному.

Однією із проблем невеликих міст та селищ полягає в тому, що в них наявні об'єкти культурно-історичної спадщини, такі як храми, церкви, пам'ятники, але через низький рівень економічного розвитку цих регіонів, культурні об'єкти не можуть приваблювати достатню кількість туристів. В цьому полягає ключовий момент розвитку туристичної галузі, зокрема історико-культурних об'єктів. Наявність природного або культурного ресурсу не гарантує успіх та туристичний

попит. Це означає, що ключовим фактором привабливості є не сам об'єкт в туристичній зоні, а інфраструктура, яка навколо нього побудована та які умови вони надає туристам.

Розглянемо культурно-історичні ресурси, розподілені за класифікацією, що затверджена у Законі України «Про охорону культурної спадщини».

- Археологічні пам'ятки
- Архітектурні пам'ятки
- Мистецькі пам'ятки
- Історичні пам'ятки

До археологічних пам'яток можна віднести кам'яні статуї, старовинні предмети, залишки давніх поселень, кургани, цвинтарі тощо.

Архітектурні пам'ятки можна розділити на історичні та сучасні. До історичних архітектурних пам'яток належать церкви, храми, монастирі. До сучасних – нові готелі, хмарочоси, модернізовані споруди тощо.

До історичних пам'яток належать будівлі та споруди, пов'язані з історичними подіями, предмети, пов'язані з життям видатних людей держави, музеї, пам'ятники історичних постатей, локації, пов'язані з життям та розвитком народу в минулих сторіччях тощо.

Мистецькі пам'ятки включають галереї, замки, палаци, мистецькі виставки та фестивалі, театри тощо.

Усі перераховані класифікації культурно-історичних ресурсів відносяться до ресурсів нематеріального споживання, оскільки основна їх функція – естетична, та направлена на створення приємних та позитивних вражень та досвіду у свідомості туристів. Однак був ще не згаданий ще один вид ресурсу культурно-історичної спадщини, який у свою чергу, є ресурсом матеріального споживання. Річ йде про традиційну кухню України, або іншими словами, про гастрономічний туризм.

Одним з шляхів пізнання країни та культури є куштування традиційних страв. Традиційна кухня виступає одним із ключових культурно-традиційних елементів привабливості як для іноземних туристів, так і серед місцевого

населення. Гастрономічний туризм відкриває нове розуміння про культуру та традиції народу. Традиційна кухня відіграє важливу роль у культурному спадку країни та окремого її регіону. Традиційна кухня допомагає отримати унікальний та аутентичний досвід, що по-іншому розкриває місцеву культуру в очах туристів. Окрім розвитку та популяризації в'їзного туризму, гастрономічний туризм підтримує економічну активність та стабільність місцевих ринків, оскільки для гастрономічного туризму необхідні місцеві продукти. Розвиток гастрономічного туризму сприяє розвитку ресторанної інфраструктури, такої як ресторани, кафе та кав'ярень, що у свою чергу, стимулює розвиток приватного бізнесу та активує внутрішньо-економічні процеси. Також традиційна кухня може грати роль привабливого об'єкту або цілі туристів. Деякі туристи відвідують певні країни з головною метою познайомитись з різноманітними стравами та скуштувати традиційну кухню. Гастрономічний туризм може бути різним в різних регіонах країни, оскільки кожна страва має свої характерні регіональні риси та особливості приготування. Гастрономічний туризм збільшує попит на проведення подій, пов'язаних з кулінарією, таких як фестивалі та кулінарні шоу.

Завдяки смачній та багатій кухні, наша країна має перспективи для успішного розвитку гастрономічного туризму. Про українські страви говорять в усьому світі. Український борщ був внесений до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Увесь світ асоціює Україну із салом та варениками. Українська їжа особлива своєю жирністю та калорійністю. Але окрім самих страв, людям може бути цікава форма проведення вечерь та обідів. Український антураж, форма та подача є унікальними в Європі та можуть конкурувати на міжнародному ринку.

Кожний вид культурно-історичної пам'ятки України має потенціал привабити велику кількість туристів та збільшити туристичний попит та в'їзний туризм в країну. Надзвичайним елементом привабливості є туристична інфраструктура, без якої природний або історико-культурний об'єкт втрачає свою привабливість. До процесів налагодження туристичної інфраструктури природних та історико-культурних об'єктів належить побудова нових житлових комплексів

та готелів поруч з пам'ятками, відновлення та реконструкція дороги, створення нових маршрутів. Архітектура, мистецтво, велика та складна історія українського народу, традиційна та унікальна кухня, усе це є створює системну цінність України та її культури, що приваблює іноземних туристів.

3.4. Роль маркетингу у просуванні туристичного продукту

Маркетинг - це система дій, які спрямовані на розповсюдження та рекламування товарів або послуг, задовольняючи потреби клієнтів та аналізуючи ринки й конкурентів.

Маркетинг в сучасному світі має велике значення в будь-якій галузі та будь-якому підприємстві. Наразі ми живемо в епоху маркетингу. Абсолютно все довкола нас так чи інакше є маркетинговим продуктом та пов'язане з маркетинговими процесами.. Це невід'ємна частина нашого життя та сильний інструмент. Так само, як маркетинг служить комерційним цілям, він може послужити і державним.

У галузі туризму також існують специфічні ключові індикатори, що вказують на ефективність маркетингових зусиль.



Рис. 3.7. Основні індикатори ефективності маркетингової концепції [43]

Перед тим, як створювати маркетингову стратегію та запускати її процеси, нам, насамперед, потрібно визначити мету нашої маркетингової компанії. Це може бути залучення грошового потоку та розвиток туристичної галузі в економіці, або зміцнення нашої країни на міжнародному рівні як багатой культурну країни тощо.

Наступним етапом процесу маркетингу є визначення цільової аудиторії. До цього етапу входить аналіз ринкових умов, розділення ринку на різні сегменти на основі характеристики, створення образу представника цільової аудиторії, вивчення поведінки потенційних споживачів та їхніх потреб, а також створення детального профілю цільової аудиторії. Визначення цільової аудиторії в галузі туризму значить, що це буде визначення типу туристів, які будуть відвідувати країну. Це можуть бути сім'ї, самотні, багаті чи бідні туристи. Також необхідно визначити період часу, на який туристи будуть приїжджати та скільки буде тривати їх подорож. Визначення потреб споживачів може зорієнтувати на розвиток та акцентування уваги на певні об'єкти, які будуть задовольняти їхні потреби.

Наступним важливим інструментом розвитку та просування туристичного продукту буде брендінг.

Брендінг – це створення сильного бренду для України як туристичного спрямування. Це включає унікальні культурні та історичні риси. Те саме, що ми робимо із залученням інвесторів. Нам необхідно створити потужну позицію розвитку нашої країни як важливу частину історії європейського суспільства. Для створення брендигу можна використовувати різні інструменти, що будуть зацікавлювати іноземних громадян та приваблювати до України. Це може бути сторітелінг або літературна романтизація українських історичних подій або культурних явищ у вигляді розповіді історій або легенд.

Далі необхідно відвідувати різні форуми та розповідати ці історії, робити виставки, створювати культурно-освітні проекти тощо. Тобто, усією культурною цінністю, яку ми маємо в фізичному або усному вигляді, необхідно ділитись з іншими країнами та потенційними клієнтами. Таким чином ми популяризуємо

нашу культуру на світовій арені. Ці заходи необхідно рекламувати та публікувати у соціальних мережах для поширення інформації та залучення більшої кількості потенційних клієнтів у майбутньому. Також одним із варіантів рекламування подібних заходів є створення ютуб каналу.

Маркетинг може бути не лише в інтернеті, але і офлайн. Це надає можливість безпосередньо впливати на процес маркетингу. Інструментами офлайн маркетингу можуть бути друковані матеріали на банерах, рекламні вставки, газети радіо та телебачення (наприклад, в новинах - репортажі на замовлення).

Збільшення туристичного попиту та приваблення більшої кількості іноземних туристів буде напряму залежати від результатів маркетингових та рекламних компаній. Основними потенційними нашими клієнтами є країни західної та центральної Європи, оскільки їхня культура найбільш схожа на нашу. Також ці країни продемонстрували величезну підтримку Україні та українському народу з початку війни України з РФ.



Рис. 3.8. Механізм реалізації стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів [41]

Одним із головних аспектів та особливостей маркетингових стратегій, які будуть вживані задля приваблення іноземних туристів в Україну після війни є безпека. Це має бути червоною лінією, що їздити в Україну безпечно, що людям не загрожують міни та ракети. Іноземні туристи мають чітку усвідомлювати, що війна закінчиться і їх безпеці нічого не буде погрожувати. Ця довіра до безпеки буде залежати від інформаційних інструментів маркетингу.

Маркетинг грає важливо ключову роль в будь-якій галузі, зокрема туристичній. Сучасний маркетинг взаємодіє з інтернет користувачами, які в свою чергу, є потенційними клієнтами. Також маркетинг є потужною інформаційною базою. Він взаємодіє з клієнтами та оцінює попит, допомагає підприємству або галузі розвитку свою впізнаваність, дозволяє розділяти ринки та вивчати точки попиту, збирає та аналізує інформацію про клієнтів та конкурентів [43].

Від ефективності маркетингових компаній залежить привабливість та конкурентоспроможність місцевості, об'єкта чи послуги для потенційних туристів. До функцій маркетингу також входить укладання партнерств з туроператорами, готелями, ресторанами та іншими ланцюгами галузі. Маркетингові компанії сприяють співпраці з громадськими організаціями, місцевими владами та іншими зацікавленими сторонами для спільного просування туристичного продукту.

ВИСНОВКИ

Дослідження перспектив розвитку в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку дає можливість зробити наступні висновки:

1. Вивчення соціально-економічної сутності та основних підходів до оцінки розвитку в'їзного туризму дало можливість визначити, що в'їзний туризм являє собою форму туризму, при якій туристи перетинають кордон для відвідування інших країн з метою відпочинку, ознайомленням з культурою та традиціями країни, в яку вони їдуть. Він характеризується економічним впливом на приймаючі та відправні країни. В'їзний туризм приносить доходи через готелі, ресторани, транспорт та інші послуги. Також в'їзний туризм характеризується культурним обміном. Туристи вивчають та розуміють нові традиції, звичаї та мову. В'їзний туризм стимулює розвиток туристичної інфраструктури та покращення послуг, спрямованих на задоволення потреб туристів.
2. Встановлено, що сталий розвиток як сучасна політико-економічна концепція виник у 1980-ті рр. і наразі розуміється як концепція розвитку, яка враховує потреби сучасного покоління, не позбавляючи при цьому можливість майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Сталий розвиток включає в себе баланс між економічним зростанням, соціальною справедливістю та охороною навколишнього середовища.
3. Висвітлення основних підходів та критеріїв сталого розвитку туризму дозволяє стверджувати, що сталий розвиток туризму передбачає інтеграцію різних аспектів для створення життєздатної та тривалої туристичної індустрії, яка б сприяла не лише економіці, але й соціуму та природі. Основними критеріями та індикаторами сталого розвитку є збереження навколишнього довкілля, яке включає в себе: управління водними ресурсами, світлове забруднення, викиди парникових газів та зменшення впливу транспортних засобів. До соціально-культурних критеріїв відноситься захист культурних пам'яток та традицій, захист туристичних

атракцій та поведження та відношення туристів до об'єктів туристичної галузі та природного середовища.

4. Проведений аналіз стану розвитку в'їзного туризму в Україні та виявлено чимало проблем, які виникли в туристичному секторі після початку повномасштабного вторгнення РФ на території України та які сприяли економічній нестабільності всередині країни. Небезпека в країні через війну та закритий повітряний простір для громадських літаків є однією із проблем, оскільки складність та незручність перетину державного кордону зменшила кількість іноземних туристів в країні, відповідно зменшилась кількість валютних надходжень в країну. Україна втратила свою привабливість через дестабілізацію туристичного сектору.
5. Було досліджено сучасний стан туристичної інфраструктури як основний елемент туристичної галузі. Через бойові дії були пошкоджені автомобільні дороги та мости, які є основним елементом туристичної інфраструктури в аспекті транспортування. Зруйновані готельні комплекси, забруднені ліси та водойма та замінована територія країни стали причинами дестабілізації туристичної інфраструктури.
6. Було розглянуто та вивчено ресурсний потенціал України як ключ впровадження стратегій та підходів для розвитку туризму. Україна має значний ресурсний потенціал, який може бути використаний для розвитку туризму. Цей потенціал охоплює природні, культурні, історичні та інші аспекти, які можуть привертати туристів із різних країн. Розташована в центральній та східній частині Європи, Україна має різноманітні природні ландшафти, включаючи гори, степи, ліси та морські узбережжя, національні парки і заповідники, що забезпечують можливості для екологічного туризму та активного відпочинку.
7. Внаслідок дослідження потенціалу розвитку зеленого туризму в період післявоєнної відбудови, встановлено, зелений туризм потребує реалізації державної стратегії розвитку. Одним з найбільших викликів, які перешкоджають розвитку сектору, це – відновлення екосистеми після

бойових дій. Розвиток та відбудова природного середовища має відбуватись комплексно. Важливо, щоб розвиток зеленого туризму не лише приносив користь середовищу, але й сприяв економічному та соціальному розвитку місцевих громад. Збільшення попиту на зелений туризм може викликати проблеми з перевантаженням та деградацією природних територій. Важливо впроваджувати стратегії управління туристичним потоком та обмеження доступу до деяких областей.

8. Вивчення перспективи використання історико-культурного потенціалу дало змогу більш чітко та детально зрозуміти осяг та структуру культурно-історичних ресурсів, які можна використовувати для розвитку в'їзного туризму. Україна багата різноманітними культурними об'єктами, такими як: храми, церкви, замки, фортеці, музеї, галереї, архітектура та ін. Наявність археологічних, архітектурних мистецьких та історичних пам'яток надає змогу використати ці культурні ресурси як об'єкти туристичної привабливості в стратегіях розвитку туристичної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Вип. 62. С. 178–196.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
3. Доктрина сталого розвитку. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://semenets.soborna.org.ua>
4. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-1>
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник / Кифяк В.Ф. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
6. Коваль П. Ф. В'їзний туризм : навчальний посібник / Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андреева Г. П., Зеленська О. О., Григор'єва Т. В., Пархоменко О. Г., Дудко В. Б., Михайловський М. О., Бондар С. І. : Ніжин, Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
7. Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. (2020). Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. Журнал геології, географії та геоекології , 29 (1), 94-101. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112009>
8. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект. 2022. С. 337–341. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm

9. Критерії Глобальної ради зі сталого розвитку туризму. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: Альтепрес, 2015. - 436 с.
11. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
12. Мальська М.П. Країнознавство: теорія та практика / М.П. Мальська [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 528 с
13. Моца, А., Шевчук, С., & Серета, Н. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-3>
14. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Робочі групи відновлення та розбудови інфраструктури. (Публікація № 266/2022). Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/eng/recovery-and-development-of-infrastructure-eng.pdf>
15. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія/ за ред. проф. Герасименка В. Г.; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов та ін. Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.
16. Роїк О.Р. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. № 46. С. 11–15.
17. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. Modern Economics. 2018. № 9. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-)
18. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2022. № 38.

URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6> (дата звернення: 30.02.2023)

- 19.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доп. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
- 20.Туристичний барометр України. Київ. 2020. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>
- 21."Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон". [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPX-ZXAUbFh6MX682sYRP48ZQ2/view>
- 22.Ositnyanko D., Prymak T. IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRINCIPLES TO THE TOURISM INDUSTRY. *Efektivna ekonomika*. 2020. No. 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.152>
- 23.Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- 24.Закон України «Про охорону культурної спадщини» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>.
- 25.Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/>
- 26.The European Travel Commission (ETC) . Офіційний веб-сайт. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.etc-corporate.org>
- 27.Travel & Tourism Competitiveness Report 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2021/downloads>.
- 28.World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.weforum.org>.
- 29.World Tourism Organization (UNWTO). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unwto.org>.

30. World Travel&Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://old.wttc>.
31. Державна служба України з надзвичайних ситуацій ДСНС [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <https://dsns.gov.ua/>
32. [Електронний ресурс]. - <https://expro.com.ua/novini/ukrana-protyagom-bereznya-serpnya-2022r-eksportuvala-1335-mln-mvt-god-elektroenerg>
33. [Електронний ресурс]. - <https://www.nationalparks.in.ua/pryrodni-parky/>
34. [Електронний ресурс]. - <https://uahistory.co/pidruchniki/maslyak-geography-9-class-2022-deep-level-reissue/67.php>
35. Парфіненко А. Національна держава і міжнародний туризм у вимірах глобалізації (вступ до курсу «Туристичне країнознавство»): Навч. посіб. / А. Парфіненко. – Х.: Бурун-книга, 2009. – 128 с.
36. Парфіненко А. Ю. Глобальні трансформації ринку міжнародного туризму та індустрії гостинності // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 6. – С. 175-186.
37. Parfinenko, A., Yevtushenko, O., Panova, I., Podlepina, P., Onatskyi, M. International Tourism as a Tool of European Integration Within Eastern European Countries, *Problemy Ekorozwoju*, 2022, 17(2), pp. 186–196 (**Scopus**)
38. Гапоненко Г. І., Парфіненко А. Ю., Шамара І. М. Організація сільського зеленого туризму: підручник для студентів спеціальності «Туризм». Суми: «ПФ Видавництво “Університетська книга”», 2021. – 300 с.
39. Anatoliy Parfinenko, Liudmyla Sokolenko, Taliat Bielialov, Nina G Karpenko, Vitaliy Tolubyak, Sustainable Development of World Tourism Based on the Strategic Management Academy of Strategic Management Journal, Volume 18, Special Issue 1 (2019): 1-7.
40. Anatoliy Parfinenko «War and Peace» of Ukrainian Tourism: the Impact of Geopolitical Factors on the Tourism Process in Ukraine // *Visnyk of the Lviv University. Series International Relations*. 2019. Issue 47. P. 3–16. DOI 10.30970/vir.2019.47.0.10978.

41. Direct and Total Contribution of Travel and Tourism to the Global Economy from 2006 to 2017 (in trillion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/233223-/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>.
42. International Tourism, Expenditures for Travel Items: Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/>.
43. Чаплінський Ю.Б. Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств: автореф. дис... к.е.н.: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). К.: КНТЕУ, 2009. 26 с.
44. I-Want-to-Get-Away Moments: What They Mean for Travel Marketing . URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>.
- 45.11 Creative Ideas to Market Your Destination. URL: <https://uhurunetwork.com/tourism-marketing/>.
46. UN (1999), Tourism and Sustainable Development: The Secretary-General Report. Session 7, UN, New York, USA.
47. Mestni, L. (2002), "Changing the landmarks of international tourism", State of the World, Kyiv, Ukraine
48. Smal VV, Smal IV World experience of development of ecological tourism // Ukr. geo. railway. 2003. №4.
49. Kluster, J. (1990), "Ecotourism Cluster and Resource Conservation", A Collection of Papers from the 2nd International Symposium: Ecotourism and Resource Conservation, Miami Beach, Florida
50. Semenets.soborna.org.ua (2019), "The doctrine of sustainable development", available at: <http://semenets.soborna.org.ua> (Accessed 30 Dec 2019).
51. Tkachenko, T.I. (2009), Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities], 2nd ed., Kyiv. nat. trading econom Univ., Kyiv, Ukraine.

52. GSTC (2013), “Criteria for the Global Tourism Sustainability Council”, available at: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/> (Accessed 30 Dec 2019).
53. Angeli S. What is Sustainable Travel: 8 Best Practices. URL: <https://ecobnb.com/blog/2022/03/sustainable-travel-good-practices/>
54. Brazales H. D. F., Tapia P. J., Koroleva I. S. Alternative tourism as a type of sustainable tourism. Research Result. Business and Service Technologies. 2020. No. 5(2). PP. 3–19. DOI: <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-1>
55. Market size of the ecotourism sector worldwide in 2019, with a forecast for 2027. Official web-site of STATISTA. URL: <https://www.statista.com/statistics/1221034/ecotourism-market-size-global/>
56. Sustainable development. Official web-site of UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
57. Sustainable tourism statistics. URL: <https://luggagehero.com/blog/sustainable-tourism-statistics/>
58. Babenko V. Ekoturizm [Ecotourism]. Available at: <https://vidpochivai.com.ua/uk/blogs/ekoturizm/>

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
на кваліфікаційну магістерську роботу студента
Борисовича Владислава Ігоровича
на тему: **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**
НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

10 грудня 2023 р.
м. Харків

Повномасштабне вторгнення РФ на територію нашої держави повністю паралізувало галузь туризму, у той формі до якої ми усі звикли. Дуже складно говорити про сталість, коли в країні іде війна, але треба не забувати, що в'їзний туризм завжди був і буде пріоритетним сектором економіки держави. Зважаючи на це, тема кваліфікаційної бакалаврської роботи Борисовича В.І., присвячена перспективам розвитку в'їзного туризму в Україні у повоєнний період, становить значний науково-практичний інтерес.

Борисович В. І. вчасно підійшов до написання кваліфікаційної роботи, уважно дослухався до порад керівника, виявив себе як старанний та дисциплінований студент, який має схильність до наукового пошуку.

Здобувач логічно обґрунтував об'єкт, предмет, мету та завдання дослідження, що визначило обмірковувану та послідовну структуру роботи. Він творчо підійшов до розв'язання проголошених завдань, виявив належний рівень фахової підготовки та засвідчив свою обізнаність із сучасними проблемами туристичного бізнесу.

Роботу виконано на належному рівні. Результати дослідження є обґрунтованими та спираються на цікавий фактичний матеріал. Ряд висновків щодо перспектив в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку свідчать про високий рівень професійної підготовки автора та його знайомство із сучасними теоретико-методологічними розробками із зазначеної проблеми.

Оформлення роботи, як і її зміст, не викликають суттєвих зауважень.

Робота може бути допущеною до захисту в екзаменаційній комісії та заслуговує на позитивну оцінку.

Науковий керівник:

к.іст.н., доц. кафедри туристичного
бізнесу та країнознавства



Парфіненко А. Ю.

Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна
Харків, пл. Свободи, 6
10 грудня 2023 року

Екзаменаційній комісії
із захисту дипломних робіт

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну магістерську роботу студента
Борисовича Владислава Ігоровича
на тему: **Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні на засадах
сталого розвитку**

Тема перспектив розвитку в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку є надзвичайно актуальною і важливою в контексті сучасних викликів для туристичної індустрії. Автор роботи вдало розглядає ключові аспекти та можливості, які відкриваються перед Україною в цьому напрямку.

Борисович В. І. поглиблено вивчає концепцію сталого розвитку в контексті туризму та аналізує її застосування до в'їзного туризму в Україні. Відмічається здатність аналізувати різні аспекти екологічної, економічної та соціокультурної відповідальності в туризмі.

Робота складається із трьох розділів. Перший розділ присвячено теоретичним основам дослідження в'їзного туризму в Україні на засадах сталого розвитку. У другому розділі проаналізовано потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні. У третьому розділі розглянуті підходи та стратегії для розвитку в'їзного туризму та вдосконалення концепції сталості в Україні.

Висновки дослідження Борисовича В. І. є обґрунтованими, мають практичну спрямованість і з певними доопрацюваннями можуть бути втіленими у життя.

Робота не містить істотних недоліків, а сам Борисович В.І. може бути допущеним до захисту та заслуговує на оцінку «добре» (вісімдесят балів).

Рецензент:

к. г. н., доц., кафедри
міжнародних економічних відносин
імені Артура Голікова
Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна

