

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра економіки та туризму

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ
Гарант освітньої програми
к.е.н.

_____ Шамрін Р.В.
« ____ » _____ 2024 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»
зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітньої програми «Туризм»

на тему: «**Діагностика впливу військової агресії на туристичну індустрію
України**»

Виконав здобувач вищої освіти 2 курсу групи ТУР-23М
Череватий Гліб Олексійович

(підпис)

Керівник: д.е.н., професор Горіна Г.О.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань
Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг
2024

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 48 рисуноків – 15 таблиць – 11 додатків – 0
графічного матеріалу - 0 використаних джерел – 39

Об'єкт дослідження: туристична індустрія України.

Предмет дослідження: соціально-економічні та інституційні засади розвитку туристичної індустрії України під впливом військової агресії.

Мета дослідження: здійснити аналіз та оцінку втрат туристичної індустрії України в наслідок російської воєнної агресії, а також надати рекомендації з її відновлення у післявоєнний період.

Методи дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, серед яких: аналіз, синтез, системний підхід, статистичний аналіз, описовий метод дослідження, графічні та табличні методи (для наочного зображення матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Основні результати дослідження: досліджено теоретичні аспекти розвитку туристичної індустрії; наведено ознаки туристичного продукту; охарактеризовано фактори, що впливають на розвиток туристичної індустрії; розглянуто підходи до визначення поняття «туристичні ресурси»; систематизовано типологію туристичних ресурсів, наведено основні ознаки за якими туристичні ресурси відносять до тої чи іншої категорії; досліджено підсистеми індустрії туризму, представлені сполученнями різнорідних функціонально-галузевих елементів; наведено та охарактеризовано принципи, на яких базується здатність туристичної галузі відновлюватися; проведено оцінку економічних втрат туристичної індустрії за окремими видами економічної діяльності; здійснено аналіз впливу військової агресії на інституції та організації які беруть активну участь у розвитку туристичної індустрії України; запропонувати рекомендації з відновлення туристичної індустрії України у післявоєнний період.

Ключові слова: туристична індустрія, військова агресія, туризм, відновлення, туристичні ресурси, туристична інфраструктура.

ЗМІСТ

Вступ	4
Основна частина	6
Висновки та рекомендації	41
Список використаних джерел	51
Додатки	55

ВСТУП

Туристична індустрія, яка була перспективним двигуном зростання для України, наразі є однією із найбільш постраждалих від війни. Однак завдяки післявоєнній відбудові та міжнародній підтримці вона має потенціал для відновлення та буде відігравати вирішальну роль у відродженні економіки країни. Окрім залучення відвідувачів, галузь може слугувати потужним інструментом економічної дипломатії, просуваючи Україну як інвестиційний напрямок за допомогою ефективних глобальних маркетингових кампаній, які охоплюватимуть мільйони людей у всьому світі. Туризм також є способом створити позитивний імідж країни та презентувати його назовні, особливо ті регіони, які до війни були «приховані» та невідомі, а водночас зруйнувати існуючі стереотипи про Україну як «пострадянську країну».

Задля визначення стратегічних пріоритетів, цілей і завдань, що постали перед основними стейкхолдерами туристичної індустрії України в контексті повоєнного відновлення, необхідно здійснити аналіз та оцінку поточної ситуації, в якій перебуває галузь внаслідок російської воєнної агресії

Теоретичним аспектам розвитку індустрії гостинності в Україні присвячені праці таких науковців як: Прокопишин-Рашкевич Л.М., Шадурська Б.О., Петрович Й.М., Кулич І.Б., Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Білотіл О.М. Любіцева О.О., Драпушко Р., Єрко І.В., Мельниченко О.А., Шведун В.О., Бондаренко М.П., Чорненька Н.В., Остап'юк Н.І., Маховка В.М., Комліченко О.О. та інших. Питання розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи військової агресії та постконфліктного відновлення висвітлені у роботах Носирєва О., Деділова Т., Токар І., Коваль О.Д., Грищенко С. Аналітичні звіти втрат туристичної індустрії від війни в Україні представлені Національною туристичною організацією України за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України», а також Державним агентством розвитку туризму України.

Разом з тим, досі існує потреба оцінки економічних та соціальних втрат України через спад у туристичному секторі внаслідок військової агресії, а також надання рекомендацій щодо відновлення туристичної індустрії України у післявоєнний період.

Об'єкт дослідження: туристична індустрія України.

Предмет дослідження: соціально-економічні та інституційні засади розвитку туристичної індустрії України під впливом військової агресії.

Мета дослідження: здійснити аналіз та оцінку втрат туристичної індустрії України внаслідок російської воєнної агресії, а також надати рекомендації з її відновлення у післявоєнний період.

Завдання дослідження:

- 1) досліджено теоретичні аспекти розвитку туристичної індустрії;

2) здійснено аналіз та оцінку втрат туристичної індустрії України в наслідок російської воєнної агресії;

3) запропоновано рекомендації з відновлення туристичної індустрії України у післявоєнний період.

Теоретичною і методологічною основою кваліфікаційної роботи стали роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, статистичні данні Державної служби статистики України, Державної прикордонної служби України, аналітичні та статистичні данні Національної туристичної організації України, Державного агентства розвитку туризму України. У роботі використані загальнонаукові та спеціальні *методи дослідження*: аналіз, синтез, системний підхід, статистичний аналіз, описовий метод дослідження, графічні та табличні методи (для наочного зображення матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Кваліфікаційна робота складається з вступу, основної частини, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел з 39 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 49 сторінок.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Туристична індустрія є «провідним сектором світової економіки, який створює робочі місця, стимулює експорт та економічне зростання в усьому світі. Сектор, який складається із широкого спектра галузей, має на меті обслуговувати та підтримувати внутрішнє міжнародне дозвілля» [1].

Під впливом суспільно-політичних чинників у 1970-х рр. туризм «як сфера задоволення потреб людини, яка подорожує, перетворився на індустрію – складову світового господарства, потужний господарський комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому» [2].

Сучасна туристична індустрія розглядається як «самостійний вид економічної діяльності та як міжгалузевий комплекс. Та відсутність у туристичній сфері єдиної термінології зумовлює необхідність визначення чіткої позиції з питання виділення меж туристичного комплексу, його структурних компонентів, взаємозв'язків між ними тощо» [3].

Нині науковці пропонують власні тлумачення поняття «індустрія туризму». На окрему увагу заслуговують ті з них, які вирізняються змістовністю та лаконічністю:

– складна динамічна галузь економіки, «яка включає в себе сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, спрямованих на виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення (формування турпродукту)» [4];

– «сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів» [3];

– господарський комплекс міжгалузевого характеру, «орієнтований на виробництво та реалізацію товарів і послуг туристичного та супутнього призначення, які задовольняють різнохарактерні потреби населення щодо організації дозвілля, і в результаті функціонування якого споживачі отримують комплексний туристичний продукт» [5];

– міжгалузевий господарський комплекс, «який являє собою інтегровану систему галузей, виробництв і видів діяльності, об'єднаних спільністю метою та суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту» [6];

– «сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти та науки, що забезпечують створення матеріальної бази туризму, підготовку кадрів, виробництво, збут і споживання туристичного продукту» [7].

Отже, дефініція категоріального апарату «індустрія туризму» «є неоднозначною та дискусійною у наукових школах, про що свідчить наявність різних визначальних ознак та критеріїв його сутнісної характеристики» [8].

В рамках *інфраструктурного підходу* «науковцями трактується туристична індустрія як сукупність різних інфраструктурних об'єктів, які забезпечують обслуговування та надання якісних туристичних послуг туристам. Вважаємо, що даний підхід є слушним, оскільки якісні туристичні послуги потребують наявності інфраструктурних об'єктів, які відповідають стандартам» [8]. В якості інфраструктурних об'єктів можуть бути «готелі, мотелі, туристичні комплекси, пансіонати, заклади оздоровлення, заклади ресторанного господарства, торгівлі, спорту, транспорту тощо. Інфраструктурні об'єкти можуть бути різного функціонального спрямування, а саме виробничого, соціального, рекреаційного, інформаційного і т.д., проте незалежно від їх орієнтації, основне завдання полягає у наданні якісної туристичної послуги та максимального задоволення споживчих потреб» [8].

За *споживчим підходом* «туристична індустрія спрямована, з однієї сторони, на споживання туристичних продуктів, а з іншої – на максимальне задоволення потреб споживачів у якісних туристичних послугах. Кожен туристичний продукт має власну споживчу цінність для туриста. Чим вищою є споживча цінність туристичного продукту, тим вищою буде його вартість та міра задоволенням ним конкретного туриста. З іншої сторони, якісне надання туристичної послуги суб'єктом туристичної індустрії дає можливість споживачу отримати позитивну емоцію. З цією метою, зазвичай, формується пакет туристичних послуг, оскільки отримання такої емоції потребує не поодиноких послуг, а їх сукупності» [8].

Як *соціально-економічний підхід* «науковці розглядають туристичну індустрію з позиції отримання економічного та соціального ефекту від надання туристичних послуг та позитивного впливу на розвиток національної економіки. Погоджуємось із авторами з приводу такої думки, оскільки розвиток туристичної індустрії позитивно впливатиме на рівень зайнятості населення, залученні економічноактивного населення у туристичні інфраструктурні об'єкти, активізацію економічних процесів країни та туристичних дестинацій, надходження коштів від потоку туристів, туристичну привабливість території, відновлення туристичного потенціалу, покращенні соціального добробуту, покращення життєвого рівня населення, розвиток супутніх видів економічної діяльності тощо» [8]. Водночас, слід зважати, що спільна співпраця та залучення усіх учасників ланцюга створення вартості дозволить отримати синергетичний ефект від такої взаємодії в сфері туристичної індустрії.

Таким чином, розгляд підходів до змісту поняття «туристична індустрія» дозволили виділити такі її основні ознаки: «наявність інфраструктурних туристичних об'єктів; споживча цінність туристичного продукту/ послуги; синергетичний ефект (соціально-економічний ефект) в процесі надання/виробництва туристичної послуги/продукту» [8].

На думку Кулич І.Б. «туристична індустрія структурно складається із самостійних, тісно пов'язаних між собою галузей, що продукують товари і

послуги, виробництво яких існує за рахунок туризму. Так, до неї доцільно віднести: галузь туроперейтингу, санаторне курортне господарство, готельне господарство, галузь громадського харчування, пасажироперевезень, галузь культури та розваг, банківсько-страхових послуг, матеріального виробництва, які беруть участь у продукуванні обладнання, устаткування та продукції для туристичних потреб, органи державної влади та місцевого самоврядування, на які покладено функції з розробки та реалізації туристичної політики, забезпечення збереженості туристичних ресурсів, освітня галузь, що виконує функцію підготовки спеціалістів у сфері туризму тощо» [3].

Більшість науковців виділяють такі ознаки поняття індустрія туризму (рис. 1):

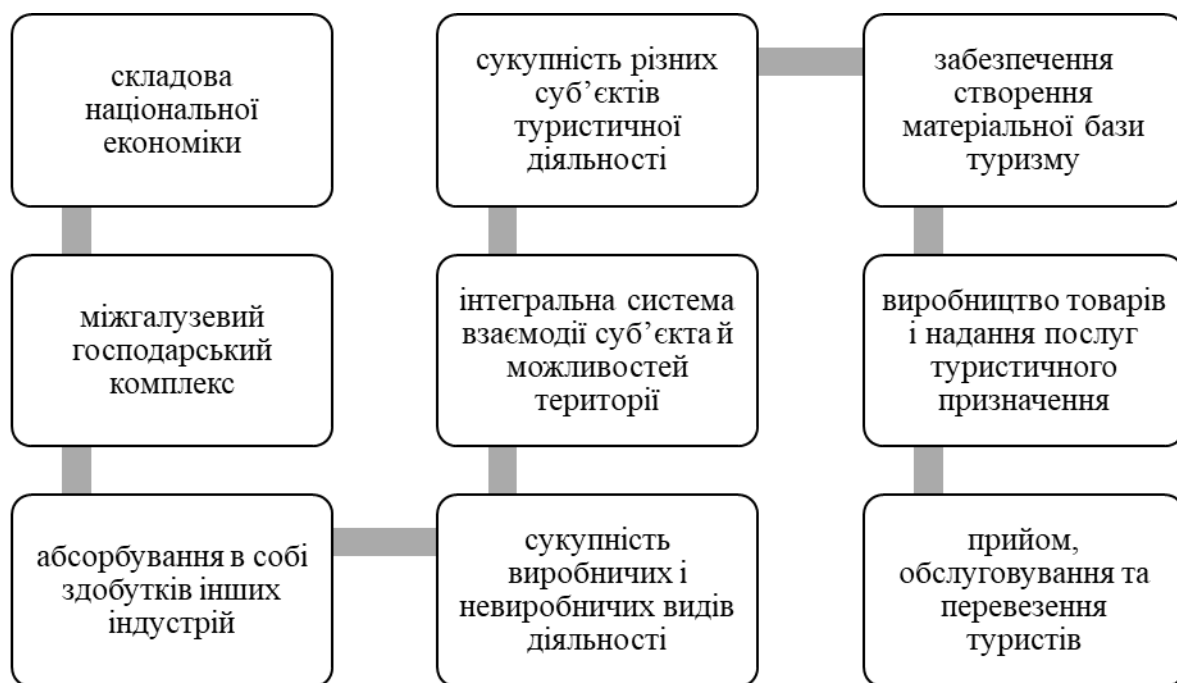


Рисунок 1 – Ознаки поняття туристична індустрія*

*складено автором за даними [2; 4; 6; 7; 9; 10; 11]

Зрештою стверджуємось на думці, що *індустрія туризму* – це «упорядкована система взаємодії представників міжгалузевого господарського комплексу, чия діяльність передбачає створення, збут і споживання туристичного продукту, здатного приносити значний економічний та соціальний ефект для національної економіки за рахунок задоволення специфічних потреб населення в проведенні дозвілля під час подорожі» [12].

Отож, на відміну від туризму, індустрія туризму поєднує суб'єктів господарювання, чия діяльність як прямо, так і опосередковано пов'язана зі створенням, збутом і споживанням туристичного продукту, якому притаманні найважливіші ознаки (рис. 2):



Рисунок 2 – Ознаки туристичного продукту*

*складено автором за даними [9]

– невідчутність – «послуги туристичної сфери не мають матеріальної форми, тому їх якість визначається не стільки формою або процесом її надання, скільки комплексним синергетичним ефектом трансформації цієї послуги у фізичний і духовний потенціал особистості» [9];

– невіддільність послуги від джерела її утворення – «кожна установа туристичної сфери відрізняється особливою специфічністю та неповторністю, що, у свою чергу, унеможливорює надання таких послуг за її межами» [9];

– мінливість – «туристичні послуги зазнають відчутного впливу як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що вимагає від організації рекреаційної сфери дотримання соціальних стандартів послуги, приведення її у відповідність до потреб ринку, постійного контролю і моніторингу» [9];

– відсутність права власності – «на відміну від товару, туристична послуга не може бути об'єктом власності внаслідок того, що вона не має матеріальної форми та інших характерних ознак і властивостей» [9];

– незбереженість – «процес досягнення бажаного ефекту від наданої туристичної послуги переривається в міру отримання результату» [9];

– складність нормування – має дуже суб'єктивний характер і залежить від рівня дисципліни, прагнення й бажання учасників соціальних відносин відповідати вимогам суспільства та ринку [13].

Мельниченко О.А., Шведун В.О. на підставі проведеного узагальнення стверджувати, що «на розвиток індустрії туристичної різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові, політичні, культурні, матеріально-технічні, архітектурні, екологічні тощо» [9].

Кожний із зазначених факторів має власну зону дії: «фактори реалізації – завдяки їм інтерес до участі в туризмі, сконцентрований в зонах прояву селективних факторів, направляється в райони, у яких є для цього всі сприятливі умови, тобто в зони прояву факторів локалізації; фактори вибірковості – характеризують можливість участі в туризмі; від них залежить, хто, коли, як довго і яким чином буде відпочивати; фактори локалізації – визначають фактичну рекреаційну придатність території; когнітивний маркетинг і брендинг, які, власне,

покликані приваблювати туристів, змінюючи систему цінностей та порядок пріоритетів, вводити нові еталони та стандарти» [14].

В свою чергу Маховка В.М. стверджує, що «ефективність функціонування туристичної індустрії багато в чому залежить від низки факторів, що впливають на його розвиток, серед яких виділяють політичні, соціально-демографічні, економічні, науково-технічні, природно-географічні, історико-культурні, міжнародні тощо» [15] (рис. 3).

Економічні

- Економічна стабільність, рівень доходів населення, фінансова ситуація в країні, зовнішньоекономічна діяльність держави, ступінь інтегрованості в світо господарську систему

Політичні

- Політична стабільність в країні, участь у міжнародних організаціях, стан торговельного й платіжного балансу

Соціально-демографічні

- Чисельність та вік населення, зміна персонального доходу, рівень складності та інтенсивності праці, гнучкий графік робочого часу, рівень туристичної активності

Міжнародні

- Пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу

Науково-технічні

- Рівень наукових розробок, сучасні технології обслуговування, технологізація туристичної індустрії, коп'ютеризація туристичної індустрії

Природно-географічні

- Географічне положення, якісна і кількісна характеристика водних, лісових, земельних ресурсів, природно-кліматичні і природно-транспортні умови

Історико-культурні

- Розташування на певній території суспільно-історичних ресурсів формує її позитивний туристський імідж, впливає на локалізацію рекреаційних потоків і напрямки екскурсійних маршрутів, урізноманітнює рекреаційно-туристичну пропозицію, зменшує сезонність у туризмі

Рисунок 3 – Фактори впливу на розвиток туристичної індустрії*

*складено автором за даними [15]

Комліченко О.О. здійснює систематизацію факторів розвитку туристичної індустрії на підставі виокремлення низки критеріїв, а саме: «за ступенем впливу», «за характером впливу», «за механізмом впливу», «за напрямом впливу», «за інтересами», «за змістом», «за географічною ознакою», «за територіальною ознакою», «за дієвістю впливу», «за результатами впливу» [16] (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація факторів, які впливають на розвиток туристичної індустрії [16]

Класифікаційна ознака	Група факторів	Фактори впливу
За ступенем впливу	Статичні (незмінні з часом)	– природно-кліматичні – географічні – культурно-історичні
	Динамічні (змінні)	– політичні – соціально-демографічні – фінансово-економічні – матеріально-технічні
За характером впливу	Екстенсивні	– чисельність населення – матеріально-технічне забезпечення – будівництво нових об'єктів
	Інтенсивні	– підвищення кваліфікації персоналу – інноваційно-інвестиційна діяльність – розвиток професійно-кваліфікаційної структури
	Гальмуючі	– кризи – політична нестабільність – милітаризація економіки – зростання цін, інфляція – погіршення екології
За механізмом впливу	Об'єктивні	– природно-кліматичні – соціально-демографічні та географічні – культурно-історичні
	Регулюючі	– державна політика у галузі туризму – туристична освіта – наявність і зміст туристичного законодавства
За напрямом впливу	Зовнішні	– політичні – соціально-демографічні – фінансово-економічні – науково-технічні
	Внутрішні	– фінансово-ресурсний потенціал – організаційна структура – координація і управління діяльністю в туризмі – чисельність працівників, їх кваліфікація
За інтересами	Фактори залучення (спонукають до подорожі)	– природно-кліматичні та географічні – культурно-історичні – соціальні
	Фактори розподілу або диференціації попиту	– туристичні ресурси – розвиток інфраструктури – рівень соціально-економічного розвитку країни
За змістом	Соціально-економічні	– реальні доходи населення, – бюджет вільного часу – рівень освіти, професія, соціальний статус
	Демографічні	– відновлення населення – вікова, статева структура, сімейний стан
	Соціально-психологічні	– стереотип поведінки у вільний час, спосіб життя – традиції населення – ментальність нації
	Природно-географічні	– стан навколишнього середовища – місце проживання туриста

Однією з головних передумов розвитку індустрії туризму є наявність туристичних ресурсів, отже питання визначення їх сутності та типології є ключовим у дослідженні теоретичних засад розвитку туристичної індустрії.

На сьогоднішній день, в дослідженнях туристичних ресурсів, «прослідковується тенденція до виділення цілого ряду факторів, що впливають на їх стан та розвиток. Туризм є ресурсно-орієнтованою суспільно-господарською системою, тому визначення поняття «туристичні ресурси» та їх місця у туристичній діяльності належать до важливих завдань дослідження» [17]. «Туристичні ресурси» згідно Закону України «Про туризм», – це «сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста» [18].

У наукових працях автори детально характеризують зміст поняття «туристичні ресурси» «за ознаками споживчої вартості, взаємодії, туристичного продукту, туристичного потенціалу, комплексності, рекреаційності, людського втручання. Узагальнюючи існуючі тлумачення змісту поняття «туристичні ресурси», які досліджувались різними вченими щодо різних ознак, зважаючи на відсутність єдиної позиції щодо його розуміння, проаналізуємо існуючі трактування даного поняття» [18]. Багатогранність поняття «туристичні ресурси» визначається підходами з яких його можна розглядати, а саме: еколого-економічного, функціонального, територіального та комплексного (рис. 4).

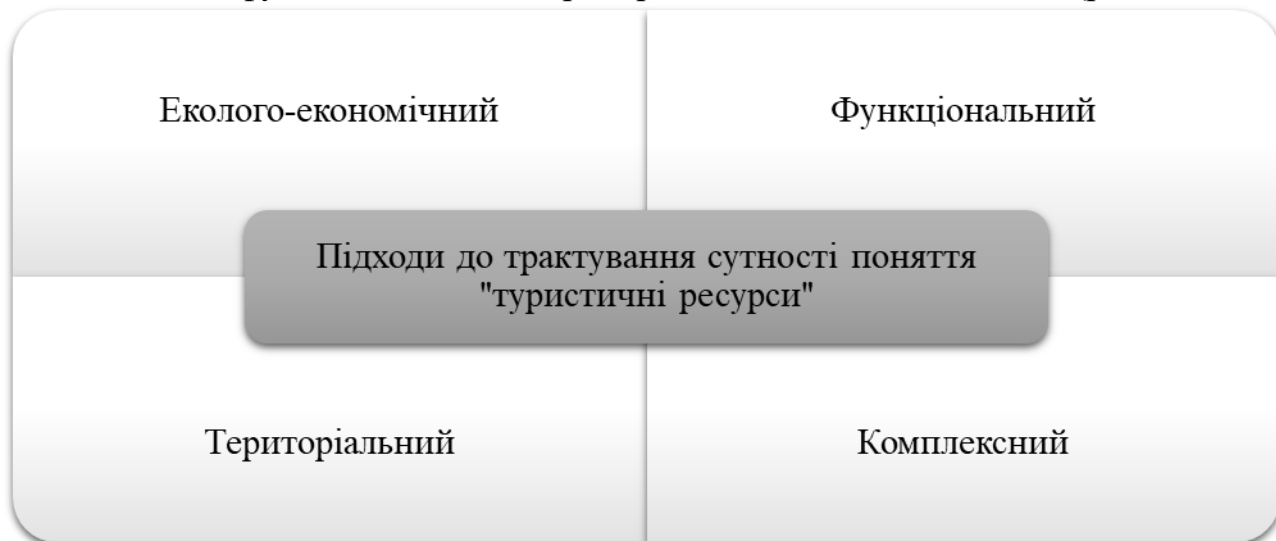


Рисунок 4 – Підходи до трактування сутності поняття «туристичні ресурси»*
*складено автором за даними [18].

Поняття «туристичні ресурси», Кузик С. трактує як «об'єкти та явища природного й антропогенного походження, які використовують або можуть бути використані для туристичної діяльності. Автор вважає, що особливість туристичних ресурсів полягає в тому, що вони мають властивість відновлювати фізичні і духовні сили людини, розвивати їх, вони також придатні для надання

найрізноманітніших послуг, потреби в яких виникають під час мандрівки туристів» [19].

У своїй монографії Школа І.М. трактує поняття «туристичні ресурси» як «сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, придатних для виробництва туристичного продукту» [20]. Любіцева О.О. зауважує, що деякі визначення поняття «туристичні ресурси» достатньо широкі, а номенклатура туристичних ресурсів практично безмежна. Науковець зазначає, що туристичні ресурси – це об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані у процесі створення та реалізації туристичного продукту, будучи мотиваційною підставою для його вибору, наприклад за видом, сезоном та іншими ознаками.

З позицій функціонального підходу сутність поняття «туристичні ресурси» розглянуто у працях Смаля І.В.; Дефера П.; Мальської М., Антонюк Н., Ганич Н., Зоріна І., Квартальнова В. Так, І.В. Сміль «розглядає туристичні ресурси як сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності і які при сучасній та перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях, використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту. Вчений вважає, що функціонування індустрії туризму можливе лише у взаємодії з усіма функціонально-компонентними та функціонально-територіальними елементами економіко-географічного комплексу, структурною одиницею якого вона є» [21].

Французький економіст Дефер П. розглядає туристичні ресурси як сукупність природних і створених людиною ресурсів та всі види людської діяльності, які викликають інтерес туристів незалежно від навколишньої ситуації.

Інша група українських авторів Мальська М., Антонюк Н. і Ганич Н. пропонують таке визначення туристичних ресурсів – «специфічні властивості природного середовища, а також їх поєднання, прояви людської діяльності, природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які є предметами зацікавлення туристів, стимулюють їх до подорожі, здатні задовольнити їхні потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Ресурсом є не лише пейзаж чи історична пам'ятка, а й тиша, чисте повітря, гостинність жителів, доступність розваг тощо". Автори вважають, що основою використання туристичних ресурсів і туристичних об'єктів для цілей туризму є туристський інтерес і враження» [19].

У Туристичному термінологічному словнику наведено таке трактування туристичних ресурсів: «природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил» [17].

Територіальний підхід полягає у визначенні й територіальній локалізації туристичних ресурсів та умов. Даний підхід прослідковуємо у працях Труасі М.; Чабба М. та Чабба Х., Фоменко Н.В., Борушак М. Так, польський економіст Труасі М. розглядає туристичні ресурси як сукупність природних, створених працею людини та додаткових ресурсів для послуг, які охоплюють інфраструктуру району і всі підприємства з прийому та обслуговування туристів [17].

Чабб М. і Чабб Х.Р. «виділяють розвинені і неопрацьовані ресурси туристичних потреб. Розвинені ресурси включають шосе, засоби обслуговування, каналізацію, будинки, і так далі, які полегшують використання даної області. І навпаки, неопрацьовані ресурси можуть бути знайдені, і в міському й глухому навколишньому середовищі, але ступінь, до якого вони визнані, також – індивідуальний і часто залежить від ситуації» [17].

Фоменко Н. В. вважає, що туристичні ресурси – це сукупність унікальних явищ природи та історико-культурних і сучасних об'єктів. Автор трактує наступне «привабливі ландшафти, чисте повітря, незабруднена вода у водоймах, просторі пляжі, різноманіття лісових насаджень – все це належить до туристичних ресурсів, які роблять даний район привабливим для туристів...» [17].

Борушак М. при дослідженні організації розвитку туризму в регіоні, до туристичних ресурсів відносить території і акваторії, маршрути і парки, ландшафти і природно-кліматичні зони.

Запропоновані поняття переважно близькі за формою і змістом. Однак такі трактування поняття «туристичні ресурси», достатньо широкі, а номенклатура туристичних ресурсів практично безмежна.

Розглянувши три основних підходи до тлумачення змісту даного поняття, враховуючи специфіку туристичної сфери, Матвійчук Л.Ю. виділяє визначальні характеристики туристичних ресурсів та пропонує власне визначення поняття «туристичні ресурси».

По-перше, «як правило, туристичні ресурси визначають формування туристичної діяльності в регіоні. Динамічний розвиток туризму потребує як природних та антропогенних, так і інфраструктурних ресурсів, тобто навіть за доволі привабливих властивостей суто туристичних ресурсів (унікальних природних чи історико-культурних об'єктів), без наявності комунікацій, засобів зв'язку, транспортної доступності тощо туристична діяльність для широкого кола споживачів турпродукту неможлива» [17].

По-друге, «для визначення поняття «туристичні ресурси» необхідним є наукове обґрунтування саме просторового поєднання як власне туристичних так і допоміжних та додаткових ресурсів, оскільки особливістю туризму є те, що дана сфера пов'язана не стільки з виробництвом продукції, скільки з переміщенням людей (для задоволення духовних потреб туристів, сприяння відновленню та розвитку їх фізичних сил)» [17].

По-третє «саме наявність та територіальна локалізація суто туристичних ресурсів, перш за все природних та культурно-історичних, дозволяють охарактеризувати їх як реалізуючі, локалізуючі чинники, територіальна диференціація яких визначає спеціалізацію діяльності і туризму. Тобто, природні властивості певної території, які визначаються її географічним положенням і фізико-географічними характеристиками і є, за сутністю, природними благами (кліматичні, ландшафтні тощо), що як об'єктивні чинники мотиваційної привабливості, створюють передумови розвитку туристичної діяльності; культурне надбання – об'єкти матеріальної і духовної культури, що історично зафіксовані на даній території» [17].

Враховуючи комплексне поєднання підходів (еколого-економічного, функціонального, територіального) та визначальних характеристик туристичних ресурсів, Матвійчук Л.Ю. пропонує визначення поняття «туристичні ресурси», «як реальних або віртуальних об'єктів, явищ, подій природного чи антропогенного походження або їх поєднання, а також допоміжних та додаткових ресурсів, які використовуються або можуть бути використані для туристичної діяльності з врахуванням специфіки регіону» [17].

Важливим етапом дослідження є розгляд підходів до типології туристичних ресурсів, що дозволить виявити основні визначальні характеристики. У науковій літературі пропонується декілька підходів до класифікації туристичних ресурсів.

Фоменко Н.В. поділяє туристичні ресурси на три групи: «рекреаційні (природні) ресурси – унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, ріки, моря, лікувальні води, кліматичні та бальнеологічні можливості; об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, – музеї, пам'ятники і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти; об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті» [22].

Квартальов В.А., Мироненко М.С., Твердохлебов І.Т. «розрізняють туристичні блага, споживання яких не залежить від людської діяльності на певній території (наприклад, клімат чи наявність морських акваторій); туристичні блага, споживання яких залежить від екологічного стану території і природоохоронної діяльності (стан води, повітря, ґрунтів, рослинного покриву тощо); туристичні ресурси постійного моніторингу і відповідного вкладання капіталу і праці на відновлення ресурсів, їх атрактивних властивостей (наприклад, шляхом реставрації, реконструкції, розвитку відповідної інфраструктури); туристичні ресурси цільового призначення, створені за для пожвавлення туристичної діяльності на даній території» [17].

Кузик С. «найраціональніший поділ туристичних ресурсів вбачає у природних, історико-культурних та соціально-економічних передумов, що

доповнюють туристичні ресурси інфраструктурними компонентами. Автор вважає, що в умовах глобалізації здійснюється цілеспрямована діяльність з розширення ресурсної бази туризму за рахунок штучно створених об'єктів, наприклад, аквапарків, розважальних центрів, де природні складові вдосконалюються штучно-сформованими елементами. Окрім цього, до соціально-економічних передумов варто віднести матеріально-технічну базу самого туризму, трудові ресурси, які забезпечують функціонування галузі будівництва, транспорт, сферу послуг (торгівлю, громадське харчування тощо)» [19].

Таким чином, зважаючи на вищезазначені типології, можна виділити наступні основні ознаки за якими автори відносять туристичні ресурси до тої чи іншої категорії (рис. 5).



Рисунок 5 – Типологія туристичних ресурсів за ознаками*

*складено автором за даними [17]

Матвійчук Л. Ю. пропонує наступну типологію туристичних ресурсів: «власне, туристичні ресурси, які в свою чергу за ознакою наявності поділяються на реальні, втрачені та прогнозовані, а за походженням на естетичні, природні та антропогенні об'єкти, явища, умови і чинники; допоміжні туристичні ресурси до яких належать економічні, трудові, інформаційні, інфраструктурні, комунально-побутові та ін.; додаткові туристичні ресурси, такі як, наприклад екологічні, коопераційні» [17] та ін.

Ґрунтовне узагальнення публікацій з проблематики розвитку туристичної індустрії, проведене Мельниченко О.А., Шведун В.О., дозволяє виділити такі складові індустрії туризму: туристичні оператори та агенції [2; 23; 12; 24]; оператори туристичних інформаційних систем [2]; галузі господарства [7; 23];

заклади громадського харчування, розміщення, культури, освіти, науки, розваг, фізкультурно-спортивного, лікувально-оздоровчого, пізнавального, ділового та іншого призначення; підприємства зв'язку, торгівлі і транспорту; установи, що надають послуги екскурсиводів, інструкторів, гідів-перекладачів, провідників; страхові компанії, банківсько-кредитні установи; рекламно-інформаційні; бізнес-центри, лізингові компанії; природно-рекреаційні та історико-архітектурні об'єкти; підприємства з виробництва сувенірів, туристичного спорядження, специфічних для певної місцевості товарів; поліграфічні підприємства, картографічні фабрики, періодичні видання; органи державної влади тощо [9].

На думку Маховка В.М. «діяльність всіх суб'єктів туристичного бізнесу і сторонніх організацій, які залучаються до реалізації програми туру, визначають як туристичну індустрію, яка є елементом функціонально-компонентної структури господарства держави і являє собою інтегровану систему галузей, виробництв і видів діяльності, об'єднаних загальною метою та програмою розвитку» [15] (рис. 6).

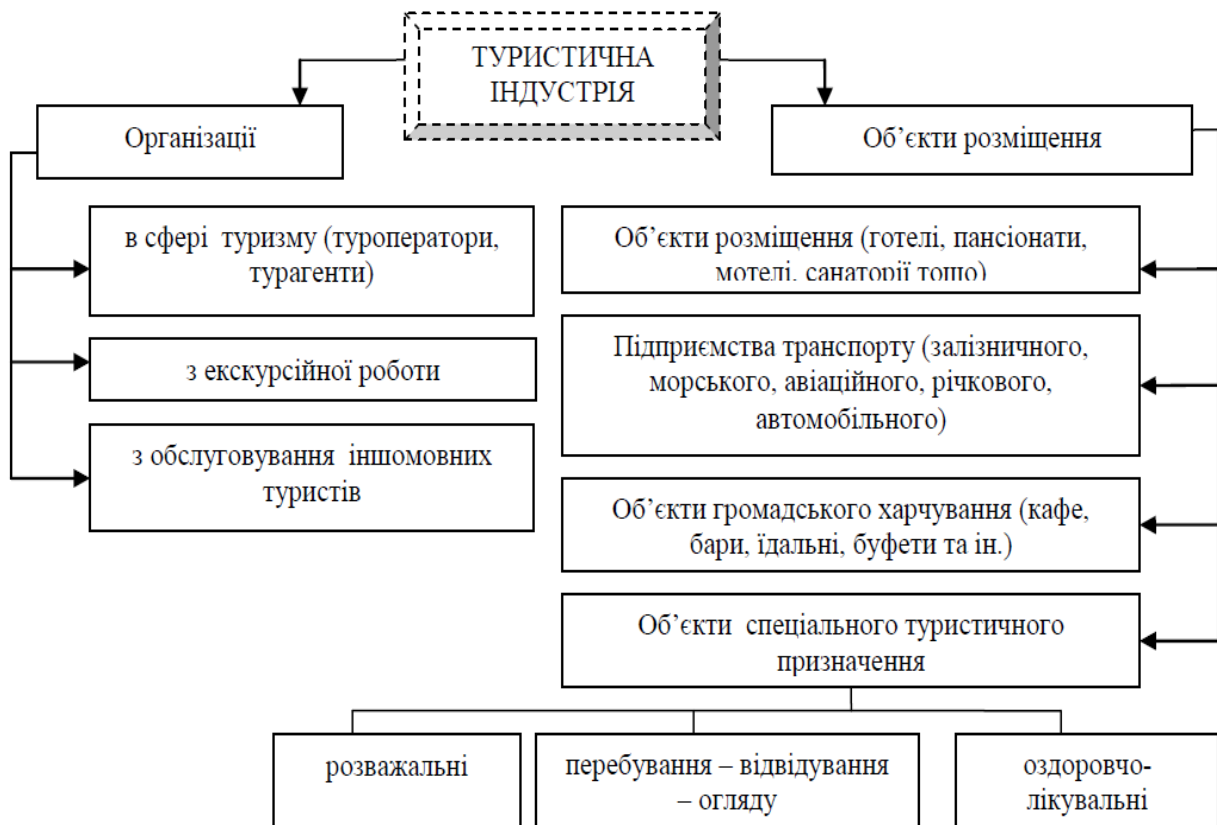


Рисунок 6 – Складові туристичної індустрії*

*складено автором за даними [15]

Зв'язки, «наявні між підприємствами різних галузей, задіяних в організації туристичного споживання, дозволяють виділити в межах індустрії туризму підсистеми, представлені сполученнями різнорідних функціонально-галузевих елементів, що виконують однорідні функції в сфері туризму» [9] (рис. 7).

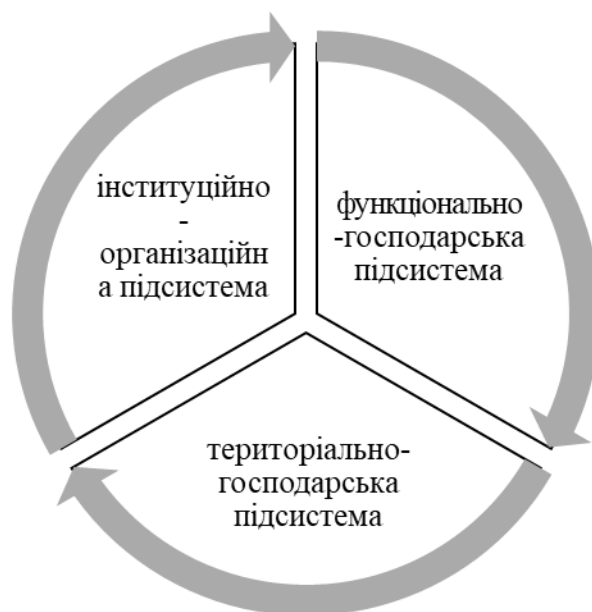


Рисунок 7 – Підсистеми індустрії туризму*

*складено автором за даними [9]

1. *Інституційно-організаційна підсистема* «включає структури, представлені інституціями, які здійснюють державну туристичну політику шляхом правового, економічного і організаційного узгодження державних, місцевих, комерційних і некомерційних інтересів суб'єктів ринкової діяльності на ринках туристичних послуг різного порядку. Регуляторними каналами впливу є законодавчо-нормативний, податковий, валютно-фінансовий, інформаційний, управлінський» [9].

2. *Функціонально-господарська підсистема* «сформована функціонально-інтегративними зв'язками між структурами галузей матеріального виробництва і невиробничої сфери з надання транспортних, гостинних, дозвілевих і низки додаткових послуг, які сприяють забезпеченню туристичної мети на відповідному якісному рівні» [6; 9].

3. *Територіально-господарська підсистема* «становить ресурсну основу формування туристичного ринку на базі використання туристичного, соціально-демографічного й господарського потенціалу території. Різноманітність ресурсної основи викликає необхідність класифікації туристичних ресурсів. До їх класифікації застосований сутнісний, діяльнісний, атрактивний, ціннісний, функціональний та еколого-економічний підходи, що свідчить про постійне урізноманітнення ресурсної основи, розширення їх номенклатури та можливостей використання в туризмі» [6; 9].

Коваль О.Д. виокремлює принципи, на яких базується здатність туристичної галузі відновлюватися, адаптуватися й забезпечувати сталість у складних умовах (рис. 8).



Рисунок 8 – Принципи, на яких базується здатність туристичної галузі відновлюватися*

*складено автором за даними [25]

1. «Сталість і стійкість – урахування й забезпечення стійкості туристичного бізнесу в умовах нестабільності та кризи. 2. Адаптивність – здатність суб’єктів туристичної галузі й державних органів до оперативної адаптації в змінних умовах військових конфліктів. 3. Інтегрованість – забезпечення взаємодії між різними секторами та рівнями управління для забезпечення гармонійного функціонування туристичної індустрії в умовах кризи» [25]. 4. Соціальна відповідальність – «відповідальне ведення бізнесу з урахуванням впливу на місцеве населення та соціальну ситуацію в країні. 5. Іноваційність – застосування новаторських рішень і технологій для відновлення та покращення туристичних послуг під час кризи. 6. Екологічна збалансованість – збереження природних ресурсів і довкілля при розвитку туристичної інфраструктури в умовах військових дій. 7. Міжнародна співпраця – посилення співпраці з міжнародними партнерами та організаціями для забезпечення міжнародної безпеки та підтримки туристичних потоків» [25].

Туристична індустрія України, яка демонструвала стабільне зростання з 2015 по 2019 рр., зазнала катастрофічних невдач через російське вторгнення в 2022 р. Перед війною галузь туризму в Україні принесла 1,6 мільярда доларів США прибутку, створила 1,2 мільйона робочих місць і становила 6,2% ВВП. З огляду на консервативні прогнози на основі довоєнних темпів зростання (3,3% щорічне зростання в’їзного туризму та 2,8% зростання доходів), Україна була на шляху до значного зростання до 2034 року, віддзеркалюючи ширші європейські туристичні тенденції. Очікувалося, що фактичні темпи зростання будуть набагато вищими завдяки успіхам у залученні нових авіакомпаній, відкриттю нових ринків і каналів збуту з Європи, Близького Сходу та Азії, а також більшому визнанню України як привабливої дестинації.

В дослідженнях вітчизняних вчених широко окреслюються виклики та проблеми, які унеможливають розвиток індустрії туризму та потребують негайного вирішення, а саме: застаріла туристична інфраструктура; низький

рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам якості; невідповідність персоналу індустрії туризму кваліфікаційним вимогам світових стандартів; недосконалість вітчизняного законодавства та правового регулювання страхового захисту іноземців на території України; незадовільний стан транспортної інфраструктури; складна політична ситуація та воєнні, що зумовлюють руйнуваннями та шкоду туристичній інфраструктурі територій, які потрапили під окупацію або опинилися в зоні бойових дій [26-29].

До факторів, які позначилися на стані туристичної галузі в умовах війни, крім зазначених, вчені також відносять: «недостатній рівень безпеки і захисту туристів; значна міграція населення, в тому числі працівників туристичної сфери, та, як наслідок, дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму; скорочення туристичних програм шляхом перерозподілу фінансових потоків між оборонним і соціальним секторами; зниження туристичної привабливості країни через високий рівень воєнної загрози» [30].

Задля визначення стратегічних пріоритетів, цілей і завдань, що постали перед основними стейкхолдерами туристичної індустрії України в контексті повоєнного відновлення, необхідно здійснити аналіз та оцінку поточної ситуації, в якій перебуває галузь внаслідок російської воєнної агресії. Діагностику впливу військової агресії на туристичну індустрію в Україні пропонується здійснити за двома напрямками (рис. 9).

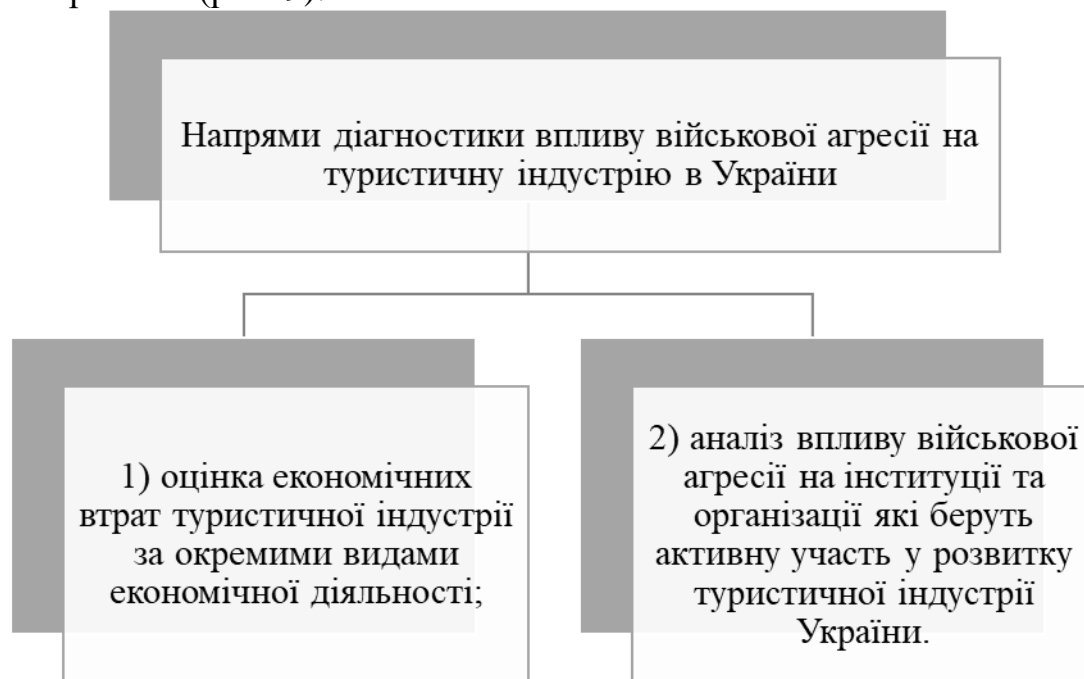


Рисунок 9 – Напрями діагностики впливу військової агресії на туристичну індустрію в Україні*

*складено автором за даними [31-33]

Оцінка економічних втрат туристичної індустрії за окремими видами економічної діяльності.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності найбільшої частки засобів розміщення – готелів і подібних засобів тимчасового розміщування показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 903 од. або 18,1 % порівнюючи із 2018 р. При цьому чисельність підприємств (юридичних осіб) скоротилася на 241 од. або на 21,9 %, а фізичних осіб-підприємців, як найбільшою мірою представлені суб'єктами малого і мікро підприємництва – на 662 од., тобто індекс скорочення становив у 2,7 разів більше. Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, слід зазначити, що починаючи з 2020 р. вони представлені виключно суб'єктами середнього і малого бізнесу, серед яких частка останніх складає 98,2 %. Аналіз динаміки чисельності суб'єктів господарювання за розміром показав, що з 2019 р. найбільше постраждав сегмент малого бізнесу. Чисельність суб'єктів малого бізнесу скоротилась за весь період з 5349 од. до 4013 од., тобто на 1336 од, у т. ч. на 526 од. – за 2020–2021 рр. за причин пандемії та на 810 од. за 2022 р. у порівнянні з 2021 р. за причин війни. Чисельність суб'єктів середнього бізнесу, частка яких у загальній чисельності незначна – 1,2 % скоротилась за період 2018-2022 рр. на 22 од., у т. ч. лише за 2022 р. порівнюючи з 2021 р. – на 11 од., тобто більше чим на 50 % скорочення суб'єктів середнього бізнесу обумовлені фактором війни (табл. 2).

Таблиця 2 – Чисельність суб'єктів господарювання (засобів розміщення) у 2018–2022 рр.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	4985	5451	5125	4903	4082	-903	-18,1
з них:							
великого п-ва, од.	1	1	0	0	0	-1	-100,1
середнього п-ва, од.	91	101	91	80	69	-22	-24,2
малого п-ва, од.	4893	5349	5034	4823	4013	-880	-18,0

*складено автором за даними [34-36]

Показник чисельності зайнятих працівників у суб'єктах господарювання в сегменті готелів і подібних засобів тимчасового розміщування зменшився у абсолютному вимірі на 12954 особи, або на 35,7 %. При цьому чисельність зайнятих працівників на підприємствах зменшилась на 7442 особи або на 31,9 %, з них чисельність найманих працівників – на 7416 осіб, або 32,0 % (рис. 10).



Рисунок 10 – Динаміка чисельності зайнятих працівників в готелях і подібних засобах тимчасового розміщення у 2018–2022 рр.*

*складено автором за даними [34-36]

Показник обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) засобів розміщення у 2022 р. скоротився на 7 740,1 млн. грн або на 44,3 % порівняно із 2018 р.. Підприємства за результатами 2022 р. засвідчили збиток на рівні 6464,0 млн. грн, що у порівнянні із прибутком 2018 р. на рівні 1846,7 млн. грн демонструє зменшення показника фінансового результату від основної операційної діяльності на 8310,7 млн. грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили збиток на рівні 2672,5 млн. грн, суб'єкти малого підприємництва – збиток на рівні 3791,5 млн грн (табл. 3).

Таблиця 3 – Динаміка обсягу реалізованої продукції та чистого прибутку (збитку) засобів розміщення у 2018–2022 рр., тис. грн*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн	47405,0	14357886,2	8532763,6	15120876,9	7380774,3	-5866630,7	-44,3
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	46720,1	3192997,0	-3858656,6	2760338,0	-6464026,7	-8310746,8	-
з них:							
середніх п-в, тис. грн	к	к	-2420126,4	2416669,6	-2672482,8	-	-
малих п-в, тис. грн	- 191232, 7	271302,2	-1438530,2	343668,4	-3791543,9	-	-

*складено автором за даними [34-36]

Статистика даних про результати діяльності суб'єктів господарювання з надання послуг пасажирського залізничного транспорту досить обмежена. Так, загальна чисельність суб'єктів господарювання у 2022 р. становила 2 од., що менше на 3 од. або 60,0 % порівнюючи із 2018 р., з них 2 суб'єкта – це юридичні особи, одне – ФОП (рис. 11).

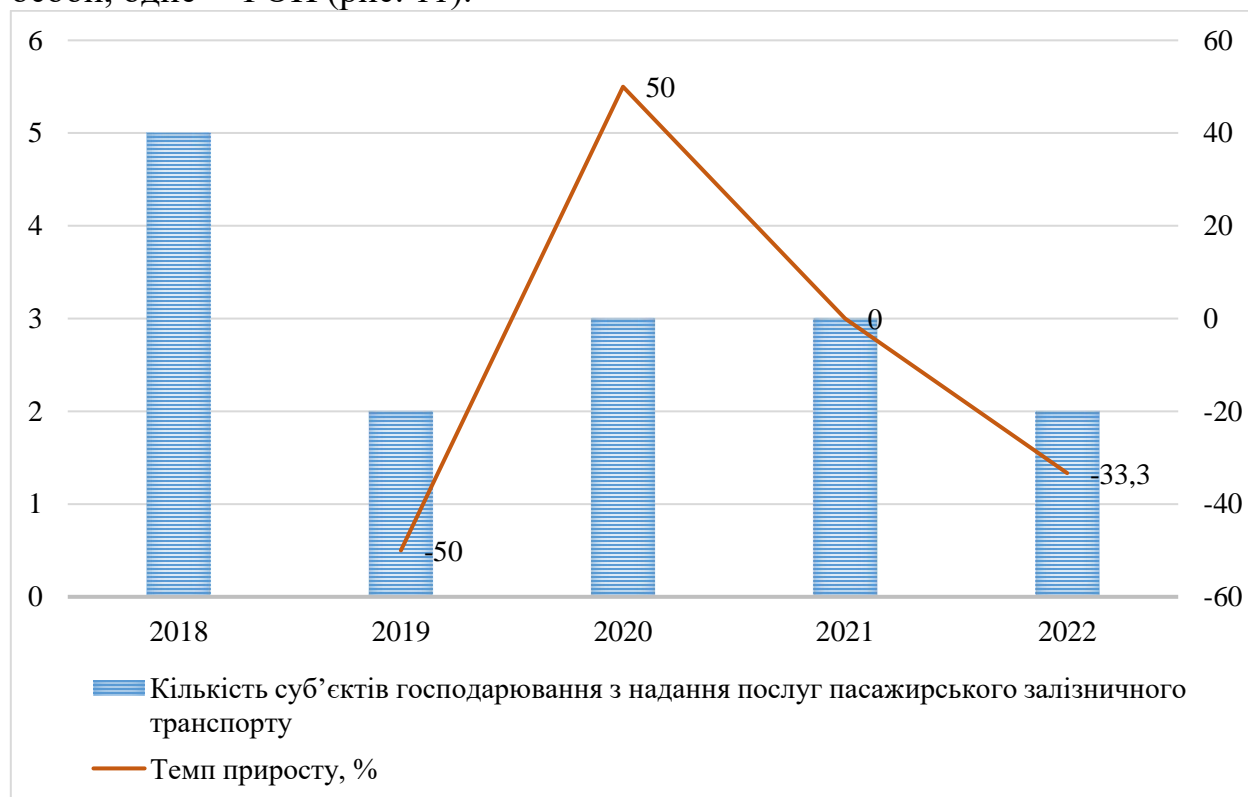


Рисунок 11 – Чисельність суб'єктів господарювання з надання послуг пасажирського залізничного транспорту у 2018–2022 рр., од.*

*складено автором за даними [34-36]

За результатами 2022 р. суб'єкти господарювання з надання послуг пасажирського залізничного транспорту сплатили податкових платежів на суму 1278,4 млн. грн, що є більшим у порівнянні із 2018 р. на 514,6 млн. грн або 67,37 %.

Аналіз динаміки основних показників діяльності пасажирського наземного транспорту та н.в.і.у. показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 1216 од. або 25,0 % у порівнянні із 2018 р. При цьому чисельність підприємств скоротилась на 13,0 % (на 69 од.), фізичних осіб-підприємців – на 26,5 % (на 1147 од.). Аналізуючи зміни чисельності суб'єктів господарювання пасажирського наземного транспорту та н. в. і. у. за розміром слід відмітити більші темпи зменшення в секторі середнього підприємництва – на 32,8 % (або на 20 од.), малого підприємництва – на 24,9 % (на 1196 од.) (табл. 4).

Таблиця 4 – Динаміка основних показників діяльності пасажирського наземного транспорту у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	4860	5061	4713	4176	3644		
Чисельність зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	19170	19657	17164	15723	13686	-5484	-28,6
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	5546827,3	6437587,2	5153588,7	7283537,9	5056118,3	-490709,0	-8,8
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	2900,1	18373,8	-221046,5	389208,8	212893,1	209993,0	-

*складено автором за даними [34-36]

Показник чисельності зайнятих у суб'єктів господарювання в сегменті пасажирського наземного транспорту та н.в.і.у. зменшився у абсолютному вимірі на 5484 особи, або на 28,6 %. При цьому чисельність зайнятих працівників на підприємствах зменшилась на 2666 осіб або на 26,1 % (з них чисельність найманих працівників – на 2626 осіб, або 26,0%). Показник обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в сегменті пасажирського наземного транспорту та н.в.і.у. у 2022 р. скоротився на 490,7 млн грн. або на 8,8 % порівняно із 2018 р.. Підприємства за результатами 2022 року засвідчили прибуток на рівні 212,8 млн грн., що в порівнянні із прибутком 2018 року на рівні 2,9 млн грн. демонструє збільшення прибутку на 209,9 млн грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили прибуток на рівні 205,4 млн грн., малі – прибуток на рівні 7,4 млн грн.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності пасажирського морського транспорту показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 40 од. або 59,7 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 57,1 % (на 8 од.), фізичних осіб-підприємців – на 60,4 % (на 32 од.). Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, у відсотковому відношенні чисельність суб'єктів середнього підприємництва зменшилась на 100,0 % (на 1 одиницю), малого підприємництва – на 59,0 % (на 39 од.) (табл. 5).

Таблиця 5 – Динаміка основних показників діяльності пасажирського морського транспорту у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	67	71	58	74	27	-40	-59,7
Чисельність зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	165	к/с	к/с	к/с	к	-	-
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	66800,8	к	к	к	к	-	-
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	к	к	к	1400,2	9898,7	-	-

*складено автором за даними [34-36]

Розрахунки динаміки основних показників діяльності суб'єктів господарювання пасажирського річкового транспорту показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 26 од. або 37,7 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 38,5 % (на 10 од.), фізичних осіб-підприємців – на 37,2 %. Підприємства пасажирського річкового транспорту за результатами 2022 року продемонстрували прибуток в обсязі 6303,1 тис. грн., що в порівнянні зі збитком 2018 року в обсязі 8989,6 тис. грн. демонструє збільшення прибутковості на 2686,5 тис. грн.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності пасажирського авіаційного транспорту показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 17 од. або 23,0 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 31,4 % (на 22 од.), а фізичних осіб-підприємців – зросла на 125,0 % (на 5 од.). Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, слід зазначити, що чисельність суб'єктів великого підприємництва зменшилась на 1 підприємство або на 20,0 %, середнього – зменшилась на 33,3 % (на 4 од.), малого підприємництва – зменшилась на 21,0 % (на 12 од.) (табл. 6).

Таблиця 6 – Динаміка основних показників діяльності пасажирського морського транспорту у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	74	78	72	85	57	-17	-23,0
Чисельність зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	7348	6708	6530	к/с	к		
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	41498492,3	43333556,5	18498117,5	к	9642816,1	-31855676,2	-76,8
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	к	2152247,3	-6055829,4	-500064,4	-9834498,4	-	-

*складено автором за даними [34-36]

Чисельність зайнятих на підприємствах пасажирського авіаційного транспорту працівників у 2022 зменшилась на 1361 особу або 20,3 % у порівнянні із 2019 р. (з них чисельність найманих працівників - на 1338 особи або 20,1%). Показник обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами господарювання пасажирського авіаційного транспорту у 2022 р. скоротився на 31855,6 млн .грн. або на 76,8 % порівняно із 2018 р..

Підприємства за результатами 2022 р. засвідчили збиток на рівні 9834,4 млн грн., що в порівнянні із прибутком 2019 р. в обсязі 2152,2 млн грн. демонструє зменшення розміру фінансового результату діяльності на 11986,6 млн грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили збиток на рівні 1562,6 млн .грн., малі – збиток на рівні 72,5 млн грн.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності турагентств показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 1383 од. або 17,0 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 49,0 % (на 962 од.), фізичних осіб-підприємців – на 6,8 % (на 421 од.). Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, у відсотковому відношенні чисельність суб'єктів середнього підприємництва зменшилась на 50,0 % (на 1 одиницю), малого підприємництва – на 17,0 % (на 1382 од.) (див. табл. 7).

Таблиця 7 – Динаміка основних показників діяльності турагентств у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	8144	8990	8740	8751	6761	-1383	-17,0
Чисельність зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	13300	15569	12381	13074	8851	-4449	-33,5
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	3720241,8	4528443,2	2564732,8	4951476,0	1014729,0	-2705512,8	-72,7
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	57990,9	121448,5	-58123,4	161712,3	-72821,1	-130812,0	-

*складено автором за даними [34-36]

Показник чисельності зайнятих у суб'єктів господарювання в сегменті турагентств зменшився у абсолютному вимірі на 4449 особи, або на 33,5 %. При цьому чисельність зайнятих працівників на підприємствах зменшилась на 1731 осіб або на 41,1 % (з них чисельність найманих працівників - на 1461 особу, або 39,2 %). Показник обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в сегменті турагентств у 2022 р. скоротився на 2705,5 млн грн. або на 72,7 % порівняно із 2018 р.. Підприємства за результатами 2022 року засвідчили збиток на рівні 72,8 млн грн., що в порівнянні із прибутком 2018 року на рівні 57,9 млн грн. демонструє спад на 130,7 млн грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили збиток на рівні 2,0 млн. грн., малі – збиток на рівні 70,7 млн. грн.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності туроператорів продемонстрували зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 502 од. або 41,2 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 44,0 % (на 495 од.), фізичних осіб-підприємців – на 7,5 % (на 7 од.). Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, у відсотковому відношенні чисельність суб'єктів середнього підприємництва зменшилась на 30,8 % (на 4 од.), малого підприємництва – на 41,3 % (на 498 од.) (табл. 8).

Таблиця 8 – Динаміка основних показників діяльності турагентств у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	1218	1261	1198	1141	716	-502	-41,2
Чисельність зайнятих працівників у суб'єктів господарювання, осіб	4898	6511	4960	4556	3289	-1609	-32,9
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	7058057,4	9773640,8	4667828,9	10990803,3	1725430,9	-5332626,5	-75,6
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	-59949,6	-29345,2	-1017587,9	458106,5	-270080,4	-210130,8	-

*складено автором за даними [34-36]

Показник чисельності зайнятих у суб'єктів господарювання в сегменті туроператорів зменшився у абсолютному вимірі на 1609 осіб, або на 32,9 %. При цьому чисельність зайнятих працівників на підприємствах зменшилась на 1603 особи або на 33,5 % (з них чисельність найманих працівників – на 1475 осіб, або 32,4 %). Показник обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в сегменті туроператорів у 2022 р. скоротився на 5332,6 млн грн. або на 75,6 % порівняно із 2018 р.. Підприємства за результатами 2022 року засвідчили збиток на рівні 270,0 млн грн., що в порівнянні зі збитком 2018 року на рівні 59,9 млн грн. демонструє збільшення збитку на 210,1 млн грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили збиток на рівні 228,5 млн грн., збільшивши збиток на 132,6 млн грн. проти показника 2018 р., малі – збиток на рівні 41,5 млн. грн, зменшившись у порівнянні з 2018 р. на 77,3 млн. грн.

Розрахунки динаміки основних показників діяльності з функціонування атракціонів і тематичних парків показали зменшення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 228 од. або 25,3 % у порівнянні із 2018 р.. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 32,0 % (на 40 од.), фізичних осіб-підприємців – на 24,2 % (на 188 од.). Розглядаючи суб'єкти господарювання за розміром, у відсотковому відношенні чисельність суб'єктів середнього підприємництва зменшилась на 23,1 % (на 3 од.), малого підприємництва – на 25,3 % (на 225 од.) (табл. 9).

Таблиця 9 – Чисельність суб'єктів господарювання (атракціонів і тематичних парків) у 2018–2022 рр.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	901	933	899	851	673	-228	-25,3
з них:							
великого п-ва, од.	-	-	-	-	-		
середнього п-ва, од.	13	11	9	12	10	-3	-23,1
малого п-ва, од.	888	922	890	839	663	-225	-25,3

*складено автором за даними [34-36]

Показник чисельності зайнятих у суб'єктів господарювання в сегменті функціонування атракціонів і тематичних парків зменшився у абсолютному вимірі на 1027 осіб, або на 27,1 %. При цьому чисельність зайнятих працівників на підприємствах зменшилась на 85 осіб або на 4,4 % (з них чисельність найманих працівників - на 71 особу, або 7,7%) (рис. 12).

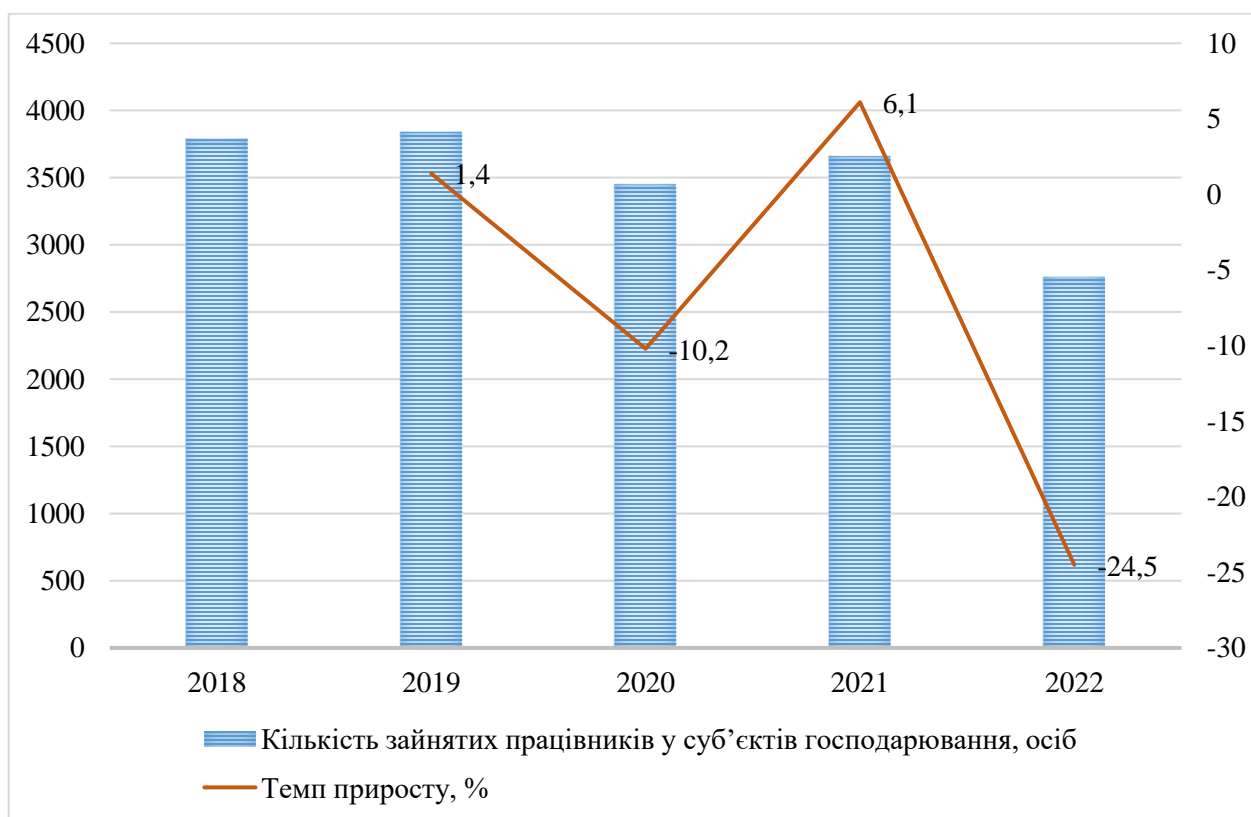


Рисунок 12– Динаміка чисельності зайнятих працівників в сегменті функціонування атракціонів і тематичних парків у 2018–2022 рр.*

*складено автором за даними [34-36]

Розрахунки динаміки основних показників діяльності з організування інших видів відпочинку та розваг показали скорочення у 2022 р. загальної чисельності суб'єктів господарювання на 790 од. або 18,9 % у порівнянні із 2018 р. При цьому чисельність підприємств скоротилася на 43,2 % (на 203 од.), фізичних осіб-підприємців – на 15,8 % (на 587 од.). Аналізуючи суб'єкти господарювання за розміром, у відсотковому відношенні чисельність суб'єктів середнього підприємництва зростає на 75,0 % (на 3 од.), малого підприємництва – скоротилась на 19,0 % (на 793 од.). Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в сегменті організування інших видів відпочинку та розваг у 2022 р. зменшився на 1685,7 млн грн. або на 73,8 % порівняно із 2018 р. Підприємства за результатами 2022 р. продемонстрували збиток на рівні 22,5 млн грн., що в порівнянні із прибутком 2018 р. на рівні 29,2 млн грн. демонструє скорочення на 51,7 млн грн. Середні підприємства у 2022 р. засвідчили збиток на рівні 1,2 млн грн., збільшивши показник на 10,6 млн грн. проти збитку 2019 р., малі – збиток на рівні 21,3 млн. грн, демонструючи спад у порівнянні з прибутком 2019 р. на 154,8 млн грн. (табл. 10).

Таблиця 10 – Динаміка основних показників діяльності з організування інших видів відпочинку та розваг у 2018–2022 рр., од.*

Показники	Роки					Абсолютні зміни 2022/2018	Темпи приросту, % 2022/2018
	2018	2019	2020	2021	2022		
Чисельність суб'єктів господарювання, од.	4180	4506	4541	4258	3390	-790	-18,9
з них:							
великого п-ва, од.	-	-	-	-	-		
середнього п-ва, од.	4	7	6	8	7	3	75,0
малого п-ва, од.	4176	4499	4535	4258	3383	-793	-19,0
Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	2284560,5	3012757,3	2387242,3	5133210,1	598843,4	-1685717,1	-73,8
Чистий прибуток (збиток) підприємств, тис. грн	29207,0	121694,7	-46856,8	99790,9	-22546,9	-51753,9	-

*складено автором за даними [34-36]

Показник кількості зайнятих у суб'єктів господарювання в сегменті організування інших видів відпочинку та розваг знизився у абсолютному вимірі на 2983 особи, або на 33,7 %. При цьому кількість зайнятих працівників на підприємствах скоротилась на 103 особи або на 6,0 % (з них кількість найманих працівників — на 44 особи, або 2,8 %) (рис. 13)

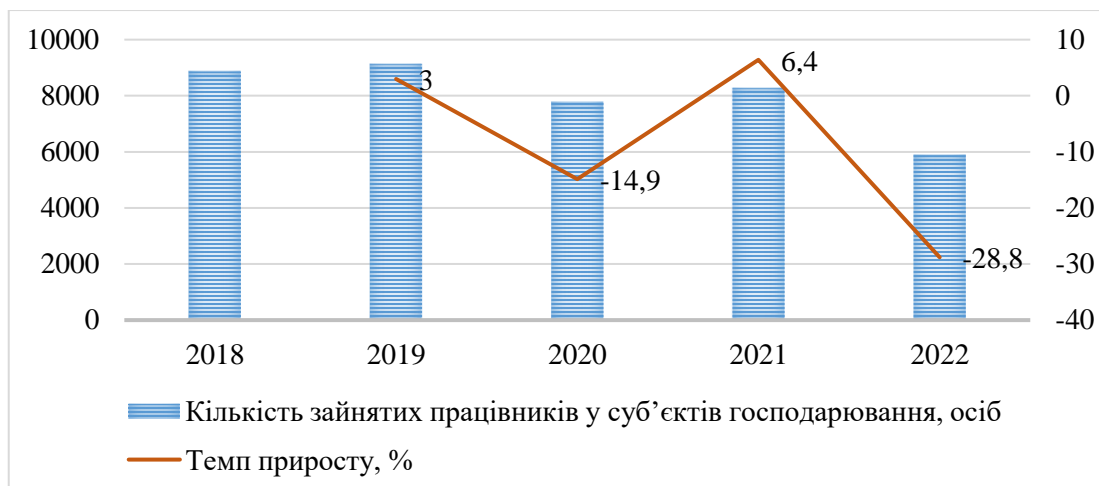


Рисунок 13 – Динаміка чисельності зайнятих працівників в сегменті з організування інших видів відпочинку та розваг у 2018–2022 рр.*
*складено автором за даними [34-36]

Аналіз впливу військової агресії на інституції та організації які беруть активну участь у розвитку туристичної індустрії України пропонується здійснити по 4 організаціям (рис. 14).

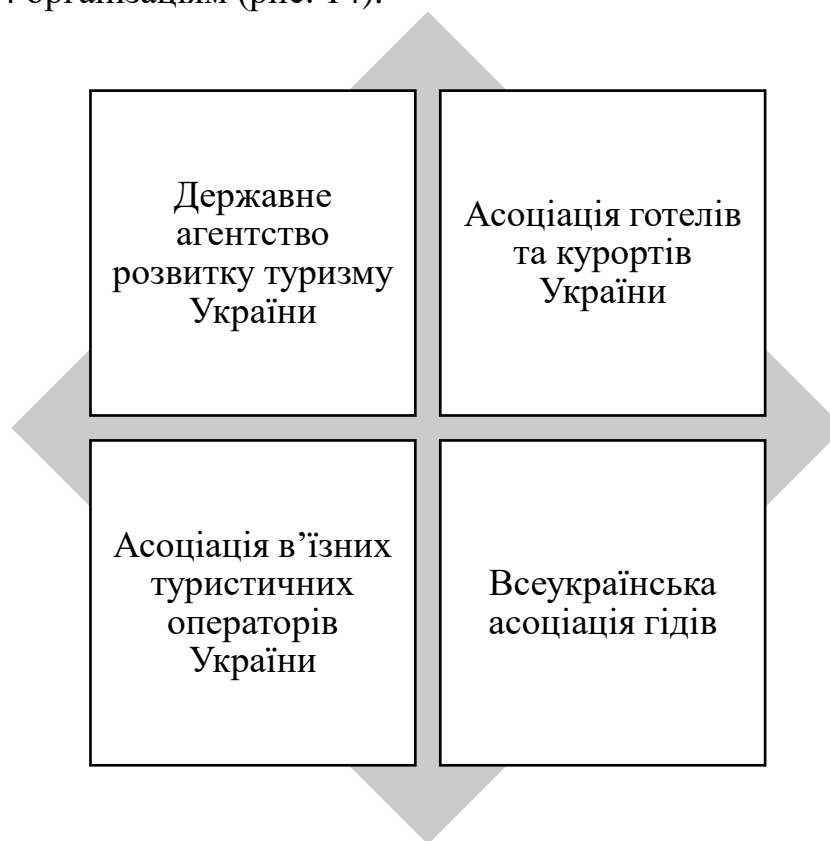


Рисунок 14 – Інституції та організації які беруть активну участь у розвитку туристичної індустрії України [37-39]

1. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) є державним органом, відповідальним за нагляд та сприяння розвитку туристичної галузі України. Створене для сприяння сталому розвитку туризму та позиціонування України як провідного напрямку на світовій арені, ДАРТ відіграє вирішальну роль у формуванні політики, стратегій та ініціатив розвитку індустрії туризму країни [37].

Усвідомлюючи вирішальну роль, яку відіграватиме туризм у післявоєнному відновленні України, ДАРТ скоригувало свою увагу задля задоволення миттєвих потреб туристичної галузі, одночасно заклавши основу для довгострокового зростання. Основні заходи під час військової агресії включали [31]:

- підтримка внутрішнього туризму. Оскільки в'їзний і виїзний туризм сильно обмежений через військовий конфлікт, ДАРТ надає пріоритет розвитку внутрішньому туризму. Заохочуючи українців досліджувати власну країну, ДАРТ має на меті стабілізувати місцеву економіку та підтримувати бізнес, який працює у відносно безпечніших регіонах;

- гуманітарні ініціативи: ДАРТ здійснює важливу роль у координації зусиль з місцевими та міжнародними партнерами щодо використання туристичної інфраструктури для гуманітарних цілей, таких як розміщення переміщених осіб та підтримка операцій з надання допомоги;

- відбудова туристичної інфраструктури. ДАРТ працює над оцінкою та відновленням пошкодженої туристичної інфраструктури, забезпечуючи швидке відновлення ключових визначних пам'яток України, культурних об'єктів і закладів гостинності після закінчення конфлікту;

- збереження культурної спадщини: ДАРТ бере активну участь у захисті культурних та історичних пам'яток України, які є життєво важливими не лише для індустрії туризму, але й для ідентичності країни.

Незважаючи на поточні виклики, ДАРТ активно планує майбутній розвиток туристичної індустрії, працюючи над такими ініціативами [31]:

- 1) післявоєнний ребрединг дестинацій. ДАРТ готує глобальні маркетингові кампанії, задля позиціонування України як місця, яке необхідно відвідати, як тільки вона стане безпечною для міжнародних мандрівників. Основна увага приділятиметься просуванню стійкості України, унікальної культурної спадщини та невикористаного потенціалу її ландшафтів;

- 2) сталий розвиток туризму. ДАРТ узгоджує свої плани відновлення з ширшими цілями України щодо вступу до ЄС, гарантуючи, що зусилля з відновлення туризму надають пріоритет сталості, енергоефективності та охорони навколишнього середовища;

- 3) створення робочих місць і перекваліфікація робочої сили. Визнаючи потенціал індустрії туризму для створення значних можливостей для

працевлаштування, ДАРТ очолює програми перекваліфікації переміщених працівників і підготовки нового покоління професіоналів у сфері туризму.

2. Асоціація готелів та курортів України (The Ukrainian Hotel and Resort Association (UHRA)) є провідною організацією, що представляє сектор гостинності України, об'єднує готелі, курорти та інші заклади розміщення по всій країні. Створена для сприяння зростанню та розвитку індустрії гостинності України, UHRA відіграє ключову роль у просуванні галузевих стандартів, підтримці розвитку бізнесу та сприянні співпраці між зацікавленими сторонами [31].

UHRA здійснює адвокацію своїх членів, тісно співпрацюючи з державними органами, туристичними організаціями та міжнародними партнерами, щоб формувати політику та ініціативи, які сприяють розвитку сектора. Асоціація також надає своїм членам основні допоміжні послуги, включаючи навчання, сертифікацію та дослідження ринку, гарантуючи, що українські готелі та курорти залишаються конкурентоспроможними та відповідають міжнародним стандартам.

З початком повномасштабної війни в Україні UHRA зіткнулася з безпрецедентними випробуваннями. Війна серйозно вплинула на сектор гостинності: багато закладів постраждали, зменшився попит, присутні збої в роботі. У відповідь UHRA адаптувала свою діяльність, щоб допомогти галузі вижити та відновитись, зосередившись на таких ініціативах, як [31]:

- підтримка врегулювання кризових ситуацій. UHRA надає рекомендації та ресурси своїм членам щодо врегулювання кризових ситуацій, допомагаючи готелям і курортам справлятися з викликами, пов'язаними з війною, включаючи безпеку персоналу, операційні коригування та фінансову стабільність;

- гуманітарна допомога. багато членів UHRA перетворили свої приміщення на притулки та тимчасове житло для переміщених осіб, пропонуючи безкоштовне житло тим, хто тікає із зон конфлікту. UHRA координувала ці зусилля по всій країні, гарантуючи, що сектор гостинності відіграє вирішальну роль у національній гуманітарній допомозі;

- адвокація економічної підтримки. UHRA працювала з місцевими та міжнародними партнерами, щоб отримати фінансову допомогу, податкові пільги та інвестиції, щоб стабілізувати сектор і запобігти подальшому закриттю;

- збереження активів гостинності. Асоціація бере активну участь у зусиллях щодо захисту ключових активів туризму та гостинності, гарантуючи, що галузь буде готова до відновлення та перебудови, після завершення конфлікту.

У той же час UHRA залишається відданою своїм основним цілям — просуванню України як провідного туристичного напрямку та сприянню довгостроковому розвитку індустрії гостинності. Основні види діяльності включають [31]:

1) взаємодія з державними органами. UHRA співпрацює з державними установами, туристичними радами та міжнародними організаціями, щоб розробити об'єктивне та ефективне законодавство та сприяти визнанню України як майбутньої привабливої дестинації для мандрівників, наголошуючи на культурній спадщині країни, природній красі та традиціях гостинності.

2) експертиза та навчання. Асоціація надає своїм членам професійний досвід провідних експертів і можливості для безперервного професійного розвитку, гарантуючи, що готелі і курорти в Україні відповідають і перевищують міжнародні стандарти якості та обслуговування.

3) дослідження. UHRA проводить поглиблені дослідження, щоб оцінити ринкові тенденції та виявити нові можливості для зростання, особливо в умовах післявоєнного відновлення. Асоціація також заохочує інновації в практиках сталого туризму, допомагаючи сектору відповідати глобальним екологічним стандартам.

4) розвиток партнерських зв'язків. Співпрацюючи з міжнародними організаціями гостинності та туризму, UHRA поділяє міжнародні цінності галузі та прагне побудувати глобальні партнерства для відновлення та зростання української готельної індустрії.

3. Асоціація в'їзних туроператорів України (The Association of Incoming Tour Operators in Ukraine (AITOU)) є ключовою галузевою організацією, що представляє компанії, що займаються просуванням України як привабливої дестинації для міжнародних туристів. З моменту свого заснування AITOU відіграє важливу роль у відстоюванні розвитку в'їзного туризму, розвитку співпраці між державним і приватним секторами та створенні можливостей для відвідувачів відчувати багату культурну спадщину та різноманітні ландшафти України [38].

Проте з початком повномасштабної війни в Україні AITOU трансформувала свою діяльність відповідно до нагальних потреб країни. З перших днів вторгнення Асоціація переключила свою увагу на гуманітарні зусилля, зокрема [31]:

- організація понад 120 евакуаційних перевезень з Києва та східних областей на Захід України, безоплатне тимчасове розміщення понад 4 тис. осіб;
- сприяння евакуаційним трансферам з України до Австрії та Німеччини у партнерстві з Австрійсько-німецьким благодійним фондом EvacuAid та Київським центром соціальних служб. Ці зусилля задіяли 27 автобусів, безпечно переселивши понад 1000 людей, включаючи дітей, людей з обмеженими можливостями та малозабезпечені сім'ї;
- створення реабілітаційних таборів для дітей в Україні спільно з благодійним фондом BeKind та за кордоном в Албанії за підтримки Посольства України в Албанії, благодійного фонду ProjectDynamo та Project Keshar в Україні;

- організація таборів для дітей українських захисників у Швеції у співпраці зі Шведською туристичною асоціацією SRF;
- координація кількох поставок гуманітарної допомоги з Німеччини в Україну у партнерстві з благодійним фондом Ukrainehilfe Vogtsburg;
- участь у проекті «Збереження культурної спадщини в Україні в контексті економіки солідарності» для збереження культурних цінностей України під час конфлікту.

Незважаючи на ці гуманітарні зусилля, АІТОУ залишається відданою своїй основній місії популяризації України як дестинації для майбутніх подорожей. Це критично не лише для індустрії туризму, але й для довгострокового відновлення країни. Основна діяльність АІТОУ продовжує включати [31]:

1) маркетинг дестинацій. Забезпечення визнання України не лише як нації, яка постраждала від війни, але й як красивої та унікальної дестинації, гідної глобального інтересу після завершення війни;

2) участь у експертних радах. Участь у дорадчих радах, пов'язаних із туризмом, як на місцевому, так і на державному рівнях для формування політики, яка підтримує відновлення сектора;

3) дослідження ринку та розробка продуктів. Проведення поглибленого аналізу туристичного ринку для інформування про розробку нових туристичних продуктів;

4) міжнародна співпраця. Тісна співпраця з міжнародними туристичними організаціями та асоціаціями для розвитку партнерства та забезпечення підтримки туристичної галузі України;

5) освітня діяльність. Пропонування можливостей навчання та підвищення кваліфікації для тих, хто працює в туристичному секторі.

4. Всеукраїнська асоціація гідів (The Ukrainian Tourist Guides Association) – це асоціація професійних гідів, неурядова, неполітична та неприбуткова організація. Вона створена з метою об'єднання екскурсоводів, менеджерів, екскурсоводів музеїв та інших фахівців сфери туризму для підвищення якості їх роботи, підвищення ролі та престижу професії в українському суспільстві [39]. Основні види діяльності Всеукраїнської асоціації гідів під час військової агресії включають [31]:

- об'єднання екскурсоводів на основі створення сприятливих умов для розвитку національного туристичного продукту шляхом розробки та просування якісного екскурсійного продукту, підвищення рівня професійної майстерності екскурсоводів, визначення їх ролі і місця в навчальному процесі, підвищення авторитетності професії;

- удосконалення системи навчання та напрямів професійного зростання, створення умов для спеціалістів, професійного розвитку та впровадження етичних норм професії;

– допомога у формуванні професійного середовища для гідів в Україні; реформування українського законодавства з використанням досвіду європейських країн-лідерів туризму, гармонізації українських стандартів із законодавством Європейського Союзу; розвиток правової форми самоорганізації та саморегулювання туристичної спільноти; розвиток екскурсійної справи, зокрема екскурсійного продукту в Україні; створення та ведення національного реєстру гідів.

Виходячи з вище зазначеного, можна дійти висновку, що «туристична індустрія України в умовах соціально-економічної трансформації переживає значні виклики і можливості. На фоні змін у внутрішній і зовнішній політиці країни виникає потреба у нових концептуальних підходах до розвитку галузі, спрямованих на стабілізацію і підвищення конкурентоспроможності. Попри те, що військові дії і воєнний стан суттєво впливають на туристичну індустрію, знижуючи міжнародний туризм і інвестиції, вони також можуть стимулювати внутрішній туризм і розвиток вітчизняного ринку» [27].

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У кваліфікаційній роботі здійснено вирішення поставленої мети – проведено аналіз та оцінку втрат туристичної індустрії України в наслідок російської воєнної агресії, а також надано рекомендації з її відновлення у післявоєнний період. На підставі отриманих результатів сформульовано такі висновки:

1. Визначено, що дефініція категоріального апарату «індустрія туризму» «є неоднозначною та дискусійною у наукових школах, про що свідчить наявність різних визначальних ознак та критеріїв його сутнісної характеристики» [8]. Обґрунтовано, що більшість науковців виділяють такі ознаки поняття індустрія туризму: «складова національної економіки; міжгалузевий господарський комплекс; абсорбування в собі здобутків інших індустрій; сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності; інтегральна система взаємодії суб'єкта й можливостей території; сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності; забезпечення створення матеріальної бази туризму; виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення; прийом, обслуговування та перевезення туристів» [3].

2. Наведено ознаки туристичного продукту, а саме: невідчутність, невіддільність послуги від джерела її утворення, мінливість, відсутність права власності, незбереженість, складність нормування.

3. Обґрунтовано, що «ефективність функціонування туристичної індустрії багато в чому залежить від низки факторів, що впливають на її розвиток, серед яких виділяють політичні (політична стабільність в країні, участь у міжнародних організаціях, стан торговельного й платіжного балансу), соціально-демографічні (чисельність та вік населення, зміна персонального доходу, рівень складності та інтенсивності праці, гнучкий графік робочого часу, рівень туристичної активності), економічні (економічна стабільність, рівень доходів населення, фінансова ситуація в країні, зовнішньоекономічна діяльність держави, ступінь інтегрованості в світогосподарську систему), науково-технічні (рівень наукових розробок, сучасні технології обслуговування, технологізація туристичної індустрії, коп'ютеризація туристичної індустрії), природно-географічні (географічне положення, якісна і кількісна характеристика водних, лісових, земельних ресурсів, природно-кліматичні і природно-транспортні умови), історико-культурні, міжнародні (пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації) тощо» [15].

4. Досліджено класифікацію факторів, які впливають на розвиток туристичної індустрії на підставі виокремлення низки критеріїв, а саме: «за ступенем впливу», «за характером впливу», «за механізмом впливу», «за напрямом впливу», «за інтересами», «за змістом», «за географічною ознакою», «за територіальною ознакою», «за дієвістю впливу», «за результатами впливу».

5. Доведено, що однією з головних передумов розвитку індустрії туризму є наявність туристичних ресурсів, отже питання визначення їх сутності та типології є ключовим у дослідженні теоретичних засад розвитку туристичної індустрії. Визначено, що багатогранність поняття «туристичні ресурси» визначається підходами з яких його можна розглядати, а саме: еколого-економічного, функціонального, територіального та комплексного.

6. Систематизовано типологію туристичних ресурсів, наведено наступні основні ознаки за якими туристичні ресурси відносять до тої чи іншої категорії: сукупність рекреаційних та антропогенних ресурсів, комплекс чинників розвитку туристичного регіону, поєднання природних, антропогенних та суспільно-історичних показників, ознака втручання людської діяльності на туристичні ресурси, поєднання природних, антропогенних та соціально-економічних передумов з інфраструктурними компонентами.

7. Досліджено підсистеми індустрії туризму, представлені сполученнями різнорідних функціонально-галузевих елементів, що виконують однорідні функції в сфері туризму, а саме: інституційно-організаційну підсистему («включає структури, представлені інституціями, які здійснюють державну туристичну політику шляхом правового, економічного і організаційного узгодження державних, місцевих, комерційних і некомерційних інтересів суб'єктів ринкової діяльності на ринках туристичних послуг різного порядку» [6; 9]), функціонально-господарську підсистему («сформована функціонально-інтегративними зв'язками між структурами галузей матеріального виробництва і невиробничої сфери з надання транспортних, гостинних, дозвілевих і низки додаткових послуг» [6; 9]) та територіально-господарську підсистему («становить ресурсну основу формування туристичного ринку на базі використання туристичного, соціально-демографічного й господарського потенціалу території» [6; 9]).

8. Наведено та охарактеризовано принципи, на яких базується здатність туристичної галузі відновлюватися, а саме: «сталість і стійкість – урахування й забезпечення стійкості туристичного бізнесу в умовах нестабільності та кризи; адаптивність – здатність суб'єктів туристичної галузі й державних органів до оперативної адаптації в змінних умовах військових конфліктів» інтегрованість – забезпечення взаємодії між різними секторами та рівнями управління для забезпечення гармонійного функціонування туристичної індустрії в умовах кризи» [25]; «соціальна відповідальність – «відповідальне ведення бізнесу з урахуванням впливу на місцеве населення та соціальну ситуацію в країні; інноваційність – застосування новаторських рішень і технологій для відновлення та покращення туристичних послуг під час кризи; екологічна збалансованість – збереження природних ресурсів і довкілля при розвитку туристичної інфраструктури в умовах військових дій; міжнародна співпраця – посилення співпраці з міжнародними партнерами та організаціями для забезпечення міжнародної безпеки та підтримки туристичних потоків» [25].

9. Здійснено пропозицію, що задля визначення стратегічних пріоритетів, цілей і завдань, що постали перед основними стейкхолдерами туристичної індустрії України в контексті повоєнного відновлення, необхідно здійснити аналіз та оцінку поточної ситуації, в якій перебуває галузь внаслідок російської воєнної агресії. Діагностику впливу військової агресії на туристичну індустрію в Україні здійснено за двома напрямками: 1) оцінка економічних втрат туристичної індустрії за окремими видами економічної діяльності; 2) аналіз впливу військової агресії на інституції та організації які беруть активну участь у розвитку туристичної індустрії України.

10. Проведено оцінку економічних втрат туристичної індустрії за окремими видами економічної діяльності, а саме проаналізовано: чисельність суб'єктів господарювання, динаміку чисельності зайнятих працівників та обсяг реалізованої продукції та чистого прибутку (збитку) засобів розміщення, підприємств, що надають послугу пасажирського залізничного транспорту, наземного транспорту, морського транспорту, туристичних агентств, атракціонів і тематичних парків, підприємств з організування інших видів відпочинку та розваг.

11. Здійснено аналіз впливу військової агресії на інституції та організації які беруть активну участь у розвитку туристичної індустрії України, а саме Державного агентства розвитку туризму України, Асоціації готелів та курортів України, Асоціації в'їзних туроператорів України, Всеукраїнської асоціації гідів.

12. Здійснено висновок, що у 2019 р. туризм в Україні стабільно розвивався. Цей сектор приніс приблизно 1,6 мільярда доларів США в національну економіку, що становить близько 6,2% ВВП. В'їзний туризм зростав, переважно з європейських та сусідніх країн, приносячи значні доходи для малого та середнього бізнесу в сферах гостинності, туристичних послуг та культурної спадщини. Того ж року індустрія туризму підтримала близько 1,2 мільйона робочих місць, прямо чи опосередковано, що зробило її життєво важливим джерелом зайнятості в ключових містах і сільській місцевості. Військова агресія призвела до скорочення в'їзного туризму на 85%, внаслідок чого дохід знизився з 1,6 млрд доларів США у 2019 р. до 240 млн доларів США у 2022 р. Занепад туристичної індустрії спричинив втрату 800 000 робочих місць в економіці через падіння попиту на туристичні та готельні послуги.

Незважаючи на триваючу війну, українська індустрія туризму є важливим джерелом залучення інвестиції у відновлення України. Хоча дехто може розглядати туризм як розкіш або несуттєвий сектор під час війни, насправді це життєво важливий двигун економічного відродження, соціальної стабільності та довгострокової стійкості. На підставі проведеного аналізу визначено стратегічні пріоритети, що постали перед основними стейкхолдерами туристичної індустрії України в контексті повоєнного відновлення. Рекомендації з відновлення туристичної індустрії у післявоєнний період візуалізовано на рис. 15.



Рисунок 15 – Рекомендації з відновлення туристичної індустрії у післявоєнний період*

*складено автором за даними [31]

Сприяння внутрішньому та регіональному туризму. Стимулювання внутрішнього туризму в короткостроковій перспективі сприятиме стабілізації сектора.

Інвестиції у відбудову туристичної інфраструктури. Міжнародні інвестиції матимуть вирішальне значення для відновлення пошкоджених туристичних пам'яток та інфраструктури гостинності.

Реставрація та реконструкція пошкоджених внаслідок військових подій туристичних об'єктів в Україні та їх подальше залучення до туристичної індустрії є важливим і необхідним кроком для відновлення втрачених або зруйнованих природних, культурних і ментальних туристичних дестинацій, а також для відновлення їх практичної цінності в суспільному житті. Загальні потреби сектору туризму та культури у коштах спрямованих на відновлення та реконструкцію галузі протягом наступних 10 років оцінюються в 6,9 мільярда доларів США. Ця цифра включає 2,3 мільярда доларів США на короткострокові потреби (2023–2026 роки) та 4,6 мільярда доларів США на середньострокові та довгострокові потреби (2027–2033 роки) [31].

Очікується, «що потреби на ранній стадії включатимуть оцінку збитків та документування руйнувань, а також включатимуть витрати на надзвичайні заходи щодо нерухомих і рухомих культурних цінностей, заходи стабілізації та консервації культурних цінностей, управління зберіганням, оцінку готовності туристичних об'єктів або проведення їх негайної консервації для запобігання подальшій втраті та пограбуванню. На цьому етапі також конче необхідною є

підтримка культурних та креативних індустрій, заходи щодо збереження нематеріальної культурної спадщини, реставрація та реконструкція понад 30% активів галузі» [31].

Цінність об'єктів туристичного сектору України «напряму пов'язана з їх автентичністю, яку неможливо оцінити прямими ринковими методами. З цієї причини відновлення туристичних об'єктів та індустрії туризму в цілому, що з ними пов'язана, безпосередньо не означає їх фізичну чи матеріальну реконструкцію, їх цінність можна вважати «незамінною» після втрати» [31].

Вкрай важливим завданням сьогодення має стати «широке залучення прямих іноземних інвестицій (ПІ) до туристичного сектору економіки та активізація бізнес-середовища туристичного сектору України. Необхідно створити рівні умови для розвитку та функціонування всіх туристичних компаній на базі цифрових платформ реалізації державних послуг, роблячи їх більш прозорими, зручними та ефективними» [31]. Наприклад, «створення порталу «Дія» дозволило невеликим туристичним компаніям швидко зареєструвати свій бізнес, отримати ряд необхідних документів н ведення професійної діяльності тощо. Українські розробники цифрових технологій також створили свою першу віртуальну екстериторіальну вільну економічну зону «Дія Сіті» та активно продовжують розвивати економічні й торговельні відносини з іноземними партнерами, налагоджують контакти з бізнес-спільнотами різних країн для реалізації спільних інфраструктурних проєктів» [31].

Для успішного та сталого розвитку туристичного сектору в умовах запровадження військового стану та після його завершення необхідний комплексний, системний та зважений підхід до інвестицій. Уряд має дотримуватися єдиної стратегії ПІ, а також встановити ряд пріоритетів для залучення подібних інвестицій.

Ключову роль в налагодженні сприятливого інвестиційного клімату для туристичного сектору економіки будуть відігравати «просторово-територіальні аспекти розвитку туризму (інвестиції в райони з високим потенціалом); галузеві особливості ресурсного потенціалу туристичного сектору України (інвестування до слаборозвинених сегментів туристичного бізнесу); а також ринково-економічні аспекти бізнесової активності (прозорість та ефективність просування туристичних продуктів)» [31].

Для підготовки середньо- та довгострокових інвестиційних проєктів владі необхідно «провести комплексний аналіз втрат туристичного сектору від військових подій та створити карту пріоритетів інвестування й відновлення ефективного функціонування туристичного сектору України. У той час як уряд відповідатиме за фінансування та інвестування до ключових галузей громадської інфраструктури, розвиток окремих елементів туристичного сектору може бути проінвестианбим представниками приватного капіталу за відповідної підтримки» [31]. Подібні інвестиції можуть «консолідувати зусилля ключових гравців в туристичному секторі з питань налагодження функціонування туризму за умов

запровадження військового стану та забезпечення його ефективного розвитку в мирний час, надати їм матеріальну, технічну та експертну допомогу, що підвищить їх конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринках» [31].

Післявоєнний ребрендинг українського туризму. Використання агресивних маркетингових та ребрендингових кампаній задля залучення іноземних відвідувачів в Україну та отримання вигоди від багатой культурної спадщини та природно-кліматичних умов..

Державна підтримка. Податкові пільги та фінансова підтримка матимуть вирішальне значення для відновлення та стимулювання зростання.

Для здійснення своєї ролі державні та регіональні органи влади мають активно використовувати ринкові механізми регулювання розвитку туристичного сектору окремих територій, які можна умовно поділити на стимулюючі та забороняючі. В табл. 11 представлені приклади надання економічних стимулів (матеріальне та інформаційне заохочення, створення пільгових умов), а також наведені Середньострокові та довгострокові потреби, необхідні для запропонованих економічних стимулів.

Таблиця 11 – Ринкові механізми регулювання розвитку туристичного сектору України за умов запровадження військового стану та в часи повоєнного відродження [31]

Надання економічних стимулів		Середньострокові та довгострокові потреби
Матеріальне та інформаційне заохочення	Створення пільгових умов	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Субсидії	Пільгове кредитування	Штрафи за порушення законодавства в галузі ведення підприємницької діяльності
Субвенції	Пільгове оподаткування	Штрафи за порушення законодавства в галузі ведення господарської діяльності
Гранти	Пільгове інвестування, пільгові умови при торгівлі обов'язками та правами власності	Штрафи за порушення трудового законодавства
Інформаційна підтримка та позитивні PR-акції	Надання пільг при веденні зовнішньоекономічної діяльності	Штрафи за порушення законодавства в галузі використання земельних та інших природних ресурсів
Надання підприємству державного замовлення	Надання пільг при здійсненні митних операцій підприємства	Штрафи за порушення законодавства в галузі захисту авторських прав та охорони інтелектуальної власності
Фінансування екологічних витрат	Реструктуризація заборгованостей та пільговий режим їх виплати	Штрафи за створення необґрунтованої монополістичної ситуації на ринку

Продовження табл. 11

1	2	3
Передача технологій та інновацій	Пільги при просуванні виробленого товару/послуги на ринку	Штрафи за екологічне забруднення навколишнього природного середовища
Пряма фінансова підтримка та інвестування	Пільгові ставки орендних платежів	Штрафи за екологічне забруднення навколишнього природного середовища
Надання податкового кредиту	Пільгові тарифи на тепло-енерго- та водопостачання	
Будівництво соціального житла для працівників пріоритетних туристичних підприємств	Пільгове розміщення рекламної інформації	
Будівництво об'єктів транспорту і зв'язку та соціальної інфраструктури для активізації підприємницької діяльності в регіоні	Пільги при реалізації регуляторної/дозвільної діяльності підприємства	

Зазначені вище стимулюючі та забороняючі заходи «є інструментарієм для оптимізації формування туристичного сектору України в умовах військового стану за допомогою відповідних управлінських рішень, що приймаються на регіональному та державному рівнях. До компетенції регіональних органів влади відносяться переважно заходи економічного стимулювання підприємницької активності туристичного сектору в умовах військового стану. Вони витікають із стратегічних рішень державної влади, що регламентують пріоритетність розвитку певних видів економічної діяльності на основі загальнонаціональних інтересів. При цьому, розробка конкретного механізму реалізації подібних стратегічних рішень покладається на органи влади окремих військових адміністрацій» [31].

Використання закладів індустрії гостинності як навчальних закладів або місць для реабілітації поранених у війні та підтримки психічного здоров'я.

Співпраця в галузі. Зміцнення галузевих мереж і співробітництва може допомогти у вирішенні таких загальних проблем, як економічна нестабільність і нестача персоналу. У процесі відбудови туристичного сектору України в умовах військового стану та у період повоєнного відродження будуть брати участь різноманітні туристичні підприємства. Серед них ключову роль відіграватимуть:

– туристичні компанії (туроператори, турагенти, туристичні інформаційні компанії, екскурсійні бюро тощо);

- транспортні компанії та перевізники (авіакомпанії, залізниці, автобусні та автомобільні компанії, агентства з каршерінгу, морські та річкові перевізники, власники індивідуальних засобів переміщення);
- підприємства громадського харчування (ресторани, кафе, бари тощо);
- засоби розміщення (готелі, бази відпочинку, пансіонати, хостели, приватні квартири, заміські будинки та гостьові будинки);
- гірськолижні курорти та заклади розміщення, харчування, навчання поблизу них;
- дитячі табори та бази відпочинку;
- кемпінги та об'єкти активного туризму, включаючи національні парки, дендропарки, заказники та заповідники;
- культурні установи (музеї, галереї, театри, клуби різного профілю та форм власності);
- оздоровчі та медичні заклади (лікарні, санаторії, пансіонати, шпиталі, амбулаторії, фельдшерсько-акушерські пункти, поліклініки, спортивні центри, спа-салони, веллес центри);
- організатори ділових, розважальних, культурних, спортивних та інших масових заходів (конференцій, симпозіумів, олімпіад, фестивалів, конкурсів, змагань, перегонів, інтелектуальних ігор тощо);
- конференц-центри, виставкові зали, стадіони, басейни, велотреки, мототреки та інші місця для проведення масових заходів;
- виробники крафтової та сувенірної продукції, а підприємства роздрібною торгівлі, пов'язані із туристичним сектором;
- університети, академії, інститути, загальноосвітні школи, спеціалізовані інтернати, курси підвищення кваліфікації та інші навчальні заклади, які надають послуги освіти в секторі туризму;
- громадські та релігійні організації, що пов'язані з сектором туризму й паломництва віруючих;
- центри сертифікації індустрії туризму.

Разом з тим слід зазначити, хоча туристична галузь України складається з багатьох перерахованих підприємств, вона також тісно пов'язана з іншими секторами економіки – промисловістю, транспортом, будівництвом, сервісом тощо, які також братимуть участь у відбудові туристичного сектору України.

Обізнаність та адвокація. Підвищення обізнаності про законодавчі процеси та адвокація сприятливої політики може ще більше підтримати стабільність галузі.

Інвестиції в енергозбереження. Зосередження на енергоефективних практиках та інфраструктурі може знизити експлуатаційні витрати та підвищити сталість, підтримуючи довгострокову стійкість і відновлення сектора.

Сприяння доступному туризму. Покращення доступності для людей з обмеженими можливостями та вдосконалення інклюзивної інфраструктури створить більш сприятливе середовище та розширить туристичний ринок.

Перекваліфікація для роботи в сфері гостинності. Навчальні програми, щоб надати українцям навичок для роботи в сфері гостинності сприятиме вирішенню проблеми нестачі робочої сили та створенню нових можливостей працевлаштування, сприяючи економічному відновленню.

Підтримка інклюзивності туристичних підприємств та туристичних атракцій. Фінансова та технічна допомога туристичним підприємствам і атракціям допоможе їм стати більш доступними для людей з обмеженими можливостями, розширюючи їх клієнтську базу та сприяючи інклюзивності.

Інтеграція та професійне залучення ветеранів війни в індустрію. Проведення тренінгів для працівників і роботодавців щодо інтеграції ветеранів війни в індустрію гостинності сприятиме реінтеграції ветеранів і посилить робочу силу та соціальну відповідальність сектора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Прокопишин-Рашкевич Л.М., Шадурська Б.О., Петрович Й.М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. 2020. Т. 4. № 1. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2020_4_1_10.
2. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління». Київ, 2011. 23 с.
3. Кулич І.Б. Туристична індустрія як складна система міжгалузевих відносин. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 11. Ч. 1. С. 115-117.
4. Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андрєєва Г. П. Розвиток розважального сектору туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 6. С. 78–83.
5. Білотіл О.М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України: дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Харків, 2016. 236 с.
6. Любіцева О. О. Геопросторова організація туристичного процесу: автореф. дис. ... д.геогр.н.: спец. 11.00.02 "Економічна та соціальна географія". Київ, 2003. 29 с.
7. Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід. Вісник Інституту розвитку дитини. Серія «Філософія, педагогіка, психологія». 2014. Вип. 35. С. 31–36.
8. Єрко І.В. Гносеологія конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2023 р. № 3 (129). С. 50-54.
9. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
10. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. Економічний часопис – XXI. 2012. № 3–4. С. 19–22.
11. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2016. 264 с.
12. Коваль О. М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL: tisit.edu.ua/tisit_news/128.
13. Гаман П. І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. ... д.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2009. 40 с.
14. Остап'юк Н. І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні: автореф. дис. ... к.е.н.: спец. 08.00.03 "Економіка та управління національним господарством". Харків, 2011. 23 с.

15. Маховка В.М. Особливості розвитку туристичної індустрії України. Науковий вісник Ужгородського університету. 2013. № 2 (39). Ч.1. С. 167-171.
16. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. 2014. Вип. 8. Ч. 3. С. 75-79.
17. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2011. № 1. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_20.
18. Закон України «Про туризм». URL: <http://surl.li/kmjdbf>
19. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід. Монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2010. 254 с.
20. Розвиток туристичного бізнесу регіону. Монографія. За ред. Доктора економічних наук, професора Школи І.М. Чернівці: Книги ХХІ, 2007. 292 с.
21. Смаль І.В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму. Географія в інформаційному суспільстві. Збірник наукових праць. 2008. Т. IV. С.139-141.
22. Фоменко Н.В. Ф 11 Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.
23. Григор'єва Я. В. Кластери як чинник активізації туристичної діяльності. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 7. С. 73–79.
24. Охріменко А. Г. Туристичні кластери як перспективні напрями регіонального розвитку. Університетські наукові записки: зб. наук. пр. Хмельницький, 2013. № 1. С. 495–500.
25. Коваль О.Д. Концептуальні засади розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи України. Актуальні проблеми економіки. 2024. № 6 (276). С. 45-52.
26. Грищенко С. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство. 2023. № 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
27. Коваль О.Д. Концептуальні засади розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи України. Актуальні проблеми економіки. 2024. № 6 (276). С. 45-52.
28. Єрко І.В. Гносеологія конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2023 р. № 3 (129). С. 50-54.
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. 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

31. Economic impact of war on Ukraine's tourism and hospitality sector. URL: https://drive.google.com/file/d/11Ats24vshAfES1WfKs6_MK3DCceqjHb/view?pli=1
32. Аналітичний звіт з науково-дослідної роботи «Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні». URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf>
33. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. URL: kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR_Feb23_FINAL_DamagesReport-1.pdf
34. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: ukrstat.gov.ua
35. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: dpsu.gov.ua
36. Туристичний барометр України від ГС «Національна туристична організація України». URL: nto.ua/nsts_analytics_ua.htm
37. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
38. Офіційний сайт Асоціації в'їзних туристичних операторів України. URL: <https://www.aitoukraine.org/>
39. Офіційний сайт Всеукраїнської асоціації гідів. URL: <https://uaguides.com/>