**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні»

«Problems and prospects of the development of domestic tourism in Ukraine»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.2429-2

Спеціальності «Туризм»

Освітньої програми «Туризм»

Маковоз Валерія Станіславівна

Керівник: Чуєва І.О.

Рецензент: Пиптюк П.Ф.

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність туризм

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

 (підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Маковоз Валерії Станіславівни

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1.Тема роботи «Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні», керівник роботи к.н.ф.в.с., доцент Чуєва І.О.,

 затверджені наказом ЗНУ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_\_\_.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

3. Вихідні дані до роботи. При написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані з організації ЮНВТО та Держстату, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму як такого та його перспективи на національному рівні.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

– визначити сутність та основні поняття внутрішнього туризму;

– проаналізувати розвиток та перспективи внутрішнього туризму в Україні;

* запропонувати шляхи покращення стану внутрішнього туризму шляхом розробки нового туру.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 7 рисунків, 5 таблиць, 46 літературних посилань.

6. Консультанти роботи:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Чуєва І.О. |  |  |
| Розділ 2 | Чуєва І.О. |  |  |
| Розділ 3 | Чуєва І.О. |  |  |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Вересень 2022 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Листопад 2022 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Грудень 2022 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Лютий 2023 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи  | Березень 2023 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Квітень 2023 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Маковоз В.С.

 (підпис) П.І.Б.

**Керівник роботи (проекту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Чуєва І.О.

 (підпис) П.І.Б.

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Криволапов Е.А.

 (підпис) П.І.Б.

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 7 рисунків, 5 таблиць, 55 сторінок, 46 літературних джерел.

Метою дипломної роботи є визначення проблем та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

У відповідності до поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

– визначити сутність та основні поняття внутрішнього туризму;

– проаналізувати розвиток та перспективи внутрішнього туризму в Україні;

* запропонувати шляхи покращення стану внутрішнього туризму шляхом розробки нового туру.

Об’єкт дослідження: внутрішній туризм України.

Предмет дослідження: стан та перспективи розвитку внутрішнього туризму.

Методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняльний та метод системного підходу.

Основна частина роботи присвячена дослідженню сутності внутрішнього туризму, з`ясовано сучасний стан функціонування внутрішнього туризму в Україні, охарактеризовано внутрішній туризм як складову регіонального розвитку.

ТУРИЗМ, ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ, ВОЄННИЙ СТАН, ВІДПОЧИНОК ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ

**Англ. Яз?????**

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

Р. – рік;

Ст. – століття;

Т.і. – та інше;

Грн. – гривня;

% – відсоток;

Хв. – хвилина;

С – село;

Км– кілометр;

°С – градус за Цельсієм;

М – метр;

Га – гектар;

Год. – година.

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ………………………………………………………………................ | 7 |
| Розділ 1.  | Теоретичні аспекти розвитку внутрішнього туризму на національному рівні…………………………………………….. | 9 |
|  | 1.1 | Основні поняття та теоретичні підходи до визначення внутрішнього туризму…………………………………………... | 9 |
|  | 1.2 | Внутрішній туризм України в умовах воєнного стану………… | 21 |
|  | 1.3 | Організація надання туристичних послуг в умовах сьогодення | 25 |
| Розділ 2. | Завдання, методи та організація дослідження………………… | 36 |
|  | 2.1 | Мета та завдання дослідження………………………….………. | 36 |
|  | 2.2 | Методи дослідження…………………….………………………. | 36 |
|  | 2.3 | Організація дослідження………………………………….…….. | 36 |
|  |  | 2.3.1 Характеристика внутрішнього туризму українців 2022 року……………………………………………………………….. | 36 |
| Розділ 3 | Результати дослідження………………………………………… | 55 |
| 3.1 | Аналіз національного внутрішнього туризму в умовах воєнного стану ………………………………………………….. | 55 |
| 3.2 | Розробка нового туру «Святкова подорож до Києва»…………. | 62 |
| Висновки…………………………………………………..………………...... | 75 |
| Перелік посилань ………………………………………….…….................... | 78 |
| Додатки ……………..……………………………….……………………….. | 73 |

**ВСТУП**

Сьогодні туризм набув великого значення для світової економіки, ставши однією з провідних галузей сучасного світового господарства, яка забезпечує близько 10% внеску у світовий валовий продукт. На розвиток туризму крім внутрішніх факторів (процеси попиту, сегментація ринку, координація діяльності, реклама, працівники, сезонність тощо) впливають і зовнішні (геополітичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні), серед яких, варто звернути увагу на геополітичні чинники (політичні перевороти, терористичні атаки, військові конфлікти), від яких залежить динаміка і розподіл туристичних потоків. Враховуючи те, що Україна на пострадянському просторі поступово почала відновлювати свою туристичну діяльність, використовуючи туристично-рекреаційний потенціал навіть не в повному обсязі, кількість туристичних потоків з кожним роком збільшувалась. Перешкодою такому розвитку стали саме геополітичні чинники – початок російсько-української війни у 2014 р. та розгортання повномасштабних бойових дій у 2022 р., що призвело до зменшення, а в деяких регіонах зникнення, туристичних потоків.

Розвитку сфери туризму України присвячено багато праць вітчизняних вчених, а саме Герасименка В.Г. [11], Давиденко І.В., Любіцевої О.О., Мальської М.П., Михайліченко Г.І., Нездоймінова С.Г., Сокол Т.Г., Паньків Н.М., Ткаченко Т.І., Щербакової Н.А. Необхідно відмітити, що все більше дослідників підтримують необхідність розгляду сфери туризму в контексті економіки вражень, положення якої знайшли висвітлення в працях Пайна та Гілмора (Pine, J. And Gilmore, J., (1999). Глобальні зміни та необхідність швидкого виходу з кризового стану обумовили необхідність з’ясування тенденцій подальшого розвитку.

Туризм – одна з основних галузей економіки України. У міру її розвитку в країні паралельно розвивається транспортна інфраструктура, покращується екологічний стан навколишнього середовища поблизу туристичних підприємств та рекреаційних зон, міська та комунальна інфраструктура.

Зазначимо, що через значний рівень міжнародної туристичної інтеграції, російсько-українська війна в центрі Європи не може мати локального характеру. Як свідчать висновки експертів Європейської туристичної комісії (ЄТК) російська агресія проти України створила значні перепони відновленню туристичної сфери Європи після пандемії та спонукала туристів шукати альтернативні туристичні напрямки до інших країн. Аналіз шести туристичних ринків, що вважаються найперспективнішими для Європи свідчить, що влітку 2022 р. мандрівники із США, Канади, Китаю, Японії, Росії та Бразилії значно зменшать свою присутність у регіоні Європи через небезпеку та зростання вартості життя та витрат на подорожі. Європейський туристичний ринок через війну в Україні та санкції проти країни-агресора також зазнає зменшення туристичного потоку з Росії. Європа потенційно втрачає три із шести основних туристичних ринків. Європейському туристичному ринку доведеться переорієнтуватися на ринки інших держав, як це зробила Україна у 2021 р., коли звернула свою увагу на країни Перської затоки.

Проте ринок туризму дуже вразливий до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. Цей факт підтверджує ситуація в туристичній галузі України, яка з початком повномасштабної війни пережила справжній крах. Зокрема, велика кількість туристичних компаній закрилася або перепрофілювала свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймають біженців з окупованих територій.

Ситуацію ускладнює й те, що небо над Україною закрите для польотів. Попри військові дії, які продовжуються в багатьох областях нашої держави, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, де не ведеться активних бойових дій. Однак туристична діяльність під час війни має певні особливості, які потребують додаткового розгляду на аналізу.

*Метою дипломної роботи є* визначення проблем та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

*Об’єкт дослідження*: внутрішній туризм України.

*Предмет дослідження*: стан та перспективи розвитку внутрішнього туризму.

**РОЗДІЛ І**

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

1.1 Основні поняття та теоретичні підходи до визначення внутрішнього туризму

Дефініції, які розкривають зміст поняття «туризм», відображають у першу чергу праксеологічно-теоретичний аспект, що свідчить про дуалістичний характер сучасного туризму й обумовлює відповідну логіку розкриття даного феномену. Основні підходи до визначення сутності туризму спираються на мобільний характер, рід занять або мету поїздки, термін пересування, організаційні засади. Звідси туризм розглядається як [2]:

– вид тимчасових міграцій, що мають здебільшого сезонний характер;

 – складова рекреації, її активна форма, з метою відпочинку, розваг, оздоровлення, пізнання природи, культури та побуту населення інших територій тощо;

– форма виховання фізичних і розумових здібностей людини через поширення знань із краєзнавства та країнознавства, історії, географії, культурології, що надаються в процесі подорожування; через формування системи фізичних навантажень, загальної фізичної підготовки, знань, умінь та навичок виживання в природних умовах, долання природних перешкод тощо;

– один із різновидів міжнародних відносин, «що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв»;

– вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб подорожуючої людини в безпечних і комфортних умовах проведення вільного часу за межами постійного проживання;

– галузь господарства, складова світового ринку послуг, розвиток якої ґрунтується на специфічному виді споживання. Така багатоплановість туризму зумовлює значну кількість дефініцій, кожна з яких, залежно від поставлених завдань, акцентується на тій чи іншій його грані. Слово tourisme французького походження від «tour» – прогулянка, поїздка, колоподібний рух, а людина, що здійснює цю поїздку, подорож, є touriste – турист, мандрівник. Аналогічне тлумачення наводить і Вебстерський словник англійської мови: «tourist – той, хто здійснює поїздку заради власного задоволення або розширення культурного кругозору» [6].

Розвиток поняття «туризм» відповідний розвитку суспільних функцій, виконаних туризмом. Звідси й численні тлумачення цього поняття, які здебільшого мають за мету визначити його:

1) соціально-економічну сутність;

2) статус у міжнародно-правових відносинах;

3) статистичний облік на кожному з етапів соціально-економічного розвитку суспільства.

Найбільш загальне визначення туризму запропоноване фахівцями Бернського університету (Швейцарія) В. Хунзикером та К. Крапфом: «Туризм – це ряд явищ і взаємин у результаті подорожей людей, доти, доки не призводить до їхнього постійного перебування у визначеному місці і не пов’язане з одержанням ними якої-небудь вигоди (прибутку)». На етапі післявоєнного відродження туризму й наростання туристичного руху (1954 р.) Організація Об’єднаних Націй прийняла таке визначення: туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров’я, фізичний розвиток людини, пов’язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання.

На сьогоднішній день існує багато підходів щодо класифікації туризму. Це пояснюється неоднозначністю поняття туризм. Згідно із Закону України «Про туризм» туризм класифікується за організаційними формами та видами (стаття 4). Так, в залежності від місця проведення подорожі туризм поділяється на міжнародний і внутрішній туризм. До міжнародного туризму належать: в’їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни. Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території. Як і у міжнародному туризмі мета та категорія учасників можуть бути різноманітними [45].

Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» від 23.11.2018 № 2628-VIII внесено зміну до пп.268.3.1. п.268.3. ст.268 ПКУ, відповідно до якої максимальна ставка туристичного збору для в’їзного туризму у 10 разів перевищує максимальну ставку цього збору для внутрішнього туризму. А враховуючи, що базою оподаткування цим збором стала мінімальна заробітна плата, встановлена законом на 1 січня звітного (податкового) року, питання розмежування внутрішніх та в’їзних туристів набуло вагомого значення. Самі порівняйте 0,5% – для внутрішнього і 5% – для в’їзного туризму. Це 20,865 грн і 208,65 грн відповідно. І це за один день. Внутрішній та в’їзний туризм відрізняються не лише територією пересування туристів

Відповідно до ст.4 Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР суб’єктами внутрішнього туризму є громадяни України та особи, які постійно проживають на території України. Відповідно до ст.3 Закону України «Про свободу пересування та вільний вибір місця проживання в Україні» від 11 грудня 2003 року № 1382-IV документами, до яких вносяться відомості про місце проживання, є у тому числі паспорт громадянина України, тимчасове посвідчення громадянина України, посвідка на постійне проживання. А згідно зі ст.4 Закону України «Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус» від 20.11.2012 № 5492-VI (далі – Закон № 5492) єдиний державний демографічний реєстр в межах, визначених законодавством про свободу пересування та вільний вибір місця проживання, використовується також для обліку інформації про реєстрацію місця проживання чи місця перебування [3].

Оскільки відповідно до Закону «Про туризм» суб’єктами внутрішнього туризму є окрім громадян України, особи, що мають постійне місце проживання в Україні, то слід звернути увагу на те, що відповідно до ст.31 Закону № 5432, що документом, який посвідчує особу іноземця або особу без громадянства та підтверджує право на постійне проживання в Україні, є посвідка на постійне проживання, яка оформляється іноземцям та особам без громадянства (незалежно від віку), які мають дозвіл на імміграцію в Україну. Порядок оформлення, видачі, обміну, скасування, пересилання, вилучення, повернення державі, визнання недійсною та знищення посвідки на постійне проживання затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 25.04.2018 № 321.

З викладеного вище слід дійти висновку про те, що максимальна ставка туристичного збору для внутрішнього туризму у розмірі 0,5% від мінімальної заробітної плати застосовується до туристів, якими є громадяни України та особи, які постійно проживають на території України. Статус перших відповідно до ст.5 Закону України «Про громадянство України» від 18.01.2001 № 2235-III підтверджується такими документами:

* паспорт громадянина України;
* паспорт громадянина України для виїзду за кордон;
* тимчасове посвідчення громадянина України;
* дипломатичний паспорт;
* службовий паспорт;
* посвідчення особи моряка;
* посвідчення члена екіпажу;
* посвідчення особи на повернення в Україну.

Документом, що підтверджує статус особи, яка постійно проживає на території України, є посвідка на постійне проживання.

В міжнародній практиці окремо конкретизується поняття внутрішній туризм – діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища, але в країні місця проживання, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Ключовим критерієм для виділення цього різновиду туризму є країна місця проживання.
Особлива увага цьому питанню була приділена Міжнародною конференцією по туризму, яка була організована Філіппіни, 1980 p.) [44].

За визначенням, будь-яка особа вважається постійним мешканцем будь-якого місця, якщо ця особа: проживала більшу частину минулого року в цьому місці або проживала в цьому місці коротший період і мас намір повернутися туди в найближчі 12 місяців для проживання. В країнах, де існує правовий інститут прописки, це – місце прописки, що реєструється відповідними закладами державної влади, які регулюють міграції населення.

Аналогічним чином, мешканці будь-якого регіону, які подорожують в інші регіони відповідної країни, складають виїзний туризм даного регіону. Критерії відокремлення понять «туризм» і «подорожі». Різні критерії виділення туризму з інших видів подорожей можна узагальнити наступним чином:

* чи є характер подорожі нерегулярним і таким, що повторюється?
* чи є окрема мотивація поїздки, яка не відноситься до пошуку постійної роботи чи міграції?
* чи виконується відповідна поїздка добровільно?
* чи веде вона до попиту на туристичні об'єкти, включаючи колективні чи індивідуальні засоби розміщення, які переважно надаються на короткі періоди, а не для постійного використання?

За Квартальновим В.О., на відміну від подорожей, туризм - категорія, яка відчуває сильний вплив економіки і, крім того, як явище, визначається дуалізмом внутрішньої природи. З одного боку, туризм – це особливий масовий вид подорожей. З іншого, – сукупність всіх видів науково-практичної діяльності по організації та здійсненню таких подорожей: туристично-екскурсійної справи – діяльності наукових, проектних та методичних закладів з розвитку методологічної бази та методичних прийомів туризму, а, також, практичної діяльності туристичних організацій з розробки і просування туристичного продукту та комплексного обслуговування туристів і екскурсантів; готельної справи – діяльності туристичних підприємств розміщення (проживання): готелів, туристичних баз, кемпінгів, мотелів, тощо, – в технологічному, організаційному та економічному аспектах, а, також, готельного обслуговування як частини індустрії туризму; курортної справи – діяльності наукових, медичних комплексів та служб гостинності з організації лікування та профілактики захворювань на основі використання природних лікувальних ресурсів [6].

Класичним вважається визначення туризму як тимчасового переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну, або місцевість в межах своєї країни, у вільний час з метою задоволення та відпочинку, оздоровчих, гостьових, пізнавальних або професійних цілях, але без занять оплачуваною роботою в місці відвідування.

Стосовно поняття «подорож» особливості туризму визначаються як:

1. Переміщення людей на відносно короткий проміжок часу. За статистикою найбільша частка припадає па туризм вихідного дня (2-3 доби), далі йдуть нетривалі туристичні подорожі (6-7 діб), значно менша частка припадає на 8-12 добові подорожі. Всі інші, більш тривалі, туристичні подорожі мають зовсім малу питому вагу.

2. Визначення категорії «місце проживання». Крім вже згаданих ознак, важливе значення має специфіка кожного місця, району, країни, а також населення та його способу життя. Наприклад, особливо в статистиці внутрішнього туризму, відокремлюються категорії населення, які повсякденно виїжджають на роботу на певний проміжок часу та відстані. Так, для невеликого населеного пункту це буде 20-30 хвилин при відстані у декілька кілометрів, а для великого міста – поїздки на роботу тривалістю до З годин та відстань більш як 50-100 км. Слід враховувати і мінімальний проміжок відсутності мешканця в місці проживання, а також особливості місцевостей та адміністративних територій. Для жителів невеликого містечка поїздка на 70 км буде далекою. В той же час у великих агломераціях та конурбаціях ця відстань знаходиться в межах міської смуги [43].

3. Визначення періоду вільного часу виходить із загального розуміння туризму як способу відпочинку. Однак, для окремих видів туризму (ділового, професійного) це не зовсім справедливо.

4. Важливою категорією є ціль туризму, яка дозволяє чітко відокремити види діяльності, які відносяться до туризму і підпадають під пільгові митні, податкові та інші режими, що встановлюються державами виключно для туризму. Головними цілями туризму є: розважальні (атрактивні), рекреаційні та пізнавальні. Другими за значенням є оздоровчі та лікувальні, а далі йдуть професійно-ділові, гостьові та інші цілі [8].

5. Туризм – важлива складова економіки багатьох держав, яка забезпечує зайнятість місцевого населення, бюджетні надходження, потік іноземної валюти та інвестицій, сприяє розвитку структури господарського використання територій тощо, за рахунок експлуатації місцевих ресурсів.

1.2 Внутрішній туризм України в умовах воєнного стану

Туристична галузь України, як і інших країн, складається з таких суб’єктів діяльності як турпідприємства (туроператори та турагенти), заклади розміщення та харчування, екскурсійні бюро, транспортні компанії, у тому числі авіакомпанії. Аналізуючи діяльність турпідприємств, у першу чергу туроператорів, варто зазначити, що основний напрям їх роботи – це виїзний туризм. На основі аналізу статистичних довідок щодо роботи туроператорів спостерігається зменшення частки внутрішніх туристів в структурі продажів. Проблема стану сфери туризму в період військових дій та можливостей швидкого відновлення в подальшому, вимагає необхідності відокремити основні тенденції та потенційні види туризму, що дозволять підтримати турринок в період бойових дій та швидко відновити його на території України.

За даними Державної прикордонної служби України, в 2020 р. загальна кількість іноземних відвідувачів, які відвідали Україну, становила 3,4 млн.[2]

Статистичні показники 2021 р. свідчили про позитивні перспективи на зростання чисельності іноземних гостей в Україну та стимулювання українців в подальшому активно пізнавати країни світу. Почалося поступове відновлення туристичного ринку. У 2021 р. чисельність іноземців, які відвідали Україну, зросла на 26,3% та склала майже 4,27 млн.[4]

Державне агентство розвитку туризму України підрахувало, що лише за перші 4 місяці 2022 р. представники туристичної галузі України сплатили на 18% менше податків, ніж за аналогічний період 2021 року. Так, якщо у 2021 р. за період 01 січня ‒ 1 травня 2022 р. до бюджету надійшло 788327 тис., то у за аналогічний період 2022р. держбюджет поповнився на 648846 грн. [6]

Необхідно зазначити, що загальна кількість платників податків, які здійснювали туристичну діяльність внаслідок військових дій, скоротилась на 10%. З них, кількість юридичних осіб зменшилася на 17%, а фізичних осіб – на 7%. Готелі та санаторії за перші 4 місяці 2022 р. сплатили майже 370 млн. грн. Проте цей показник є на 24 % менший в порівняні з попереднім роком. Також зафіксовано падіння надходжень на 58% від діяльності туристичних баз, кемпінгів, дитячих таборів. Зафіксовано 57 млн. гривень податку в порівнянні з 137 млн. гривень за аналогічний період 2021 р. Зафіксовано значне зростання надходжень від діяльності туристичних агенцій, які сплатили на 85% коштів більше, ніж минулого року. Але такі показники обумовлені надходженнями від новорічних та різдвяних свят. Незначне 5% зростання податків зафіксоване від діяльності туроператорів та приватних підприємців-власників садиб. Але цей показник досяг 100 млн. грн.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) найбільший розмір сплаченого податку за перші чотири місяці 2022 р. продемонстрували м.Київ та 9 областей України – Івано-Франківська, Львівська, Київська, Одеська, Дніпропетровська, Закарпатська, Харківська, Запорізька та Полтавська області. Щоправда, якщо порівнювати суми з аналогічним періодом 2021 р. то у Києві, Одеській, Івано-Франківській, Дніпропетровській, Харківській та Запорізькій областях все ж відбувся спад.

Найбільше по податках втратили Одеська (84%) та Івано-Франківська (58%) області. Зростання продемонстрували Львівська (47%), Закарпатська (30%), Полтавська (24%) та Київська (10%) області [6]

Необхідно зазначити, що до війни більшість українських туроператорів і туристичних агентів продавали виїзні тури: влітку в Туреччину, взимку в Єгипет, в Західну Європу цілий рік. Сектор виїзного туризму був вдвічі більший ніж в’їзний туризм. Зараз до України прибувають лише журналісти, особи з міжнародних гуманітарних організацій та іноземні солдати, які воюють на знак солідарності [10].

Туристичні та готельні підприємства спрямували свої активи на гуманітарну діяльність в трьох ключових напрямах:

* по-перше, це допомога в прийомі, розміщенні та харчуванні біженців із гарячих точок в Україні, допомога в їх переселенні до більш спокійних регіонів України або за кордоном;
* по друге, це доставка гуманітарних вантажів, надіслані з різних країн, зокрема продукти харчування, ліки, засоби гігієни, одяг тощо;
* по-третє це інформування про реальний стан справ партнерів, враховуючи традиційні маркетингові канали.

До війни туризм в Україні був дуже різноманітним: культурний, гастрономічний, гірськолижний у Карпатському регіоні, винний туризм, оздоровчий. Проте, існувала велика конкуренція з сусідніми країнами щодо стану туристичної інфраструктури. Тому останнім часом велика увага була зосереджена на підвищенні стандартів якості та турпродуктів, а також на позиціонуванні України як нового та доступного напрямку у Східній Європі.

Тому, після припинення бойових дій, туризм стане невід’ємною частиною довгострокового економічного відновлення країни. Також необхідно розвивати нові цільові ринки, оскільки чисельність відвідувачів з Росії, які становили більшість туристів до анексії Криму (2014 р.) та початку військових дій на Донбасі, зменшилася на 95%. Останні роки найбільше відвідувачів прибувало з Молдови, Румунії, Польщі [12].

Очевидно, що Україна перебуває в розпалі конфлікту, який завдає великої шкоди людям та інфраструктурі країни, але після його завершення багато мандрівників-любителів будуть зацікавлені відвідати Україну.

Вони зроблять це з кількох причин, зокрема, щоб допомогти та побачити на власні очі, що сталося.

Також зафіксовано зростання попиту на додаткові сервісні послуги у місцях концентрації внутрішньо переміщених осіб. Країна почала жити в нових реаліях, з якими раніше не зустрічалася. Міжнародний досвід засвідчує про подібні «воєнні сценарії», за якими не лише «виживала» сфера туризму, а й накопичувала власні історії розвитку туризму в умовах війни та повоєнного періоду [7].

Наразі складно прогнозувати перебіг військових дій, спричинених повномасштабним вторгненням Російської федерації до України, тому варто розглянути окремі приклади, які можуть бути корисними для країни.

По-перше, досвід Ізраїлю країни, яка існує в умовах постійного загострення збройних конфліктів. Разом з тим, органам влади цієї держави вдалося виробити не тільки ефективну державну політику, а й адаптувати різні суспільні сфери, зокрема, й туристичну, до таких обставин. До початку пандемії COVID-19 туризм в Державі Ізраїль складав 6,2% надходжень до скарбниці через розвиток таких популярних видів туризму: паломництво, медичний, культурний.

В умовах так званого «холодного перемир’я» розвивається туризм на території Федерації Боснії та Герцеговини. Особливий туристичний інтерес

привертають міста Сараєво і Мостар, що перетворилися на центр «темного» туризму, з огляду на те, що зберегли унікальну культурну спадщину, яка зазнала руйнувань під час військових дій. Серед відвідувачів не лише туристи, які цілеспрямовано приїздять до федерації, а й ті, хто відвідує сусідні держави

Підсумовуючи, зазначимо, попри те, що сфера туризму дуже гостро і болісно реагує на суспільні виклики, спричинені збройними військовими конфліктами, разом з тим, такий стан справ, формує передумови і створює можливості для туризму [7], що здатен актуалізуватися в нових реаліях емоції та враження стають для людини важливішими за будь-які матеріальні блага: «В умовах сучасних змін в економіці, економічних пропозиціях, переходу від виробництва товарів й послуг до вражень та емоцій, які вони надають покупцям, ми переходимо до нової економіки – економіки вражень [14].

Стандартні відносини між підприємством та споживачем перетворюються на формат, де підприємство стає «режисером вражень», а споживачі – «глядачами» або «гостями» [8, с. 34].

Цей елемент економіки є досить новим та розглядає враження як малодосліджений елемен економічної пропозиції. У своїй книзі «The Experience Economy» Д. Пайн та Д. Гліморзазначають: «Досвід та емоції, які ми отримуємо, прямо впливають на те, ким ми є та ким ми будемо, а пошук захоплюючих способів вчитися та рости інтелектуально, а також змінюватися та вдосконалюватися є характерним для людини. В міру того, як світ просувається далі, велика кількість речей, які раніше вважались неекономічною діяльністю – зараз нею стають. Це означає, що за емоції, які ми раніше отримували безкоштовно, зараз доводиться платити» [9, с.15].

Дуже важливою ознакою економіки вражень вважається те, що товар, або послуга є, яка надається, повинна викликати емоції не тільки у тих, хто її споживає, а і у тих, хто її надає, тобто в процесі вироблення та просування.

Еволюція вражень в своєму розвитку зазнала усіх необхідних змін, щоб задовольнити максимально можливу кількість потреб і забаганок споживача.

Екскурсійна діяльність є однією з провідних ланок індустрії туризму.

Зазначимо, що внаслідок світових кризових процесів зросте значення внутрішнього туризму та підвищиться інтерес до національних туристичних атракцій. Сучасна екскурсійна діяльність в України обумовила переорієнтацію туристів на внутрішній ринок. Закриття кордонів через пандемію, активні військові дії в Україні, загрози ракетних обстрілів практично на всій території країни, обумовили складну ситуацію в туризмі.

Разом з тим, необхідно зазначити, що українці починають шукати емоції та радості життя, які так необхідні для відновлення сил та продуктивності.

Серед таких заходів – екскурсії та нетривалі туристичні подорожі в регіонах, що вважаються відносно безпечними. Люди починають відвідувати екскурсії, цікавитися містом, хто новим для себе або своїм рідним. Зазначимо,

що це не туристи в звичайному розумінні цього слова. Це люди, які весь час від початку війни нікуди не виїжджали, займалися волонтерством, працювали, лікували. Частина з них втратила домівки, пережила розлуку з близькими, хтось втратив найдорожчих. Вони відчувають наслідки депресії та вигорання. Туристи воєнного часу гостріше реагують на красу навколо, довше милуються краєвидами.

Особливо цінують можливість доторкнутися до природи, бо головною

потребою залишається отримання позитивних емоцій. Щодо інформаційної складової, тут все, як в раніше, проте поки недоступна музейна складова, оскільки більшість музеїв працює в режимі збереження цінностей [15].

Окрім екскурсій популярними є одноденні тури, під час яких можна провести час на природі, поспілкуватися з тваринами, помилуватися парками. Для поїздок обираються райони, де не було активних бойових дій, мінувань чи ракетних обстрілів або дочекатися дозволу ДСНС (наприклад у Добропарку поблизу Києва), який ретельно перевірили та підтвердили відсутність мін та снарядів і дозволили відвідування. Прикладом для регіонів, де планується поновлення туристичних маршрутів є робота працівників піротехнічної служби Головного управління ДСНС

України у Житомирській області, де було проведено обстеження на території геологічного заказника «Камінне село» на площі 15 гектарів, та складено акт виконання робіт з огляду місцевості на предмет наявності вибухонебезпечних предметів. Екскурсоводів було поінформовано, що відвідання цієї території є безпечним. Також перед маршрутом уточнюються місця, які можна використати як укриття в разі небезпеки [16].

Щодо відвідування лісів, а також в’їзду до них транспортних засобів та іншої техніки – це заборонено на весь період дії воєнного стану. Тривалі поїздки ускладняються через проблему з пальним та його високу вартість. Також частина готелів не працює, більшість музеїв зачинені для відвідування. Том поки що такі подорожі «не на часі»

Також зазначимо, що з часом набуде актуальності тема війни для іноземних відвідувачів, які захочуть подивитися на власні очі, яка вона, Україна, що перемогла імперію зла [43].

Для киян та гостей працівниками Управління туризму та промоцій КМДА та КП «Київський міський туристично-інформаційний центр» підготовлені 5 маршрутів – Київ незламний, Київ історичний, Київ хрещатий, Київ гастрономічний і Київ туристичний. [10]

Нажаль продовжується активне формування ресурсів для розвитку різновиду темного туризму, а саме танатотуризму. Темний туризм (dark-tourism) представляє собою подорожі до місць, які ототожнюються із смертю, сумом, стражданнями. Прихильники темного туризму відвідують кладовища та поховання, здійснюють поїздки до місць катастроф (екологічних або техногенних), стихійних лих та місць масової загибелі людей. Зацікавленість у відвіданні об’єкті темного туризму пояснюється бажанням отримати нові враження, уславити пам’ять загиблих, почуттям патріотизму.

Спостерігатимуться нові тенденції відпочинку в Україні: зросте потреба в релакс-турах – відпочинок біля моря, в горах чи лісі – те, що допоможе в відновити сили; користуватимуться популярністю поїздки в рідні, знайомі міста та вивчення традицій; користуватимуться популярністю тури, під час яких буде можливість побачити місця військових успіхів [13].

Отже, російська агресія проти України створила значні перепони відновленню туристичної сфери Європи після пандемії. Європейський туристичний ринок через війну в Україні та санкції проти

країни-агресора зазнає значних втрат. Військові дії на території України створюють значні проблеми через закриття повітряного простору та заборону для російських авіаперевізників. Глобальна індустрія туризму може втратити як мінімум 14 млрд. дол. надходжень [14].

У військовий час внутрішній туризм та екскурсії виступають як своєрідна терапія, можливість пережити позитивні емоції. Також це вклад в підтримку економіки, адже екскурсанти купують вхідні квитки, оплачують транспорт, каву та сувеніри. Екскурсійна справа, що зазнала серйозних потрясінь в умовах війни, продовжує існувати, про що свідчать нові проекти як професійних асоціацій, так і органів державної влади. Сучасна екскурсійна

діяльність в України завдяки впровадженню таких туристичних інновацій як створення нового продукту сприяє переорієнтації туристів на внутрішній ринок. У подальшому на території України можливо розвиватися темний (dark) туризм. Зацікавленість у відвіданні об’єктів темного туризму пояснюється бажанням отримати нові враження, уславити пам’ять загиблих, почуттям патріотизму. Цей напрям туризму є перспективним для іноземних відвідувачів. Необхідно зазначити, експерти прогнозують, що через масове зруйнування інфраструктури, переміщення населення та припинення економічної діяльності, економіка України в 2022 р. скоротиться на 30-50% [15].

Тому саме туризму належатиме важливе місце у швидкому відновленні економіки, забезпеченні робочими місцями, покращенні емоційного стану та психічному та фізіологічному оздоровленні українців.

1.3 Організація надання туристичних послуг в умовах сьогодення

Українці прагнуть підтримувати повноцінне життя попри будь-які дії країни-агресора. Серед підтверджень – динаміка продажів у туристичному секторі.

Бажання мандрувати перемагає негаразди. Так, у листопаді 2022 року мандрівники замовили на 10% більше турів рідною країною, ніж за аналогічний період попереднього року. Крім того, у структурі продажів Україна знову повернулась до ТОП-10 (за даними внутрішньої статистики Join UP!) найпопулярніших напрямів.

Раніше уяви про життя суспільства під час війни для багатьох були сформовані художніми творами. Книжковим героям чи кіноперсонажам властива повна відданість моменту – вони можуть не втомлюватись, не відчувати погіршення здоров’я через постійний стрес, не потребувати зміни обстановки. Та цього року всі ми зрозуміли, що для реальної людини все працює інакше [41].

Організму варто давати відпочинок. Це дозволяє набратись енергії та повернутись до роботи з новими силами, що буде тільки ефективніше. Наскільки це актуально саме зараз, видно зі статистики – стабільним лідером серед турів в Україні є санаторний відпочинок. Так, станом на кінець листопада ця категорія подорожей займає 41% від усіх бронювань.

Крім безпосередньо лікування, від відпочинку очікують приємних вражень та заспокоєння. На другому місці за популярністю – гірськолижні курорти (33%), а на третьому – відпочинок у Карпатах (17%). Відправлятись на різдвяні й новорічні свята на захід країни вже давно стало традицією, й мандрівники підтримують її попри будь-які труднощі.

Незалежно від того, який формат відпочинку вибирають туристи, всі вони очікують, що умови перебування будуть належними. Цього року в Україні чи не головним викликом для цивільних громадян стали перебої з постачанням електроенергії через російські ракетні атаки. Відповідно, один із ключових запитів для готелів – наявність генератора та можливість забезпечувати світло, воду та опалення навіть під час відключень.

Представники туріндустрії відреагували оперативно та подбали про те, щоб надати відпочивальникам звичний рівень комфорту. Наразі більшість готелів за всіма популярними зимовими напрямами оснащені автономними джерелами енергії та готові приймати мандрівників за будь-якої ситуації [18].

Варто зазначити, що через небажання залишати домашніх улюбленців наодинці під час подорожі, цього року більше українців запитують pet-friendly готелі. Як результат, кількість закладів, що дозволяють розміщення з тваринками суттєво зростає. Також тури частіше бронюють або для однієї людини, або для невеликих компаній (друзі чи родини). Щодо великих групових замовлень, то кількість таких бронювань значно зменшилась.

Період після новорічних свят часто асоціюють зі зменшенням продажів у туристичному секторі. Утім, це не зовсім так. Нагадаю цікавий факт: влітку 2022 року Державне агентство з розвитку туризму (ДАРТ) оприлюднило дані за результатами першого півріччя, де зафіксоване зростання доходу туристичних агенцій.

За перші 6 місяців 2022 року турагенції сплатили до держбюджету на 85% коштів більше, ніж за аналогічний період попереднього року. Та якщо подивитись на цифри детально, то майже вся позитивна динаміка забезпечена двома місяцями – січнем і лютим, тобто до повномасштабного вторгнення росії в Україну [8].

Післясвяткові подорожі в попередні роки теж грали відчутну роль . Зараз турів на січень-лютий заброньовано на 30% менше, ніж було торік. Суттєво скоротилась і глибина бронювань – туристи не мають можливості планувати заздалегідь, а тому куди частіше беруть тури «сьогодні-на-завтра».

Серед позитивних тенденцій – повернення інтересу до турів Україною з боку іноземних мандрівників. Наразі спостерігається зацікавленість молдовських туристів до поїздок у Буковель. У майбутньому така тенденція набиратиме обертів.

Непрямим показником загальної зацікавленості є дані щодо вивчення української мови в світі. Як вказано у звіті Duolingo за 2022 рік, понад 1,3 млн. людей почали вивчати нашу мову на знак солідарності. Значні показники в Польщі, Німеччині, Ірландії, але також і в далеких країнах – В’єтнамі, Аргентині, Японії. Частина тих, хто зараз зацікавився українською мовою, в подальшому може відвідати Україну [42].

Щодо українців, то варто відзначити, що зростання попиту зараз лише частково пов’язане з обмеженнями на виїзд за кордон для чоловіків з 18 до 65 років та ускладненням логістики подорожей в інші країни. Не менш важливим фактором є збільшення патріотизму й прагнення дізнатися нове про свою країну, її історію та сучасність.

Саме тому українському туристичному бізнесу необхідно зберегти інфраструктуру та фахівців. Попри значні скорочення продажів (переважно в сегменті закордонних поїздок), Україна має всі шанси стати важливим світовим напрямом у майбутньому [9].

**РОЗДІЛ 2**

**ЗАВДАННЯ, МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

2.1 Мета та завдання дослідження

Метою дипломної роботи є визначення проблем та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

У відповідності до поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

– визначити сутність та основні поняття внутрішнього туризму;

– проаналізувати розвиток та перспективи внутрішнього туризму в Україні;

* запропонувати шляхи покращення стану внутрішнього туризму шляхом розробки нового туру.

2.2 Методи дослідження

При написанні роботи нами були використані такі методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняльний та метод системного підходу.

2.3 Організація дослідження

2.3.1 Характеристика внутрішнього туризму українців 2022 року

Україна – це 603 549 км² неймовірної краси, це моря й гори, історичні міста та фортеці, старовинні будівлі та замки, безкраї ліси та безмежні поля, глибокі кар’єри та промислові об’єкти і звичайно багата культура та старовинні традиції. Київ, Одеса, Львів, Херсон, Тернопіль, Харків – кожна з 24 областей України має чим пишатись.

З набуттям незалежності Україна почала активно розвивати туризм. Щороку кількість туристів збільшувалась. Найбільше гостей ми зустріли у 2017-2019 роках. У середньому – це 13-15 мільйонів туристів на рік. Потім «прийшла» пандемія і в 2020 році кількість відвідувачів різко скоротилась. За весь рік до нас приїхало 3,3 млн туристів, з яких 1,8 млн у перші 3 місяці року. Однак популярності почав набирати внутрішній туризм. Українці відкрили для себе країну з іншого боку, адже стало з’являтись багато інформації про туристичні центри нашої держави, проводилась активна робота з популяризації курортних міст України і ми почали мандрувати рідними, але досі незвіданими куточками [41].

У 2021 році туристичні потоки стали відроджуватись. До України знову поїхали іноземці, ми зустріли 4,3 млн гостей, 70% з яких – це європейці. У цей рік запрацювала програма залучення іноземних мандрівників та відкриття нового туристичного ринку, запроваджена керівництвом України. Завдяки злагодженій роботі влітку 2021 року туристи із Саудівської Аравії створили в Україні справжній туристичний бум, до нашої країни приїхало понад 50 000 гостей з цієї далекої країни.

А далі 2022 рік і війна… Деякі експерти вважають, що туризм в Україні зовсім завмер, деякі, що просто змінилась мета та характер подорожей. Але чи можна вважати туризмом переїзд до більш безпечних регіонів на заході країни? Чи подорож втомленої родини на  декілька тижнів подалі від постійних сирен та походів до бомбосховища, туди де ці тривоги трохи рідші? Важко відповісти на це питання, але люди мандрують, заради перезавантаження та зниження рівня тривоги, а деякі українці вперше виїжджають за межі свого населеного пункту та потрапляють туди, куди не могли поїхати багато років через постійну роботу та нестачу часу. Тому може і справді треба вірити, що український туризм живе, але він трохи інший.

В Україні внутрішній туризм потроху відновлюється, але ситуація у галузі залишається складною [13].

Про це розповів Олександр Чорний, експерт з туризму. «Зараз туризм в класичному його розумінні – майже на паузі. Навіть у локаціях, де готелі заповнені. Бо ж не треба плутати туриста і тимчасово переміщених осіб. Які виїхали вимушено, часто – втративши домівки, рятуючи себе та родини. Та й навіть родини, які повезли діток на пару тижнів якомога далі від сирен і ночівлі в коридорі чи сховищі – хіба то туристи?», – звертає увагу автор публікації.

Експерт наголошує, що туристичний збір не показує реальної картини у туристичній галузі.

Люди, які розмістилися у готелях, ходять у заклади харчування, в основному сплачують туристичний збір, так чи інакше підтримують готельну сферу. Це інколи дозволяє власникам заробляти за весняний сезон більше, аніж за увесь попередній рік, каже Олександр Чорний [16].

«Однак навіть для західної, умовно безпечнішої частини нашої країни, це лише омана добробуту туристичної сфери. І опубліковані нещодавно дані щодо надходжень від туристичного збору в бюджет – досить умовний, якщо не сказати наразі хибний показних стану галузі. Бо ж він не показує реальну картину, а дає лише кількісні показники прожитих номеро-ночей», –переконаний експерт.

Ситуація ще складніша із курортним сезоном: війна зруйнувала його на 90%. Адже значну частину узбережжя моря окупував ворог, а у місцях, де є доступ до моря, залишається ризик обстрілів та мін.

Експерт додає, що пори те, що деякі власники готелів на узбережжі моря обіцяють відкриття чи вже відкрили двері до гостей, у порівнянні з мирним часом кількість відпочивальників дуже низька [18].

38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік.



Рис. 2.1 Залученість українців до внутрішнього туризму (%)

Q: Як часто ви подорожуєте Україною з туристичною метою?"

Жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму, в той час як вік українців суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість туристичних мандрівок. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується [19].



Рис. 2.2. Залученість українців до внутрішнього туризму — в залежності від статі й віку респондентів (%)

Q: «Як часто ви подорожуєте Україною з туристичною метою?»

На туристичну активність істотно впливає тип населеного пункту, де проживають українці. Частіше подорожують міські жителі, при цьому дещо частіше – мешканці великих міст (обласних центрів). Показники туристичної активності в різних регіонах України не мають великих розбіжностей. Певною мірою активніше подорожують жителі Сходу і Заходу України, дещо менше – жителі південних і центральних областей [20]. 

Рис. 2.3. Залученість українців до внутрішнього туризму –в залежності від типу населеного пункту й регіону проживання респондентів (%)

Q: «Як часто ви подорожуєте Україною з туристичною метою?»

Таблиця 2.1. – Залученість українців до внутрішнього туризму – в залежності від області проживання респондентів (%) Q: «Як часто ви подорожуєте Україною з туристичною метою?»



Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці – відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці, втім його називають в сім разів рідше, аніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше [12].



Рис.2.4 Мета подорожей Україною в цілому (%)

Q: «Оберіть, з якою метою Ви подорожує Україною частіше?»

Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Загалом вони схожим чином відповідають на це питання. Єдиною відмінністю зафіксовано те, що серед чоловіків є дещо більша частка тих, хто такою метою називає індивідуальні ділові візити (8% проти 3% серед жінок-респондентів) [22].



Рис. 2.5 Мета подорожей Україною в цілому – в залежності від статі респондентів (%)

Q: «Оберіть, з якою метою Ви подорожує Україною частіше?»

Різні вікові групи доволі схожим чином відповідають про мету своїх подорожей Україною. Помітно відрізняються респонденти 55-70 років, як помітно рідше називають метою подорожей відпустку, дозвілля та відпочинок і водночас вдвічі частіше порівняно з молодшими респондентами в якості такої мети відвідування рідних або друзів. Таку відмінність можна пояснити тим, що значна частина цих респондентів належать до пенсіонерів, які мають доволі поганий матеріальний стан і не можуть задовольняти повною мірою свої рекреаційні потреби [29].

Таблиця 2.2 – Мета подорожей Україною в цілому – в залежності від віку респондентів (%)

Q: «Оберіть, з якою метою Ви подорожує Україною частіше?»



Порівняно частіше опитані називали пляжний туризм в якості найбільш улюбленого виду відпочинку в Україні – його назвали близько половини опитаних (48%). На другому місці екскурсійний туризм про який згадала понад третина респондентів (36%). На третьому місці з великим відривом гірськолижні курорти (17%). Також респонденти порівняно часто називали найбільш улюбленими видами відпочинку в Україні лікувально-оздоровчий туризм (14%) та тури вихідного дня (10%). Чоловіки та жінки мають низку розбіжностей щодо найбільш улюблених видів відпочинку в Україні. Хоча обидві категорії порівняно частіше називають пляжний та екскурсійний туризм, втім серед жінок частка згадувань про них є явно вищою за згадки

респондентами-чоловіками [14].

Крім того, жінки дещо частіше називають лікувально-оздоровчий туризм, а чоловіки, натомість, відвідування гірськолижних курортів.

Найбільш явною відмінністю у відповідях обох категорій, є майже втричі більша частка серед чоловіків тих, хто улюбленим видом відпочинку називає спортивний туризм, який передбачає відвідування або участь у спортивних заходах. Представники молоді та старшого покоління мають помітні відмінності у відповідях щодо улюблених видів відпочинку в Україні. Респонденти 55-70 років помітно рідше за інші вікові групи називають пляжний туризм, гірськолижні курорти, екстремальний туризм, розважальні тури та шопінг. Це можна пояснити як віковими особливостями, так і вже згаданим незадовільним матеріальним становищем пенсіонерів, до яких багато хто з категорії 55-70 років відноситься. Натомість ця категорія майже вчетверо частіше згадує про лікувально-оздоровчий туризм, як свій улюблений, що є очікуваним з огляду на загальний гірший стан здоров’я старшого покоління у порівнянні із молодими респондентами [37].

Серед регіональних розбіжностей у відповідях на це питання, слід виділити, що у західних областях помітно рідше обирають пляжний туризм, аніж у інших регіонах і особливо на Сході України. Водночас жителі західних областей та Києва частіше обирали екскурсійний туризм та гірськолижний туризм, порівняно з іншими регіонами.

Останню розбіжність можна пояснити як фінансовими причинами, так і логістичними – жителям даних регіонів набагато зручніше діставатися до гір, порівняно з Півднем та Сходом країни. Двома найбільш популярними способами проводити час у подорожі Україною респонденти називають прогулянки, включаючи самостійне відвідування музеїв, пам’яток архітектури (39%) та відпочинок на пляжі (39%). Обидва способи набирають однакову кількість згадок і корелюють з відповідями громадян, щодо найбільш улюблених видів відпочинку. На другому місці за згадками відвідування платних/спеціально організованих екскурсій – його називає третина респондентів (32%). На третьому місці активний відпочинок, заняття спортом (23%), що також частково корелює з відповідями опитаних на попереднє питання [23].

Також в цілому корелюють з ними решта відповідей щодо способів проводити час у подорожі країною: відвідування музеїв, оздоровлення тощо.

**РОЗДІЛ 3**

**РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

* 1. Аналіз національного внутрішнього туризму в умовах воєнного стану

Туризм – високоприбуткова сфера економічної діяльності. Внесок індустрії туризму світовий ВВП у 2020 році становив 4,7 трлн доларів. В багатьох країнах та регіонах світу він виступає в ролі каталізатора соціально-економічного розвитку через стимулювання розвитку інших секторів економіки: транспортування, сфери громадського харчування тощо.

У 2019–2020 рр. індустрія туризму по всьому світу зіткнулася з серйозним викликом у своєму розвитку – важкою кризою, пов'язаною зі стрімким поширенням COVID-2019.

Закрилися кордони багатьох країн, зупинилося авіаційне та залізничне сполучення, у багатьох містах було введено режим загальної самоізоляції. Практично одностайно зазначають експерти, такої кризи у туризмі не спостерігалося з часів Другої світової війни. Згідно з дослідженням Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), проведеному навесні 2020 року, пандемія коронавірусу щодня стала скорочувати до мільйона робочих місць у світовому туризмі. Втім в кінці 2021 на початку 2022 року намітилась тенденція на відновлення цієї галузі. В січні 2022 року було зафіксоване стрімке зростання туристичного потоку в порівнянні з 2021 роком (рис. 1). У Європі відповідно до рис. 1. сектор туризму зріс майже на 200%, в Північній та Південній Америці – на 97%, на Близькому Сході – на 89%, в Африці – на 51%, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – на 44% [24].

Почав відновлюватися український туризм. Однак в лютому 2022 році туристична галузь зіткнулась з новим випробуванням – російсько-українською війною, що незважаючи на свою обмежену географію, вплинула на стан туризму у глобальних масштабах. Найбільше постраждали Європейські держави.

Основні проблеми, з якими вони зіткнулися сьогодні:

* втрата російських та українських туристів; обмеження щодо авіакомпаній та використання повітряного простору;
* більші витрати на харчування та паливо;
* зниження доходу туристичних компаній.

Війна в Україні послабила надії європейських країн на відновлення туризму після Covid-19 в Європі влітку 2022 р. за рахунок практично повної втрати потоку російських туристів через обмеження європейських країн щодо Росії та її громадян. До того, як пандемія перервала глобальні туристичні потоки, Росія була 11-м за величиною джерелом туристів у світі, а Україна – 13-м. На основі даних Всесвітньої туристичної організації, на ці дві країни припало 75 мільйонів туристів, або 5% від загальної кількості туристів у світі. Що стосується витрат на туризм, то внески росіян і українців були ще важливішими, склавши загальну суму в 50 мільярдів доларів США (близько 8% від загального світового обсягу) [2]. Таким чином варто відзначити важливість обох туристичних ринків для сусідніх європейських країн.

Сьогодні ж російські туристи є небажаними в багатьох напрямках, їм також важко туди потрапити, враховуючи заборони на російські авіалінії та обмеження на використання повітряного простору. Тим часом мільйони українців через вторгнення змушені виїхати за кордон. Для туристичної індустрії така ситуація

не дозволяє розвиватися, оскільки біженці не приносять доходу у туристичні галузі, на відміну від туризму, а, навпаки, обтяжують додатковими витратами.

Безперечно, найбільш постраждала туристична галузь не тільки Європи, але й України. Цього року українським та іноземним туристам недоступні морські курорти. Чимало з них знаходиться в окупації або в безпосередній близькості до зони проведення бойових дій. Мова йде про Запорізьку, Херсонську та Миколаївську області. Курортний сезон не відкривали й в Одеській області. Незважаючи на те, що західна Україна є відносно безпечною для туристів, на сьогоднішній день їх є небагато. Великого напливу туристів немає на жодному популярному курорті – Буковелі, Трускавці, Східниці чи

Шацьких озерах [38].



Рис. 3.1 Зростання туристичного потоку в січні 2022 р. [1]

Також від війни постраждав перспективний медичний туризм, а саме, оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Іноземці бояться їхати в Україну, а самі українці не мають на це коштів. Більшість санаторіїв перепрофілювалися на реабілітаційні центри та приймають постраждалих від війни.

Розмір податків, сплачених її представниками до державного бюджету за чотири місяці 2022 року, у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року скоротився на 18%. Скоротилася й кількість платників податків, які працюють в туристичній сфері. За перші місяці війни їх кількість зменшилася на 10%. Варто зазначити, що за перші чотири місяці 2022 року найбільше коштів до бюджету надійшло від готелів та санаторіїв. Вони сплатили 340 млн гривень, але все рівно це на 24% менше, ніж в минулому році. Разом з тим, зафіксований приріст доходу від діяльності турагенств.

В порівнянні з 2021 роком, він зріс на 85%. Однак це пов’язано з тим, що в звітний період увійшли два довоєнні місяці, коли активізувалось раннє бронювання на новорічні та різдвяні свята [23].

Найбільше коштів за вказаний вище період надійшло від фізичних та юридичних осіб, які працюють в сфері туризму у м. Києві та Київській області, Івано-Франківській, Львівській, Одеській, Дніпропетровській, Закарпатській, Харківській, Запорізькій та Полтавській областях (рис. 3.2). Однак, якщо порівнювати з 2021 роком, в деяких областях він суттєво зменшився: в Одеській області – на 84% та в Івано-Франківській на 58%. Зростання податкових надходжень від туризму продемонструвала Львівська область – 47%, Закарпатська область – 30%, Полтавська область – 24%, Київська область – 10% [3].

На думку експертів, туристична галузь ще не відчула значних економічних втрат. Вона тільки починає входити в цей період. Втрати почнуть відчуватися за підсумками сезону, який, як правило, починається в червні-липні, а досягає піку в кінці літа – всередині осені [4].

Однак незважаючи на поглиблення поточної кризи у туристичному напрямі, і на практичне знищення туризму у південних напрямах України, туристичний потенціал нашої країни залишається достатньо високим.

В цілому, на території нашої держави знаходиться 170 тис пам'яток, 65 історико-культурних заповідників, 6 культурних об’єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [5].

Українська туристична галузь приваблює туристів лікувальними водами Львівщини та Закарпаття, гірськими розвагами Буковелю, історичними місцями Полтавщини, соляними шахтами Донеччини, лікувальними грязями та морськими курортами Херсонщини й Одещини.

В довоєнний час, у 2021 році Україна увійшла в рейтинг найкращих туристичних країн Європи. Зокрема, вона була визнана однією з найкращих держав для туристичних походів [36]



Рис. 3.2 Розмір податкових надходжень від туризму по областях, тис грн

У цьому ж році наша країна посіла перше місце в рейтингу найдоступніших країн для подорожей автомобілем [7].

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у 2021 році Україну відвідало понад 4 мільйони туристів, що на 26% більше, ніж у 2020 році.

Саме з початком літнього сезону на ринку вітчизняного туризму почали з'являтися запити українців на відпочинок. У більшості випадків їх цікавить внутрішній туризм. Основними регіонами, які приваблюють українських туристів, залишаються умовно-безпечні регіони: Львівщина, Івано-Франківщина та Закарпаття. Великий попит спостерігається на поїздки у Карпати. Нещодавно почали відновлюватися екскурсійні тури в замки та музеї, які через воєнний стан довгий час не працювали [32].

Підвищується інтерес до екскурсій Київщиною та Полтавщиною [8]. Поступово відкриваються дитячі табори. Переважно, вони діють в західній частині України – на Львівщині, Івано-Франківщині та Закарпатті. Що стосується морського відпочинку, то зі зрозумілих причин він недоступний.

В таких умовах внутрішній туризм має особливості, пов’язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни.

Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії. Формування маршрутів з урахуванням розташування бомбосховищ. Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища.

Планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година. Як правило, вона діє

з 23.00 до 05:00. Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги [35].

Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об’єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації.

Варто зазначити, що кожна область має свої особливості відпочинку та туристичної діяльності на її території. Здебільшого вони пов’язані з певними обмеженнями, які діють в тих чи інших регіонах [34].

Зовнішній туризм в умовах війни також має свої особливості. Більшість українців виїжджає за кордон не для того щоб відпочити, а для того щоб евакуюватися з небезпечних територій, на яких продовжують йти бойові дії. Крім цього, небо над Україною повністю закрите, що ускладнює подорож в інші країни.

Однак з початком сезону зовнішній туризм почав дещо оговтуватися. Найпопулярніші серед українців – евакуаційні рейси до Болгарії, що зумовлено безкоштовним проживанням в готелях для українців, яке пропонує ця країна. Також почали відновлюватись вильоти на море в Туреччину, Єгипет, Іспанію, Туніс.

Щоправда, для цього українцям потрібно самостійно їхати до аеропорту в сусідню Польщу. Таким чином організовуються й відпочинкові тури в Литву та Молдову.

Враховуючи вищесказане можна зробити висновок, що з початком сезону внутрішній та зовнішній туризм активізувався, однак є дуже обмеженим та залежним від ситуації в країні, що обумовлено продовженням бойових дій в багатьох регіонах України, загрозою ракетних ударів по всій території держави, зруйнованою інфраструктурою та низькими доходами громадян. В зв’язку з цим він має певні особливості, які пов’язані переважно з безпекою українських та іноземних громадян [33].

Під час війни ситуація з туристичною галуззю нашої держави виглядає досить песимістично. Однак є надія, що після закінчення конфлікту вона почне відроджуватися.

Досвід деяких країн, які пережили війну і вивели туризм на новий рівень підтверджує це. До таких країн відноситься: Хорватія, Ізраїль, Грузія.

У Хорватії під час війни туризм практично припинився. Після її завершення він знову відродився. Цьому сприяла масова піар-компанія невідомих раніше регіонів цієї країни.

Хорватія має певні географічні особливості. Зокрема, в її склад входить понад тисячу островів, які відомі своєю чистотою та екологічністю. Завдяки вдалій рекламі пляжних локацій цієї країни про неї дізнався весь світ.

На сьогоднішній день Хорватія стала популярним напрямом для багатьох туристів світу, що суттєво вплинуло на економіку країни.

Близько 15% ВВП генерує туризм. Ізраїль, не дивлячись на постійну війну з Палестиною, зберігає свій туристичний статус. Туризм повністю адаптований до війни [21].

Більш того, на сьогоднішній день це ключова галузь економіки. 6% населення зайняті саме в туризмі.

Таблиця 1 – Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України [9]



Постійні конфлікти знижують доходи від туризму, але економіка практично цього не відчуває. Цьому сприяє особлива структура формування ВВП, коли дохід від однієї галузі здатен компенсувати втрати від іншої [10].

Грузія після війни з Росією стала відомою на весь світ. Департаментом з туризму та курортів було визнано, що ріст інвестиційного потоку в цю галузь вивів країну на новий світовий рівень [17].

Безумовно, війна в Україні не має аналогів в сучасній історії, тому неможливо провести коректну аналогію з жодною із країн, які пережили воєнний конфлікт та відродили туризм. Не слід забувати, що бойові дії в Хорватії, Ізраїлі чи Грузії були не настільки руйнівними, як в нашій країні. Те, що трапилося з туристичним ринком України не траплялось в жодній країні, тому його реанімація буде особливою. Про відновлення туристичної галузі в

Україні необхідно потурбуватися вже сьогодні. Для цього пропонуємо такі кроки: Програми післявоєнного відновлення, які розробляються українським Урядом, повинні включати туризм.

Перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну повинні розпочинатися вже сьогодні, коли ще є інтерес до нашої держави.

Підготовка масштабної маркетингової кампанії для зовнішніх ринків. Україна повинна сприйматися не тільки як місце бойових дій, а і як безпечна локація для подорожей [5].

Розробка туристичних програм по місцям військової слави Збройних сил України. Про нашу державу вже знає весь світ. Відновлення туристичної інфраструктури, що неможливо буде зробити без допомоги інших країн та міжнародних організацій. Просування нестандартних та потенційно успішних форматів: екотуризму, урбан-культури тощо. Відкриття національних офісів українського туризму в розвинених країнах світу.

Україна має значний туристичний потенціал. Щорічно її відвідує велика кількість туристів зі всього світу. Проте в лютому 2022 році туристична галузь нашої держави зіткнулась з важким випробуванням – російсько-українською війною. Військовий конфлікт призвів до руйнування туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України, втрати іноземних туристів, заборони використання повітряного простору та інших негативних наслідків. Попри це туризм продовжує функціонувати, проте має певні особливості, зумовлені ситуацією в нашій державі. До них можна віднести формування туристичних маршрутів з урахуванням наявності бомбосховищ, планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години, дотримання

заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об’єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України [42].

Незважаючи на складну ситуацію в туристичній галузі в післявоєнний час вона повинна стати ключовою у стратегії економічного відновлення. Однак працювати над цим потрібно вже сьогодні. Зокрема, необхідно включити розвиток туризму в програми післявоєнного відновлення, вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків, розробити туристичні програми по місцям військової слави ЗСУ, працювати над відновленням туристичної інфраструктури, просувати нестандартні формати туризму, відкривати національні офіси туризму в інших країнах. Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування запропонованих напрямів розвитку туризму для туристичних компаній, що відновлюватимуть свою діяльність в післявоєнний період [16].

* 1. Розробка нового туру «Святкова подорож до Києва»

Запоріжжя – передове промислове місто з високою культурою. Тому не дивно, то тури із Запоріжжя до Львова займають значну частину туристичного обороту. Наразі треба враховувати всі особливості туризму зі східної України.

Тож, зважаючи на результати опитування респондентів, що описано в другому розділі, пропонуємо розробити новий тур до із Запоріжжя до Львова.

***День 1. Львів стародавній та інтригуючий***

По приїзді – трансфер в готель. Перше знайомство зі Львовом – це старовинні вулиці Леополіса і Лемберга. Оглядова найдавнішій історії Львова, яка розпочнеться з центральної площі старого центру. У минулі часи ця площа була центром торгівлі всієї Галичини, тому і зветься «площа Ринок».

Шедеври Львова, які подарувала йому більш ніж 700-річна історія (вх. квиток - 25 грн/ос, діти - 15 грн/ос):

* Польська катедра;
* Домініканський собор;
* Вулиця Староєврейська і Галицького;
* Найстаріша церква України - Вірменська церква Львова;
* Каплиця Боїмів;
* Пам'ятник засновникові Львова і першому королю королівства Русь Данилу Галицькому;

Вільний час, щоб Ви могли відчути життя старовинного міста.

Не забуваємо ввечері в готелі замовити ланч-бокс. Виїзд на Синевир о 7 ранку!

***День 2. Тур до Львова і поїздка в казку Синевіра***

Впродовж переїзду до водоспаду Шипіт, де буде перша екскурсійна зупинка, зупинимось на каву. Під час переїзду екскурсовод продовжить розповідь про Львів і дивовижні місця.

Чудо України, озеро Синевир, вражає з першого погляду. В двох словах про поїздку на Синевир і водоспад Шипіт:

* протяжність маршруту в обидва боки - 600 км;
* на маршруті буде 2 зупинки на каву;
* автобуси єврокласу;
* настрій буде чудовий і  купа вражень.

На одному з гірських перевалів ми зупинимося, щоб захопитися красою Карпат і, звичайно ж, зробимо пам'ятні фотографії. Невеликий переїзд і ми побачимо водоспад Шипот, один з найвищих водоспадів України.

По дорозі до Синевиру ми зупинимося для дегустації мінеральних вод в Келечині і Соймах. Таким чином наша поїздка стає не тільки цікавою, але й оздоровчою!

І ось ми потрапляємо до одного з найкрасивіших озер світу і одного з природних чудес України! Історія озера Синевира і водоспаду Шипіт оповита таємницями і легендами. Існує кілька версій про сумне кохання, які надають і озеру, і водоспаду особливої загадковості і краси. Озеро розташовується на висоті близько 1000 метрів, що саме по собі вже дивовижно.

Бажаючі також можуть відвідати центр реабілітації бурих ведмедів. Ці ведмедики зможуть викликати посмішку на Вашому обличчі!

Додатково оплачуються: вхідні квитки в заповідники, обід в заповіднику Синевир (близько 60 грн).

Повернення до Львова о 24:00

***День 3. Львів австрійський***

Сніданок. Сьогодні ми відвідаємо багатьма довгоочікувану і легку автобусну екскурсію по австрійському Львову. Ми побачимо:

* Замкову гору;
* Собор св. Юра і копію туринської плащаниці.
* Личаківський цвинтар, найбільший і один з найрозкішніших парків Європи (вх. квиток - 50 грн/ос, студенти та діти - 30 грн/ос)

Після екскурсії вільний час, самостійний трансфер на вокзал. Від'їзд.

*Інформація по туру і типи розміщення*

**Що входить у вартість туру**

* Трансфер до готеля/хостела по приїзду до Львова;
* Проживання у Львові (3 дні/2 ночі);
* Сніданок в готелі;
* Екскурсії у Львові;
* Поїздка на Синевир і водоспад Шипіт;
* Супровід гіда-екскурсовода;

**Що не входить у вартість туру і оплачується додатково**

* вхідні квитки в екскурсійні об'єкти;
* особисті витрати і проїзд в громадському транспорті;
* туристичний збір в готелях/хостелах;
* страховка (за бажанням);

Таблиця 3.3 – Вартість за весь тур на 1 туриста, грн/чол:

|  |  |
| --- | --- |
| Проживання у Львові | Ціна туру, грн/ос |
| ХостелЕконом (зруч. на поверсі, без сніданку)2-х місний (зруч. на поверсі, без сніданку) | 16201870 |
| Готель (нов.центр)Стандарт (зруч. у номері, із сніданком) | 2120 |
| Готель (ближній центр)Стандарт (зруч. у номері, із сніданком) | 2395 |
| Готель (історич.центр), стандарт(зруч. у номері, із сніданком) | 2950 |
| Готель (історич.центр), Комфорт(зруч. у номері, із сніданком) | 3365 |

• Знижка для дітей до 12 років - 10%

**ВИСНОВКИ**

Туризм – важлива складова економіки багатьох держав, яка забезпечує зайнятість місцевого населення, бюджетні надходження, потік іноземної валюти та інвестицій, сприяє розвитку структури господарського використання територій тощо, за рахунок експлуатації місцевих ресурсів.

Туристичні та готельні підприємства спрямували свої активи на гуманітарну діяльність в трьох ключових напрямах:

* по-перше, це допомога в прийомі, розміщенні та харчуванні біженців із гарячих точок в Україні, допомога в їх переселенні до більш спокійних регіонів України або за кордоном;
* по друге, це доставка гуманітарних вантажів, надіслані з різних країн, зокрема продукти харчування, ліки, засоби гігієни, одяг тощо;
* по-третє це інформування про реальний стан справ партнерів, враховуючи традиційні маркетингові канали.

До війни туризм в Україні був дуже різноманітним: культурний, гастрономічний, гірськолижний у Карпатському регіоні, винний туризм, оздоровчий. Проте, існувала велика конкуренція з сусідніми країнами щодо стану туристичної інфраструктури. Тому останнім часом велика увага була зосереджена на підвищенні стандартів якості та турпродуктів, а також на позиціонуванні України як нового та доступного напрямку у Східній Європі.

Тому, після припинення бойових дій, туризм стане невід’ємною частиною довгострокового економічного відновлення країни.

За перші 4 місяці 2022 р. представники туристичної галузі України сплатили на 18% менше податків, ніж за аналогічний період 2021 року. Так, якщо у 2021 р. за період 01 січня ‒ 1 травня 2022 р. до бюджету надійшло 788327 тис., то у за аналогічний період 2022р. держбюджет поповнився на 648846 грн. [6]

загальна кількість платників податків, які здійснювали туристичну діяльність внаслідок військових дій, скоротилась на 10%. З них, кількість юридичних осіб зменшилася на 17%, а фізичних осіб – на 7%. Готелі та санаторії за перші 4 місяці 2022 р. сплатили майже 370 млн. грн. Проте цей показник є на 24 % менший в порівняні з попереднім роком. Також зафіксовано падіння надходжень на 58% від діяльності туристичних баз, кемпінгів, дитячих таборів. Зафіксовано 57 млн. гривень податку в порівнянні з 137 млн. гривень за аналогічний період 2021 р. Зафіксовано значне зростання надходжень від діяльності туристичних агенцій, які сплатили на 85% коштів більше, ніж минулого року. Але такі показники обумовлені надходженнями від новорічних та різдвяних свят. Незначне 5% зростання податків зафіксоване від діяльності туроператорів та приватних підприємців-власників садиб. Але цей показник досяг 100 млн. грн.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) найбільший розмір сплаченого податку за перші чотири місяці 2022 р. продемонстрували м.Київ та 9 областей України – Івано-Франківська, Львівська, Київська, Одеська, Дніпропетровська, Закарпатська, Харківська, Запорізька та Полтавська області. Щоправда, якщо порівнювати суми з аналогічним періодом 2021 р. то у Києві, Одеській, Івано-Франківській, Дніпропетровській, Харківській та Запорізькій областях все ж відбувся спад.

Туристичні та готельні підприємства спрямували свої активи на гуманітарну діяльність в трьох ключових напрямах:

* по-перше, це допомога в прийомі, розміщенні та харчуванні біженців із гарячих точок в Україні, допомога в їх переселенні до більш спокійних регіонів України або за кордоном;
* по друге, це доставка гуманітарних вантажів, надіслані з різних країн, зокрема продукти харчування, ліки, засоби гігієни, одяг тощо;
* по-третє це інформування про реальний стан справ партнерів, враховуючи традиційні маркетингові канали.

Внутрішній туризм потроху відновлюється, але ситуація у галузі залишається складною.

Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у 2021 році Україну відвідало понад 4 мільйони туристів, що на 26% більше, ніж у 2020 році.

Нещодавно почали відновлюватися екскурсійні тури в замки та музеї, які через воєнний стан довгий час не працювали.

Підвищується інтерес до екскурсій Київщиною та Полтавщиною [8]. Поступово відкриваються дитячі табори. Переважно, вони діють в західній частині України – на Львівщині, Івано-Франківщині та Закарпатті. Що стосується морського відпочинку, то зі зрозумілих причин він недоступний.

В таких умовах внутрішній туризм має особливості, пов’язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни.

Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії. Формування маршрутів з урахуванням розташування бомбосховищ. Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища.

Під час війни ситуація з туристичною галуззю нашої держави виглядає досить песимістично. Однак є надія, що після закінчення конфлікту вона почне відроджуватися.

Отже, задля поліпшення стану внутрішнього туризму в Україні, пропонуємо розробити та впровадити новий експериментальний тур з прифронтового міста Запоріжжя до більш-менш безпечного міста Західної України – Львова.

**ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ**

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 312 с.

2. Зорин І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму: Москва : Фінанси та статистика, 2007. 368 с.

3. Басюк Д.І., Заєць В.С. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Кам`янець-Подільский: Абетка, 2011. 220 с.

4. Колотуха О.В. Географія дитячо-юнацького туризму в Україні : навч. посіб. К. : Укр. держ. центр туризму і краєзнавства учн. молоді, 2008. 278 c.

5. Долгова К.С. Еволюція суспільних функцій та особливих рис дитячого туризму та рекреації в україни // Географія та туризм. 2019. № 40

6. Шандор Ф.Ф., Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.

7. Коваленко О.В. Про підготовку гідів-екскурсоводів у Сумському регіоні : Наукова дискусія: питання педагогіки та психології : зб. Міжнар. Наук.- практ., конф., м. Київ, 6-7 груд. 2019 р. Київ , 2019. С. 7–10.

8. Коваль О.Д. Базові управлінські здібності в туристичній групі // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2011. №33. Ч. 4. С. 45–49.

9. Калачян К. С. 2017. Харків. С. 155–156. URL: http://eprints.kname.edu.ua/48324/1/ilovepdf\_com-156-157.pdf. (дата звернення: 15.03.2023).

10. Шипко А. Виховний простір дитячо-юнацького туризму. Серія «Краєзнавство. Географія. Туризм.». Вип. № 4 (537). 2008. C. 101–105.

11. Про господарські об'єднання: Господарський Кодекс України за станом на 05 трав. 2021 р. / Верховна Ради України. Київ : Парлам. вид-во, 2004. Стаття 120. 64

12. Стаучан Л. О. Чому дитячий туризм сьогодні не потрібен державі. НВ Бізнес: вебсайт. URL: https://nv.ua/ukr/biz/experts/na-dityachiy-turizmbyudzhetu-nemaye-chomu-ce-problema-novini-ukrajini-50128408.html (дата звернення: 20.03.2021).

13. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали міжнар. наук.-практ. конф, м. Харків, 2020 р. Харків, 2020. 234 с.

14. Про туризм: Закон України за станом на 04 трав. 2021 р. / Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 1995. Стаття 4. (Закони України).

15. Про охорону дитинства: Закон України за станом на 05 трав. 2021 р. / Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 2001. Стаття 5. (Закони України).

16. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України за станом на 05 трав. 2021 р. / Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 2008. (Закони України).

17. Про позашкільну освіту : Закон України за станом на 05 трав. 2021 р. / Верховна Рада України. Київ: Парлам. вид-во, 2008. Стаття 15. (Закони України).

18. Малиновська О. Ю. Долгова К. С. Ринок дитячого туризму: інноваційні форми організації відпочинку : Географія та туризм. 2013. Вип. 24. С. 60 – 69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\_2013\_24\_11 (дата звернення: 21.03.2023).

19. Івченко Л.О., Кужиль С.В., Петренко М.В. Особливості організації дитячого туризму в Україні. Економіка та держава. 2019. № 1. С. 83–88.

20. Жученко В.Г. Регіональні особливості розвитку дитячого туризму: зб. наук. пр., м. Київ, 22 лист. 2019 р. Київ, 2019. С. 138–141.

21. Козловський Є. Ресурсний потенціал та специфіка організації дитячого туризму в Україні // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Туризм». 2018. № 2 С. 100 – 110. 65

22. Гераськина О. Соціологічний погляд на особливості молодіжного туризму. Харків: НТУ«ХПІ». 2014. С. 211.

23. Самонова Т.Б. Інформаційне та методологічне забезпечення комплексу просування туристичних послуг // Формування ринкової економіки: Спец. вип. Маркетинг: теорія і практика. К. 2009. С.412 – 423.

24. Волошин Н. Туризм: Нормативні правові акти: Фінанси та статистика, 2006. 432 с.

25. Миронов Ю. Б. Особливості реклами в туризмі. Львів : Видавництво ЛКА. 2008. 448 с.

26. Грабевник С. Особливості реклами та PR у туризмі. Рівне: НУВГП. 2019. C.132 – 134.

27. Зубарєва М. А. Особливості реклами та ПР у туризмі. Грані. 2015. № 7. С. 15 – 20.

28. Барнет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Н. Габенов (пер. с англ.), В. Кузин (пер. с англ.). Минск: Питер, 2001. 860 с.

29. Лук’янов В. О. , Мунін Г. В. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. пос. К.: Кондор, 2012. 336 с.

30. Афанасьєва К.О. Розроблення стратегії просування компанії у кіберпросторі // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наук. пр. м. Київ. 2019 р. Київ, 2019. № 16. С. 270–287.

31. Іванова Л.О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг : наук.- практ. конф. м. Львів. 2012 р. Львів, 2012. С. 164-165.

32. Бабич Ю., Примак Т. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж // Економіка та суспільство. 2020. № 22.

33.Відеореклама у соціальних мережах – тренд 2019 року. RUBARBS: вебсайт. URL: https://rubarbs.com/ua/article/videoreklama-v-sotsialnikhmerezhakh---trend-2019-roku (дата звернення: 15.04.2023).

34. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. Харків, 2011. 224 с. 66

35. Хмелевський О.В., Кошівська М.В. Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України // Приазовський економічний вісник. 2018. № 2 (07). С. 15–19.

36. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition: website. URL: https: //internationalinvestment.biz/index.php (last access: 25.04.2021).

37. Офіційний сайт Державної служби статистики: вебсайт. URL: http://ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 25.04.2021).

38. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: Практика ЄС та українські реалії. Київ. 2020. 28 с.

39. COVID-19 is a ticking time bomb for Europe's tourism industry : website. URL: https://www.eesc.europa.eu/bg/news-media/news/covid-19-ticking-timebomb-europes-tourism-industry-says-eesc (last access: 25.03.2023).

40. Федоренко Л., Шендра Д. Сучасний стан розвитку світового та вітчізняного ринків дитячого туризму: зб. наук. пр. Економіка інноваційної діяльності підприємств. м. Київ, 2019. С. 45-46.

41. Хорішко Д. Дитячий туризм-2019: тенденції, тренди та проблеми : вебсайт. URL: https://zruchno.travel/News/New/3570?lang=ua (дата звернення: 05.05.2023).

42.Рихлицкий В. Внутренний туризм в Украине должен бы расти: как изменилась отрасль и куда исчез "бюджетный" путешественник : вебсайт. URL: https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/23/665405/ (дата звернення: 10.05.2023).

43. Глушко В. Просування туристичних послуг : зб. наук. пр. Зовнішня торгівля економіка, фінанси, право. м. Київ, 2018. №1. С. 86-96.

 44. About Us. SYTA : website. URL: https://syta.org/about-us/ (last access: 15.05.2023).

45. About WYSE Travel Confederation. WYSE: website. URL: https://www.wysetc.org/about-us/ ( last access: 15.05.2023).

46.Зимнина О. Державна реєстрація асоціації. АРАУ : вебсайт. URL: http://surl.li/vset (дата звернення: 26.04.2023).

Скільки сторінок стільки джерел!! Не менше 55