

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГИЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ІНФРАСТРУКТУРНОГО
РОЗВИТКУ
Кафедра туризму, рекреації та краєзнавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему **“ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА**
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ”

Виконав: здобувач вищої освіти
групи Тур-41
спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)
освітньої програми Туризм

ЛЕСКОВ Олександр Андрійович.
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Керівник _____.
(наук. ступ., вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: _____
(ім'я та прізвище)

ЛЬВІВ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
Кафедра туризму

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)
Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)
Освітня програма Туризм
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)
Оксана КРУПА
(ім'я та прізвище)

“ ” 2025 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти

Лєскова Олександра Андрійовича
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи ”Вплив війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні”

керівник роботи _____
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУП від “ 07 ” січня 2025 р. № 7/к-с

2. Строк подання здобувачем роботи до 16 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: вітчизняні та зарубіжні законодавчі й нормативно-правові акти з питань впливу військових подій на підприємства рекреаційно-туристичної сфери, аналітичні та статистичні матеріали Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму, матеріали всеукраїнських і міжнародних конференцій, результати наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних учених, методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних робіт

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері

Фактори, які впливають на функціонування підприємства рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни

Методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Аналіз діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни

Роль волонтерського туризму у військових реаліях України

Трансформаційні процеси в українському туризмі: аналіз попиту, пропозиції, логістики і видів відпочинку

Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Напрями оптимізації діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні під час війни

Сценарії та шляхи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період

Перспективи розвитку вітчизняних підприємств рекреаційно-туристичної сфери в повоєнний період за євроінтеграційних умов

Повоєнний розвиток українських підприємств рекреаційно-туристичної сфери на основі впровадження інформаційних технологій

ОХОРОНА ПРАЦІ

Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі

Пожежна безпека

Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці, схеми

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання 11 січня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи.	11.01.2024 р.	
2.	Розробка та затвердження плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 20.01.2024	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.02.2024	
4.	Написання II розділу	до 18.03.2024	
5.	Написання III розділу	до 07.04.2025	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 12.05.2025	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику на перевірку	до 26.05.2025	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Написання відгуку наукового керівника та скерування на зовнішню рецензію	до 09.06.2025	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	16.06.2025	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	26.06.2025	

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Олександр ЛЕСКОВ
(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

Світлана БУГІЛЬ
(ім'я та прізвище)

УДК 338.486.2:355.4(470.57):(477)

Лєсков О.А. Вплив війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні: кваліф. робота за спеціальністю “Туризм”. Львів : ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького, 2025. 103 с. На правах рукопису.

Обсяг роботи становить 103 сторінки, включаючи 9 таблиць, 7 рисунків, 54 джерела.

У роботі висвітлені теоретико-методологічні засади дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери, зокрема, розкрито сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері, визначено та згруповано фактори, які впливають на функціонування підприємства рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни, описано методiku дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери.

Проведено аналіз впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні, зокрема, проаналізовано діяльність підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни, розкрито роль волонтерського туризму у військових реаліях України, проведено аналіз трансформаційних процесів в українському туризмі.

Розроблено шляхи розвитку підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни та в повоєнний період. Окреслено напрями оптимізації діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні під час війни. Запропоновано перспективні шляхи розвитку вітчизняних підприємств рекреаційно-туристичної сфери в повоєнний період за євроінтеграційних умов. Обґрунтовано розвиток українських підприємств рекреаційно-туристичної сфери на основі впровадження інформаційних технологій.

Анотація

В кваліфікаційній роботі проведено комплексний аналіз впливу військових подій на підприємства рекреаційно-туристичної сфери України, з урахуванням геополітичних і економічних чинників. У ході роботи також розглядаються перспективи відновлення галузі після закінчення війни та окреслюються необхідні заходи для активізації туристичної діяльності й повернення міжнародних туристичних потоків.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретико-методологічні засади дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери.

В другому розділі проведено аналіз впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні.

В третьому розділі роботи розроблені шляхи розвитку підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни та в повоєнний період.

Ключові слова: підприємство, підприємницька діяльність, рекреаційно-туристична сфера, війна, волонтерський туризм, євроінтеграція, інформаційні технології.

Annotation

The qualification work provides a comprehensive analysis of the impact of military events on enterprises in the recreational and tourist sector of Ukraine, taking into account geopolitical and economic factors. The work also examines the prospects for the restoration of the industry after the end of the war and outlines the necessary measures to activate tourism activities and return international tourist flows.

The first section of the qualification work reveals the theoretical and methodological principles of studying the impact of war on enterprises in the recreational and tourist sector.

The second section analyzes the impact of war on enterprises in the recreational and tourist sector in Ukraine.

The third section of the work develops ways to develop enterprises in the recreational and tourist sector in Ukraine during wartime and in the post-war period.

Keywords: enterprise, entrepreneurial activity, recreational and tourist sector, war, volunteer tourism, European integration, information technologies.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	9
1.1. Сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері	9
1.2. Фактори, які впливають на функціонування підприємства рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни	17
1.3. Методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ	27
2.1. Аналіз діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни	27
2.2. Роль волонтерського туризму у військових реаліях України	40
2.3. Трансформаційні процеси в українському туризмі: аналіз попиту, пропозиції, логістики і видів відпочинку	45
2.4. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище	55
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	59
3.1. Напрями оптимізації діяльності підприємств рекреаційно- туристичної сфери в Україні під час війни	59
3.2. Сценарії та шляхи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період	67
3.3. Перспективи розвитку вітчизняних підприємств рекреаційно- туристичної сфери в повоєнний період за євроінтеграційних умов	70
3.4. Повоєнний розвиток українських підприємств рекреаційно- туристичної сфери на основі впровадження інформаційних технологій	77
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	85
4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі	85
4.2. Пожежна безпека	89
4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму	91
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	98

ВСТУП

Туризм у всіх його проявах стає дедалі важливішим фактором розвитку світової економіки. Зростання його ролі в економіках різних країн пояснюється численними перевагами, які галузь забезпечує за умови ефективного функціонування. Туристична сфера включає широкий спектр секторів — від готельного бізнесу й транспорту до зв'язку, харчування та розважальної індустрії. Вплив туризму на розвиток міст і держав є значним: він стимулює створення нових робочих місць, посилює локальну економіку та підтримує експорт регіональних товарів. Окрім того, туризм збільшує податкові надходження до бюджетів різних рівнів.

Втім, через військові дії ситуація в українській туристичній галузі різко погіршилась: багато підприємств припинили діяльність, туристичні потоки істотно зменшились, а міжнародна привабливість України як туристичного напрямку серйозно постраждала. Вказані проблеми підтверджують актуальність та своєчасність теми даного дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз впливу військових подій на підприємства рекреаційно-туристичної сфери України, з урахуванням геополітичних і економічних чинників. У ході роботи також розглядаються перспективи відновлення галузі після закінчення війни та окреслюються необхідні заходи для активізації туристичної діяльності й повернення міжнародних туристичних потоків.

Досягнення мети дослідження потребує вирішення таких основних завдань:

- розкрити сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері;
- дослідити фактори, які впливають на функціонування підприємства рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни;
- розкрити методику дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери;

- провести аналіз діяльності підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни;
- провести SWOT-аналіз діяльності та можливостей розвитку підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в сучасних умовах;
- описати роль волонтерського туризму у військових реаліях України;
- розкрити особливості трансформаційних процесів в українському туризмі;
- запропонувати шляхи розвитку підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни та в повоєнний період.

Об'єктом дослідження є підприємства рекреаційно-туристичної сфери України.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні процеси діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни.

Для досягнення мети дослідження застосовано методи системного та порівняльного аналізу, що дозволили оцінити зміни в діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери України до і після початку війни. SWOT-аналіз застосований для оцінки сильних і слабких сторін та можливостей і загроз для розвитку підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні. Історичний метод використано для вивчення досвіду інших країн, які успішно відновлювали туристичну індустрію після масштабних конфліктів. Прогноз розвитку галузі проведено шляхом моделювання можливих сценаріїв відновлення.

Інформаційна основа дослідження включає законодавчі й нормативно-правові акти України, наукові дослідження, дані Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму України, аналітичні звіти туристичних компаній, офіційні інтернет-ресурси, а також результати авторського аналізу.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

1.1. Сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері

У сучасних умовах трансформації економіки, зростання мобільності населення та потреби у якісному відпочинку і відновленні здоров'я особливого значення набуває розвиток рекреаційно-туристичної сфери. Туризм є одним із ключових секторів світової економіки, який не лише генерує значну частину ВВП, але й сприяє зайнятості, активізації місцевих громад та збереженню культурної спадщини. Водночас саме підприємництво виступає рушійною силою цього сектору, забезпечуючи динамічний розвиток, інновації та гнучке реагування на потреби ринку.

Сутність підприємництва в рекреаційно-туристичній сфері не обмежується лише економічними категоріями прибутковості та конкуренції. Ця діяльність охоплює широкий спектр соціально-економічних, екологічних та культурних аспектів, що потребує системного аналізу її природи, функцій, принципів і особливостей у сучасному контексті.

Вперше термін «підприємництво» був уведений до наукового обігу на початку XVIII століття французьким економістом Рішаром Кантильйоном. У його трактуванні підприємництво розглядалося як самостійна економічна діяльність, основною метою якої є отримання доходу (прибутку) за умов господарського ризику. Загалом поняття підприємництва асоціюється з проявом економічної ініціативи, що має на меті досягнення комерційної вигоди, та характеризується активною участю в діловому середовищі.

У сучасній економічній науці підприємництво розглядається з різних наукових підходів: як економічна категорія, спосіб ведення господарської діяльності та форма економічного мислення. Згідно з позицією З.С. Варналія,

підприємництво як економічна категорія трактується як специфічна форма господарювання, в основі якої – діяльність підприємця. Цей суб'єкт господарювання на засадах інноваційності та персональної відповідальності здійснює ефективне поєднання факторів виробництва, організовує та управляє виробничим процесом із метою отримання доходу підприємницького характеру. [7]. У наведеному визначенні акцентовано дві ключові характеристики підприємництва. По-перше, підприємництво постає як форма господарювання, що здійснюється специфічним суб'єктом – підприємцем, наділеним новаторським потенціалом. По-друге, досягнення успіху в підприємницькій діяльності безпосередньо пов'язане з реалізацією інноваційного підходу у виробничо-господарських процесах.

Зміст підприємництва як способу ведення господарської діяльності розкривається через виконання ним низки базових функцій, серед яких ключовими є ресурсна, організаційна та креативна. Ресурсна функція полягає в прагненні до раціонального залучення та ефективного використання матеріальних, трудових, фінансових і інформаційних ресурсів із урахуванням досягнень науково-технічного прогресу. Організаційна функція охоплює процеси планування та координації виробництва, маркетингової діяльності, менеджменту, збуту продукції й рекламної підтримки. Креативна функція підприємництва передбачає створення та впровадження інновацій, розробку техніко-економічних і наукових рішень, які передбачають ризики, але можуть забезпечити розвиток і конкурентні переваги підприємства.

Підприємництво як форма економічного мислення вирізняється нестандартністю у прийнятті рішень та здатністю до впровадження інновацій у практичну господарську діяльність. У цьому контексті ключову роль відіграє підприємець як особистість, що поєднує інноваційне мислення, підприємливість і організаторські навички, спрямовані на пошук та освоєння нових напрямів виробництва, створення нових продуктів, вдосконалення їх властивостей, а також ефективне використання капіталу. Таким чином, підприємництво можна

трактувати як специфічну модель економічної поведінки, що охоплює процеси ініціювання, організації, виробництва та реалізації товарів і послуг з метою отримання прибутку, водночас досягаючи й певного соціального результату [20]. Отже, підприємництво в своїй сутності передбачає активну, самостійну та інноваційно орієнтовану господарську діяльність. Його основною метою, з одного боку, є досягнення економічної вигоди у формі прибутку чи особистого доходу, а з іншого – забезпечення максимально ефективного використання виробничих ресурсів та створення умов для реалізації творчого і професійного потенціалу особистості.

Відповідно до визначення, закріпленого у Господарському кодексі України, підприємництво трактується як самостійна, ініціативна, систематична господарська діяльність, що здійснюється на власний ризик суб'єктами господарювання з метою досягнення соціально-економічних результатів та отримання прибутку. Це нормативне тлумачення підкреслює як економічну спрямованість підприємництва, так і його функціонування в умовах невизначеності та відповідальності підприємця за результати діяльності [12].

Таким чином, підприємництво в загальному розумінні трактується як ініціативна, самостійна діяльність суб'єктів господарювання, спрямована на виробництво товарів, надання послуг, виконання робіт з метою отримання прибутку в умовах ризику та невизначеності. Класичні підходи до визначення підприємництва акцентують увагу на інноваційній та ризикованій природі цієї діяльності.

У сфері туризму ці характеристики доповнюються специфічними чинниками: гнучкістю до змін попиту, високою залежністю від зовнішнього середовища, потребою в постійному оновленні пропозиції та взаємодії з природними і культурними ресурсами. Тобто, підприємництво в рекреаційно-туристичній сфері виходить за межі суто комерційного підходу і вимагає інтегрованого розуміння.

Підприємництво виконує ключову роль у забезпеченні функціонування туристичної галузі. Воно створює інфраструктуру, продукує туристичні продукти, формує туристичну привабливість територій і створює додану вартість для економіки.

У межах рекреаційно-туристичної сфери підприємницька діяльність реалізується у формі:

- готельного та ресторанного бізнесу;
- туристичних агентств і туроператорів;
- транспортування та логістики туристичних потоків;
- організації екскурсій, подій, фестивалів;
- надання оздоровчих та SPA-послуг;
- активного, пригодницького й екотуризму.

Підприємець у цій галузі виступає не лише організатором бізнесу, а й посередником між споживачем та місцевим середовищем. Він відповідає за якість продукту, безпеку туриста, дотримання етичних та екологічних стандартів. Таким чином, підприємницька діяльність у рекреаційно-туристичній сфері поєднує економічну, соціальну та культурну складові.

На рис. 1.1 відображено сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері.

До ключових особливостей підприємництва в туризмі належать:

1. Сезонність попиту, що зумовлює нерівномірність прибутків та потребу в адаптивних бізнес-моделях.
2. Залежність від природного і культурного середовища, що потребує врахування екологічних ризиків і культурної чутливості.
3. Високий рівень сервісоорієнтованості, оскільки туристичні послуги належать до сфери нематеріального виробництва.
4. Наявність зовнішніх ризиків (війна, пандемії, політична нестабільність), які впливають на мобільність і споживчу поведінку.

Необхідність інновацій – постійне оновлення турпродукту, впровадження ІТ-рішень, цифрового маркетингу, персоналізації послуг.



Рисунок 1.1. – Сутність та особливості підприємницької діяльності в рекреаційно-туристичній сфері

Джерело: побудовано автором

Водночас, ця сфера створює широкі можливості для розвитку малого та середнього підприємництва, яке є гнучким, мобільним і здатним адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

В умовах зростаючої уваги до проблем сталого розвитку, підприємництво в рекреаційно-туристичній сфері має орієнтуватися не лише на прибуток, але й на збереження ресурсної бази, розвиток місцевих громад і дотримання принципів соціальної відповідальності.

Важливими підходами до підприємництва в цій сфері є:

- розвиток екотуризму;
- локалізація бізнесу через залучення місцевих кадрів і використання регіональних ресурсів;
- соціальне підприємництво, зокрема в контексті залучення ветеранів, ВПО або осіб з інвалідністю;
- підтримка культурної спадщини шляхом організації тематичних турів, фестивалів, інтерактивних музеїв.

Отже, підприємництво сприяє не лише економічному, але й соціальному згуртуванню територій, активізації місцевого самоврядування та формуванню позитивного іміджу регіону.

Післявоєнне відновлення України створює нові виклики і водночас нові можливості для підприємництва в туризмі. Зруйнована інфраструктура, зміна туристичних потоків, потреба у реабілітаційних програмах, зростання попиту на внутрішній туризм – усе це формує новий контекст функціонування галузі.

У таких умовах сутність підприємництва збагачується компонентами соціальної адаптації, психологічної підтримки та створення безпечного середовища для відпочинку. Особливо актуальним стає розвиток рекреаційних ініціатив, спрямованих на відновлення психоемоційного стану населення, інтеграцію ветеранів, підтримку культурної пам'яті та формування нової туристичної ідентичності.

Особливу роль у функціонуванні рекреаційно-туристичної сфери відіграє малий і середній бізнес (МСБ). Його перевагами є гнучкість у прийнятті рішень, здатність до швидкої адаптації до потреб ринку, близькість до споживача, локальна орієнтація та значна соціальна чутливість. Саме МСБ здатен ефективно використовувати регіональні особливості, традиції, природні ресурси й туристичну спадщину.

Малі підприємства, такі як садиби сільського зеленого туризму, локальні гідни, мініготелі, кав'ярні, прокатні пункти спорядження, виконують важливу

функцію в підтримці туристичного середовища, особливо в сільських і віддалених регіонах. Вони не лише сприяють збереженню робочих місць, але й забезпечують стабільний прибуток для місцевого населення, знижуючи рівень міграції й депопуляції.

У контексті післявоєнного відновлення України, МСБ у туризмі може відіграти критично важливу роль у реабілітації місцевих громад. Зокрема, можливе створення робочих місць для ветеранів, внутрішньо переміщених осіб, жінок, що втратили основне джерело доходу, а також молоді, яка не має змоги знайти роботу у великих містах. Завдяки підтримці програм грантового фінансування, інкубаторів соціального підприємництва, навчальних проєктів – туристичне підприємництво може стати не лише джерелом прибутку, але й інструментом інтеграції, відновлення та стабілізації.

Один із ключових напрямів розвитку підприємництва в рекреаційно-туристичній сфері пов'язаний з інноваціями. Цифрова трансформація, розвиток інформаційних технологій, зміни у споживчій поведінці туристів значно трансформували традиційні моделі ведення бізнесу. Сучасне підприємництво вимагає впровадження інноваційних підходів на всіх рівнях: від бронювання послуг до побудови персоналізованих маршрутів.

Основними формами інновацій у цій сфері є:

- використання цифрових платформ для бронювання та планування подорожей (Booking, Airbnb, Viator, локальні альтернативи);
- віртуальні тури, AR/VR-технології, гейміфікація туристичного досвіду;
- екологічні ініціативи: розвиток безпечного, «зеленого» транспорту, використання енергоефективних рішень у готелях, повторне використання ресурсів;
- смарт-туризм: застосування Big Data, геоаналітики та мобільних додатків для покращення взаємодії з туристами;
- краудсорсингові підходи до формування туристичних продуктів за участі місцевих громад.

Інноваційність у цій сфері є не лише конкурентною перевагою, а й необхідною умовою для виживання на ринку. Сучасний турист – поінформований, вимогливий і мобільний, тому підприємці мають забезпечити унікальність, зручність, безпечність і емоційність свого продукту.

Для ефективного функціонування підприємництва в рекреаційно-туристичній сфері потрібна системна підтримка з боку держави. Йдеться як про створення сприятливого регуляторного середовища, так і про розвиток інфраструктури, безпеки, маркетингу країни як туристичного бренду.

Серед основних напрямів державної політики у сфері підтримки підприємництва в туризмі можна виокремити:

- спрощення дозвільних процедур і ліцензування;
- податкові стимули для МСБ у сфері туризму;
- розвиток туристичної інфраструктури (дороги, логістика, санітарія, цифрове покриття);
- інформаційна підтримка та просування національного туристичного продукту;
- програми співфінансування інноваційних проєктів у сфері туризму;
- гранти для створення соціального або екологічно відповідального бізнесу.

Особливо важливо забезпечити інституційну підтримку для розвитку кластерів, туристичних асоціацій, партнерств між підприємцями, місцевою владою та громадськими організаціями. Такий підхід дозволяє знизити рівень конкуренції між дрібними учасниками ринку та сприяти їх об'єднанню задля спільної вигоди й розвитку регіонального туризму.

Таким чином, підприємництво в рекреаційно-туристичній сфері є складним, багатогранним явищем, що інтегрує економічні, соціальні, культурні й екологічні компоненти. Його сутність полягає в активному використанні рекреаційного потенціалу територій, створенні конкурентоспроможного туристичного продукту та забезпеченні сталого розвитку регіонів.

Особливості цієї сфери вимагають від підприємців гнучкості, інноваційності, високого рівня професіоналізму та соціальної відповідальності. У післявоєнний період підприємництво в туризмі здатне стати дієвим інструментом економічного відновлення, соціальної інтеграції та формування позитивного міжнародного іміджу України.

1.2. Фактори, які впливають на функціонування підприємств рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни

Рекреаційно-туристична сфера традиційно відіграє важливу роль в економіці країн із розвинутим природно-ресурсним та культурно-історичним потенціалом. Проте під час збройного конфлікту, як у випадку війни в Україні, ця галузь опиняється під значним тиском як з боку зовнішніх обставин, так і з огляду на зміну пріоритетів суспільства. Підприємства рекреаційно-туристичної сфери стикаються з новими викликами: втрата безпечної інфраструктури, переміщення населення, падіння попиту, блокування логістичних маршрутів, зростання витрат тощо.

В табл. 1.1 відображено фактори впливу на рекреаційно-туристичні підприємства в умовах війни.

Головним деструктивним чинником функціонування туристичних підприємств в умовах війни є відсутність безпеки. У зоні бойових дій або наближених до неї територіях туристична діяльність фактично зупиняється. Це зумовлено такими елементами:

1. Пряма загроза життю та здоров'ю клієнтів і персоналу.
2. Руйнування інфраструктури – доріг, мостів, аеропортів, житлових і готельних об'єктів.
3. Мінування територій, що унеможлиблює розвиток природоорієнтованого туризму.

4. Закриття кордонів або обмеження в'їзду до певних регіонів, що негативно впливає на в'їзний та внутрішній туризм.

Мілітаризація простору, що психологічно не асоціюється з туризмом.

Таблиця 1.1 – Фактори впливу на рекреаційно-туристичні підприємства в умовах війни

Група факторів	Прояви
1. Політичні та безпекові	- Військові дії в регіон - Обмеження пересування - Близькість до фронту - Воєнний стан
2. Економічні	- Зниження доходів населення - Ріст цін - Проблеми з фінансуванням - Зменшення попиту
3. Соціальні	- Міграція, внутрішньо переміщені особи - Тривожність і стрес - Зміна пріоритетів споживача - Підтримка волонтерських ініціатив
4. Інфраструктурні	- Руйнування доріг, готелів, об'єктів - Перебої з комунальними послугами - Недоступність об'єктів
5. Правові та регуляторні	- Нові норми воєнного часу - Зміни в ліцензуванні - Обмеження масових заходів
6. Екологічні	- Забруднення природи - Руйнування природних ресурсів - Мінна небезпека
7. Технологічні	- Перехід до онлайн-послуг - Використання соцмереж для комунікації - Автоматизація процесів

Джерело: побудовано автором

Таким чином, у військових умовах туристичні підприємства втрачають основний ресурс – відчуття безпеки, без якого неможливе планування відпочинку або поїздки.

Війна істотно трансформує соціальну структуру країни:

- масова міграція населення, зокрема внутрішньо переміщених осіб (ВПО);
- зменшення середнього рівня доходів населення, що знижує купівельну спроможність;
- зміна поведінки споживача: пріоритети з туристичних послуг зміщуються на базові потреби;
- психоемоційна втома суспільства, яка водночас формує попит на оздоровчі, антистресові та реабілітаційні послуги.

Мільйони осіб змінюють місце проживання, що призводить до зменшення кількості постійних клієнтів у певних регіонах, зростання попиту в інших, а також зміни самої природи попиту.

Для підприємств це означає потребу в переорієнтації на нові цільові аудиторії, зокрема на ВПО, військовослужбовців, волонтерів, які потребують відновлення, а також на внутрішній туризм як основну модель виживання.

Функціонування підприємств у туристичній сфері залежить від макроекономічної стабільності, яка суттєво порушується в умовах війни:

- інфляція та девальвація національної валюти, що підвищують собівартість послуг;
- падіння внутрішнього ВВП, зниження платоспроможного попиту;
- зростання витрат на логістику, охорону, страхування;
- обмеження банківських та фінансових операцій, зокрема для міжнародних транзакцій;
- скорочення інвестицій, відсутність кредитування, неможливість модернізації інфраструктури.

Внаслідок цього туристичні підприємства змушені скорочувати персонал, оптимізувати витрати, шукати нові форми фінансування або навіть призупиняти діяльність.

Під час воєнного стану в країні змінюються норми регулювання підприємницької діяльності. Ці зміни можуть як ускладнювати функціонування бізнесу, так і створювати нові можливості:

- запровадження нових форм ліцензування, обмежень на пересування;
- зміна режиму землекористування у прикордонних, прифронтових або природоохоронних зонах;
- пільгове оподаткування для певних категорій підприємств;
- законодавча підтримка МСБ, зокрема у вигляді дотацій, грантів, компенсацій оренди;
- пріоритезація секторів економіки: туризм, як не стратегічний сектор, може опинитися поза пріоритетом державної підтримки.

У складних умовах війни саме технологічна готовність підприємства часто стає критичною умовою його виживання. У тому числі:

- перехід на онлайн-бізнес-моделі (онлайн-консультації, бронювання, віртуальні тури);
- автоматизація бізнес-процесів задля скорочення витрат і підвищення ефективності;
- цифровий маркетинг, таргетинг внутрішньої аудиторії замість зовнішнього ринку;
- розвиток мобільних додатків, чат-ботів, CRM-систем;
- кіберзахист, адже інформаційна безпека в умовах війни набуває особливого значення.

Загалом, технології дозволяють компенсувати втрату фізичного доступу до клієнта, оптимізувати ресурси та зберегти присутність бренду навіть у період бойових дій.

В умовах війни особливу вагу мають емоційні аспекти функціонування бізнесу. Туризм – це не лише послуга, але й враження, довіра, очікування спокою. Підприємства мають формувати:

- образ безпечного та відповідального бізнесу;

- емоційно підтримувальний сервіс – уважність до травмованих клієнтів, емпатію;
- участь у волонтерських ініціативах, що формує позитивний імідж;
- спеціальні програми для військових, ВПО, дітей війни;
- антикризову комунікацію – важливо правильно працювати з інформаційними потоками, не викликати тривожність.

Збереження репутації підприємства в умовах невизначеності – це не менш важливо, ніж фінансові показники.

Підприємства, які змогли зберегти життєздатність у період війни, як правило, реалізували адаптаційні або антикризові стратегії:

- реорієнтація цільової аудиторії: внутрішній туризм, ВПО, ветерани;
- інтеграція соціальної функції: надання прихистку, працевлаштування для переселенців;
- мікросегментація ринку: нові послуги – оздоровлення, психологічна реабілітація;
- диверсифікація джерел доходу: супутні продукти (кафе, прокат, онлайн-програми);
- фандрайзинг і грантові ініціативи як джерела стабільності.

Успішна адаптація також передбачає оптимізацію внутрішніх процесів, розвиток партнерств, об'єднання в туристичні кластери.

Таким чином, функціонування підприємств рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни залежить від сукупності політичних, соціальних, економічних, інституційних, технологічних та психологічних факторів. Кожен з них по-своєму впливає на здатність підприємства виживати, пристосовуватись і трансформуватись.

Головним викликом є втрата безпеки, зниження попиту та економічна нестабільність. Водночас адаптивні підприємства, які здатні впроваджувати інновації, змінювати бізнес-моделі, працювати із новими аудиторіями та шукати

соціальну місію, можуть не лише втриматися на ринку, а й сформувати нову якість туристичних послуг в Україні.

1.3. Методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери

Умови воєнного стану суттєво трансформують функціонування соціально-економічних систем, особливо чутливих до безпеки територій. Рекреаційно-туристична сфера (РТС), що базується на мобільності, відкритості, доступності та позитивному іміджі територій, зазнає суттєвих змін в умовах збройного конфлікту. Вивчення впливу війни на діяльність підприємств цієї галузі потребує чіткої, науково обґрунтованої методики дослідження, що дозволяє комплексно оцінити як безпосередні, так і опосередковані наслідки для функціонування бізнесу, ринкових процесів, туристичних потоків та інфраструктури.

В табл. 1.2 описано методику дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери.

Методологія дослідження впливу війни на підприємства РТС спирається на міждисциплінарний підхід, поєднуючи економічні, соціологічні, географічні та управлінські методи. Теоретичною основою виступають концепції:

- економічної стійкості підприємств;
- теорії ризику та кризового менеджменту;
- теорії постконфліктного розвитку територій;
- соціально-економічного моніторингу;

концепція сталого розвитку туризму в кризових умовах.

Методологічно дослідження передбачає системний підхід до аналізу факторів, що виникають під час війни, із врахуванням зовнішніх (політичних, безпекових, логістичних) та внутрішніх (ресурсних, фінансових, кадрових) детермінант.

Таблиця 1.2 – Методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери

Етап дослідження	Зміст / Діяльність	Інструменти та методи
1. Постановка мети та завдань	Визначення цілей аналізу впливу війни, формулювання завдань	Формулювання проблеми, аналітичний підхід
2. Визначення об'єкта та предмета	Об'єкт: туристичні підприємства Предмет: зміни в їхній діяльності	Метод аналізу системи, логічне структурування
3. Збір інформації	Первинні та вторинні дані	Анкетування, інтерв'ю, аналіз офіційної статистики, контент-аналіз
4. PEST-аналіз	Аналіз політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів	PEST-модель
5. SWOT-аналіз	Визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз	SWOT-матриця
6. Кількісний аналіз впливу	Аналіз змін у доходах, попиті, витратах, структурі клієнтів	Порівняльний аналіз, економетричні розрахунки
7. Виявлення адаптаційних стратегій	Оцінка реакції підприємств: зміна форматів, переорієнтація ринку, співпраця з новими сегментами	Метод сценарного прогнозування, експертні оцінки
8. Формування висновків і рекомендацій	Узагальнення результатів, пропозиції для адаптації та відновлення діяльності	Аналітичний звіт, стратегічні пропозиції

Джерело: побудовано автором

Методика включає кілька послідовних етапів:

1. Формування цілей та завдань дослідження.

- Визначення мети: аналіз характеру, масштабів та механізмів впливу війни на функціонування підприємств РТС.

- Основні завдання:

- ідентифікація впливових чинників;
- вимірювання динаміки основних показників;
- класифікація типів впливу;
- розробка рекомендацій з адаптації.

2. Вибір об'єкта та предмета дослідження.

Об'єкт: підприємства рекреаційно-туристичної сфери різних форм власності, масштабів та спеціалізації, розташовані в умовах воєнного ризику або наближених до зони бойових дій.

Предмет: трансформаційні зміни у діяльності підприємств під впливом воєнного конфлікту.

3. Визначення методів збору даних.

Комбінується кілька методів збору інформації:

- Кількісні методи:
 - аналіз фінансово-економічних показників (доходи, обсяги продажів, завантаженість об'єктів);

- анкетування власників, менеджерів, працівників;
- статистичний аналіз туристичних потоків.

- Якісні методи:

- глибинні інтерв'ю;
- фокус-групи;
- кейс-стаді окремих підприємств;
- експертні оцінки.

4. Збір і верифікація інформації.

На цьому етапі здійснюється:

- збір даних із відкритих джерел (Держстат, профільні міністерства, органи місцевої влади);
- опитування цільової групи;
- перевірка достовірності інформації;
- формування бази даних для подальшого аналізу.

Методика пропонує низку індикаторів, які дозволяють об'єктивно оцінити наслідки війни:

1. Економічні індикатори:

- зниження прибутків;
- втрата або релокація бізнесу;
- скорочення кількості клієнтів/туристів;
- зростання витрат на безпеку, логістику, обслуговування;
- доступ до фінансування.

2. Соціальні індикатори:

- зміна чисельності працівників (звільнення, мобілізація, міграція);
- зміна якості обслуговування;
- психоемоційний стан персоналу;
- зниження довіри з боку клієнтів.

3. Територіальні індикатори:

- зміни в туристичному іміджі регіону;
- руйнування інфраструктури;
- забезпечення логістики та транспортної доступності;
- відновлення об'єктів рекреації.

У рамках дослідження застосовані наступні аналітичні інструменти:

1. SWOT-аналіз – для виявлення сильних та слабких сторін підприємств, а також зовнішніх можливостей та загроз в умовах воєнного часу.

2. PEST-аналіз – для оцінки політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів, які змінилися під впливом війни.

3. Метод експертних оцінок – для прогнозування розвитку ситуації, визначення рівня адаптації підприємств до нових умов.

4. Бенчмаркінг – для проведення порівняльного аналізу дій успішних підприємств щодо адаптації до умов війни.

5. Інтерпретація результатів дослідження. Після аналізу даних здійснюється інтерпретація результатів:

- визначення типових моделей реагування підприємств;
- виявлення найбільш вразливих категорій бізнесу;
- формування висновків щодо ефективності стратегій адаптації;
- прогноз можливих сценаріїв розвитку підприємств у поствоєнний період.

Щодо практичного застосування результатів дана методика дозволяє:

- розробити політику підтримки туристичного бізнесу;
- обґрунтувати державні та регіональні програми відновлення;
- провести стратегічне планування в умовах невизначеності;
- сприяти створенню більш стійких бізнес-моделей.

Разом з тим існують обмеження даної методики. Серед обмежень варто зазначити:

- наявність неповних або неточних даних через воєнні умови;
- складність прогнозування довготривалих наслідків;
- обмежений доступ до окремих територій;
- суб'єктивність окремих якісних оцінок.

Таким чином, методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери є складовою частиною ширшого підходу до аналізу наслідків збройного конфлікту для економіки. Вона забезпечує інструментальну основу для дослідників, практиків та політиків, сприяючи глибшому розумінню проблем і розробці ефективних рішень для відновлення та розвитку галузі в поствоєнний період.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз діяльності підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни

Рекреаційно-туристичний комплекс є одним із ключових в Україні, що забезпечує значний внесок у ВВП, розвиток інфраструктури та зайнятість населення. До початку активних військових дій у 2014 році та загострення конфлікту в 2022 році, Україна демонструвала стабільне зростання туристичної галузі, зокрема за рахунок як внутрішнього, так і міжнародного туризму.

Війна, яка охопила значну частину території країни, спричинила не лише прямі матеріальні збитки підприємствам, але й суттєво змінила поведінку туристів, обмежила доступність регіонів і викликала колапс у ланцюгах постачання туристичних послуг. За таких умов підприємства рекреаційно-туристичного сектору змушені швидко адаптуватися, змінювати бізнес-моделі та шукати нові джерела доходів.

Військові дії призвели до суттєвого скорочення туристичних потоків, закриття низки підприємств і зміни попиту. За даними Державної служби статистики України, обсяг туристичних послуг у 2022 р. знизився на 65% у порівнянні з 2019 р. Проте вже у 2023 р. спостерігається покращення ситуації (табл. 2.1).

Згідно з даними Advanter.Group, 48% підприємств рекреаційно-туристичного сектору в Україні не змогли здійснити перенесення виробничих потужностей, 32% не встигли цього зробити, а приблизно 20% або частково переїхали, або перебувають у процесі переміщення бізнесу (рис. 2.1) [51].

Таблиця 2.1 – Вплив війни на діяльність підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні

Показник	2019 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Кількість туристів (млн)	14,5	12,3	5,1	7,2
Обсяг послуг (млрд грн)	120	110	42	60
Кількість діючих підприємств	4500	4200	3200	3500

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

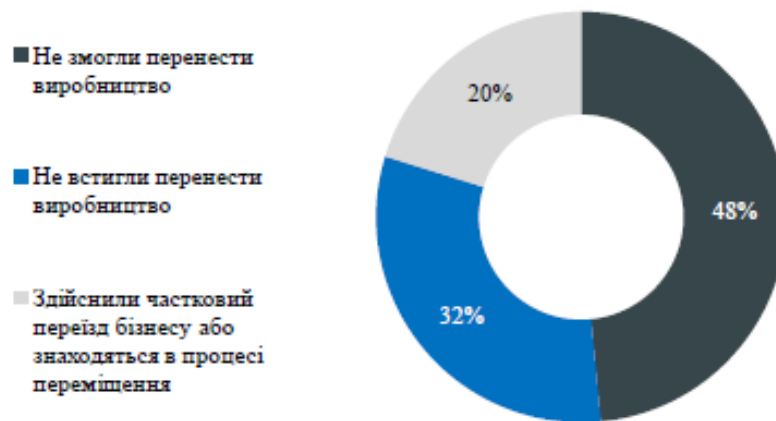


Рисунок 2.1 – Підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні, які не змогли перенести виробництво, не встигли цього зробити та здійснили частковий переїзд бізнесу або знаходяться в процесі переміщення, %.

Джерело: складено автором на основі [51]

До основних викликів для підприємств рекреаційно-туристичної сфери можна віднести:

1. Безпека і доступність територій – закриття небезпечних зон, обмеження руху.
2. Зміна структури туристичних потоків – переорієнтація на внутрішній туризм.

3. Проблеми з кадрами – міграція та мобілізація населення.
4. Фінансові втрати – зниження доходів, проблеми з оплатою податків та зарплат.

Для того, щоб далі функціонувати підприємства застосовують такі підходи:

- розвиток внутрішнього туризму і локальних рекреаційних послуг;
- діджиталізація та онлайн-просування;
- співпраця з гуманітарними організаціями (розміщення переселенців);
- диверсифікація послуг (екотуризм, агротуризм).

Війна призвела до різкої зміни структури туристичних потоків в Україні. Якщо до 2022 р. основним джерелом прибутку сектору був міжнародний туризм (приблизно 60% від усіх туристів), то в умовах бойових дій зросла роль внутрішнього туризму, оскільки багато регіонів країни залишилися недоступними або небезпечними для відвідування.

Таблиця 2.2 – Динаміка туристичних потоків в Україні, 2019–2023 рр., млн осіб

Рік	Загальна кількість туристів	Внутрішній туризм (%)	Міжнародний туризм (%)
2019	14,5	40	60
2020	8,2	55	45
2021	12,3	60	40
2022	5,1	80	20
2023	7,2	85	15

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

Як видно з табл. 2.2, у 2022 р. кількість туристів впала майже втричі в порівнянні з 2019 р. При цьому внутрішній туризм зайняв домінуючу частку, оскільки більшість іноземних туристів відмовилися від поїздок через військові

ризика. Проте вже у 2023 р. порівняно з 2022 р. кількість туристів дещо зросла. Відбулося це за рахунок внутрішніх туристів.

Обсяг наданих туристичних послуг впав через падіння кількості клієнтів і скорочення інвестицій (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Обсяг наданих туристичних послуг в Україні, млрд грн

Рік	Обсяг послуг
2019	120
2020	70
2021	110
2022	42
2023	60

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

Через обмеження міжнародних поїздок і закриття небезпечних територій підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні орієнтувалися на українського туриста. Збільшилася увага до природних та історичних об'єктів у безпечних регіонах Західної та Центральної України.

Підприємства розширювали пропозиції щодо еко- та агротуризму, активного відпочинку на природі, турів вихідного дня. Такі послуги мали менші витрати на логістику та забезпечували більш стійкий попит.

Відсутність стабільного фізичного попиту стимулювала цифрову трансформацію. Підприємства інвестували в розробку вебсайтів, мобільних додатків, віртуальних турів та онлайн-бронювання.

Значною мірою це допомагало зберегти клієнтську базу та підвищити лояльність через активне онлайн-комунікування, а також залучити нових відвідувачів.

Деякі готелі, бази відпочинку та туристичні комплекси стали тимчасовим житлом для внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та військових. Це не тільки допомогло підтримати місцеву громаду, але й стало новим джерелом доходів.

Крім того, підприємства брали участь у державних програмах підтримки малого бізнесу та отримували гранти на адаптацію.

Підприємства розширювали спектр послуг: додавали організацію тренінгів, майстер-класів, корпоративних заходів, розвивали напрямки wellness-туризму та медичного туризму.

Це дало змогу частково компенсувати втрати від традиційного туристичного потоку та збільшити прибутковість.

Військові дії та нестабільна ситуація в країні суттєво вплинули на безпеку туристів і персоналу. Значна частина територій лишається небезпечною або важкодоступною, що знижує можливості для подорожей і відпочинку.

Проблеми із транспортною інфраструктурою, закриття або обмеження руху на багатьох напрямках призводять до ускладнень логістики, збільшення часу та витрат на пересування.

У 2023 р. доходи підприємств туристичної галузі України перевищили рівень 2021 р. більш ніж на 18%. У 2024 р. спостерігалось подальше зростання сектору, причому за перше півріччя темп приросту склав майже 29% у порівнянні з аналогічним періодом 2023 р. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Чистий дохід підприємств туристичної галузі України, 2021-2023 рр.

Рік	Сума, млрд грн	Зміна у % до попереднього року
2021	13,8	-
2022	1,1	-92,0% (різке падіння через війну)
2023	16,3	+1 381,8% або у 13,8 разів (значне відновлення)

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

У 2023 р. загальний дохід вітчизняної туристичної галузі становив 16,3 млрд гривень, що перевищує показник 2021 р. (13,8 млрд грн) більш ніж на 18%. При цьому 20 найбільших компаній галузі сформували майже 36% загального виторгу. За перше півріччя 2024 р. сектор заробив 5,8 млрд гривень, що на майже

29% більше у порівнянні з аналогічним періодом 2023 р. Значне зростання пояснюється збільшенням внутрішнього туризму на фоні ускладнень з виїздом за кордон, особливо для чоловіків, а також транспортними проблемами.

Основним джерелом доходу в туристичній галузі традиційно залишається місто Київ (рис. 2.2). У першому півріччі 2024 р. туристичні компанії столиці забезпечили 3,1 млрд грн прибутку, що становить майже 54% від загального обсягу доходів у галузі.

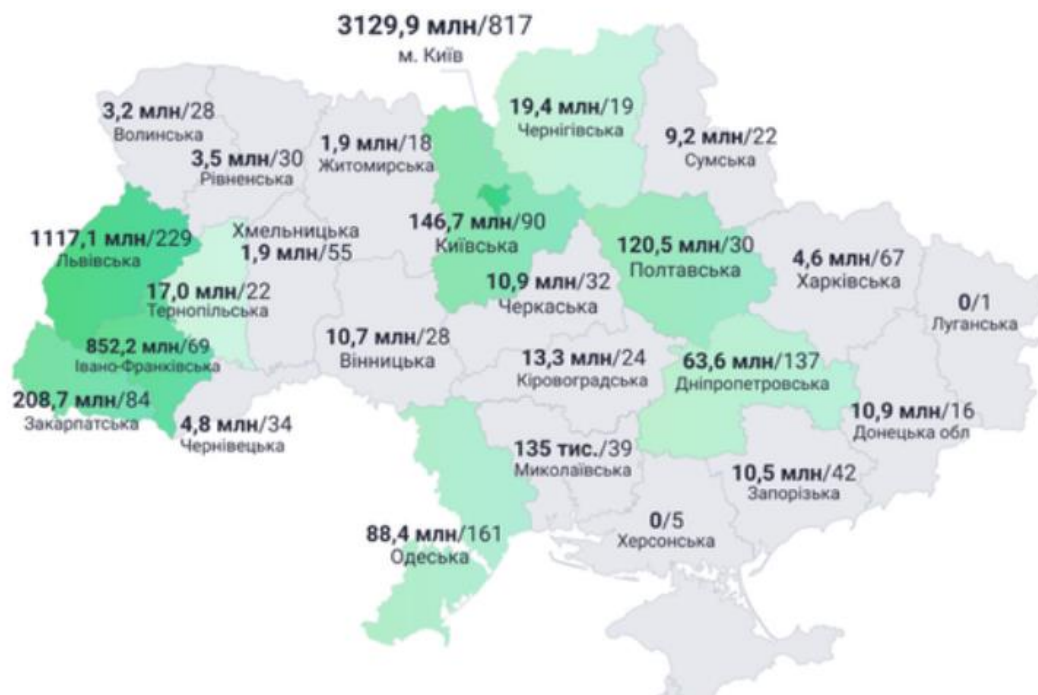


Рисунок 2.2 – Чистий дохід підприємств туристичної галузі України за I півріччя 2024 р.

Джерело: [16]

Для порівняння, в Одеській області обсяг доходів туристичного сектору склав 88,4 млн грн, тоді як у Миколаївській – лише 135 тис. грн.

Мінімальні надходження зафіксовано в Херсонській, Луганській та Миколаївській областях, що зумовлено активними бойовими діями на їх території.

До першої десятки компаній з найбільшим обсягом чистого доходу за підсумками першого півріччя 2024 року увійшли два підприємства, розташовані в Івано-Франківській області (зокрема, туристичний кластер «Буковель»), два – зі Львівської області, а також шість компаній, зареєстрованих у місті Києві. Серед них сім підприємств здійснюють діяльність у сфері готельного господарства, тоді як три компанії функціонують як туроператори (рис. 2.3).

№	Суб'єкт господарської діяльності	Region	Чистий дохід, I півріччя 2024 року, млн грн	Приріст чистого доходу, %*
1	ТОВ «Парктур» оператор курорту Буковель	Івано-Франківська обл.	376,4	30,6% ↑
2	ТОВ «МДЦ» готель Hilton	м. Київ	302,5	15,8% ↑
3	ТОВ «ОПТИМА ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ» група готелів	м. Київ	217,3	11,2% ↑
4	ТОВ «ЗІРКА БУКОВЕЛЮ» Radisson Blu Буковель	Івано-Франківська обл.	216,6	18,4% ↑
5	ТОВ «ГОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ» InterContinental Kyiv	м. Київ	207,1	0,5% ↑
6	ТОВ «УКРХОТЕЛІНВЕСТ КОМПАНІ» готелі ibis	м. Київ	176,0	73,2% ↑
7	ТОВ «І-ТРЕВЕЛС» busfor.ua, e- travels, blablacar	м. Київ	164,7	2,5% ↑
8	ТОВ «САССК» Radisson Blu Hotel Kyiv	м. Київ	146,1	53,7% ↑
9	ТОВ «АДРІАТИК ТРЕВЕЛ» туристичний оператор	Львівська обл.	144,0	79,7% ↑
10	ТЗОВ «РІКСОС- ПРИКАРПАТТЯ» Rixos-Prykarpattya, Трускавець	Львівська обл.	143,6	7,3% ↑

Рисунок 2.3 – Найдохідніші підприємства сфери туризму і рекреації
Джерело: [13]

Серед найприбутковіших підприємств у першому півріччі 2024 року лідером є ТОВ «ПАРКТУР» з Івано-Франківської області, яке отримало дохід у розмірі 376,4 млн гривень, що на 31% перевищує показник аналогічного періоду 2023 року. Компанія надає комплексні послуги для курорту «Буковель», зокрема

бронювання готелів, продаж SKI-пасів, а також організовує дитяче оздоровлення в таборі «Артек-Карпати-Буковель».

Ще одним ключовим гравцем є київське ТОВ «Міжнародно-діловий центр» із доходом 302,5 млн грн, яке управляє готелем під брендом Hilton та надає в оренду житлові апартаменти преміум-класу.

Ще одна київська компанія, ТОВ «ОПТИМА ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ», зафіксувала дохід у розмірі 217,3 млн гривень, що на понад 11% перевищує показник першого півріччя 2023 року. Компанія є оператором мережі готелів під брендом Optima Hotel Group.

Крім того, буковельське підприємство ТОВ «ЗІРКА БУКОВЕЛЮ» отримало 216,6 млн гривень чистого доходу за перше півріччя 2024 року, демонструючи зростання понад 18%. Воно здійснює управління готелем Radisson Blu.

Сектор туристичних послуг також відзначився суттєвим зростанням серед фізичних осіб-підприємців (ФОПів), чисельність яких за дев'ять місяців 2024 року збільшилася на 20% порівняно з попереднім роком, досягнувши 19,2 тисячі осіб (рис. 2.4). При цьому понад 64% (11,5 тисяч) ФОПів у туристичній галузі є представниками жіночої статі.

Разом з тим, через суттєве зниження доходів підприємства змушені скорочувати інвестиції в оновлення матеріально-технічної бази, маркетинг та розвиток нових продуктів. Нестача обігових коштів загрожує банкрутством, особливо малим і середнім підприємствам.

Крім того, проблемою є несвоєчасність та складність отримання державної підтримки, недостатня кількість грантів та пільг.

Війна вплинула на психологічний комфорт як працівників, так і потенційних туристів. Постійний стрес, невизначеність і тривога знижують мотивацію до роботи та подорожей.

Це потребує додаткових заходів щодо психологічної підтримки, організації комфортних умов праці і відпочинку.

Хоча уряд декларує підтримку туристичного сектору, бракує цілісної, стратегічної програми розвитку галузі з урахуванням поточної безпекової ситуації.

Відсутність координації між різними міністерствами, недостатній рівень комунікації з бізнесом і громадами ускладнює ефективне реагування на виклики.

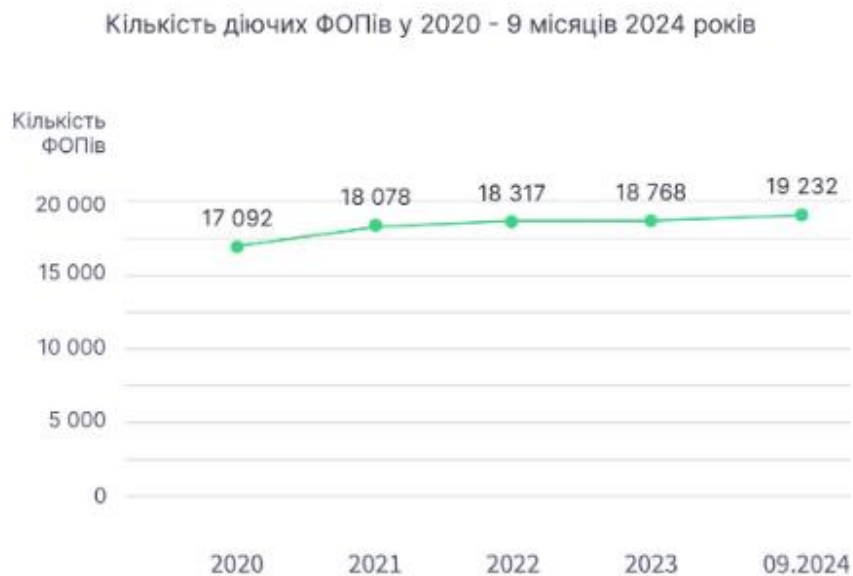


Рисунок 2.4 – Динаміка кількості ФОПів у секторі туризму

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

У 2022 р. надходження від туристичної галузі до бюджету скоротилися більш ніж на третину (табл. 2.6). Туристичні бази, дитячі табори та кемпінги втратили близько 57% своїх доходів, тоді як туроператори та агентства зазнали значних фінансових втрат, вимірюваних десятками відсотків. Єдиним сегментом, який продемонстрував позитивну динаміку, стали пансіонати та гуртожитки, які завдяки функціонуванню як тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб збільшили свої надходження на 46%.

Таблиця 2.5 – Обсяг сплаченого туристичного збору в Україні, 2021-2024 рр.

Рік	Сума, млрд грн	Зміна у % до попереднього року
2021	235,5	
2022	178,9	-24,0%
2023	222,6	+24,4%
2024	273,61	+22,9%

Джерело: складено автором на основі [16; 19]

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, у 2024 р. туристична галузь забезпечила надходження до бюджету України на суму 273,1 млрд гривень.

За обсягом сплаченого туристичного збору лідируючі позиції займають Київ, а також Львівська, Івано-Франківська, Черкаська, Закарпатська та Дніпропетровська області. Водночас значну активізацію спостерігають центральні регіони, зокрема Вінницька, Полтавська та Кіровоградська області.

Натомість у Запорізькій області відзначається зниження туристичного збору. Подібна тенденція спостерігається і в східних та південних регіонах, де тривають бойові дії або існує загроза обстрілів: Харківській, Донецькій, Луганській областях, а також на території Херсонщини (рис. 2.5).

У літній період 2024 р. Асоціація в'їзних туроператорів, Українська асоціація готелів і курортів (UHRA), Всеукраїнська асоціація гідів та Українська ресторанна асоціація об'єдналися для проведення дослідження стану туристичної галузі в умовах війни.

Участь у опитуванні взяли 268 компаній із 23 областей України та міста Києва. Серед респондентів були представлені готелі, хостели, пансіонати, туроператори, ресторани та інші підприємства, пов'язані з туристично-рекреаційним сектором.

ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА 2024 РІК

ДАРТ



Рисунок 2.4 – Обсяг сплаченого туристичного збору в Україні, 2024 рік

Джерело: [16]

Результати опитування демонструють, що лише 13% компаній змогли збільшити обсяги надання послуг порівняно з довоєнним періодом. При цьому 10% бізнесів припинили свою діяльність, а 75% зазнали істотного скорочення обсягів роботи. Майже половина респондентів повідомила про відсутність фінансових резервів для забезпечення стабільності функціонування.

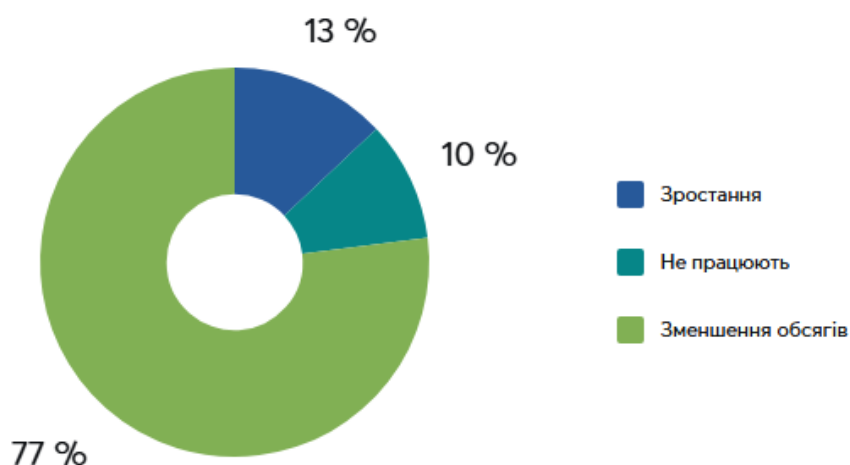


Рисунок 2.5 – Як змінились обсяги наданих послуг туристичних підприємств в Україні

Джерело: [31]

Під час дослідження серед представників туристичного ринку було виявлено, що основною перешкодою для ведення бізнесу є економічна нестабільність, яку зазначили 71% опитаних. Крім того, значну складність створюють фактори безпеки та пошкодження інфраструктури, що негативно впливають на можливість організації пересувань і обслуговування клієнтів. Важливою проблемою також є дефіцит кваліфікованих кадрів – 42% респондентів відзначили її наявність, пов'язану з виїздом працівників за кордон або зміною ними сфери діяльності. Також 40% опитаних повідомили про мобілізацію частини свого персоналу, що додатково ускладнює ситуацію.

До початку війни очікувалося, що туристична галузь та суміжні сфери забезпечать близько 1,3 мільйона робочих місць. Проте наразі у цьому секторі працює приблизно 600 тисяч осіб, що означає втрату близько 700 тисяч потенційних працівників. Це призводить до значних упущених можливостей для розвитку економіки та регіонів. Практично всі готельні заклади стикаються з дефіцитом кадрів, а рівень плинності персоналу сягає 40%. Співробітники, які залишилися, часто потребують як професійної перепідготовки, так і психологічної підтримки.

За результатами дослідження діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни проведений також SWOT-аналіз (табл. 2.2).

Проведений SWOT-аналіз показує, що підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни перебувають у складному, але не безперспективному становищі. Серед сильних сторін можна виділити високий потенціал внутрішнього туризму, здатність підприємств до адаптації та збереження кадрового ресурсу. Проте слабкі сторони, зокрема обмежене фінансування, недостатня цифровізація і психологічна вразливість працівників, обмежують можливості швидкого відновлення.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Високий потенціал внутрішнього туризму - Гнучкість і швидкість адаптації бізнес-моделей - Великий кадровий потенціал і досвід - Розвинена туристична інфраструктура у західних регіонах	- Значні втрати у міжнародному туризмі - Недостатній рівень цифровізації у багатьох підприємств - Обмежені фінансові ресурси для оновлення інфраструктури - Психологічний стрес персоналу та клієнтів
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
- Зростання попиту на внутрішній туризм - Використання державної підтримки та грантів - Розвиток нових ніш (екотуризм, wellness, агротуризм) - Активне використання цифрових технологій	- Тривала війна і невизначеність щодо безпеки - Погіршення економічної ситуації та інфляція - Можливе зниження зацікавленості туристів через стрес - Конкуренція з іншими країнами за туристів після війни

Джерело: авторська розробка

Водночас галузь має суттєві можливості: розвиток нових туристичних ніш, використання державної та міжнародної підтримки, а також цифрову трансформацію. Ці фактори можуть стати каталізатором довгострокового зростання за умови стабілізації безпекової ситуації.

Однак загрози залишаються значними: насамперед, тривалі бойові дії, макроекономічна нестабільність і низька купівельна спроможність населення. Саме вони потребують постійного моніторингу та антикризового реагування з боку бізнесу й держави.

Загалом, туристична галузь має шанс на відновлення за умови ефективного використання своїх сильних сторін і можливостей, а також мінімізації впливу внутрішніх слабкостей і зовнішніх загроз.

2.2. Роль волонтерського туризму у військових реаліях України

Війна в Україні стала каталізатором не лише гуманітарної допомоги, а й розвитку нових форм соціальної активності, соціального підприємництва, серед яких особливе місце займає волонтерський туризм. Це явище поєднує туризм із волонтерством – участю у соціально важливих проектах, підтримці військових, місцевих громад, переселенців. В умовах військового конфлікту в Україні волонтерський туризм набув унікальних рис та став ефективним інструментом допомоги і одночасно способом взаємодії різних регіонів і громад.

Волонтерський туризм – це форма туризму, що передбачає подорожі з метою участі у волонтерських проектах, спрямованих на соціальне, екологічне чи гуманітарне благо. Цей вид туризму поєднує активний відпочинок із корисною діяльністю, яка приносить користь приймаючій спільноті.

Військові реалії України наклали специфічний відбиток на цю форму туризму:

- акцент на гуманітарній допомозі та відновленні;
- підвищений рівень ризику та небезпеки;
- Взаємодія з військовими та переселенцями;
- сприяння психологічній реабілітації постраждалих регіонів.

Однією з визначальних характеристик волонтерського туризму в Україні є широкий спектр діяльності, у якій можуть брати участь волонтери (табл. 2.3). До таких форм активності належать, зокрема, підтримка роботи таборів для внутрішньо переміщених осіб, сприяння у розподілі гуманітарної допомоги, а також долучення до реалізації різноманітних громадських ініціатив.

Волонтери допомагають організовувати логістику, доставку гуманітарної допомоги, відбудову інфраструктури, підтримують локальні ініціативи. Вони виступають містком між різними регіонами України та світом.

Частина волонтерських груп спеціалізується на зборі коштів, передачі спорядження, організації психологічної підтримки для військових.

Таблиця 2.3 – Основні напрями та характеристики волонтерського туризму в Україні в умовах війни

Напрямок діяльності	Залучені організації/ініціативи	Тип допомоги	Цільова аудиторія	Регіони реалізації	Вплив / Результати
Медична допомога	Project HOPE, Лікарі без кордонів	Надання первинної медичної допомоги, мобільні клініки	Постраждалі, ВПО, громади у прифронтових зонах	Усі області, особливо схід та південь	350+ закладів підтримано, 178 тис. консультацій, \$10 млн допомоги
Гуманітарна підтримка	Червоний Хрест, волонтерські штаби	Продукти, одяг, гігієна, вода	ВПО, малозабезпечені, діти	Центральна, західна Україна	Сотні тисяч отримувачів допомоги
Психосоціальна підтримка (MHPSS)	Project HOPE, Save the Children	Консультування, групи підтримки	ВПО, діти, постраждалі від насильства	Полтавська, Львівська, Київська	58 тис. осіб охоплено
Відновлення та громадські ініціативи	Building Ukraine Together (BUR), «Пласт»	Ремонт будинків, облаштування тимчасових жителень	Місцеві громади, ВПО	Київська, Харківська, Чернігівська	Десятки відбудованих об'єктів, залучення молоді
Логістична та технічна підтримка	Локальні ініціативи, волонтери з-за кордону	Доставка вантажів, координація допомоги	Організації, лікарні, військові	Вся територія України	Тисячі тонн гуманітарної допомоги доставлено

Джерело: розроблено автором

Волонтерський туризм створює умови для подолання стресу, налагодження комунікації, підтримки постраждалих, що важливо для відновлення життєдіяльності.

Однією з популярних ініціатив є організація велопробігів по прифронтових зонах для доставки медикаментів, продуктів та психологічної підтримки. Волонтери-поліцейські та активісти організовують маршрути, які дозволяють об'їхати блокпости та зони ризику.

Волонтерські групи із різних регіонів України та з-за кордону допомагають відновлювати музеї, пам'ятники, бібліотеки, що постраждали внаслідок обстрілів.

Волонтерські туристичні групи організовують освітні та культурні заходи для переселенців, сприяють інтеграції та психологічній адаптації.

Проте, високий рівень ризику для життя і здоров'я волонтерів, необхідність дотримання заходів безпеки. Робота в зонах конфлікту впливає також на психічний стан волонтерів, потребує професійної підтримки.

На нашу думку, перспективними напрямками розвитку волонтерського туризму в Україні є:

1. Інтеграція з міжнародними гуманітарними програмами (Залучення донорських організацій, партнерство з міжнародними волонтерськими рухами).
2. Розвиток навчальних програм (Підготовка волонтерів з урахуванням військових ризиків, психологічної допомоги, логістики).
3. Використання цифрових технологій (Створення онлайн-платформ для координації дій, збору коштів, інформування).

Слід відмітити, що волонтерський туризм у військових реаліях України отримує значну підтримку з боку міжнародних організацій, неурядових фондів, а також окремих країн і громадських рухів, що допомагає масштабувати проєкти, забезпечувати волонтерів ресурсами та надавати консультаційну допомогу:

1. Роль міжнародних організацій:
 - ООН (UN Volunteers) – Програма ООН для волонтерів активно сприяє залученню міжнародних волонтерів в гуманітарні місії в Україні, надає навчальні ресурси та методологічну підтримку для безпечної діяльності.
 - Червоний Хрест (International Committee of the Red Cross, ICRC) – Одна з ключових організацій, що координує гуманітарну допомогу, включаючи залучення волонтерів до медичної, психологічної допомоги, евакуації постраждалих.

- EU Civil Protection Mechanism – Європейський механізм цивільного захисту надає матеріальну допомогу та експертну підтримку волонтерським ініціативам.

2. Міжнародні волонтерські організації:

- Volunteer Ukraine – платформа, що допомагає іноземним волонтерам приїжджати в Україну для участі у волонтерських проектах, координує навчання та адаптацію.

- GlobalGiving та GoFundMe – міжнародні краудфандингові платформи, через які збираються кошти на підтримку волонтерських турів і програм.

3. Співпраця з іноземними урядами. Країни ЄС, США, Канада, Японія та інші держави надають гранти та технічну допомогу для організації волонтерських проєктів в Україні. Вони також сприяють обміну досвідом і підтримці реабілітаційних програм.

Розглянемо приклади міжнародної підтримки на практиці:

1. Проєкт USAID «Відновлення України» підтримує волонтерські ініціативи, що спрямовані на реконструкцію інфраструктури та інтеграцію ВПО.

2. Європейський корпус солідарності (European Solidarity Corps) активно залучає молодь до волонтерства в Україні, включаючи зони, наближені до лінії фронту.

3. Благодійна організація «Razom for Ukraine» організовує міжнародні волонтерські тури та збір гуманітарної допомоги, об'єднуючи українців та іноземців.

Одним із прикладів активної реалізації волонтерського туризму в Україні є діяльність міжнародної організації з охорони здоров'я та гуманітарної підтримки Project HOPE. З початку збройного конфлікту команда організації здійснює широкий спектр заходів, серед яких проведення тренінгів з надання домедичної допомоги при травмах, забезпечення закладів охорони здоров'я

ліками, медичним обладнанням і засобами першої необхідності в усіх 24 регіонах країни.

Project HOPE також реалізує програми первинної медичної допомоги, психосоціальної підтримки (MHPSS), захисту населення та забезпечення доступу до води, санітарії та гігієнічних умов (WASH) для громад, які постраждали внаслідок воєнних дій. Для підвищення ефективності координації було створено сім регіональних офісів на території України, а також представництва в Польщі та Молдові. У співпраці з місцевими партнерами організація спрямовує зусилля на усунення дефіциту базових соціальних і медичних послуг для переміщених осіб та громад, що їх приймають, включаючи MHPSS і заходи з соціального захисту.

Упродовж перших чотирьох місяців війни було доставлено близько 300 піддонів із медикаментами та медичними виробами до українських лікарень. Починаючи з березня 2022 року, Project HOPE надала підтримку понад 350 медичним установам, забезпечила медикаменти та обладнання на суму понад 10 мільйонів доларів США, організувала понад 178 тисяч медичних консультацій через 28 мобільних пунктів, а також розповсюдила 340 тисяч одиниць питної води та надала послуги MHPSS понад 58 тисячам громадян України [Work in Ukraine. Project HOPE. URL: <https://www.projecthope.org/country/ukraine/>]

Для подальшого розвитку міжнародної співпраці у сфері волонтерського туризму існують значні виклики, зокрема:

- координація дій між місцевими і міжнародними волонтерськими групами;
- забезпечення безпеки іноземних волонтерів;
- юридичні та логістичні перепони, пов'язані з перетином кордонів та діяльністю у зоні конфлікту;
- необхідність чіткої комунікації та культурної адаптації.

Таким чином, волонтерський туризм у військових реаліях України — це унікальне соціальне явище, що поєднує активність громадян із потребами країни в період кризи. Він виконує важливу гуманітарну, психологічну, соціальну функцію, сприяє згуртуванню суспільства, допомагає подолати наслідки війни та готує основу для післявоєнного відновлення.

Міжнародна підтримка волонтерського туризму в Україні є критично важливою для його розвитку та ефективності. Вона допомагає залучити нові ресурси, посилити професіоналізм волонтерів, забезпечити безпеку і довготривалу стабільність волонтерських програм. Надалі важливим напрямом стане посилення партнерства між українськими волонтерськими ініціативами та глобальними гуманітарними структурами.

2.3. Трансформаційні процеси в українському туризмі: аналіз попиту, пропозиції, логістики і видів відпочинку

Протягом останніх років туристичний ринок України зазнав суттєвих трансформацій, обумовлених низкою як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Зокрема:

1. Політична та економічна нестабільність, зумовлена збройним конфліктом на сході країни та тимчасовою окупацією Кримського півострова, мала деструктивний вплив на розвиток туристичної сфери.
2. Пандемія COVID-19 спричинила жорсткі обмеження мобільності, включно із закриттям державних кордонів і скасуванням авіарейсів, що призвело до суттєвого скорочення туристичних потоків.
3. Демографічні зміни, зокрема зростання чисельності населення та процеси його старіння, впливають на зміну попиту на туристичні послуги та змінюють його якісну структуру.

4. Технологічний прогрес, зокрема впровадження онлайн-сервісів бронювання, використання штучного інтелекту та цифрових інструментів, трансформує традиційні підходи до організації туристичної діяльності.

Згідно з аналітичними даними платформи Visit Ukraine, переваги внутрішнього туризму мають різноплановий характер. Зокрема, міський туризм і пішохідні екскурсії є найпопулярнішими – їх обирають 54% респондентів. Відвідування історико-культурних об'єктів, таких як музеї та пам'ятки, цікавить 28% опитаних. Плєжний і подієвий туризм приваблює 23% туристів. Близько 22% мандрівників здійснюють поїздки з метою ознайомлення з гастрономічною специфікою різних регіонів. Активні види дозвілля (туризм, пов'язаний із фізичною активністю) обирають 16%, екологічний туризм цікавий 11%, тоді як оздоровчий та рекреаційний туризм становить пріоритет лише для 9% опитаних (рис. 2.6) [50].



Рисунок 2.6 – Переваги українців щодо видів відпочинку в умовах війни, 2022-2023 рр., %

Джерело: складено автором на основі [50]

Спостерігаються такі тенденції у формуванні туристичного попиту:

1. Значне скорочення кількості іноземних туристів, які відвідують Україну, особливо з 2014 р. За даними Державної служби статистики України, у 2022 р. країну відвідали близько 2,5 млн іноземців, що на 86% менше порівняно з показниками 2013 р.
2. Зміни у географії подорожей громадян України, які все частіше обирають внутрішні маршрути, віддаючи перевагу більш безпечним західним та центральним регіонам. За інформацією Української асоціації туризму, у 2022 р. 70% українців здійснювали відпочинок у межах країни.
3. Зростання популярності внутрішнього туризму, що проявляється у підвищеному інтересі до природних та культурних багатств України. Згідно з даними Державної служби статистики, у 2022 р. українці здійснили близько 35 млн внутрішніх туристичних поїздок.
4. Зміна пріоритетів при виборі туристичних послуг: тепер увага громадян зосереджується на рівні безпеки, вартості та якості обраних турів.

Спостерігаються також зміни в пропозиції туристичних послуг:

1. Значне скорочення кількості туроператорів на ринку через кризові явища. За даними Української асоціації туризму, до 2022 р. в Україні функціонувало близько 500 туроператорів, що на 40% менше порівняно з 2014 р. У 2022 році деякі компанії, зокрема Anex Tour, Join UP!, Coral Travel, TPG, «Альф», «Акорд-тур», «Феєрія Мандрів» та «Альянс», відновили діяльність, адаптуючи свої бізнес-моделі до нових умов [24].

Частина провідних українських туристичних операторів, які раніше активно здійснювали чартерні перевезення, обрала повне припинення діяльності (наприклад, Tez Tours). Водночас деякі компанії, як Pegas Touristik, відновили роботу у обмеженому обсязі [43].

2. Відбувається переорієнтація туроператорів у напрямку внутрішнього туризму, що раніше не було характерним для компаній, які працювали переважно з іноземними туристами.

3. Зростає роль цифрових платформ у процесі бронювання туристичних послуг: за даними Державної служби статистики України, у 2022 ро. половина українських туристів здійснювала бронювання турів через інтернет.

4. Спостерігається активний розвиток нових форм туризму, серед яких екотуризм, гастрономічний туризм та активний відпочинок набувають все більшої популярності [43].

Розглянемо основні напрямки функціонування українського туристичного ринку, що сформувалися у відповідь на виклики воєнного часу. Так, закриття аеропортів унаслідок бойових дій на території країни значно ускладнило авіасполучення, що змусило туристів шукати альтернативні маршрути для подорожей. З початком повномасштабного вторгнення багато українських авіаперевізників призупинили свою діяльність. Це було обумовлено низкою причин, серед яких – закриття повітряного простору, загроза пошкодження літаків та ризик для життя пасажирів. Водночас деякі авіакомпанії, зокрема МАУ та SkyUp, змогли частково відновити роботу, виконуючи рейси до європейських міст на літаках, які були перевезені у безпечні регіони за межами України.

Під час воєнних дій значна кількість українських літаків була пошкоджена або знищена. За інформацією Державіаслужби України, станом на 25 квітня 2023 року зафіксовано пошкодження або втрату 10 літаків. Авіакомпанії країни стикаються з численними викликами, серед яких високі страхові тарифи, дефіцит запасних частин та нестача кваліфікованого персоналу, що ускладнює і здорожує процес відновлення їхнього парку. Ці обставини призводять до подовження часу подорожей та збільшення фінансових витрат на переліт. Наприклад, раніше переліт із Києва до Стамбулу тривав приблизно 2 години та коштував 1200–1500 гривень, тоді як наразі час подорожі становить близько 24 годин, а вартість квитка зросла до 3000 гривень в один бік. Водночас, через закриття аеропортів зросла популярність наземного транспорту, зокрема поїздів, автобусів та автомобілів. Улітку 2022 р. низка українських туристичних операторів змушена була відмовитися від традиційних авіаційних пакетних турів і запропонувати

нові продукти – автобусні тури тривалістю 10–14 днів із Києва та Львова. Ці тури передбачають відпочинок на морі в країнах, таких як Албанія, Болгарія, Греція, Туреччина, Хорватія та Чорногорія, з додатковими зупинками у кількох обласних центрах України (Житомир, Рівне, Вінниця, Чернівці).

Наприклад, дві провідні туристичні компанії Львова – «Аккорд Турс» та «Адріатік Тревел» – розширили асортимент автобусних поїздок зі Львова на 30–50% у порівнянні з 2022 роком. Крім того, вони додали до свого портфелю турів автобусні виїзди на вихідні з пляжним відпочинком. Саме розвиток автобусних турів дозволив окремим туристичним агентствам не лише зберегти стійкість у складних умовах, але й поступово збільшувати доходи [16].

З літа 2022 року значна частина українських туроператорів адаптувала свою стратегію розвитку, організовуючи виліт туристів з аеропортів сусідніх держав, насамперед Молдови (Кишинів) та Польщі (Варшава, Жешув). Зокрема, туроператор Join UP!, який до початку російського вторгнення був лідером за кількістю відправлених туристів на українському ринку, обрав аеропорт Кишинєва в якості основної точки вильоту. На відміну від польських аеропортів, наземне обслуговування в Кишинєві було значно дешевшим. Цей фактор у поєднанні з відкриттям прямого залізничного сполучення між Києвом і Кишинєвом сприяв вибору цього аеропорту низкою українських туроператорів, зокрема Join UP!, TPG та «Альф». Улітку 2022 року Join UP! організовував щоденні авіатури до Туреччини (маршрут Кишинів–Анталія) на літаках авіакомпанії Tailwind, гарантуючи щоденний блок місць. Аналогічні пропозиції авіатурів для українських туристів надавав туроператор TPG [5].

Розглянемо приклад транспортної логістики, організованої компанією Join UP!. Туристам, які замовляють тури, наприклад, до Хургади, не потрібно самостійно планувати маршрут із перетином кордонів. Поїздка починається з автобусної станції на околиці Львова, куди туристів доставляють спеціальні автобуси. Для мешканців Івано-Франківська, Ужгорода, Мукачева, Тернополя, Ковеля та Луцька передбачені трансфери до Львова. Зі столиці України – Києва

– до автобусної станції в селі Рясне-Руська можна дістатися власним автомобілем або поєднанням поїзда і таксі. Автобус відправляється приблизно за 14 годин до авіарейсу, переважно в ранкові години, щоб врахувати можливі затримки на кордоні. З Києва до Львова туристи можуть дістатися нічним поїздом. Далі автобус слідує через кордон до польського міста Жешув, звідки організовується переліт до Хургади.

Кожна туристична компанія обрала для себе найбільш зручний напрямок для організації відпочинку своїх клієнтів. Деякі зосередилися на польських аеропортах, інші – на молдовських, хтось розширив асортимент автобусних турів, а дехто продовжує працювати за звичними маршрутами, лише трохи коригуючи розклад вильотів.

Після початку повномасштабного вторгнення росії, «Укрзалізниця» продемонструвала свою стійкість і ефективність, забезпечивши евакуацію понад 4 мільйонів людей, серед яких понад 1 мільйон дітей та більше 100 тисяч тварин, що опинилися в зонах бойових дій.

Працівники залізниці, незважаючи на загрозу для життя та здоров'я, продовжували виконувати свої обов'язки, зокрема забезпечуючи доставку гуманітарної допомоги тим, хто її потребував. Станом на листопад залізничним транспортом було перевезено понад 300 тисяч тонн гуманітарних вантажів. Окрім цього, залізничники внесли значний внесок у оборону країни, виготовивши з рейок більше 10 тисяч протитанкових їжаків, а також надаючи іншу підтримку. Військові дії зробили залізничну інфраструктуру – станції, депо, колії та інші об'єкти – об'єктом численних ракетних ударів з боку ворога. Попри це, залізничні маршрути, які добре функціонували і до початку широкомасштабного вторгнення, зберігають високу популярність у внутрішніх перевезеннях, зокрема серед туристів [47].

Нижче наведено кілька прикладів нових залізничних маршрутів, створених для підтримки українських біженців:

1. Німеччина. Deutsche Bahn організувала декілька нових поїздів, які курсують від польського кордону до таких міст, як Берлін, Мюнхен та інші.
2. Польща. Польська залізнична компанія PKP Intercity запровадила нові рейси, що з'єднують польський кордон із Варшавою, Краковом та іншими польськими містами.
3. Угорщина. Угорський залізничний перевізник MÁV відкрив кілька нових маршрутів, що ведуть від польського кордону до Будапешта та інших населених пунктів Угорщини.
4. Румунія. Румунська залізнична компанія CFR почала курсувати поїздами з українського кордону до Бухареста та інших міст країни.
5. Словаччина. Словацька залізниця ZSSK запровадила нові рейси між українським кордоном і Братиславою та іншими словацькими містами.

Ці нові маршрути суттєво покращили зручність та скоротили час пересування туристів до обраних напрямків. Загалом, порівняно з аналогічним періодом 2022 року, кількість залізничних рейсів у внутрішньому сполученні зросла на 29%, а в міжнародному – на 43%. Більшість мандрівників віддають перевагу саме поїздам, оскільки це забезпечує більш комфортні умови подорожі.

Український туристичний ринок переживає трансформації в структурі попиту на різні види туризму, серед яких виділяються такі тенденції:

1. Поширення альтернативних форм туризму. Значного зростання набувають екотуризм, агротуризм та екстремальний туризм, які вимагають більш гнучких та індивідуалізованих логістичних рішень. Туроператори адаптують свої послуги та розробляють нові маршрути з урахуванням цих змін. В Україні розвинена мережа зелених садиб, особливо у західних регіонах, що пропонують проживання в екологічних будинках, споживання органічних продуктів та участь у сільськогосподарських роботах. Зелений туризм приваблює туристів, зацікавлених у збереженні довкілля, дозволяючи вивчати природні ландшафти, національні парки, біорізноманіття та брати участь в екологічних ініціативах.

Завдяки появі еко-готелів і доступних маршрутів, цей напрямок набуває все більшої популярності серед різних категорій мандрівників.

2. Активізація культурно-історичного туризму. Україна володіє багатою культурною та історичною спадщиною, що приваблює тих, хто прагне глибше пізнати національну ідентичність та минуле країни. Цей напрям охоплює відвідування історичних міст, замків, музеїв, храмів, а також участь у фестивалях та інших культурних подіях. Попит на культурно-історичний туризм стимулює відновлення туристичної інфраструктури, реставрацію об'єктів історичної спадщини та просування української культури на міжнародному рівні. Планується створення «доріг пам'яті» на територіях, що постраждали від бойових дій, таких як Маріуполь, Херсонська та Запорізька області, які стануть символами стійкості українського народу та військових захисників. Вже зараз можливе організування екскурсій до постраждалих районів, що нині відновлюються, наприклад, Київської області, де збереглися сліди руйнувань. Очікується, що меморіальний туризм отримає подальший розвиток, але при цьому потребує чутливого підходу до вшанування пам'яті жертв. З цією метою пропонується делегувати координацію відповідних маршрутів Українському інституту пам'яті.

Співпраця спрямована на забезпечення відповідального впровадження таких проєктів та досягнення поставлених цілей. На сьогоднішній день екскурсії до тимчасово окупованих населених пунктів проводяться виключно для журналістів, представників іноземних держав та міжнародних організацій. Туристичні продукти цього типу відомі як «тури в окуповані міста» і включають відвідування таких місць, як Буча, Ірпінь, Гостомель, Бородянка та окремі населені пункти Чернігівської області [23].

3. Посилення інтересу до активного туризму. Зростає попит на активні форми відпочинку, включаючи піші та велосипедні прогулянки, рафтинг, гірськолижний спорт, сноубординг та інші види активності. Україна має значний потенціал для розвитку такого туризму завдяки різноманіттю природних

ресурсів – гірським масивам, річкам, озерам та мальовничим ландшафтам. Зростання популярності активного туризму стимулює розробку нових маршрутів, облаштування туристичних стежок, а також будівництво кемпінгів і хостелів для забезпечення комфортного перебування туристів [37].

4. Збільшення зацікавленості у гастрономічному туризмі. Україна вирізняється багатою та автентичною кулінарною спадщиною, що робить її привабливою для поціновувачів гастрономії та туристів, які прагнуть познайомитися з місцевою кухнею. Гастрономічний туризм передбачає можливість дегустації традиційних українських страв, участі у кулінарних майстер-класах, а також відвідування виноробних господарств, пивоварень та інших закладів харчування. Розвиток цього виду туризму сприяє підтримці місцевих виробників і ремісників, а також популяризації української кухні на міжнародній арені.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2023 році кількість гастрономічних туристів у світі зросла на 15% у порівнянні з 2020 роком. Згідно з даними платформи TripAdvisor, за той самий період кількість пошукових запитів, пов'язаних із гастрономічними турами, збільшилася на 20%. При цьому аналітика Euromonitor International свідчить, що світовий ринок гастрономічного туризму у 2023 році досяг обсягу 1,5 трильйона доларів США.

5. Зростання популярності сімейного туризму. Україна набуває все більшої привабливості як напрямок для сімейних подорожей завдяки безпечному та комфортному середовищу для відпочинку, а також широкому спектру розваг для дітей. Сімейний туризм охоплює відвідування курортів, парків розваг, музеїв, зоопарків, участь у сімейних святах і різноманітних заходах. Розвиток цього сегменту стимулюватиме появу нових дитячих атракціонів, будівництво спеціалізованих сімейних готелів і апартаментів.

За інформацією Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2023 році кількість сімейних туристів у світі збільшилась на 12% порівняно з 2020 роком. Згідно з даними платформи TripAdvisor, кількість пошукових запитів, пов'язаних

із сімейними подорожами, зросла на 15%. Крім того, за інформацією Expedia Group, у 2023 році витрати на сімейний туризм збільшилися на 10% у порівнянні з 2020 роком.

Таким чином, туристичний ринок України зазнає значних змін через виклики воєнного часу, що впливає як на попит, так і на пропозицію туристичних послуг.

Зростає інтерес до альтернативних видів туризму – екотуризму, агротуризму, активного туризму, гастрономічного та сімейного відпочинку, що свідчить про диверсифікацію туристичних потреб та розширення можливостей для розвитку нових туристичних продуктів.

Внутрішній туризм набирає популярності через складнощі з міжнародними поїздками та авіасполученням, що активізує розвиток регіональної інфраструктури і стимулює популярність відпочинку в Україні.

Зміни в логістиці туристичних подорожей призвели до активного використання альтернативних маршрутів, зокрема через аеропорти сусідніх країн, автобусні тури та збільшення ролі залізничного транспорту, що суттєво полегшує подорожі та розширює доступність відпочинку.

Популярність культурно-історичного та меморіального туризму свідчить про зростаючий інтерес до вивчення історії, пам'яті та самосвідомості українського народу, що потребує делікатного підходу та відповідальної організації.

Незважаючи на військові виклики, українські залізничники та туроператори демонструють стійкість і адаптивність, забезпечуючи комфортні умови для туристів і підтримуючи економіку галузі.

Загалом, тенденції вказують на зростання туристичного ринку в нових умовах з акцентом на безпеку, інновації та адаптацію до змін, що створює перспективи для подальшого розвитку та посилення ролі України як привабливого туристичного напрямку.

2.4. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище

Туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами. Важливою функцією туризму є те, що він змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища. З метою запобігання негативного впливу туризму на довкілля органи місцевого самоврядування, органи контролю, адміністрації природоохоронних установ постійно контролюють дотримання вимог природоохоронного законодавства, щоб не допустити перевищення рекреаційного навантаження і деградації природного середовища. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище може бути як позитивним, так і негативним.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'ятників природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях і на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ. Такі види туристичного відпочинку, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають значної шкоди живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, своєю чергою, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Із зростанням впливу всіх цих факторів запобігти забруднень довкілля та привести цінні природні території до належного стану можна лише шляхом залучення природоохоронних інвестицій. Проте за даними державної статистики, 2020 р. в Україні інвестиції переважно спрямовувалися на охорону і

раціональне використання водних ресурсів – 35,5 %, атмосферного повітря і проблем змін клімату – 34,8 % та поводження з відходами – 15,5 %. Водночас, освоєні обсяги інвестицій на охорону і раціональне використання ресурсів рослинного і тваринного світу становили лише 0,3% усіх капітальних інвестицій природоохоронного призначення, що не відповідає сучасним вимогам формування сталого соціально-економічного розвитку країни.

Проблема впливу туризму на навколишнє середовище залишається дуже актуальною і потребує регулювання, підтримки та належного контролю з боку держави.

Закон „Про охорону навколишнього природного середовища” визначає правові, економічні та соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь.

У ст. 1 цього Закону зазначено, що завданням законодавства про охорону навколишнього природного середовища є регулювання відносин у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідація негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною.

Повноваження місцевої адміністрації в галузі використання та охорони земель, природних ресурсів і охорони довкілля визначені в Законі України „Про місцеві державні адміністрації”. Відповідно до цього Закону, місцева державна адміністрація зобов'язана:

- розробляти та забезпечувати виконання затверджених у встановленому законом порядку програм раціонального використання земель, лісів, підвищення родючості ґрунтів, що перебувають у державній власності;
- розробляти, подавати на затвердження відповідної ради та забезпечувати виконання регіональних екологічних програм; звітувати перед відповідною

радою про їх виконання; вносити до відповідних органів пропозиції щодо державних екологічних програм;

- вживати заходів до відшкодування шкоди, заподіяної порушенням законодавства про охорону довкілля підприємствами, установами, організаціями і громадянами;

- вносити пропозиції відповідним органам місцевого самоврядування щодо організації територій та об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення.

Протягом останніх десятиріч у різних країнах розроблено програми, орієнтовані на гармонізацію відносин між туризмом і природним середовищем. Серед них: зелений туризм, екотуризм, сталий туризм. На практиці ці альтернативні напрями туризму передбачають обмеження нового туристичного будівництва, пропагування екологічних видів транспорту, впровадження екологічних технологій для найбільш поширених форм туризму (відпочинковий, піший), а також підвищення екологічної свідомості туристів і місцевих жителів.

З метою обмеження шкідливого впливу традиційних видів туризму на довкілля експерти пропонують науково розроблені методики та обмежуючі заходи. Це створення “закритих” територій – національних парків, заповідників, заказників (їх кількість у світі на кінець 1980-х років становила понад 500 млн га); розробка методів регулювання туристичних потоків (введення квот на відвідання заповідних районів, вхід тільки для проінструктованих осіб, свідоме зменшення кількості під'їзних шляхів та утруднення доступу). Для боротьби з особливо гострою проблемою в туризмі – проблемою густоти туристичних потоків – експерти з планування у сфері туризму ввели поняття пропускну здатність та допустиме навантаження, серед яких виділяють: соціально допустиме навантаження (густота туристичних потоків, яка не зашкоджує нормальній життєдіяльності населення і самих туристів); фізично допустиме навантаження (достатня кількість місць у транспорті, засобах розміщення, пляжних площ тощо); допустиме навантаження на довкілля (наприклад,

здатність природного середовища природнім шляхом переробляти стічні води, здатність природних об'єктів до самовідновлення тощо). Так, на думку експертів організації “Кіпріотські друзі землі”, максимально допустиме співвідношення між кількістю місцевого населення і туристів у сезон не повинно переважати 6:1, що досить часто порушується в популярних курортних центрах світу. Пляжні території, на думку експертів різних організацій, повинні плануватися з розрахунку від 5 до 25 м² на людину тощо.

Усі техніки, які пропонуються для зменшення негативного впливу туризму на довкілля на регіональному й національному рівнях, можна поділити на дві групи:

- макротехніки, пов'язані з плануванням об'єктів у туристичній зоні та зв'язків між ними;
- мікротехніки, пов'язані з управлінням потоками людей у самій зоні.

Макротехніки, серед яких політика “розкидання” або політика “горщиків з медом”, – створення альтернативних туристичних об'єктів та їх популяризація для відвернення туристів від особливо перевантажених туристичних центрів; зонування – визначення способів використання земель, привабливих для туристичної діяльності; розвиток “м'якого” туризму, що дозволяє тільки ті заняття, які властиві для даного району; створення умов для відпочинку поблизу міських центрів; туристична освіта населення тощо – мають на меті оптимальний розподіл туристичних потоків між районами та формування в потенційних туристів правильного ставлення до природного довкілля.

Мікротехніки – обмеження входу на туристичні об'єкти; використання цінового механізму; обладнання туристичних маршрутів і контроль за точками доступу тощо – допомагають зменшити шкоду від туристів, які вже прибули до даного регіону.

Але проблеми взаємодії та взаємозалежності туризму й довкілля вже давно вийшли за рамки національних і регіональних інтересів і стали предметом обговорення на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Напрями оптимізації діяльності підприємств рекреаційно-туристичної сфери в Україні під час війни

Україна традиційно вважалася привабливим туристичним напрямом для іноземних відвідувачів. Проте повномасштабна російсько-українська війна внесла суттєві корективи у перспективи розвитку туристичної галузі. Незважаючи на воєнні виклики, стратегічні орієнтири, що узгоджуються з глобальними тенденціями розвитку туризму, зберігають свою актуальність у контексті повоєнного відновлення галузі.

Після початку збройної агресії туристичний сектор України зазнав значних втрат. Одним із найвідчутніших негативних наслідків стало погіршення іміджу держави на міжнародному рівні. Поширення дезінформації в іноземних медіа суттєво вплинуло на зниження кількості туристів з-за кордону. Це, у свою чергу, значно ускладнює функціонування туристичної індустрії та спричиняє зменшення доходів підприємств готельного господарства.

З початком повномасштабної збройної агресії готельний сектор України зазнав істотного скорочення. Значна частина об'єктів розміщення була змушена припинити діяльність через міркування безпеки, відсутність туристичного попиту або технічні труднощі. Війна також має безпосередній деструктивний вплив на інфраструктуру туристичних регіонів: численні готелі, заклади харчування та об'єкти туристичної привабливості зазнали руйнувань або перебувають у стані, непридатному для повноцінного функціонування.

Згідно з інформацією, оприлюдненою Державним агентством розвитку туризму, наразі в Україні здійснюють діяльність лише близько 20% готельних установ. Переважна більшість з них розташована в західному регіоні країни – в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській та Закарпатській областях.

Проте навіть у відносно безпечних територіях готельний бізнес стикається з експлуатаційними обмеженнями, зумовленими воєнними умовами, зокрема дією комендантської години та необхідністю реагування на сигнали повітряної тривоги. Найбільший попит спостерігається на готельні послуги в таких туристичних центрах, як Буковель, Львів та Київ.

У період воєнного конфлікту туристична галузь України опинилася перед низкою серйозних викликів, які істотно обмежують її функціонування та подальший розвиток. Серед ключових проблем можна виокремити такі:

1. Загроза безпеці. Активні бойові дії на території України зумовили зростання рівня нестабільності та небезпеки, що значною мірою впливає на туристичну активність. Іноземні та внутрішні туристи уникають відвідування регіонів, наближених до лінії фронту або кордонів із зонами бойових дій.

2. Негативний зовнішній імідж. Інформаційний простір за межами України значною мірою формує сприйняття країни через призму війни. Масове висвітлення збройного конфлікту у світових медіа погіршує імідж України як безпечного туристичного напрямку, що, у свою чергу, призводить до скасування або відтермінування вже запланованих подорожей.

3. Деструктивні зміни туристичних локацій. Внаслідок військових дій значна кількість об'єктів туристичної інфраструктури була зруйнована, окупована або втратила привабливість через зміну територіального контролю. Це безпосередньо знижує туристичний інтерес до таких місць та зменшує потенціал їх відновлення у короткостроковій перспективі.

Протягом останнього десятиліття Україна перебуває в умовах збройного конфлікту, який завдав значних втрат природоохоронному фонду держави. Станом на сьогодні у зоні бойових дій або тимчасової окупації опинилися: 3 біосферні заповідники, 14 природних заповідників, 19 національних природних парків, десятки регіональних ландшафтних парків, а також сотні об'єктів природно-заповідного фонду, серед яких пам'ятки природи, заказники, ботанічні сади та інші території екологічної цінності.

Військові дії спричиняють масштабні екологічні збитки: зафіксовано випадки мінування природних територій, зокрема дендропарків, зоопарків, ботанічних садів і лісових масивів. Має місце масова вирубка лісів, навмисне підпалювання природних екосистем, знищення рідкісних і зникаючих видів флори та фауни. За оцінками екологів, внаслідок обстрілів і пожеж пошкоджено або знищено близько 3 мільйонів гектарів лісових угідь.

Особливе занепокоєння викликає стан біорізноманіття: понад 600 видів тварин і близько 750 видів рослин і грибів, зокрема тих, що занесені до Червоної книги України, наразі перебувають під загрозою зникнення. Загалом близько 20% природно-заповідного фонду країни зазнали впливу воєнних дій, 812 об'єктів заповідного призначення опинилися у зоні ризику, а приблизно 1 млн гектарів охоронюваних територій зазнають безпосередніх екологічних втрат унаслідок війни.

4. Зниження якості готельних послуг. Збройний конфлікт негативно вплинув на економічну стабільність країни, що спричинило суттєве скорочення інвестицій у туристичну галузь, зокрема в готельний сектор. Така ситуація створює загрозу поступової деградації якості готельного обслуговування та зменшує конкурентоспроможність українських закладів розміщення.

Крім того, війна зумовила значний відтік трудових ресурсів: чимало фахівців, задіяних у сфері гостинності, були змушені залишити територію країни або змінити рід занять. Це призвело до дефіциту кваліфікованого персоналу, що, своєю чергою, негативно позначається на рівні сервісу в готелях, які продовжують свою діяльність.

5. Трансформація туристичних маршрутів та адаптація бізнес-стратегій. Збройна агресія спричинила істотні зміни у структурі туристичних маршрутів, особливо в прикордонних та прифронтових регіонах. Унаслідок активних бойових дій інтерес до певних територій значно знизився, і туристичний потік був переорієнтований на більш безпечні локації.

Багато об'єктів туристичної інфраструктури – пам'ятки архітектури, музеї, природні зони, автомобільні дороги та мости – зазнали часткового або повного руйнування. У деяких випадках відвідування звільнених територій ускладнене або неможливе через відсутність належного розмінування, що створює додаткові ризики для туристів.

Ці обставини змусили представників туристичного бізнесу, зокрема готельного сектору, здійснювати глибоку реорганізацію діяльності. Частина підприємств переорієнтувалася на міжнародний ринок, активізувала комунікацію з іноземними партнерами та інвесторами задля забезпечення відновлення галузі у повоєнний період. Такі кроки розглядаються як стратегічно важливі для підтримки функціонування і модернізації туристичної інфраструктури України.

Варто зауважити, що збройний конфлікт, попри численні виклики, стимулював активізацію внутрішнього туризму в Україні. Значна частина громадян, керуючись патріотичними мотивами та прагненням підтримати національну економіку, віддає перевагу подорожам всередині країни. У результаті внутрішній туристичний потік став ключовим фактором, що дозволяє багатьом готельним і туристичним об'єктам зберігати працездатність та забезпечувати зайнятість персоналу.

Попри чинну заборону на купання на пляжах Одеського узбережжя, частина населення продовжує відвідувати ці локації з рекреаційною метою. У відповідь на зміну поведінки споживачів зросла популярність альтернативних напрямків – курортів, розташованих на берегах річок та озер у різних регіонах України. Починаючи з 2022 року, відзначається зростання попиту на подібні види відпочинку, а також відкриття нових рекреаційних баз, орієнтованих на внутрішнього туриста.

Особливу популярність серед внутрішніх туристів набули природні локації Західної України, зокрема рекреаційні зони, розташовані біля Шацьких озер на Волині, термальні джерела в Закарпатті, а також озера Світязь і Синевир. Ці

об'єкти стали привабливими не лише завдяки можливості водного відпочинку, але й завдяки умовам для активного дозвілля, зокрема плавання на каяках, катамаранах та інших водних засобах.

Окремої уваги заслуговує Бакота – затоплене поселення з мальовничими пейзажами, спокійними водоймами та унікальною атмосферою. Упродовж останніх років ця локація демонструє зростання туристичного інтересу завдяки своїм природним і культурно-історичним особливостям, а також можливостям для екотуризму та фотографування [54].

Помітного розвитку в сучасних умовах набуває інклюзивний туризм, який розглядається як один із ефективних інструментів соціальної адаптації та психологічної реабілітації для осіб, постраждалих внаслідок війни, зокрема військовослужбовців та внутрішньо переміщених осіб. На сьогодні більшість таких реабілітаційно-туристичних центрів функціонують переважно в західних регіонах України, які залишаються відносно безпечними для організації подібної діяльності.

Здійснений аналіз дає підстави виокремити основні стратегічні напрями розвитку туристичної галузі, що сприятимуть оптимізації її функціонування як в умовах воєнного стану, так і в період післявоєнного відновлення (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Оптимізація туристичної діяльності в умовах військової агресії в Україні

Виклики та загрози розвитку вітчизняного туристичного бізнесу	Напрями оптимізації туристичної діяльності в умовах військової агресії
1	2
Небезпека подорожей та відпочинку	Розвиток туризму у віддалених від бойових дій областях України, наприклад, західні області, Поділля та південь Волині. У 2023 році українці обирають лікувальні курорти й готельний відпочинок – це 48,5% від проданих турів, каже директор із розвитку бізнесу туроператора Join UP! Сергій Кириченко. На другому місці – відпочинок у Карпатах та Прикарпатті – 40,5%.

Продовження табл. 3.1

1	2
Ускладнення можливостей для реалізації міжнародних подорожей для українців	Поширення бюджетних турів і оптимізація туристичної логістики. Нові популярні автобусні маршрути, відкриття нових залізничних маршрутів до столиць Європи, запуск інтерсіті.
Несприйняття за кордоном можливості туристичної діяльності в Україні	ДАРТ разом з іншими організаціями мають проводити маркетингові кампанії за кордоном, щоб представити Україну як безпечну та цікаву туристичну дестинацію. Україна повинна брати участь у міжнародних туристичних виставках і ярмарках з метою презентації туристичних продуктів і послуг потенційним туристам нашої держави. Також, там де безпечно і можливо необхідно вести роботу з покращення туристичної інфраструктури. І звичайно, необхідно розробляти нові туристичні продукти для залучення туристів, а саме, в місця, які постраждали від війни, але вже де окуповані, особливо Київська область.
Зміна ландшафту туристичних об'єктів та знищення туристичних ресурсів	Деякі регіони вже стають не придатними, тому необхідно переформатовуватися і розробляти нові маршрути які є безпечними, які проходять через збереженні об'єкти, а також переводити збережені об'єкти в віртуальну площину. Необхідно продумувати комплексність цих нових маршрутів, так як минулі знищені, через те, що постраждала територія і побиті туристичні ресурси, інфраструктура.
Погіршення якості готельних послуг	Організація навчань та тренінгів для персоналу готелів з питань обслуговування та безпеки задля покращення рівня сервісу, навіть у складних умовах.
Відсутність можливості для інклюзивного туризму	Розбудова і переведення деяких санаторіїв на реабілітацію військових.

Джерело: складено автором

На сучасному етапі критично важливо зосередити зусилля на підтримці туристичної індустрії та відновленні позитивного іміджу України як

привабливого туристичного напрямку для іноземних гостей, одночасно враховуючи потенційні ризики, пов'язані з відвідуванням країни.

Підписання угоди «Про єдиний авіаційний простір між Україною та Європейським Союзом» відкриває перспективу входження європейських авіаперевізників на внутрішній ринок авіаперевезень України. Для реалізації цього потенціалу необхідним є проведення модернізації та відновлення інфраструктури аеропортів, а також перегляд податкової політики, зокрема ставки податку на додану вартість, що застосовується до внутрішніх авіаперевезень.

Водночас вітчизняним авіаперевізникам доведеться здійснити комплекс заходів, спрямованих на підвищення якості сервісу та конкурентоспроможності, аби стримати вихід іноземних компаній на внутрішній ринок або створити їм значну конкуренцію. Це зумовлено тим, що європейські авіакомпанії мають стабільно високу популярність серед пасажирів на міжнародних маршрутах з України та до неї.

Продовження військового конфлікту безумовно ускладнює ситуацію для цивільної авіації України. За даними міжнародних рейтингів, Україна входить до числа семи держав із найвищим рівнем ризику щодо безпеки польотів. Водночас, запуск цивільних авіаперельотів в умовах воєнного стану може стати оптимальним кроком для підтримки авіаційної інфраструктури та економіки.

Доцільною представляється ініціатива відновлення польотів через два ключові аеропорти – Міжнародний аеропорт імені Данила Галицького у Львові та Міжнародний аеропорт Ужгорода. Їхнє географічне розташування поблизу кордону з ЄС дозволяє швидко інтегруватися у повітряний простір Європейського Союзу. Для безпечного відновлення авіасполучення можуть бути використані міжнародні домовленості щодо створення спеціалізованих безпечних повітряних коридорів та зон.

Запропоновано розробити перелік безпечних аеропортів та визначити відповідні повітряні маршрути, які забезпечать оперативне виходження літаків із

зони підвищеного ризику та їхнє безпечне передислокування. З урахуванням рівня загроз безпеці, можуть бути впроваджені додаткові заходи для розмежування повітряного простору на окремі зони з диференційованими вимогами.

Важливим чинником залишається регіональна структура повітряного простору України, що впливає на підготовку та кваліфікацію авіаційного персоналу. Використання цих факторів у комплексі дозволить забезпечити високий рівень безпеки польотів і поетапне відновлення роботи авіакомпаній. Темпи відновлення залежать від стану інфраструктури та безпекової ситуації в кожному конкретному аеропорту.

Першочергово відновлення авіарейсів планується на безпечних маршрутах, із поступовим збільшенням їхньої кількості. Після завершення бойових дій особлива увага буде приділена відновленню роботи столичних аеропортів, а також об'єктів, які не зазнали значних пошкоджень. Західний регіон України, зокрема аеропорти в Івано-Франківську, Львові, Рівному, Ужгороді та Хмельницькому, потребують першочергового відновлення для забезпечення ефективного авіасполучення.

Таким чином, воєнна агресія спричинила глибоку трансформацію туристичної галузі України, поставивши перед підприємствами рекреаційно-туристичної сфери безпрецедентні виклики. Попри масштабні втрати інфраструктури, скорочення туристичних потоків та ускладнення міжнародного іміджу країни, галузь демонструє ознаки адаптації та внутрішньої мобілізації. Ключовими напрямками оптимізації виступають переорієнтація на внутрішній туризм, розвиток безпечних регіонів, підтримка готельного бізнесу, інклюзивного та реабілітаційного туризму, а також поступове відновлення авіаційної логістики. Подальше відродження туристичної сфери залежатиме від ефективності реалізації державної політики, залучення інвестицій, підтримки з боку міжнародних партнерів та збереження стратегічної цілеспрямованості навіть в умовах воєнного стану.

3.2. Сценарії та шляхи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період

Після завершення воєнних дій необхідним кроком для відновлення туристичної сфери України стане проведення масштабного ребрендингу, спрямованого на формування образу сучасної, сильної та гостинної держави. Для реалізації цієї мети вкрай важливо забезпечити системну державну підтримку підприємств туристичної галузі та впровадити інноваційні підходи до її розвитку.

Як натхнення для української туристичної індустрії можна розглядати досвід таких країн, як Хорватія, Албанія та Боснія і Герцеговина, які змогли ефективно відновити туристичний потенціал після завершення збройних конфліктів. Зокрема, у Хорватії обсяг туристичної галузі подвоївся протягом 14 років після війни.

Відновлення туристичної інфраструктури вимагатиме комплексних заходів, що включають ремонт і модернізацію об'єктів інфраструктури, розмінування зон підвищеної небезпеки, а також проведення міжнародних рекламних кампаній, які мають на меті показати світові новий позитивний образ України.

Після війни українські громадяни матимуть підвищений інтерес до вивчення власної країни, а також очікується зростання кількості іноземних туристів, зацікавлених в історії воєнних подій та готових підтримати Україну. Значну популярність здобудуть освітні туристичні маршрути, що охоплюють відвідування музеїв, меморіалів і місць героїчного спротиву.

Майбутнє туристичної галузі України значною мірою залежить від тривалості та результату війни. Існує кілька потенційних сценаріїв розвитку індустрії (табл. 3.2):

1. Оптимістичний сценарій. У разі повного повернення українських територій та встановлення стабільності туристичний попит може стрімко зростати. Українці активно подорожуватимуть країною, особливу увагу

приділятимуть реабілітаційним поїздкам для ветеранів, дітей і осіб з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР). Міжнародні туристи можуть почати активно відвідувати Україну приблизно через рік після закінчення бойових дій, а значні інвестиції в готельний сектор очікуються не раніше ніж через 3–5 років.

Таблиця 3.2 – Напрямки розвитку туризму в Україні за різними сценаріями

Сценарій	Напрямки розвитку туризму
1. Оптимістичний	1. Реабілітаційний туризм для ветеранів, дітей, людей із ПТСР. 2. Культурно-пізнавальний туризм (вся територія України). 3. Іноземний туризм (через рік після перемоги). 4. Інвестиційний туризм (нові готелі, комплекси через 3–5 років). 5. Подієвий туризм (фестивалі, конференції, ярмарки). 6. Військово-історичний туризм ("Шляхами Перемоги", музеї війни).
2. Реалістичний	1. Внутрішній туризм вихідного дня (безпечні регіони) 2. Гірськолижний та активний туризм (Карпати, веломаршрути) 3. Історико-культурний туризм (старовинні міста, фортеці) 4. Сімейний та дитячий туризм 5. Медичний та оздоровчий туризм (Трускавець, Моршин, Хмільник) 6. Туризм для ветеранів та людей з інвалідністю
3. Песимістичний	1. Локальний туризм у Західній Україні 2. Пам'ятний (воєнно-меморіальний) туризм 3. Соціальний туризм (для ВПО, родин військових, дітей) 4. Добровольчий (волонтерський) туризм 5. Освітній туризм (патріотичне виховання, табори) Аграрний туризм (екоферми, дегустації, сільські господарства у безпечних регіонах)

Джерело: складено автором

2. Реалістичний сценарій. Якщо війна завершиться, але стабільність не буде встановлена одразу, розвиток туризму відбуватиметься поступово. Основним сегментом споживачів залишаться внутрішні туристи, які надаватимуть перевагу короткотривалим подорожам у безпечних регіонах. Зростатиме популярність тематичних напрямків, зокрема гірськолижних курортів, веломаршрутів і історичних турів. Пріоритетними залишатимуться програми для відпочинку та реабілітації ветеранів.

3. Песимістичний сценарій. У разі затяжних бойових дій або збереження окупації частини територій розвиток туризму обмежиться окремими регіонами, переважно західною частиною України. Тут збережеться невеликий попит серед певних груп населення, таких як жінки, діти та військові. Регіони з істотними руйнуваннями та замінованими територіями, зокрема Херсонська, Миколаївська та Запорізька області, залишатимуться малодоступними. Водночас посиляться розвиток пам'ятного туризму, що охоплює маршрути бойовими місцями.

У довгостроковій перспективі, за умови встановлення миру та стабільності, Україна має потенціал стати привабливим туристичним напрямком для іноземних відвідувачів.

Таким чином, сценарне планування враховує, в першу чергу, безпекову ситуацію в країні, оскільки усі три сценарії (оптимістичний, реалістичний, песимістичний) базуються на рівні безпеки та наслідках війни, що визначають масштаби та формати розвитку туризму.

Оптимістичний сценарій передбачає відновлення та розширення:

- туризм як інструмент реабілітації та національного об'єднання;
- ставка на міжнародну туристичну привабливість, розвиток інфраструктури та інвестиції;
- розвиток подієвого й військово-історичного туризму, що сприятиме формуванню нової туристичної ідентичності України.

Реалістичний сценарій орієнтований на внутрішній ринок:

- основу становить внутрішній туризм у безпечних регіонах;

- переважають сімейні, лікувальні, активні й культурні форми туризму, що відповідає потребам населення в умовах часткової стабілізації;
- залучення певних соціальних груп (ветерани, люди з інвалідністю) до туристичної активності.

Песимістичний сценарій зосереджується на локальних ініціативах і соціальній функції туризму:

- туризм виконує соціальну, меморіальну та освітню функцію, підтримуючи морально-психологічний стан населення;
- акцент на волонтерстві, патріотизмі та підтримці постраждалих категорій населення;
- розвиток аграрного та екологічного туризму в обмежених, безпечних територіях.

Спільні риси у всіх сценаріях:

- туризм розглядається як інструмент адаптації суспільства до умов війни або поствоєнного періоду;
- поступове включення нових форм туризму: реабілітаційного, військово-історичного, волонтерського;
- Західна Україна відіграє ключову роль у збереженні туристичної діяльності в усіх сценаріях.

3.3. Перспективи розвитку вітчизняних підприємств рекреаційно-туристичної сфери в повоєнний період за євроінтеграційних умов

Процес інтеграції України до Європейського Союзу відкриває нові перспективи для розвитку туристичної галузі, зокрема через розширення доступу до європейського ринку, залучення іноземних інвестицій та модернізацію інфраструктурних об'єктів. Разом із цим, даний процес висуває підвищені вимоги до суб'єктів рекреаційно-туристичної діяльності щодо

відповідності сучасним європейським стандартам, нормативно-правовим актам та правилам функціонування в умовах конкурентного середовища.

У контексті активних євроінтеграційних змін, що відбуваються в Україні, підприємства туристичної та рекреаційної сфери стикаються з необхідністю адаптації до нових регуляторних рамок. Це стосується широкого спектру установ – від туроператорів і турагентств до об'єктів гостинності, зокрема готелів, ресторанів, культурних закладів (музеїв, галерей тощо). Впровадження європейських стандартів якості, безпеки, екологічної відповідальності та обслуговування є ключовою умовою для ефективного входження українських туристичних послуг на європейський ринок.

У зв'язку з процесами європейської інтеграції особливої актуальності набуває усвідомлення суб'єктами туристичної та рекреаційної сфери необхідності адаптації до вимог і стандартів Європейського Союзу. Готовність до структурних змін та дотримання відповідних норм мають стати пріоритетами для підприємств галузі в умовах трансформації ринку туристичних послуг.

У цьому контексті доцільно виокремити ключові рекомендації, які сприятимуть ефективному розвитку рекреаційно-туристичної сфери в Україні та її інтеграції в європейський простір. Насамперед, це підвищення якості туристичних послуг, модернізація матеріально-технічної бази, удосконалення законодавчого забезпечення сфери туризму, зокрема у частині гарантування безпеки туристів, а також розвиток супутньої інфраструктури.

Важливою складовою конкурентоспроможності є високий рівень професійної підготовки кадрів. Туристичні підприємства мають забезпечувати системне підвищення кваліфікації персоналу, зокрема шляхом організації навчальних курсів, семінарів та тренінгів. Особливу увагу необхідно приділяти вивченню іноземних мов, насамперед англійської, для забезпечення ефективної комунікації з іноземними туристами. Регулярне оновлення професійних знань і розвиток міжкультурної компетентності персоналу сприятимуть підвищенню якості обслуговування та інтеграції у міжнародне туристичне середовище.

Для забезпечення високого рівня якості туристичних послуг необхідною умовою є наявність сучасної та добре розвиненої інфраструктури. Йдеться не лише про відповідний рівень готельних і ресторанних закладів, але й про ефективну транспортну систему, а також забезпечення туристів сучасними технічними засобами, що сприяють комфорту, безпеці та зручності під час подорожей.

Одним із пріоритетних завдань суб'єктів туристичної діяльності є гарантування належного рівня безпеки для відвідувачів. Це охоплює відповідність стандартам охорони здоров'я, протипожежної безпеки, санітарно-гігієнічним нормам, а також забезпечення оперативного реагування у надзвичайних ситуаціях відповідно до європейських норм і вимог.

Важливою складовою сталого розвитку туризму в умовах євроінтеграції є охорона природного середовища та культурної спадщини. З огляду на зростання екологічної свідомості туристів, які дедалі більше звертають увагу на вплив своєї діяльності на довкілля, підприємствам туристичного сектору слід формувати відповідальне ставлення до збереження екосистем, історико-культурних пам'яток і національної ідентичності. Впровадження принципів екологічної та культурної стійкості має стати одним із ключових напрямків розвитку українського туризму в європейському контексті.

Для забезпечення збереження природного середовища суб'єкти туристичної та рекреаційної сфери мають впроваджувати екологічно орієнтовані технології, енергоефективні системи та ресурсоощадні практики. До таких заходів належить використання відновлюваних джерел енергії, ефективне управління водними ресурсами, а також застосування екологічно безпечних матеріалів у процесі господарської діяльності.

У контексті охорони культурної спадщини підприємства, що надають туристичні послуги, повинні активно долучатися до збереження, реставрації та підтримки об'єктів історико-культурного значення. Важливим аспектом є забезпечення регулярного моніторингу стану культурних пам'яток, реалізація

заходів із консервації, а також поширення інформації серед туристів щодо цінності місцевих традицій, звичаїв і культурної самобутності. Туристичні оператори повинні формувати у споживачів повагу до культурного контексту регіону перебування та сприяти його збереженню.

Для ефективної інтеграції у європейський туристичний простір українські туристичні установи мають дотримуватись високих стандартів якості та безпеки, передбачених європейськими нормативами. Це також передбачає дотримання принципів екологічної та культурної відповідальності у веденні туристичної діяльності, що є ключовими чинниками формування позитивного міжнародного іміджу України як туристичної держави.

Успішна інтеграція української туристичної галузі до європейського простору потребує формування мережі міжнародних партнерств та впровадження у практику діяльності суб'єктів туристичних послуг міжнародних стандартів оцінювання якості та безпеки. Використання таких підходів сприятиме зміцненню конкурентоспроможності туристичних підприємств і підвищенню їх привабливості для іноземних відвідувачів.

Водночас одним із ключових чинників виходу на зовнішні ринки є стратегічна орієнтація підприємств на міжнародний туристичний сегмент. Це передбачає володіння сучасними маркетинговими інструментами, цифровими технологіями просування послуг, а також високим рівнем комунікаційної компетентності. Ефективне позиціонування на світовому ринку вимагає постійної адаптації до змін інформаційного середовища та активного використання електронних платформ для залучення туристів.

Окрему увагу слід приділити співпраці з місцевими громадами, яка дозволяє розширити туристичний потенціал регіонів, інтегрувати локальні особливості у туристичні продукти та сприяти розвитку сталого туризму. Взаємодія з громадою забезпечує автентичність пропонованих послуг, підвищує рівень соціальної відповідальності бізнесу та сприяє економічному зростанню на місцях.

Не менш важливим аспектом є залучення фінансових ресурсів для модернізації туристичної інфраструктури та реалізації інноваційних проєктів. У цьому контексті суб'єкти туристичної діяльності можуть скористатися підтримкою з боку державних цільових програм, міжнародних грантових фондів, а також локальних інвесторів, орієнтованих на розвиток туристичного середовища в Україні.

Для успішного залучення зовнішнього фінансування підприємствам туристичної сфери необхідно розробляти обґрунтовані бізнес-плани, що відповідають вимогам і стандартам Європейського Союзу. Водночас важливо забезпечити прозорі та ефективні механізми використання фінансових ресурсів, що включають контроль за їх цільовим використанням і звітність перед донорами та інвесторами.

Пропозиції щодо залучення зовнішнього фінансування для рекреаційно-туристичної сфери в Україні відображено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Пропозиції щодо залучення зовнішнього фінансування для рекреаційно-туристичної сфери в Україні

Напрямок фінансування	Опис заходів	Джерела фінансування
1	2	3
Участь у міжнародних грантових програмах	Подача проєктів на підтримку розвитку туризму, інфраструктури, сталого розвитку	ЄС (Horizon Europe, Erasmus+), Світовий банк, USAID
Залучення прямих іноземних інвестицій (FDI)	Створення сприятливого інвестиційного клімату, пільги для інвесторів	Приватні інвестори, міжнародні корпорації
Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями	Кредитування та лізинг через Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), Міжнародний валютний фонд (МВФ)	ЄБРР, МВФ, ЄІБ

Продовження табл. 3.3

Партнерство з міжнародними туристичними брендами	Спільні проекти та франшизи, що підвищують інвестиційну привабливість	Міжнародні туристичні компанії
Участь у програмах технічної допомоги та навчання	Отримання коштів та експертної підтримки для підвищення кваліфікації персоналу	ПРООН, GIZ, USAID
Використання краудфандингових платформ	Залучення коштів від широкої аудиторії для окремих туристичних проєктів	Kickstarter, Indiegogo, українські платформи
Випуск туристичних облігацій або зелених облігацій	Залучення капіталу на проєкти екологічного туризму та відновлення інфраструктури	Фондовий ринок, міжнародні банки
Створення спеціалізованих інвестиційних фондів	Фонди для інвестування у малий і середній туризм з державною підтримкою	Приватні фонди, державні програми
Використання програм підтримки туризму від ЄС	Подача проєктів на фінансування за напрямками сталого туризму, інновацій, інклюзивності	Програми ЄС, напр. COSME, INTERREG
Розробка спільних міжнародних проєктів	Спільні проєкти з сусідніми країнами для розвитку транснаціональних туристичних маршрутів	ЄС, Міжнародні фонди, двосторонні угоди

Джерело: складено автором

Фінансові ресурси можуть бути спрямовані на модернізацію туристичної інфраструктури, підвищення професійного рівня працівників, розширення каналів маркетингової комунікації на міжнародному ринку, а також на створення нових туристичних продуктів і маршрутів. Це сприятиме зміцненню конкурентоспроможності українських туристичних підприємств та їхній інтеграції у глобальне туристичне середовище.

Одним із ключових джерел фінансової підтримки є гранти та субсидії, спрямовані на розвиток матеріально-технічної бази, підвищення стандартів якості й безпеки туристичних послуг, міжнародне просування туристичних брендів, а також залучення іноземних туристів. Крім того, державна політика у

сфері підтримки туризму може передбачати податкові пільги, дотації або інші форми сприяння для підприємств галузі, що дозволяє стимулювати інвестиції та прискорити відновлення сфери у повоєнний період.

Кредитування є ще одним ключовим інструментом фінансової підтримки, що сприяє розвитку туристичної галузі. Банківські установи можуть надавати кредити на створення та модернізацію туристичної інфраструктури, що дозволяє підприємствам галузі збільшувати свій потенціал, розширювати спектр послуг і залучати нові цільові аудиторії. Додатково до цього, прямі інвестиції з боку приватних або інституційних інвесторів можуть стати важливим джерелом фінансування, забезпечуючи стабільне зростання прибутковості туристичного бізнесу та його конкурентоспроможність.

У підсумку, фінансова підтримка відіграє визначальну роль у процесах євроінтеграції підприємств рекреаційно-туристичного сектору. Вона відкриває можливості для розбудови туристичної інфраструктури, покращення якості надаваних послуг, упровадження інноваційних рішень та наближення галузі до європейських стандартів.

Отже, для успішної інтеграції у європейський ринок туристичних послуг суб'єкти цієї сфери мають відповідати ряду вимог. Насамперед, йдеться про наявність висококваліфікованого персоналу, сучасної інфраструктури, здатної забезпечити комфорт і безпеку туристів, а також відповідність екологічним та культурним критеріям.

Крім того, особливу увагу необхідно приділяти сталому розвитку, зокрема – збереженню природних ресурсів і культурної спадщини. Використання екологічно безпечних технологій, енергоефективних рішень, а також участь у збереженні історичних об'єктів та їхній реставрації – усе це має стати інтегрованою частиною стратегії розвитку кожного туристичного підприємства, яке прагне до відповідності європейським цінностям і практикам.

Успішна євроінтеграція підприємств туристичної галузі передбачає їхню стратегічну орієнтацію на міжнародний ринок, що вимагає глибокого знання та

впровадження європейських стандартів якості й безпеки туристичних послуг. Важливим аспектом цього процесу є розбудова ефективної системи міжнародного партнерства, яка базується на застосуванні уніфікованих підходів до оцінювання рівня обслуговування та управління ризиками.

З метою забезпечення фінансової стійкості та стимулювання розвитку туристичного сектору, суб'єкти туристичних послуг мають активно долучатися до участі в міжнародних і національних програмах підтримки, зокрема тих, що фінансуються європейськими структурами та міжнародними донорами. Це дозволить не лише залучити додаткові ресурси, а й розширити спектр надаваних послуг, відповідно до запитів глобального ринку.

Дотримання євроінтеграційних рекомендацій сприятиме системному покращенню якості туристичних і рекреаційних послуг, підвищенню їхньої популярності серед міжнародної аудиторії, а також зростанню конкурентних переваг на глобальному ринку. Як наслідок, це може забезпечити приріст іноземного туристичного потоку до України та збільшити загальні доходи від туристичної діяльності.

3.4. Повоєнний розвиток українських підприємств рекреаційно-туристичної сфери на основі впровадження інформаційних технологій

Процеси інформатизації активно охоплюють усі сфери суспільного життя, зокрема й рекреаційно-туристичний сектор. Сучасний етап розвитку глобального туризму значною мірою зумовлений впровадженням інноваційних технологій, серед яких – комп'ютерне моделювання, засоби віртуальної реальності, мобільні додатки, інтернет-платформи та активне зростання ІТ-індустрії. Науково-технічний прогрес істотно трансформував механізми функціонування туристичного бізнесу, підвищивши рівень цифрової інтеграції в усі етапи туристичного обслуговування.

Водночас пандемія COVID-19 стала одним із найгостріших викликів для світової туристичної галузі, спричинивши кризу, яка за масштабами та наслідками не має аналогів у новітній історії. На відміну від попередніх економічних спадів, які здебільшого мали обмежений вплив, пандемічна ситуація призвела до повної зупинки туристичної діяльності – глобального локдауну [2]. Попри негативний вплив пандемії на туристичну індустрію, вона також сприяла формуванню нових можливостей для галузі. Зокрема, було зафіксовано значне накопичення потенціалу відкладеного попиту, що створило сприятливі умови для активізації внутрішнього та територіального туризму. У сучасних умовах країни, регіони та окремі туристичні локації, які прагнуть збільшити туристичний потік, змушені адаптувати свою діяльність до змінених споживчих запитів. Одним із ключових інструментів такої адаптації виступають інформаційні технології, що дозволяють ефективніше аналізувати ринок, комунікувати з клієнтами та вдосконалювати туристичні продукти відповідно до нових очікувань споживачів.

Рекреаційно-туристична галузь України наразі переживає складний етап змін, викликаних військовою агресією росії. Втім, після завершення конфлікту туризм може стати одним із ключових драйверів економічного відновлення країни. Однією з важливих умов успішної діяльності підприємств у цій сфері є доступ до достовірної та актуальної інформації. Підприємства, які зможуть ефективно використовувати інформаційні ресурси у післявоєнний період, отримають конкурентні переваги і сприятимуть більш швидкому розвитку галузі. Впровадження сучасних інформаційних технологій стимулюватиме формування якісного інформаційного середовища, що стане важливим фактором модернізації туризму [33]. Рівень розвитку інформаційних технологій після війни значно вплине на всі сфери управління туристичним бізнесом. Завдяки інтернет-технологіям з'являється можливість контролювати туристичні об'єкти в режимі реального часу, незалежно від їхнього розташування у світі. Це відкриває шлях

для створення нових форм організацій – таких як просторово розподілені мережеві структури та віртуальні компанії.

Світова туристична галузь проходить через глибокі зміни, які зумовлені технологічним прогресом. Протягом останніх десяти років значно трансформувалися способи пошуку, вибору та бронювання туристичних послуг [25]. Інформаційні технології стали ключовим напрямком у розвитку культури та туризму майбутнього. Вони забезпечують миттєву інтеграцію туристів у навколишнє туристичне середовище, дають змогу самостійно планувати поїздки, спілкуватися з місцевими жителями за допомогою пристроїв із синхронним перекладом, а також отримувати індивідуальні рекомендації щодо музеїв, зон відпочинку та розваг з урахуванням особистих уподобань [29]. Операторам українського туристичного ринку слід освоїти перелічені додаткові переваги використання інформаційних технологій у процесі створення туристичних продуктів, щоб успішно розробляти стратегії розвитку бізнесу у післявоєнний період.

При розвитку вітчизняної туристичної індустрії у післявоєнний період слід враховувати ключові напрямки світового формування інформаційного суспільства, серед яких: забезпечення вільного доступу до різноманітної туристичної інформації; підвищення людського потенціалу інформаційного суспільства; створення електронних програм та інфраструктури для туризму; підтримка мовного різноманіття та культурної унікальності; розвиток спеціалізованих електронних медіаресурсів [28]. Інформаційний туризм в сучасних умовах розглядається як концепція, що передбачає постійне і системне використання інформаційних технологій для створення додаткової цінності у туристичному досвіді клієнтів. Впровадження ІТ у післявоєнному відновленні туристичної галузі має не лише спростити й прискорити окремі процеси та процедури, але й підвищити конкурентоспроможність сектору, забезпечити його сталий розвиток та інтеграцію в повоєнне суспільство й економіку. До ключових інформаційних технологій у туризмі належать: великі дані (Big Data), інтернет

речей (IoT), штучний інтелект (AI), технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), блокчейн, а також мобільні застосунки.

Інформаційні технології у післявоєнному плануванні та розвитку рекреаційно-туристичної сфери покликані допомогти у вирішенні низки важливих завдань:

- об'єктивна оцінка стану галузі та виявлення ключових проблем розвитку;
- визначення пріоритетних напрямків, що відповідають інтересам інвесторів, бізнесу та громадян;
- підвищення позитивного іміджу та збільшення привабливості туристичних регіонів;
- стимулювання соціально-економічного розвитку конкретних регіонів через розбудову туристичної інфраструктури;
- надання туристам доступу до докладної та актуальної інформації про широкий спектр тем, маршрутів, пам'яток і місць відпочинку;
- створення умов для мікро- та малих туристичних підприємств ефективно і з мінімальними витратами просувати свої послуги та продукти;
- забезпечення вітчизняних організацій економічними каналами поширення туристичної інформації через цифрові платформи;
- впровадження альтернативних маркетингових інструментів та інформаційних каналів;
- формування відкритої цифрової системи для продажу туристичних послуг.

Окремі пропозиції щодо впровадження інформаційних технологій у розвиток підприємств рекреаційно-туристичної сфери України в повоєнний період відображені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Пропозиції щодо впровадження інформаційних технологій у розвиток підприємств рекреаційно-туристичної сфери України в повоєнний період

Назва ініціативи	Опис і функціонал	Технології / Інструменти
Національний туристичний маркетплейс	Єдина онлайн-платформа для бронювання турів, житла, трансферу, гідів та оплати	CRM, CMS, e-commerce, API, чат-боти
Цифрова карта туриста	Мобільний додаток з маршрутом, подіями, закладами, знижками	GPS, мобільні додатки, QR-коди
Мультимовні сервіси підтримки туристів	Голосові боти та онлайн-підтримка з перекладом	NLP, штучний інтелект, автоматичний переклад
Віртуальні тури та екскурсії	Онлайн-доступ до пам'яток, музеїв, міст з ефектом присутності	VR/AR, 3D-візуалізація, відео 360°
Аналітика Big Data для туризму	Персоналізація маршрутів, аналіз попиту, вподобань	Big Data, машинне навчання, аналітичні платформи
Смарт-навігація з QR-кодами	Інформаційні таблички з кодами біля туристичних об'єктів	QR-коди, мобільні додатки, GPS
Платформа для самозайнятих у туризмі	Онлайн-просування послуг гідів, інструкторів, майстрів	Вебпортал, кабінети користувачів, e-payments
Онлайн-система оцінки якості послуг	Прозора система рейтингів і відгуків про туристичні об'єкти	Рейтингові алгоритми, відкриті API, інтеграція з соцмережами
Держава + Digital для малого бізнесу	Підтримка цифровізації МСП: навчання, мікрогранти, консультації	E-learning, фінтех, хмарні сервіси
База відкритих туристичних даних	Інтерактивна карта туристичної інфраструктури з відкритим доступом	Геосервіси, бази даних, open API

Джерело: складено автором

До ключових інформаційних рішень варто віднести такі напрями:

- створення єдиного туристичного маркетплейсу для централізованого просування комплексного туристично-рекреаційного продукту України;
- впровадження та розвиток мультимовних сервісів підтримки туристів, включаючи інформаційні платформи, навігаційні сервіси та системи самообслуговування, що підвищують доступність і якість послуг, а також ефективність використання туристичних інформаційних ресурсів;
- розробка і впровадження інформаційної туристичної карти гостя та відповідного мобільного застосунку для різних регіонів України, які б дозволяли планувати пересування, ознайомлюватись із культурними подіями та користуватися спеціальними пропозиціями;
- забезпечення прозорості системи оцінки якості туристичних послуг з формуванням рейтингів для об'єктів та територій;
- надання можливості віртуального ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, музеями та туристичними маршрутами за допомогою технологій візуалізації і віртуальних екскурсій;
- створення і розвиток доповненої реальності для навігації містами та туристичними об'єктами, що підвищує привабливість і покращує використання національних туристичних ресурсів;
- розвиток системи відкритих даних для підвищення прозорості діяльності організацій туристичної сфери та сприяння появі нових видів послуг;
- впровадження штучного інтелекту і аналітики великих даних для збору інформації, аналізу і формування персоналізованих туристичних пропозицій з урахуванням побажань клієнтів, погодних умов і дорожньої ситуації;
- розвиток онлайн-сервісів для побудови туристичних маршрутів з можливістю купівлі квитків і бронювання житла;
- створення електронних платформ для залучення самозайнятих фахівців у туристичну діяльність, таких як гіді, інструктори та екскурсоводи;

- розробка мультимедійних програм для туристичних об'єктів, аудіо- та відеогідів із можливістю інтеграції з GPS-навігацією та використанням QR-кодів.

Основні напрямки впровадження інформаційних технологій у туристичну сферу мають охоплювати: онлайн-сервіси з персоналізованими рекомендаціями на базі аналізу великих даних; пристрої для синхронного перекладу мов; платформи для спільного користування послугами; інтелектуальні навігаційні системи з підтримкою різних мов; безкоштовний доступ до інтернету у громадських зонах; а також використання мультимедійних технологій і мобільних гід-додатків.

Окремо варто виділити інтернет-технології – це мережеві рішення, які забезпечують створення та функціонування різноманітних інформаційних ресурсів і додатків, що полегшують взаємодію між учасниками туристичного бізнесу [45]. Наразі туристичні компанії широко застосовують інтернет-технології для двох ключових напрямків: просування своїх послуг і безпосереднього продажу. Серед найбільш популярних інструментів — системи онлайн-бронювання, електронна покупка туристичних продуктів, аналіз вподобань клієнтів та власні вебсайти [46].

Маючи вже широкий арсенал інтернет-технологій для післявоєнного використання, туристичний бізнес потребує подальшого вдосконалення та впровадження нових інновацій, які допоможуть максимально спростити процес створення і просування туристичних продуктів. Особливо перспективними є такі напрямки інновацій в інтернет-технологіях для туристичних компаній:

- просування та інформування клієнтів, формування позитивного іміджу;
- інтеграція всіх учасників ланцюга створення туристичного продукту – туроператорів, страхових компаній, перевізників, готелів та інших партнерів;
- вдосконалення організації бізнесу, зокрема шляхом використання баз даних і аналітики, що ґрунтуються на веб-платформах.

Незважаючи на очікуване швидке післявоєнне відновлення туристичної індустрії та зростання ринку онлайн-продажів туристичних послуг, великим туроператорам в Україні не варто побоюватися того, що більшість туристів перейдуть на самостійне онлайн-бронювання. Адже ключовим фактором при виборі туру залишається ціна. На другому місці стоїть співвідношення ціни та якості. Туристи з досвідом подорожей останніх років цінуватимуть саме якість. Туроператори, які мають власні чартерні маршрути, власні готелі та гарантовані блоки місць у провідних готелях, зможуть запропонувати унікально вигідні ціни, що дозволить їм зберегти конкурентоспроможність на ринку.

Важливим фактором для туристів також стане можливість оперативного зв'язку з туроператором і отримання необхідної підтримки у випадку виникнення будь-яких проблем. Водночас у туристичній індустрії наразі відсутня єдина політика, стратегія, тактика та стандарти щодо побудови інформаційного забезпечення. Однак світова інформатизація туризму дедалі більше сприяє інтеграції галузі, об'єднуючи як персонал, так і клієнтів.

Отже, останніми роками розвиток інформаційних технологій суттєво вплинув на формування рекреаційно-туристичної сфери у світі. Це зумовлює необхідність для українських учасників туристичного ринку враховувати нові повоєнні тенденції, які трансформують бізнес, змінюючи підходи до комунікації, партнерства та обміну інформацією. ІТ кардинально змінили спосіб життя, відпочинку, мобільність і туризм у цілому, а також їх різноманітні прояви.

Для повоєнного відновлення туризму в Україні необхідно розробляти та впроваджувати комплексні туристичні продукти, адаптовані до трансформаційного інформаційного середовища, що розкриватиме потенціал вітчизняних DESTINACIЙ і територій. У цей період також буде потрібен перегляд державної політики, спрямованої на прискорене впровадження інноваційних цифрових технологій у компаніях малого, середнього та мікробізнесу рекреаційно-туристичної сфери.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі

Безпека життя і здоров'я туристів є важливим елементом організації туризму. Небезпеки фізичного і соціального характеру повинні прийматися до уваги підприємствами та організаціями туристичної галузі, яким варто мінімізувати й запобігати різноманітним ризикам загроз безпеці туристської діяльності. Забезпечення безпеки передбачає цілий комплекс заходів у рамках національного та міжнародного законодавства, що гарантують безпеку переміщення туристів по території держави, їхнього перебування, збереження здоров'я, життя і майна.

У Гаазькій декларації по туризму відзначається, що для того, щоб нормально функціонувати і розвиватися, туризм має потребу в безпеці для мандрівників і подорожуючих, як національних, так і міжнародних, і для їхньої особистої власності.

Безпека подорожей задекларована в Хартії туризму. Міжнародний досвід з розробки заходів безпеки туризму досліджується й узагальнюється Світовою організацією торгівлі.

Безпека туристів і захист у сфері туризму зв'язані з великою кількістю правил і постанов, що повинні виконуватися не тільки туристською адміністрацією, але і цілим рядом інших адміністративних органів, що працюють у різних економічних і соціальних секторах (фінанси, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, розвиток територій, енергетика, зайнятість і т.п.), і насамперед у приватному.

В Україні діє Закон України “Про туризм”, що передбачає систему гарантування безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг, враховуючи розгляд усіляких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста та його майну [21].

Згідно із Законом [21] з метою забезпечення безпеки туристів підприємства та організації туристичної галузі зобов'язані:

- інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог і запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);
- створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;
- гарантувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);
- забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;
- забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;
- забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;
- оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

В Україні також діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) “Туристично-екскурсійне обслуговування”, який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Особи, які організовують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства. Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабміном в Україні. Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів до законодавства та міжнародних договорів України.

Таким чином, на створення привабливих та одночасно сприятливих і безпечних умов перебування туристів і рекреантів в місцях тривалого відпочинку та тимчасового перебування впливають як технічні засоби інфраструктурного забезпечення, так і людський чинник з усіма факторами сприяння або загрози безпеці, створення умов гостинності та якості послуг.

Ефективним напрямком підвищення безпеки в туризмі є розробка та реалізація превентивних заходів, що дозволяє знизити частоту негативних подій і важкість наслідків та скоротити загальні витрати на гарантування безпеки. Прихильники такого підходу вважають, що підприємство, яке мінімізує витрати, має прагнути до того, щоб маржинальні витрати превентивних заходів були рівні маржинальним витратам ліквідації наслідків негативних подій, що відбулися (аварій, катастроф, нещасних випадків, збоїв у процесі виробництва і реалізації туристичного продукту тощо). Отже, на розробку та реалізацію превентивних заходів варто спрямовувати ресурси доти, поки сумарні/загальні витрати на гарантування безпеки не виявляться мінімальними.

Превентивні заходи підприємств та організацій туристичної галузі мають підвищити рівень безпеки в туризмі, зокрема щодо безпеки інфраструктурного забезпечення. Практика показує, що співвідношення витрат, здійснених до моменту настання негативної події і різних втрат, наприклад готелю, зокрема витрат на ліквідацію наслідків небезпеки та відновлення майна і ресурсів, дорівнює 1/15. Необхідність проведення превентивних заходів не викликає сумнівів, але на цей час не розроблена методика оцінювання, якого розміру

мають бути ці заходи з матеріальної, трудової, фінансової точки зору. Крім цього, витрати на дослідження негативної події можна зарахувати як до превентивних, так і до ліквідаційних. Як бачимо, існує ряд складних і донині не вирішених питань щодо врахування усіх можливих факторів впливу на безпеку туристичних підприємств і організацій.

Ефективне вирішення проблеми безпеки у сфері туризму вимагає системного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкта, виявленні найуразливіших зон і особливо небезпечних загроз, складання всіх можливих сценаріїв кримінальних дій та виробленні адекватних заходів протидії.

Працівники служби безпеки підприємств та організацій туристичної галузі мають постійно вивчати досвід експлуатації своїх інфраструктурних об'єктів і роботи служб безпеки, дані статистики правопорушень, мати консультаційну взаємодію з фахівцями державних служб охорони порядку, пожежної безпеки, силових відомств.

Перехід до нової, сучасної концепції туристичної безпеки, яка передбачає застосування складної спеціальної техніки, вимагає перегляду тактичних аспектів в роботі підприємств та організацій туристичної галузі. Для цього необхідно реалізувати такі організаційні заходи: розробити детальні інструкції дій у всіх можливих позаштатних ситуаціях і надати детальні коментарі щодо їх виконання для кожного працівника; скласти короткі, багатоінформативні та зрозумілі інструкції стосовно користування засобами безпеки для туристів, у які мають бути внесені короткі правила поведінки у разі екстремальної ситуації; регулярно проводити заняття з підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки; проводити навчання персоналу з правил користування апаратурою безпеки; організувати для персоналу періодичну (не менш одного разу на рік) перевірку знань у сфері безпеки; організувати нечисленну, але професійну інженерну службу (у межах штату служби безпеки), серед обов'язків якої було б проведення технічного обслуговування туристичних підприємств.

4.2. Пожежна безпека

Вогонь, що вийшов із-під контролю, здатний викликати значні руйнівні та смертоносні наслідки. До таких проявів вогняної стихії належать пожежі.

Пожежа – неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується у часі і просторі.

Залежно від розмірів матеріальних збитків пожежі поділяються на особливо великі (коли збитки становлять від 10000 і більше розмірів мінімальної заробітної плати) і великі (збитки сягають від 1000 до 10 000 розмірів мінімальної заробітної плати) та інші. Проте наслідки пожеж не обмежуються суто матеріальними втратами, пов'язаними зі знищенням або пошкодженням основних виробничих та невиробничих фондів, товарно-матеріальних цінностей, особистого майна населення, витратами на ліквідацію пожежі та її наслідків, на компенсацію постраждалим і т. ін. Найвідчутнішими, безперечно, є соціальні наслідки, які, передусім, пов'язуються з загибеллю і травмуванням людей, а також порушенням їх фізичного та психологічного стану, зростанням захворюваності населення, підвищенням соціальної напруги у суспільстві внаслідок втрати житлового фонду, позбавленням робочих місць тощо.

Не слід забувати й про екологічні наслідки пожеж, до яких, у першу чергу, можна віднести забруднення навколишнього середовища продуктами горіння, засобами пожежогасіння та пошкодженими матеріалами, руйнування озонового шару, втрати атмосферою кисню, теплове забруднення, посилення парникового ефекту тощо.

Цілком закономірно, що повинна існувати безпосередня зацікавленість підприємств та організацій туристичної галузі у зниженні вірогідності виникнення пожеж і зменшенні шкоди від них. Досягнення цієї мети є досить актуальним і складним соціально-економічним завданням, вирішенню якого повинні сприяти системи пожежної безпеки.

Пожежна безпека об'єкта – це стан об'єкта, за якого з регламентованою імовірністю виключається можливість виникнення і розвитку пожежі та впливу

на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Системи пожежної безпеки – це комплекс організаційних заходів і технічних засобів, спрямованих на запобігання пожежі та збитків від неї.

Відповідно до ГОСТ 12.1.004-91 пожежна безпека об'єкта повинна забезпечуватися системою запобігання пожежі, системою протипожежного захисту і системою організаційно-технічних заходів

Системи пожежної безпеки мають запобігти виникненню пожежі і впливу на людей небезпечних факторів пожежі на необхідному рівні. Потрібний рівень пожежної безпеки людей за допомогою зазначених систем, згідно з ГОСТ 12.1.004-91, не повинен бути меншим за 0,999999 відвернення впливу на кожну людину, а допустимий рівень пожежної небезпеки для людей не може перевищувати 10" впливу небезпечних факторів пожежі, що перевищують гранично допустимі значення на рік у розрахунку на кожну людину.

Об'єкти, пожежі на яких можуть призвести до загибелі або масового ураження людей небезпечними факторами пожежі та їх вторинними проявами, а також до значного пошкодження матеріальних цінностей, повинні мати системи пожежної безпеки, що забезпечують мінімально можливу імовірність виникнення пожежі.

Основними вихідними даними при розробці комплексу технічних і організаційних рішень щодо забезпечення потрібного рівня пожежної безпеки в кожному конкретному випадку є чинна законодавча і нормативно-технічна база з питань пожежної безпеки, вибухопожежонебезпечні властивості матеріалів і речовин, що застосовуються у виробничому циклі, кількість вибухопожежонебезпечних матеріалів і речовин і особливості виробництва.

На основі цих вихідних даних визначаються такі критерії вибухопожежонебезпеки об'єкта, як категорії приміщень і будівель за вибуховою і пожежною небезпекою, а також класи вибухонебезпечних і пожежонебезпечних зон.

4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

Охорона праці відіграє важливу роль як суспільний чинник, оскільки, якими б вагомим не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я, а тим більше життя.

Менеджер з туризму зобов'язаний дотримуватись вимог законодавчих та загальних нормативно-правових актів України з питань охорони праці, пожежної і радіаційної безпеки та безпеки життєдіяльності, а також інструктивно-методичних документів з питань безпеки життєдіяльності.

Також менеджер з туризму повинен бути ознайомлений з такими Державними міжгалузевими та галузевими нормативними актами про охорону праці як “Типове положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці”; “Типове положення про інструктажі, спеціальне навчання та перевірку знань з питань пожежної безпеки на підприємствах, в установах та організаціях України”; “Положення про організацію наукової, науково – технічної діяльності у вищих навчальних закладах III та IV рівнів акредитації”.

Охорона праці менеджера з туризму заснована на чинному законодавстві: Закон України “Про охорону праці”, Закон України “Про освіту”, Закон України “Про обов'язкове державне соціальне страхування”; Закон України “Про пожежну безпеку”, “Кодекс законів про працю” та нормативно-правових актів з питань охорони праці, пожежної безпеки, техніки безпеки та безпеки життєдіяльності.

Інструкція з охорони праці встановлює вимоги щодо охорони праці та безпеки життєдіяльності менеджера з туризму. До роботи менеджера з туризму на туристичному підприємстві допускаються особи, які мають спеціальну освіту, підтверджену документом установленної форми (дипломом), можливо навіть стаж роботи і які пройшли:

- попередній профілактичний медичний огляд. Під час влаштування на роботу менеджер з туризму проходить попередній медичний огляд, у подальшій роботі медогляди проходить періодично один раз на рік;

- інструктаж з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності на робочому місці.

Тобто, при прийомі на роботу менеджер з туризму проходить інструктаж з охорони праці на техніки безпеки на робочому місці, який завершується підписом в журналі реєстрації інструктажів з охорони праці на робочому місці туристичного підприємства. Первинний інструктаж із новим працівником є обов'язковим. Мета інструктажу – навчити його правильно і безпечно виконувати свої трудові обов'язки. Він включає такі пункти: обережне користування електроприладами (чайник, кондиціонер, комп'ютер, принтер, телефон) та оргтехнікою на підприємстві.

Менеджери з туризму більшу частину своєї роботи проводять в офісі і мають власне робоче місце. Для ефективної роботи працівника робоче місце має бути правильно організоване.

Меблі слід добирати згідно з функціональними, ергономічними, психофізіологічними і естетичними вимогами. Розміщення меблів і засобів оргтехніки має забезпечувати зручне використання їх.

Організація робочого місця менеджера передбачає:

- упорядкування і планування приміщення, в якому воно знаходиться;
- вибір і обладнання робочого місця засобами і предметами праці;
- розміщення предметів праці на робочому місці у певному порядку.

Існує декілька правил, що стосуються робочого місця. Зокрема, в туристичному офісі заборонене використання будь-яких предметів і рослин (отруйних, колючих), які можуть негативно позначитися на здоров'ї.

Оформлення туристичного кабінету повинно відповідати рекомендованим санітарно-гігієнічним, технічним нормам (освітленості, температури, вологості, швидкості руху повітря) та естетичним вимогам.

Туристичний кабінет розташовується в приміщеннях з достатнім природним та штучним освітленням, звуковою ізоляцією, необхідною кількістю розеток. Кімната повинна забезпечувати психотерапевтичний ефект. Підвищенню комфортності сприяють кімнатні рослини, акваріуми, зображення природи, гарних картинок екзотичних країн, виставлені сувеніри тощо.

Для кращого розсіювання та відбиття світла рекомендується стелю фарбувати у білий колір. Якщо вікна у приміщенні виходять на сонячний бік, то стіни краще оформляти у прохолодні тони: блакитний, зеленуватий, салатний. Для приміщень з вікнами, орієнтованими на північ, північний захід, північний схід більше підходять кольори теплої гами: жовтуватий, світло-рожевий, пісковий. Підлога, незалежно від матеріалу, з якого вона зроблена, повинна мати темніший колір, ніж стіни.

Але сучасний дизайн іноді диктує нам зовсім інші вимоги. Оскільки туристичний офіс має асоціюватися у клієнтів з відпочинком: морем, сонцем, можна оформити його у яскравих кольорах з доданням блакитних та жовтих кольорів, а також гарно виглядають в туристичному офісі саме картинки екзотичних країн, туристичні карти, глобуси.

Під час виконання своїх обов'язків менеджер з туризму піддається діям наступних небезпечних і шкідливих факторів: психофізіологічна напруга; висока концентрація уваги; електронебезпека; пожежонебезпека; порушення мікрокліматичних умов в приміщенні.

Також, менеджер з туризму повинен дотримуватися затвердженого на турфірмі режиму роботи: 10:00 – 19:00.

Отже, знання й виконання усіх вимог інструкції з охорони праці є посадовими обов'язками менеджера з туризму, а їхнє недотримання – порушенням трудової дисципліни, що веде до відповідальності, встановленої законодавством України.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

У сучасних умовах трансформації економіки, зростання мобільності населення та потреби у якісному відпочинку і відновленні здоров'я особливого значення набуває розвиток рекреаційно-туристичної сфери. Туризм є одним із ключових секторів світової економіки, який не лише генерує значну частину ВВП, але й сприяє зайнятості, активізації місцевих громад та збереженню культурної спадщини. Водночас саме підприємництво виступає рушійною силою цього сектору, забезпечуючи динамічний розвиток, інновації та гнучке реагування на потреби ринку.

Сутність підприємництва в рекреаційно-туристичній сфері не обмежується лише економічними категоріями прибутковості та конкуренції. Ця діяльність охоплює широкий спектр соціально-економічних, екологічних та культурних аспектів, що потребує системного аналізу її природи, функцій, принципів і особливостей у сучасному контексті.

У межах рекреаційно-туристичної сфери підприємницька діяльність реалізується у формі: готельного та ресторанного бізнесу; туристичних агентств і туроператорів; транспортування та логістики туристичних потоків; організації екскурсій, подій, фестивалів; надання оздоровчих та SPA-послуг; активного, пригодницького й екотуризму.

Підприємництво в рекреаційно-туристичній сфері є складним, багатогранним явищем, що інтегрує економічні, соціальні, культурні й екологічні компоненти. Його сутність полягає в активному використанні рекреаційного потенціалу територій, створенні конкурентоспроможного туристичного продукту та забезпеченні сталого розвитку регіонів.

Особливості цієї сфери вимагають від підприємців гнучкості, інноваційності, високого рівня професіоналізму та соціальної відповідальності. У післявоєнний період підприємництво в туризмі здатне стати дієвим інструментом економічного відновлення, соціальної інтеграції та формування позитивного міжнародного іміджу України.

Функціонування підприємств рекреаційно-туристичної сфери в умовах війни залежить від сукупності політичних, соціальних, економічних, інституційних, технологічних та психологічних факторів. Кожен з них по-своєму впливає на здатність підприємства виживати, пристосовуватись і трансформуватись.

Головним викликом є втрата безпеки, зниження попиту та економічна нестабільність. Водночас адаптивні підприємства, які здатні впроваджувати інновації, змінювати бізнес-моделі, працювати із новими аудиторіями та шукати соціальну місію, можуть не лише втриматися на ринку, а й сформувати нову якість туристичних послуг в Україні.

Методика дослідження впливу війни на підприємства рекреаційно-туристичної сфери є складовою частиною ширшого підходу до аналізу наслідків збройного конфлікту для економіки. Вона забезпечує інструментальну основу для дослідників, практиків та політиків, сприяючи глибшому розумінню проблем і розробці ефективних рішень для відновлення та розвитку галузі в поствоєнний період.

Проведений SWOT-аналіз показує, що підприємства рекреаційно-туристичної сфери в Україні в умовах війни перебувають у складному, але не безперспективному становищі. Серед сильних сторін можна виділити високий потенціал внутрішнього туризму, здатність підприємств до адаптації та збереження кадрового ресурсу. Проте слабкі сторони, зокрема обмежене фінансування, недостатня цифровізація і психологічна вразливість працівників, обмежують можливості швидкого відновлення.

Водночас галузь має суттєві можливості: розвиток нових туристичних ніш, використання державної та міжнародної підтримки, а також цифрову трансформацію. Ці фактори можуть стати каталізатором довгострокового зростання за умови стабілізації безпекової ситуації.

Однак загрози залишаються значними: насамперед, тривалі бойові дії, макроекономічна нестабільність і низька купівельна спроможність населення.

Саме вони потребують постійного моніторингу та антикризового реагування з боку бізнесу й держави.

Загалом, туристична галузь має шанс на відновлення за умови ефективного використання своїх сильних сторін і можливостей, а також мінімізації впливу внутрішніх слабкостей і зовнішніх загроз.

Волонтерський туризм у військових реаліях України – це унікальне соціальне явище, що поєднує активність громадян із потребами країни в період кризи. Він виконує важливу гуманітарну, психологічну, соціальну функцію, сприяє згуртуванню суспільства, допомагає подолати наслідки війни та готує основу для післявоєнного відновлення.

Міжнародна підтримка волонтерського туризму в Україні є критично важливою для його розвитку та ефективності. Вона допомагає залучити нові ресурси, посилити професіоналізм волонтерів, забезпечити безпеку і довготривалу стабільність волонтерських програм. Надалі важливим напрямом стане посилення партнерства між українськими волонтерськими ініціативами та глобальними гуманітарними структурами.

Воєнна агресія спричинила глибоку трансформацію туристичної галузі України, поставивши перед підприємствами рекреаційно-туристичної сфери безпрецедентні виклики. Попри масштабні втрати інфраструктури, скорочення туристичних потоків та ускладнення міжнародного іміджу країни, галузь демонструє ознаки адаптації та внутрішньої мобілізації. Ключовими напрямками оптимізації виступають переорієнтація на внутрішній туризм, розвиток безпечних регіонів, підтримка готельного бізнесу, інклюзивного та реабілітаційного туризму, а також поступове відновлення авіаційної логістики. Подальше відродження туристичної сфери залежатиме від ефективності реалізації державної політики, залучення інвестицій, підтримки з боку міжнародних партнерів та збереження стратегічної цілеспрямованості навіть в умовах воєнного стану.

Успішна євроінтеграція підприємств туристичної галузі передбачає їхню стратегічну орієнтацію на міжнародний ринок, що вимагає глибокого знання та впровадження європейських стандартів якості й безпеки туристичних послуг. Важливим аспектом цього процесу є розбудова ефективної системи міжнародного партнерства, яка базується на застосуванні уніфікованих підходів до оцінювання рівня обслуговування та управління ризиками.

З метою забезпечення фінансової стійкості та стимулювання розвитку туристичного сектору, суб'єкти туристичних послуг мають активно долучатися до участі в міжнародних і національних програмах підтримки, зокрема тих, що фінансуються європейськими структурами та міжнародними донорами. Це дозволить не лише залучити додаткові ресурси, а й розширити спектр надаваних послуг, відповідно до запитів глобального ринку.

Дотримання євроінтеграційних рекомендацій сприятиме системному покращенню якості туристичних і рекреаційних послуг, підвищенню їхньої популярності серед міжнародної аудиторії, а також зростанню конкурентних переваг на глобальному ринку.

Останніми роками розвиток інформаційних технологій суттєво вплинув на формування рекреаційно-туристичної сфери у світі. Це зумовлює необхідність для українських учасників туристичного ринку враховувати нові повоєнні тенденції, які трансформують бізнес, змінюючи підходи до комунікації, партнерства та обміну інформацією. ІТ кардинально змінили спосіб життя, відпочинку, мобільність і туризм у цілому, а також їх різноманітні прояви.

Для повоєнного відновлення туризму в Україні необхідно розробляти та впроваджувати комплексні туристичні продукти, адаптовані до трансформаційного інформаційного середовища, що розкриватиме потенціал вітчизняних DESTINACIЙ і територій. У цей період також буде потрібен перегляд державної політики, спрямованої на прискорене впровадження інноваційних цифрових технологій у компаніях малого, середнього та мікробізнесу рекреаційно-туристичної сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2 (49). С. 71–79.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. URL: <http://www.baltijapublishinglv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6403/13255-1?inline=1>.
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : ВПЦ «Київ ун-т», 2014. 209 с.
5. Богославець О. Г., Царук В. В., Юрченко К. М. Організація туристичних подорожей вітчизняним туropolерейтингом в умовах воєнного стану: виклики та рішення. «Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка». Випуск 19, 2024. URL: <http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/502/470>
6. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. № 77. С. 60–62. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.077.07>.
7. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: [навч. посіб]. К.: Знання-Прес, 2002. 239 с
8. Відновлення туризму і туризм для відновлення. URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/>.
9. Вікенди для перезавантаження. Як змінилася специфіка відпочинку туристів в Україні через війну. Твоє місто. 2022. URL: http://tvoemisto.tv/news/yak_zminylasya_spetsyfika_vidpochynku_vnutrishnih_turystiv_v_ukraini_cherez_viynu_135095.html.

10. Внутрішній туризм: з початку війни понад 45% українців подорожували країною. *Forbes*. 08 вересня 2023. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>.
11. Габчак Н., Білак О. Туризм країн Карпатського єврорегіону : навч. посібник. В-во ТОВ «РІК-У». Ужгород, 2023.
12. Господарський кодекс: за станом на 13 квіт. 2017 р. URL: www.zakon3.rada.gov.ua
13. Готелі та курорти: як війна змінила дохідність туристичного сектору на півдні країни. URL: <https://intent.press/news/economy/2024/goteli-ta-kurorti-yak-vijna-zminila-dohidnist-turistichnogo-sektoru-na-pivdni-krayini/>
14. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
15. День туризму разом з Visit Ukraine. Visit Ukraine. 2022. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine>.
16. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). Туристична статистика України за 2023 рік. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2023-roci-podatkov-i-nadhodzhennya-vid-turistichnoyi-galuzi-ukrayini-viyshli-na-dovoienniyriven>
17. Державна прикордонна служба України: офіційний сайт. URL: psu.gov.ua/ua/news/2020-y-Kudi-podorozhuvalinaychastishe-ukrainci-zvidki-pribuvali-inozemci/.
18. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
19. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>.
20. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2015 р.: (стат. збірник). К.: Держ. служба статистики України, 2016. 485 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

21. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. *Liga 360*. 1995. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/Z950324?an=475921>
22. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/48>
23. Зарубіна, А., Сіра, Е., Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 2022. С. 41
24. Кравченко А.В. КБР: Цифровізація туристичної галузі в пост-Covid-19 період, НПУ ім. Драгоманова, Київ, 2021. С.6
25. Кукліна Т. С., Цвілий С. М., Журавльова С. М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації. Науковий журнал*. Київ : ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів». 2022. Вип. 23. С. 12–15.
26. Мазаракі А., Бойко М., Босовська М. Трансформація туризму в Суспільстві 5.0. *Вісник HERALD*. 2020. №4, т.132. С.33–54. DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)03](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)03).
27. Мірела М. Геополітичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні. *Геополітика України: історія і сучасність*. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2016. Вип. 2 (17). С. 257-273. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsui/handle/lib/>.
28. Моца А. А., Середа Н. М., Шевчук С. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41.
29. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68.
30. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126 (1). С. 12-23.

31. Перше дослідження туристичної галузі під час війни. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi>.

32. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. *Кременчуцька газета*. 2022. URL: <https://kg.ua/news/podorozhi-pid-chas-viyni-de-dozvoleno-vidpochivati-i-yak-bezpechno-organizuvati-mandrivku>.

33. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування*. 2022. Том 33 (72). № 5.

34. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінет Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80n9>.

35. Ровенко А.В. Сучасний стан розвитку індустрії подорожі і туризму США. *Матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства»*. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 341–343.

36. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. Вип. 46. С. 11–15.

37. Сінгуцький О. Г. Державна підтримка туризму в Україні: перешкоди та передумови розвитку, *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*, Том 30 (69) № 6 2019. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/6_2019/15.pdf

38. Тарасовський Ю. Куди і як подорожували українці під час війни. Join UP! показав результати й тенденції 2022 року. *Forbes*. 2022. URL: <https://forbes.ua/news/kudi-i-yak-podorozhuvali-ukraintsi-pid-chas-viyni-join-up-pokazav-rezultati-y-tendentsii-2022-roku-09022023-11629>

39. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення.
URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>.
40. Туризм. Державна служба статистики України. URL:
https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur_.htm
41. Туристична діяльність в Україні у 2020 році : статистичний збірник.
URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publi-cat/kat_u/2020/zb/05/zb_td_2017.pdf.
42. Цвілій С. М. Використання інтернет-технологій в маркетингу індустрії туризму. Тиждень науки – 2023. (Факультет міжнародного туризму та економіки) : тези допов. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 24-28 квітня 2023 р. / Редкол. : В. Шаломєєв (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 39–41.
43. Уніан. Залізниця у часи війни: як перейти від поїздки з муками до подорожей з комфортом, 2022. URL:
<https://www.unian.ua/economics/transport/zaliznicya-u-chasi-viyni-yak-pereyti-vid-pojizdki-z-mukami-do-podorozhey-z-komfortom-12094302.html>
44. Цвілій С. М. Електронна модель туристичної компанії в контексті створення інформаційної системи. Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : *матеріали XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.* (м. Полтава, 17-18 листопада 2022 р.). Полтава : ПУЕТ, 2022. 249 с. С. 104–107.
45. Цвілій С. М., Жилко О. В., Зайцева В. М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Науковий журнал. Серія «Економіка і менеджмент»*. Суми : СНАУ. 2023. Вип. 3(95). С. 21–25.
46. Цвілій С. М., Зайцева В. М., Наumenко В. О. Тенденції інноваційного навчання та розвитку персоналу вітчизняних туристичних фірм. *Українські студії в європейському контексті : зб. наук праць*. 2022. № 5. С. 245–253.
47. Чорненька Н. В. Безпека туризму. Навч. посіб. Київ: Кондор. 2019. С. 187.

48. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vpered-proishodit-turizmom-1657645856.html>.

49. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-v-ukrayini-vplinula-na-ievropeyskiy-turizm>.

50. Як українці подорожують Україною під час війни. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2555/how-ukrainians-travel-around-ukraine-during-the-war-results-of-a-recent-survey>

51. Tourism business of Ukraine in the conditions of full-scale Russian-Ukrainian war: new challenges and realities. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6434/13287-1?inline=1>

52. UNWTO: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/>.

53. Work in Ukraine. Project HOPE. URL: <https://www.projecthope.org/country/ukraine/>

54. World travel&tourism consil, 2024. URL: <https://wttc.org/>