

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА  
ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

«ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ:  
ДОСВІД КРАЇН ЄВРОПИ ДЛЯ УКРАЇНИ»

за спеціальністю: 242 Туризм

галузі знань - 24 Сфера обслуговування

за освітньо-професійною програмою: Туризм

на здобуття освітнього ступеню: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра  
студентки денного відділення 4 курсу

Макогон Юлії Вадимівни

Науковий керівник:  
асистент, кандидат географічних наук,

Довгань Наталія Степанівна

Київ - 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Теоретико-методичні основи антикризового менеджменту туризму у воєнний і повоєнний часи... ..	6
1.1 Сутність антикризового менеджменту туризму: інструменти та методи превентивного управління .....	6
1.2 Місце і роль держави у повоєнному розвитку туристичної галузі.....	12
1.3 Методика дослідження туризму, як складової економіки країни... ..	17
Висновки до розділу I.....	22
РОЗДІЛ II. Роль туристичної галузі у повоєнному відновленні економіки країни: досвід європейських країн... ..	23
2.1 Позитивні тенденції відновлення туристичної галузі Республіки Хорватія .....	23
2.2 Вплив туристичної сфери на економічне зростання Кіпру в другій половині ХХ – на початку ХХІ століть .....	27
2.3 Спроби економічного повоєнного відновлення Боснії і Герцеговини через призму розвитку туристичного сектору... ..	33
Висновки до розділу II .....	37
РОЗДІЛ III. Особливості українського туризму в умовах воєнного стану та перспективи повоєнного відновлення .....	39
3.1 Нові тренди українського туризму під час війни.....	39
3.2 Порівняльний аналіз підходів антикризового менеджменту туризму в європейських країнах: досвід для України.....	45
3.3 Можливі напрямки розвитку туристичного сектору України в повоєнний час .....	48
Висновки до розділу III .....	52
ВИСНОВКИ .....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Війна в Україні стала трагедією для українського народу, суттєво вплинувши на світову економіку та міжнародний туристичний ринок. Збройні конфлікти призвели до зупинення нормального функціонування туристичної сфери та спричинили втрати у попередніх досягненнях. Незважаючи на це, туристична галузь продовжує свою діяльність навіть під час бойових дій. Потрясіння, викликані збройними конфліктами, призводять до глибоких змін у туристичному «ландшафті» країн. Формується нова система світоустрою. Всі ці зміни вимагають постійного моніторингу та дослідження для своєчасної та адекватної реакції та розробки нових стратегій розвитку туризму.

Ознайомлення з досвідом світової наукової спільноти з цієї проблематики та аналіз досвіду країн, які вже пройшли подібний шлях, є невід'ємною частиною розробки стратегії розвитку туризму в Україні в умовах нової реальності. Такий підхід допоможе у визначенні оптимальних напрямків та ресурсів для успішного відновлення та розвитку туристичної галузі в нашій державі.

Історія свідчить, що після масштабних конфліктів багато країн швидко відновлювалися та знову ставали популярними для туристів, і частка іноземних відвідувачів тільки зростала. Сам туризм вважається однією з найприбутковіших та динамічних галузей світової економіки. Враховуючи ці фактори, ми вважаємо буде актуальним наголосити на необхідності чіткої довгострокової державної політики для виведення туризму з кризи вже зараз, у період воєнного стану та у період повоєнного відновлення. Така політика повинна базуватися на комплексному підході та розумінні туризму як важливого суб'єкта соціально-економічного зростання. Також вона має враховувати помилки і здобутки тих країн, які уже пройшли цей шлях.

**Мета роботи** – дослідити туризм як важливий чинник повоєнного відновлення економіки через аналіз досвідів країн Європи та їх використання для України.

Визначена мета дослідження поставила перед нами наступні **завдання:**

- охарактеризувати теоретико-методичні основи антикризового менеджменту туризму у воєнний і повоєнний часи;
- систематизувати методику дослідження туризму, як складової економіки країни;
- оцінити роль туристичної галузі у повоєнному відновленні економік Хорватії, Боснії і Герцеговини та Кіпру;
- виявити особливості українського туризму в умовах воєнного стану та окреслити перспективи повоєнного відновлення;
- провести порівняльний аналіз повоєнної туристичної сфери в європейських країнах;
- простежити можливі напрямки розвитку туристичного сектору України в повоєнний час з огляду на досвід європейських країн.

**Об'єкт дослідження** – туристична галузь, як важлива складова повоєнного відновлення економіки.

**Предмет дослідження** – антикризовий менеджмент туризму у повоєнний період за прикладом європейських країн.

**Теоретична основа роботи.** Дослідження проблем державної підтримки підприємств туристичної галузі в кризові часи привертає увагу численних вчених, серед яких виділяються А. Калугіна, А. Романов, А. Голод, В. Худавердієва, В. Мерчанський, Н. Чуйко, А. Воронкова, І. Смирнов, О. Любіцева, І. Дворська, К. Родак та інші. Вони розглядають аспекти підтримки та стимулювання підприємств туристичної галузі з боку держави, а також вивчають ефективність заходів, спрямованих на відновлення цієї галузі.

Особливу увагу дослідники приділяють проблемі впливу збройних конфліктів на туристичну сферу в Україні. Серед них: А. Парфієнко, Г. Заячківська, А. Сікула, Ю. Перегуда, М. Кривоберець, А. Козлова, Н. Барвінок, Т. Кукліна, С. Цвілій, С. Журавльова, Н. Аніпко, Н. Андрусак, Л. Корчевська та інші. Вони досліджують зміни в туристичному секторі в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.

Робота Р. Батлера і В. Сунтикула 2013-го відіграє важливу роль у вивченні зв'язків між війною та туризмом. Автори аналізували різні аспекти цих складних відносин, зокрема політичні, психологічні, економічні та ідеологічні чинники, розглядаючи їх на різних рівнях і в різних географічних контекстах. Вони досліджували наслідки війни для туризму, що виникають після припинення військових дій. Це дослідження розкриває важливі аспекти впливу воєнних подій на сферу туризму та підкреслює необхідність уважного аналізу для розробки ефективних стратегій управління в туристичній галузі під час і після конфліктів.

**Наукова новизна дослідження.** Наша робота присвячена туризму як чиннику повоєнного відновлення економіки, зокрема в контексті української ситуації та європейського досвіду. Вона має низку ключових особливостей, які визначають її новизну. Дослідження включає інтеграційний аналіз різноманітних факторів, які визначають взаємозв'язок між війною та туризмом на міжнародному та локальному рівнях. Розглядаючи політичні, економічні, психологічні та ідеологічні чинники, робота намагається виявити повну картину впливу озброєних конфліктів на галузь туризму.

Особлива увага приділяється динаміці туристичного розвитку в країнах після припинення військових дій. Ми намагаємося визначити, які зміни відбуваються в туристичному секторі та надати практичні рекомендації для відновлення та розвитку туризму після війни.

**Практичне значення дослідження.** Власне вивчення використання міжнародного досвіду, зокрема прикладів успішного відновлення туристичного сектору в країнах Європи в повоєнний час, дозволяє нам виробити рекомендації для України та інших країн, які знаходяться в аналогічних ситуаціях. Загалом, ці аспекти роблять наукову роботу унікальною та важливою для розуміння та ефективного управління взаємодією між війною та туризмом в сучасному світі.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел.

# РОЗДІЛ I

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ У ВОЄННИЙ І ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАСИ

### 1.1 Сутність антикризового менеджменту туризму: інструменти та методи превентивного управління

Туризм, як важлива галузь економіки, часто зіштовхується з викликами різних кризових періодів, що обтяжують її функціонування. Поєднати розвиток з масштабними кризами в туристичній галузі керівнику вищої ланки або менеджеру в сучасних реаліях непросто. Війни, епідемії, природні катастрофи, економічні занепади та інші події, можуть швидко та суттєво підірвати стабільність туристичної індустрії.

Туризм стає ключовим сегментом сучасної світової економіки, який є динамічним у своєму розвитку. Економічний вплив туризму необхідно розглядати в контексті його потужного соціокультурного впливу. Війна, що охопила Україну, актуалізує проблеми антикризового управління не лише на рівні окремих підприємств, але й на рівні економіки країни в цілому. В сучасних умовах туристичне підприємство, аналогічно іншим галузям, які надають товари чи послуги, стикається з рядом проблем. До джерел підвищеної складності управління входять висока ступінь невизначеності на ринку, сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги, збільшення конкуренції в галузі туризму, обмежені фінансові ресурси тощо. В таких умовах компанія повинна проявляти не лише оперативну реакцію та поточне планування, але й впроваджувати ефективне антикризове управління, щоб забезпечити свою життєздатність та конкурентоспроможність [6].

В даному контексті вважаємо актуальним детальніше розглянути антикризовий менеджмент туризму – комплекс заходів та стратегій, спрямованих на забезпечення стабільності та швидкого відновлення туристичної галузі під час кризових ситуацій. Ми прагнемо визначити сутності

антикризового менеджменту туризму в умовах кризи, щоб це допомогло нам якісно провести зіставний аналіз підходів до управління туристичним сектором в різних країнах у повоєнний час. Для початку потрібно визначити, які саме існують чинники стабільного розвитку туризму в регіоні (Рис. 1.1.).

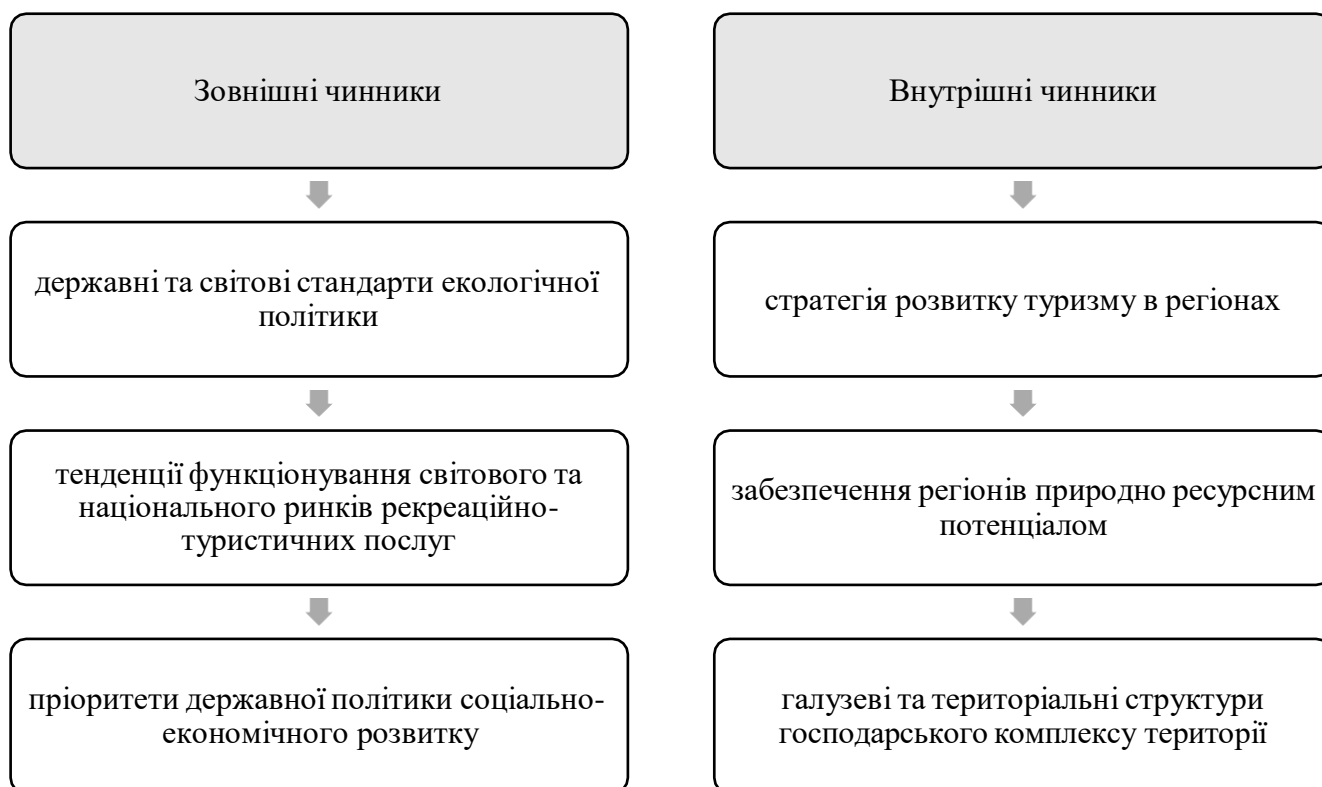


Рис. 1.1. Чинники сталого розвитку туризму в регіоні

Джерело: складено автором на основі [12]

Здатність підприємства виконувати свої функції в умовах кризи та відновлювати докризове становище є критичним аспектом ефективного антикризового управління. Таким чином, для глибшого вивчення ефективних інструментів та методів превентивного управління, варто приділити особливу увагу передбаченню та впровадженню заходів, які спрямовані на попередження кризових ситуацій. Розробка та реалізація антикризової стратегії визначаються як стратегічні завдання превентивного антикризового управління [14, с. 516].

Перед усіма суб'єктами туристичної сфери постає необхідність співпраці у напрямку антикризового менеджменту на міжнародному, регіональному та

національному рівнях. Окрім координації заходів на глобальному рівні, кожен учасник національного туристичного ринку повинен розглядати розробку власних антикризових стратегій на локальному рівні для забезпечення якісної діяльності всього механізму.

У сфері антикризового менеджменту туризму планування є першочерговою ланкою з ряду ключових причин. Власне, в умовах кризових загроз, належне планування дозволяє визначити потенційні ризики та підготувати стратегії для їхнього контролю та подолання. Це створює основу для вчасного реагування на кризові ситуації та мінімізації їх негативних наслідків. Планування в антикризовому менеджменті туризму включає в себе розробку конкретних дій та процедур для попередження можливих проблем [33, с. 137]. Даний процес забезпечує формування ефективних стратегій кризового комунікаційного плану, які дозволяють взаємодіяти із зацікавленими сторонами, зокрема туристами, партнерами та громадами, забезпечуючи правильне розуміння та підтримку один одного в умовах кризи.

Проаналізувавши відповідну літературу [8, 12, 22] ми визначили, що наступним після планування важливим етапом антикризового менеджменту туризму є формування команди антикризових менеджерів. Ця команда повинна включати експертів з туризму, які розуміють особливості галузі, а також фахівців з кризового управління, економістів, аналітиків, спеціалістів з комунікацій та представників громадськості.

Команда експертів у галузі туризму забезпечить глибоке розуміння внутрішніх процесів та вимог галузі. Кризові управлінці можуть допомогти розробити стратегії відновлення, враховуючи попередній досвід. Економісти та аналітики визначають економічні аспекти відновлення та розробляють стратегії використання ресурсів. В той же час спеціалісти з комунікацій виготовляють ефективні стратегії кризового комунікаційного плану. Це допоможе створити адаптований до реалій стратегічний підхід до управління кризовими ситуаціями у туристичній галузі.

Перші два аспекти антикризового менеджменту туризму ми визначаємо як підготовчі. Наступний аспекти передбачає вже дію на випередження у кризових ситуаціях. Швидке реагування на перші ознаки прояву кризи та співпраця з іншими учасниками туристичної індустрії під час кризового періоду є його головними ознаками. На нашу думку, в означеному контексті важливою стратегією є формування туристичних кластерів – об'єднань учасників туристичного процесу для співпраці, обміну досвідом та інформацією, а також розробки єдиного плану для досягнення конкретних цілей [38, с. 116].

Туристичні кластери є ефективним інструментом в антикризовому менеджменті, оскільки вони сприяють об'єднанню зусиль та ресурсів різних учасників галузі для спільного реагування на виклики кризового періоду. Ці об'єднання сприяють ефективній координації зусиль та реалізації швидких заходів у відповідь на несприятливі обставини. Сутність туристичних кластерів полягає в тому, що різні гравці на ринку, такі як готелі, туроператори, ресторани та інші, об'єднують свої ресурси та компетенції для вирішення актуальних завдань [25, с. 713].

Учасники туристичного кластеру можуть легше приймати зміни в своєму середовищі, обмінюватися інформацією про кращі практики та взаємно підтримувати одне одного під час труднощів. Такий колективний підхід сприяє не лише подоланню кризи, але й створює умови для подальшого сталого розвитку туристичної індустрії [20, с. 29].

Глобальний кризовий комітет з туризму, започаткований Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), не так давно представив перший пакет рекомендацій, спрямованих на негайне впровадження урядами та приватним сектором [2, с. 173]. Ці рекомендації загалом охоплюють три ключові напрями. Перший полягає в управлінні кризою та пом'якшенню її наслідків. Мова про збереження робочих місць, підтримку вразливих груп, розвиток навичок та перегляд податкової та регуляторної політики, пов'язаної з подорожами та туризмом. Наступний напрямок полягає у забезпеченні стимулу та прискоренні відновлення. Серед наданих рекомендацій тут можемо виокремити сприяння

спрощенню візового режиму, підвищенню маркетингових заходів та збільшення довіри споживачів. Підготовка до майбутнього – загальна назва третього напрямку, рекомендації якого вказують на необхідність приділення уваги стратегічному забезпеченні міцності туристичного сектору перед потенційними викликами.

Вважаємо, що Глобальний кризовий комітет з туризму у цьому питанні чітко визначив послідовність дій, на які варто звертати увагу керівникам різних туристичних суб'єктів в залежності від ситуації. Аналіз світового досвіду вказує на два стратегічні підходи до подолання кризи: доступ до ліній кредитування та відтермінування сплати податків і боргів. Ефективність досягається тільки у тому разі, коли уряди та туристичні спільноти об'єднують зусилля для спільного вирішення проблем.

Одним із найбільш ефективних рішень антикризового менеджменту є оптимізація та зниження витрат. Цього можна досягти кількома шляхами [45, с. 40]:

- зниження зарплати та скорочення працівників підприємств туристичної індустрії (менш популярне рішення);
- переведення частини працівників на віддалений режим роботи, що забезпечить скорочення витрат на орендні платі.

Туризм може існувати лише тоді, коли мандрівник переміщується з місця свого постійного проживання в цікаве йому місце призначення. Таке переміщення в умовах пандемії або війни дуже обмежене і фактично допустиме лише в чітко встановлених межах. У зв'язку з цим одним із можливих антикризових рішень може бути включення в туристичний обіг невикористаних до цього часу туристичних ресурсів та нових територій, створення інноваційних туристичних маршрутів. Однак при цьому важливо забезпечити високий рівень інформаційно-комунікаційного супроводу нових туристичних продуктів, що також варто враховувати при антикризовому менеджменті.

В рамках антикризового менеджменту, як уже ми зазначали, важливо розробляти стратегії майбутнього розвитку підприємств туристичної індустрії в

післякризовий період. З цією метою доцільно проаналізувати та врахувати тенденції розвитку цільової аудиторії туризму. Відомо, що на сучасному етапі відбувається формування нового покоління, так званих цифрових мандрівників, для яких цифрові технології стають важливою умовою подорожі. Крім того, в XXI столітті більшість населення набуло навичок цифрової грамотності та почало користуватися онлайн-послугами, зокрема замовленням продуктів на дім тощо. Враховуючи це, підприємства туристичної індустрії повинні налаштувати свою нову інформаційно-комунікаційну політику з урахуванням змін у компетенціях цільової аудиторії. При цьому персонал підприємств туристичної індустрії повинен сформувати необхідні цифрові компетенції, які відповідають вимогам цифрового туризму [30, с. 142].

Таким чином, стратегічне антикризове планування туризму охоплює широкий спектр питань. Воно передбачає активну діяльність з визначення переважних антикризових напрямків розвитку, що надають конкурентні переваги, і з реалізації поставлених цілей через відповідні антикризові стратегії. В умовах розвинутого ринку і потенційних кризових ситуацій успіху досягають лише ті компанії, які можуть створювати та реалізовувати на відповідному організаційному рівні довгострокові антикризові стратегії. За час свого існування туристична індустрія як галузь послуг пройшла багато змін, так само як і галузі виробництва матеріальних благ. Стратегічне антикризове управління базується на загальних концепціях і положеннях, що мають місце і в інших галузях економіки, хоч і відрізняється низкою особливостей у реалізації окремих стратегій.

Сутність антикризового менеджменту туризму у кризовий період полягає в ефективному вирішенні завдань, спрямованих на забезпечення життєздатності та відновлення туристичної галузі в умовах кризи. Спільна робота на різних рівнях — від міжнародних туристичних організацій до окремих суб'єктів національного туристичного ринку — стає необхідною для вирішення труднощів. Отже, антикризовий менеджмент туризму є важливою ланкою стратегічного управління, спрямованого на відновлення та підтримку

туристичної індустрії в умовах непередбачуваних викликів. Ефективність такого управління полягає в системному підході до вирішення проблем, врахуванні специфіки галузі та активності всіх зацікавлених сторін.

## **1.2 Місце і роль держави у повоєнному розвитку туристичної галузі**

На сьогоднішній день туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами прибутку справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2022 року, туристична галузь утворила 20% світового внутрішнього продукту та поглинула понад 18% витрат споживачів. У багатьох країнах та регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 600 млрд. дол. США щороку. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США [35, с. 261].

До економічних функцій туризму насамперед належать економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він визначає збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, які можуть бути прямими (плата за візу, мито) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників викликає збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними до бюджету). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти та різноманітних інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікація економіки.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів та послуг внаслідок збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. Тому, враховуючи все описане нами, можна констатувати, що держава має бути однією з перших зацікавлених

в тому, щоб підтримати розвиток туризму в кризовий період. Оскільки він є унікальним джерелом стимулювання економіки [35, с. 87].

Специфіка соціально-економічних та політичних умов у країнах світу породжує різноманітні підходи до державного регулювання розвитку туристичної сфери. Рівень політичної та економічної стабільності, вплив туризму на формування державного бюджету та привабливість країни для туристів визначають різні моделі управління, які можна виокремити в чотири основних [69, с. 177].

У першій моделі передбачається відсутність централізованого органу, і вирішення всіх питань базується на ринковій самоорганізації. Цей підхід використовується у випадках, коли суб'єкти туристичної діяльності можуть самостійно вирішувати проблеми або коли туризм не відіграє визначальної ролі в економіці. Наприклад, модель розвитку в США.

Друга модель передбачає існування сильного центрального органу, такого як міністерство, яке контролює всі туристичні підприємства країни. Держава використовує фінансові вкладення, рекламу та залучення інвестицій для підтримки туристичної галузі. Ця модель застосовується в країнах з перехідною економікою, де туризм є важливим джерелом доходів, наприклад, у Єгипті, Мексиці, Туреччині.

Третя модель, часто називається «європейською». Вона характерна країнами Європи, таким як Франція, Іспанія, Велика Британія. У цій моделі питання розвитку туризму розглядаються в міністерстві на рівні галузевого підрозділу. Центральне місце у цій моделі займає співпраця між адміністративними органами та приватним сектором, що призводить до створення державно-приватного партнерства.

Четверта модель, або змішана, передбачає створення комбінованого міністерства, яке об'єднує туристичну галузь та суміжні сектори. Це включає чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональною туристичними адміністраціями. Державно-приватні партнерства успішно реалізуються в Італії, Фінляндії, Великій Британії.

Кожна з цих моделей визначає підходи до управління туристичною галуззю відповідно до конкретних умов та завдань кожної країни.

Туризм в Україні є ключовим напрямком розвитку національної культури та економіки, але складна політична та економічна ситуації, повномасштабна війна створюють значні труднощі для розвитку туристичної індустрії. Невизначеність ситуації відлякує потенційних іноземних туристів, а країна повинна зосередитися на грамотній інформаційній політиці, спрямованій на створення позитивного іміджу [58, с. 48].

Розвиток туризму безпосередньо після закінчення будь-якої війни є складним завданням. Інфраструктурні руйнування під впливом військових дій можуть вимагати значних інвестицій та тривалого часу на відновлення готелів, аеропортів, доріг та інших туристичних об'єктів. Безпека та стабільність в регіоні стануть пріоритетними умовами для відновлення туристичної діяльності, оскільки туристи будуть шукати безпечні місця. На додачу, психологічний аспект може відіграти негативну суспільну роль, оскільки воєнні події залишають психологічний слід на населенні, якому може бути не до прийому туристів [63, с. 162].

З урахуванням цих факторів відновлення туризму після війни можливе завдяки комплексному підходу, що враховує всі аспекти відновлення та забезпечує сталість і розвиток туристичного сектору. І тільки за сприянням держави це відновлення можна провести швидко та ефективно, бо вона має для цього необхідний ресурс, або ж можливість знайти його в міжнародних партнерів.

Для держави відновлення туристичної галузі після війни є важливим завданням, і привертання інвестицій може виявитися ключовим елементом цього процесу. У першу чергу, наголосимо, що створення сприятливого інвестиційного клімату є пріоритетом номер один. Держава повинна розробити та впровадити законодавство, яке захищає права інвесторів і забезпечує їхню безпеку, особливо в повоєнні часи. Також важливо забезпечити політичну та економічну стабільність, щоб знизити ризики для інвесторів.

В цьому питанні можуть допомогти маркетингові кампанії, які орієнтовані на привернення уваги закордонного капіталу. Держава може активно рекламувати свій туристичний потенціал та інвестиційні можливості на міжнародних форумах та подіях. Участь у міжнародних інвестиційних форумах дозволяє державі представити свої інвестиційні можливості перед світовою спільнотою. Це може привернути увагу іноземних інвесторів та забезпечити можливості для співпраці.

Зарубіжний досвід свідчить, що максимальний ефект у розвитку туризму можливий лише за умови тісної співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських та професійних організацій та підприємницьких структур. Забезпечення сталого розвитку туристичної галузі суттєво базується на модернізації інфраструктури туризму та курортно-рекреаційної сфери.

З метою досягнення цієї мети рекомендується впровадження спеціального інвестиційного режиму, спрямованого на підтримку будівництва та реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної інфраструктури. Цей режим повинен стимулювати іноземних та вітчизняних інвесторів до вкладання коштів у розвиток туристичної галузі. На додаток, важливим є практичне фінансування з боку державного та місцевих бюджетів, спрямоване на розвиток туристичної інфраструктури, таке як облаштування маршрутів, місць для відпочинку в природних зонах, громадських пляжів, оглядових майданчиків та центрів туристичної інформації [53, с. 331].

Аналізуючи зарубіжний досвід підтримки соціального туризму, можна виділити ефективні механізми регулювання туристичної галузі [11, с. 66]. Серед них – розробка та прийняття комплексної державної Програми розвитку соціального туризму, забезпечення умов для активного використання туристичних послуг різних соціальних груп, включаючи інвалідів, пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених та багатодітних громадян та їхніх родин. Поряд з цим рекомендується розвивати спеціалізовану туристичну інфраструктуру для осіб з обмеженими фізичними можливостями, будувати пансіонати та санаторії для сімейного відпочинку, сприяти розвитку доступних

форм відпочинку, таких як тури вихідного дня, екскурсії, сільський та агротуризм. Особливо варто звернути увагу на задоволення туристичних потреб ветеранів війни, які могли отримати різного роду фізичні та психологічні травми [53, с. 268].

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, що є дуже актуальним у повоєнні часи. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, сумісництво, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Поглинаючи більше робочої сили туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві, що вигідно державі в повоєнні роки.

Враховуючи опрацьовані матеріали зазначимо, що у післявоєнний період розвитку туристичної галузі, місце та роль держави набувають важливого значення для створення стійкого та привабливого туристичного середовища. Держава виступає не лише регулятором, а й керівником стратегічних ініціатив, спрямованих на відновлення і розвиток туристичної галузі після війни. І не дивлячись на різні моделі управління туризмом з боку держави, в кризовий повоєнний час, на нашу думку, централізований вплив в поєднанні з локальними взаємодіями може себе зарекомендувати найкраще [22].

Перш за все, держава повинна активно взяти на себе завдання створення сприятливих умов для розвитку туризму, реалізації інфраструктурних проєктів та залучення інвестицій у цю сферу. Це включає в себе розбудову та модернізацію транспортної мережі, створення комфортної готельної бази, а також розвиток культурних та природних об'єктів для привертання туристів.

Держава відіграє ключову роль у формуванні та втіленні стратегій маркетингу та реклами, спрямованих на підвищення привабливості країни для міжнародних та внутрішніх туристів. Активна участь у міжнародних туристичних виставках та заходах сприяє підвищенню обізнаності та

популярності туристичного планування країни. Паралельно з цим, держава зобов'язана приділяти увагу розвитку освіти та підвищенню кваліфікації фахівців у сфері туризму, щоб забезпечити високий стандарт обслуговування та враховувати сучасні тенденції у галузі. Зараз, як ніколи, потрібно залучати більше працівників зі знанням англійської мови, оскільки світ дедалі більше глобалізується.

Таким чином, місце та роль держави у розвитку повоєнної туристичної галузі визначаються необхідністю впровадження комплексних стратегій, які охоплюють інфраструктурні, економічні, культурні та освітні аспекти. Лише завдяки тісній співпраці держави з регіональними органами, підприємцями та громадськістю можна досягти сталого та успішного розвитку туризму, забезпечивши вигоди як для економіки, так і для суспільства в цілому.

### **1.3 Методика дослідження туризму, як складової економіки країни**

Сучасна індустрія туризму визначається як одна з провідних галузей світового господарства, що функціонує як самостійний вид економічної діяльності. На сьогоднішній день туризм є не просто відособленим явищем, а суттєвою частиною повсякденного життя майже третини населення планети. На початку XXI століття туризм займає третє місце серед провідних галузей світової економіки, відповідно до обсягів доходу.

Економічні функції туризму охоплюють широкий спектр позицій. Він сприяє розвитку інфраструктури, зокрема готелів, ресторанів і підприємств торгівлі. Туризм сприяє збільшенню доходної частини бюджету через податки, які можуть бути як прямими (платежі за візи, митні збори), так і непрямими (збільшення заробітної плати працівників призводить до збільшення податків, які вони сплачують). Також туризм є ефективним інструментом для привертання іноземної валюти та різноманітних інвестицій [12, с. 132].

Дослідження туризму, як важливої складової економічного життя країни, вимагає використання специфічних методик, які дозволяють визначити його вплив, тенденції та перспективи розвитку. Нижче представлено деякі ключові

методи дослідження туризму, які на нашу думку є ефективними та актуальним на сьогодні.

Методика статистичного аналізу є однією з базових у багатьох дисциплінах. Дослідження туризму не стало виключенням. Використання статистичних даних дозволяє визначити обсяги туристичного руху, структуру подорожей, а також економічний внесок галузі у загальний внутрішній продукт. Статистика може охоплювати такі показники, як кількість туристів, тривалість перебування, обсяги інвестицій у туристичну інфраструктуру тощо [28, с. 29].

Методика дослідження туризму з використанням статистичного аналізу включає систематичний збір та аналіз різноманітних статистичних даних, що стосуються туристичної галузі. Один із ключових аспектів – це збір інформації про туристичний потік, включаючи кількість прибулих і вибулих туристів, їхні національності, мети подорожей та тривалість перебування. Статистичний аналіз також дозволяє визначати тенденції та сезонні зміни в туристичній галузі, що допомагає в ефективному маркетингу та плануванні стратегій. Важливою частиною є аналіз економічного внеску туризму, враховуючи обсяги витрат туристів та їхній внесок у галузі розваг та послуг.

Статистичний підхід дозволяє також визначити структуру подорожей та витрат туристів, що стає важливою інформацією для розвитку привабливості регіону для туристів та підприємств галузі. Крім того, за допомогою статистичного аналізу вивчається завантаженість та ефективність туристичної інфраструктури. Загалом, використання статистичного аналізу у дослідженні туризму дозволяє отримати об'єктивні дані та оцінки щодо різних аспектів галузі, що сприяє ефективному управлінню та плануванню розвитку туристичного сектору.

Наступна методика – економічне моделювання. Застосування економічних моделей дозволяє прогнозувати вплив туризму на економіку. Моделі можуть враховувати різні сценарії розвитку галузі, змінність витрат та доходів тощо.

Економічне моделювання у контексті методики дослідження туризму є важливим інструментом для аналізу та прогнозу ефективності різних аспектів

туристичної галузі. Цей підхід використовує математичні та статистичні методи для побудови моделей, які відображають економічні взаємозв'язки та вплив різних факторів на розвиток туристичного сектору [39, с. 27]. Однією з ключових областей економічного моделювання є прогнозування попиту на туристичні послуги. Моделі можуть враховувати такі фактори, як економічна ситуація, культурні події, політичні зміни та інші чинники, щоб оцінити, які фактори найбільше впливають на зміни в попиті [28, с. 36].

Економічні моделі також використовуються для оцінки внутрішнього економічного впливу туризму на регіон чи країну. Вони дозволяють визначити обсяги витрат туристів, створення робочих місць, податкові надходження та інші показники, які визначають економічну вигоду від розвитку туристичного бізнесу для держави.

Географічний аналіз в методиці дослідження туризму також є важливим під час збору та систематизації інформації. Він включає в себе комплекс систематичних підходів та інструментів, спрямованих на вивчення різноманітних аспектів туристичної діяльності в географічному контексті. Цей аналіз важливий для розуміння розподілу та використання туристичних ресурсів, взаємозв'язків між різними географічними об'єктами та визначення впливу туризму на регіональний розвиток [62, с. 241].

Одним з основних аспектів географічного аналізу є вивчення туристичної привабливості регіонів, що включає аналіз природних ресурсів, історично-культурних пам'яток, архітектурних особливостей та інших атрибутів, які можуть привертати туристів. Такий аналіз допомагає визначити потенційні маршрути та об'єкти, які можуть бути цікавими для подорожей.

Географічний аналіз також враховує взаємодію туризму з природним середовищем та його вплив на екологічну стійкість регіонів. Вивчення навколишнього середовища та його збереження стають важливою частиною методики, оскільки туристична діяльність може мати значний вплив на екосистеми та природні резервати [66]. Окрім того, географічний аналіз включає дослідження географічного розподілу туристичного попиту та пропозиції, аналіз

транспортних мереж та інфраструктури для задоволення потреб туристів, а також вивчення впливу кліматичних умов на туристичну активність.

Соціологічні опитування в контексті методики дослідження туризму також виступають важливим інструментом для збору даних та розуміння соціокультурних аспектів туристичної діяльності. Цей метод дозволяє здійснити глибинний аналіз і висвітлити погляди, переконання та побажання туристів та інших учасників туристичної індустрії.

Опитування може охоплювати широкий спектр питань, спрямованих на вивчення різних аспектів туристичної діяльності, таких як мотивації подорожей, вплив туризму на культурний обмін, споживацькі звички і побажання туристів, їхнє ставлення до екології, а також оцінка якості туристичних послуг та економічний вплив на місцеві громади. Соціологічні опитування дозволяють отримати кваліфіковані дані та здійснити глибокий аналіз участі туристів у різних аспектах туристичного життя, що може бути корисною інформацією для прийняття рішень у галузі туризму, покращення обслуговування та забезпечення сталого розвитку туристичних напрямків в інтересах держави [47, с. 162].

Для об'єктивної оцінки рівня розвитку туризму в регіоні та формування ефективного механізму його регулювання, важливим є впровадження системи регіонального моніторингу. Ця система повинна забезпечити постійний аналіз ресурсів, витрат та обсягів послуг у сфері внутрішнього туризму на основі даних державної реєстрації, статистичної звітності та періодичних опитувань. Регіональний моніторинг внутрішнього туризму спрямований на виявлення проблем у розвитку та розв'язання їх для прискорення розвитку цієї галузі. Це важливо, особливо в умовах роздержавлення економіки та комерційного захисту таємниці, коли статистична звітність стає менш доступною.

Оцінка соціально-економічної ефективності туризму має центральне місце у моніторингу. Ця оцінка базується на структурованій сукупності показників, які повинні бути об'єктивними, можливими для розрахунків з використанням статистичних даних, і відповідати вимогам об'єктивності, відсутності дублювання та регламентованості у часі.

Ці показники мають враховувати рівень використання економічного потенціалу внутрішнього туризму, ефективність експлуатації ресурсів та внутрішні та зовнішні ефекти діяльності цієї галузі в економіці регіону. Для цього рекомендується структурувати показники, виділяючи функціональні блоки за відповідними компонентами економічного потенціалу внутрішнього туризму [24, с. 53].

Складність проблеми розробки сукупності показників для оцінки соціально-економічної ефективності туризму в контексті економічного життя суспільства може бути подолана за допомогою комплексного підходу до дослідження цього специфічного соціально-економічного явища. Такий методологічний підхід дозволяє охопити всі складові економічного потенціалу та довкілля функціонування внутрішнього туризму, оцінюючи ефективність їх використання і переходячи від загального аналізу до розгляду приватних показників.

Оцінка соціально-економічної ефективності внутрішнього туризму у регіоні є важливим етапом для аналізу можливих шляхів розвитку цієї галузі економіки. Цей процес також передбачає розробку відповідних стратегій, які враховують як потенційні можливості, так і соціально-економічний ефект від запланованих заходів. Особливо важливо проводити такий аналіз у випадках, коли існують альтернативні варіанти подальшого розвитку внутрішнього туризму. Комплексний підхід і пильне врахування різних аспектів цього явища дозволять забезпечити об'єктивні та інформативні результати оцінки [8, с. 227].

Отже, опрацювавши відповідну методичну літературу, ми можемо дійти висновку, що методика дослідження туризму є важливою складовою економічної науки та практики, оскільки туризм в сучасному світі став однією з ключових галузей господарства. Вивчення туристичної діяльності за допомогою різноманітних методів та підходів дозволяє зрозуміти її вплив на соціально-економічний розвиток суспільства. Методика дослідження туризму включає аналіз різних аспектів: від оцінки туристичної привабливості регіонів до вивчення економічного впливу туризму на розвиток конкретних територій.

Важливо враховувати при цьому географічні, екологічні, економічні та соціокультурні фактори, що взаємодіють у туристичній сфері.

Застосування статистичного аналізу, географічного аналізу та інших методологічних інструментів дозволяє отримати повну картину функціонування туризму, визначити його переваги та недоліки, розробити ефективні стратегії розвитку. Однак, важливо підкреслити, що складність проблеми розробки сукупності показників для оцінки соціально-економічної ефективності туризму може бути подолана лише при комплексному підході та врахуванні всіх аспектів впливу туристичної галузі на суспільство та його економіку.

### **Висновки до розділу I**

У цьому розділі проведено теоретико-методичне дослідження сутності антикризового менеджменту туризму, виокремлено його ключові аспекти та принципи, які набувають особливої актуальності в умовах кризових періодів, зокрема воєнних та повоєнних часів. Зазначено, що антикризовий менеджмент є необхідним елементом стратегічного управління туристичною галуззю, спрямованим на забезпечення її стійкості та відновлення після кризових ситуацій.

Детально розглянуто місце та роль держави у розвитку повоєнної туристичної галузі. Виділено, що держава відіграє ключову роль у створенні стратегічних напрямків розвитку туризму, впливає на формування гармонійного середовища для туристичних підприємств та сприяє створенню позитивного іміджу країни для іноземних туристів. Розкрито важливі аспекти глобалізації в контексті розвитку туристичної галузі.

Окремо висвітлено методику дослідження туризму як складової економічного життя суспільства. Визначено, що система регіонального моніторингу є важливим інструментом для об'єктивної оцінки рівня розвитку внутрішнього туризму та формування дієвого механізму регулювання його діяльності. Зазначено, що такий моніторинг має охоплювати різні аспекти, включаючи соціально-економічну ефективність та структурні зміни в галузі.

## РОЗДІЛ II

### РОЛЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У ВІДНОВЛЕННІ ПОВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

#### 2.1 Позитивні тенденції повоєнного відновлення туристичної галузі Республіки Хорватія

На початку 90-х років крах соціалістичної системи позначився на колишній Соціалістичній Федеративній Республіці Югославії (СФРЮ), що розпалася на шість держав. Спроба створити нову Югославію, яка об'єднала Сербію та Чорногорію, не змогла убезпечити регіон від міжетнічних конфліктів, зокрема в Косово. Міжетнічні конфлікти та війни в Югославії в ХХ столітті стали серйозним обмежуючим фактором для розвитку міжнародного туризму в цьому регіоні, хоча в ньому існував великий туристично-рекреаційний потенціал.

За площею Югославія значно перевершувала Хорватію (станом на 2004 рік). Хорватія має дуже довгу берегову лінію. Обидві країни мали різноманітний ландшафт, від низовин до гірських районів, але кліматичні умови також різнилися, що визначало різноманітність рослинності. Хорватія вирізнялася хвойними породами, тоді як в Югославії переважали листяні породи.

Під час війни у 1991-1995 роках Хорватія стикнулася із подібними труднощами, що нагадують ті, які переживає Україна: неоголошеною війною, сепаратизмом, втратою частини своєї території, руйнуванням цивільної інфраструктури та геноцидом. Незважаючи на усі труднощі, Хорватії вдалося досягти ключових зовнішньополітичних цілей, зокрема вступити до НАТО та Європейського Союзу [66].

Війна, яка тривала чотири роки, забрала життя понад 21 000 людей і призвела до численних трагедій та втрат. Наслідком конфлікту стали руйнування майже 190 000 житлових об'єктів в Хорватії, які потребували відновлення або компенсації. Промислові виробники втратили звичні канали збуту та ледь не половину свого виробництва. Важливо відзначити, що війна також сильно

завдала удару по туризму, який є важливим джерелом економічного зростання [36, с. 98].

Загалом, війна для держави створила великий макроекономічний шок, який суттєво вплинув на економіку, але завдяки наполегливим зусиллям Хорватії вдалося відновити та досягти своїх зовнішньополітичних цілей та підвищити економічний рівень, в тому числі завдяки вдалому антикризовому менеджменту в сфері туризму.

Перш за все, зазначимо, що Хорватія має давню історію та суттєвий природно-культурний спадок. Це суттєво допомогло відновити її туристичну сферу. Організацією Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) було здійснено зміну об'єктів Світової спадщини після розпаду Югославії щодо місць, які мають велике значення для культури. У списку Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО числяться 10 найменувань, розташованих на території Хорватії, з них вісім культурних об'єктів [36, с. 102]:

- історичний центр міста Спліт та палац Діоклетіана;
- Старе місто Дубровника;
- єпископальний комплекс Євфразієвої базиліки в історичному центрі Пореча;
- історичний центр міста Трогір;
- собор Святого Якова у Шибеніку;
- Стариградська рівнина на острові Хвар;
- цвинтар середньовічних надгробків Стеччі;
- венеціанські оборонні споруди між XV і XVII століттями та два природні об'єкти:
  - національний парк «Плитвицькі озера»;
  - первісні букові ліси Карпат та інших регіонів Європи.

Республіка Хорватія має багаті національні традиції. За кількістю традицій, внесених до списку ЮНЕСКО, Хорватія на території Європи займає перше місце, у світі - четверте. До складу культурної спадщини Хорватії відносять народні промисли: виробництво килимів, оздоблених орнаментом;

вироби із вишивкою; ткани скатертини, сумки з типовим хорватським орнаментом; виробництво виробів з кришталю, фарфору, кераміки та міді. Все це дуже подобається туристам і приносить численні кошти в регіони держави.

Хорватія, володіючи багатим культурно-історичним та природним спадком, поділяється на різноманітні регіони, кожен з яких має власні особливості та привабливість для туристів. Ці регіони включають центральну Хорватію, історичну область Славонія, Істрію, Кварнер, Північну, Середню та Південну Далмацію [42, с. 143].

Завдяки наявності розвиненої туристичної інфраструктури та стратегічному маркетинговому підходу, Республіка Хорватія стала одним із визнаних туристичних напрямків в Європі. Країна активно використовує свій культурно-історичний потенціал та природні ландшафти для залучення туристів різних категорій [16, с. 163].

Важливою складовою розвитку туристичної галузі є наявність ефективних транспортних зв'язків. Авіаперельоти вважаються найзручнішим способом досягнення Хорватії, де регулярні та чартерні рейси забезпечують зв'язок протягом усього року. Крім того, розвинені залізничний, автомобільний та водний транспорт додають комфорту та доступності для туристів.

Дослідження туристичної інфраструктури вимагає уваги до ключових показників галузі, які відіграють важливу роль у забезпеченні комфорту та задоволення потреб туристів. Акцент на цих аспектах допомагає зберігати та підвищувати привабливість Хорватії для туристів і сприяє подальшому розвитку туристичного сектора [55, с. 180]. На рисунку 2.1 зображено структуру бази розміщення туристів у Хорватії. Як бачимо, велику частку вподобань серед туристів займають не класичні готелі, а приватні апартаменти. Це свідчить про гармонійну взаємодію в туристичній сфері між локальним та глобальним секторами [55, с. 180].

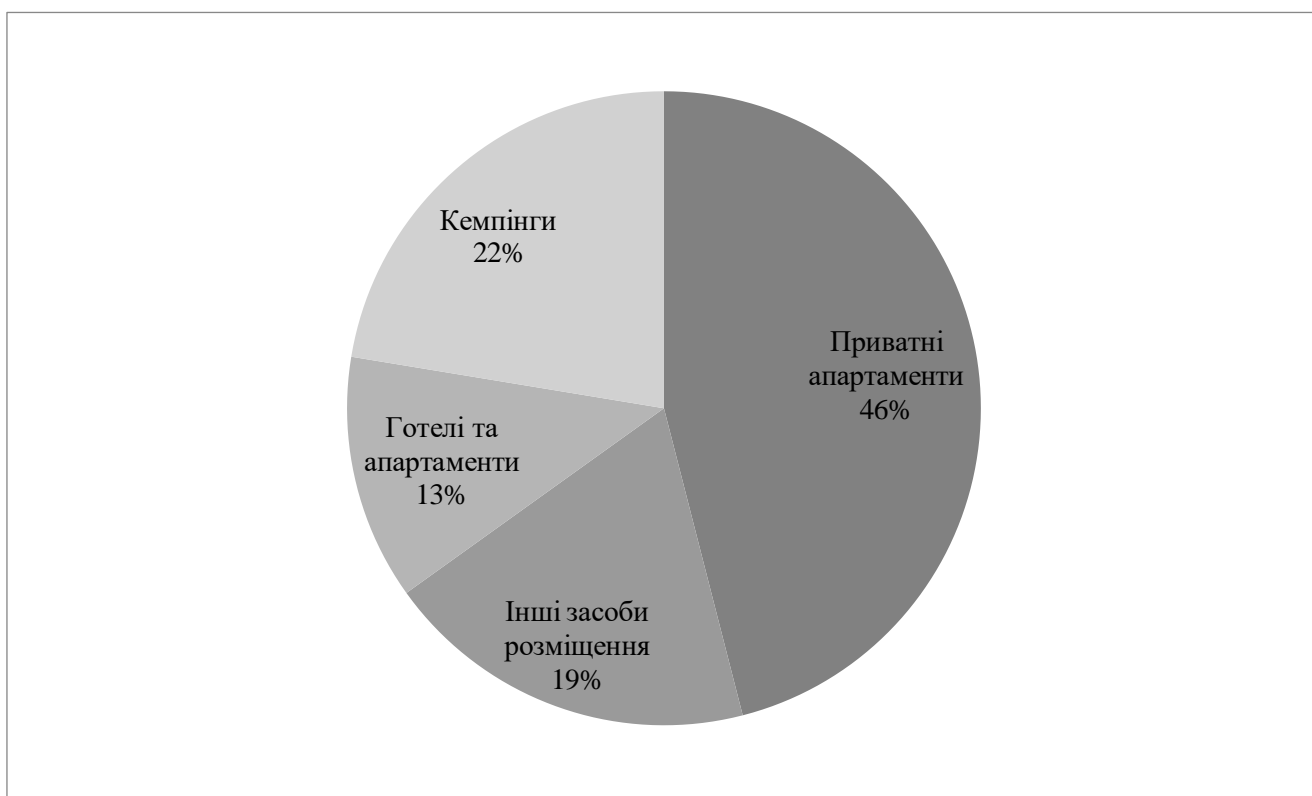


Рис. 2.1. Структура бази розміщення туристів у Хорватії, у %

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі важливе місце займають інтернет-ресурси як джерела інформації. Основними інтернет-ресурсами для отримання туристичної інформації в Республіці Хорватія є онлайн-турагентства – 61,1%, соціальні мережі – 48,1%, сторінки розміщення – 41,7%, сторінки хорватських туристських рад та офісів – 30,6%.

Таким чином, після війни в 90-х роках Республіка Хорватія активно впроваджувала стратегію диверсифікації туристичних пропозицій з метою привертання різноманітних категорій туристів та забезпечення сталого розвитку туризму. Культурний туризм став ключовим аспектом, пропонуючи туристам відвідування історичних міст, замків, музеїв та археологічних пам'яток, розкриваючи багатий історичний та культурний спадок країни [29, с. 104].

З іншого боку природний туризм отримав новий поштовх у розвитку завдяки чистим пляжам, кришталево морю та живописним гірським регіонам. Розвиток екологічно чистого середовища та національних парків зробив природний туризм привабливим для любителів активного відпочинку та екскурсій.

На додачу, гастрономічний туризм став значущим елементом, приваблюючи гостей своєю унікальною кухнею та місцевими продуктами. Ресторани, що пропонують страви з місцевих інгредієнтів, винні та оливкові ферми стали важливими об'єктами інтересу для гурманів в Хорватії [56]. Розвиток активного відпочинку, такого як велоспорт, сходження в гори, дайвінг та водні види спорту, розширив можливості для туристів, що шукають активні враження. Додатково, реклама можливостей відпочинку у міжсезоння, зокрема зимового відпочинку у гірських регіонах, сприяла підтримці стабільного потоку туристів протягом усього року [64, с. 24].

У Хорватії - понад тисячу островів, з яких 66 населено. Завдяки таким географічним особливостям у країну вирушили туристи, які раніше знали лише про грецькі острови. Про пляжні локації Хорватії почали писати в іноземних виданнях, пізніше підключилися і блогери. Туристичний сезон в країні триває з початку червня до кінця вересня, коли заповнюваність готелів сягає 100%. Раптове зростання туризму суттєво вплинуло на хорватську економіку. Близько десяти мільйонів гостей щорічно приносять суттєві доходи та генерують до 15% ВВП Хорватії. Наприклад, у 2017 році лише з січня до серпня року країну відвідали 15 мільйонів туристів. Також країною зацікавилися круїзні компанії, послугами яких користуються вимогливі платоспроможні туристи [29, с. 103].

Це допомогло збільшити інвестиції у розвиток прибережних готелів та інфраструктури, ресторанів та пристаней для яхт. За даними Хорватського бюро статистики, до пандемії коронавірусу доходи країни від туризму зростали на 11% щорічно. Ці стратегічні напрямки диверсифікації дозволили Хорватії ефективно використовувати свій туристичний потенціал, привертаючи різноманітні категорії туристів та сприяючи стабільному та стійкому розвитку туристичної економіки в повоєнний час.

## **2.2 Вплив туристичної сфери на економічне зростання Кіпру в другій половині XX – на початку XXI століть**

Кіпр, розташований в Середземному морі, є важливим туристичним напрямком з довгою історією та природними краєвидами. Перш ніж стати самостійною республікою в 1969 році, він був британською колонією. Після здобуття незалежності виникло питання про управління островом, що призвело до конфлікту між греками і турками. Цей конфлікт призвів до розділу острова, і в 2004 році південна, грецька, частина Кіпру стала членом Європейського Союзу, тоді як північна частина підтримується Туреччиною.

На Кіпрі проживає близько 800 тисяч осіб, але це число стрімко зростає влітку, коли острів відвідують тисячі туристів з різних країн світу. Кіпр славиться відмінною туристичною інфраструктурою та численними екологічно чистими пляжами. У 2018 році Кіпр побив рекорд з кількості туристів, досягнувши позначки у 3,8 мільйони при населенні 1,22 мільйони. Долю туризму в економіці країни оцінюють приблизно в 18%. У 2021 році приріст туристичного потоку в пікові місяці сягав 300% у порівнянні з 2020 роком [67].

На економічний розвиток країни прямо впливає її населення. Зріст його чисельності збільшує кількість споживачів, що у свою чергу викликає підвищення попиту для задоволення якого збільшуються обсяги виробництва. Щоб підвищити пропозицію необхідно змінити кількість людей у робочій силі, впровадити нові технології, покращити якість трудових ресурсів. Всі ці зміни не тільки сприятливо впливають на економічне зростання, але й сприяють здійсненню науково-технічних революцій, які у свою черга покращують країну, виводячи її на новий рівень розвитку.

Залучення людей в економічний прогрес Кіпру призвів до підвищення підприємницької активності, розвитку малого та середнього бізнесу. Це викликало оборот та збільшення капіталу всередині країни, що дозволило інвестувати в нові наукові та технічні розробки, інфраструктуру, підвищення якості життя людей. Найбільш активно розширення національного капіталу відбувається при залученні іноземних фірм для фінансування туристичного бізнесу [38].

На високі темпи економічного розвитку впливає залучення все більше туристів – це прямо впливає на збільшення капіталу. Кошти туриста, залишені в межах держави за час перебування на відпочинку, є поповненням бюджету не тільки туристичних організацій, а також країни загалом. Це дозволяє вкладати фінанси у розвиток інфраструктури та багатьох галузей, освоєння нових районів, підвищення рівня життя місцевого населення, а також призводить до відкриття нових підприємств, розвитку рекреаційного середовища та сфери надання послуг, що забезпечує зайнятість населення. Туризм є потужним стимулом, що змушує країни приділяти належну увагу до охорони природи та культурної спадщини, тому що ці елементи мають значний вплив на залучення нових туристів.

Острів Кіпр відомий світові як чудовий туристичний курорт з гарними пляжами, багато з яких нагороджено Синім прапором Євросоюзу за високий рівень екологічної чистоти та розвитку інфраструктури. Також на його території до наших днів збереглося безліч історично важливих пам'яток, що представляють відвідувачам переплетення різних епох. Це візантійський замок, венеціанські фортеці, старовинні церкви, в яких відбувалися королівські вінчання, середньовічні вежі та споруди різних архітектурних стилів. Але після поділу острова на сектори, основна частина туристів почала приїжджати саме на південну частину – Республіку Кіпр [59, с. 87]. Північний сектор залишився без великої уваги, оскільки турецьку частину острова світова спільнота не визнає легітимною.

За даними 2019-го року найбільша кількість іноземних туристів прибула на Кіпр з: Великої Британії, Росії, Польщі, України, Греції, Німеччини, Ізраїлю, Швеції [67] (Рис. 2.2).

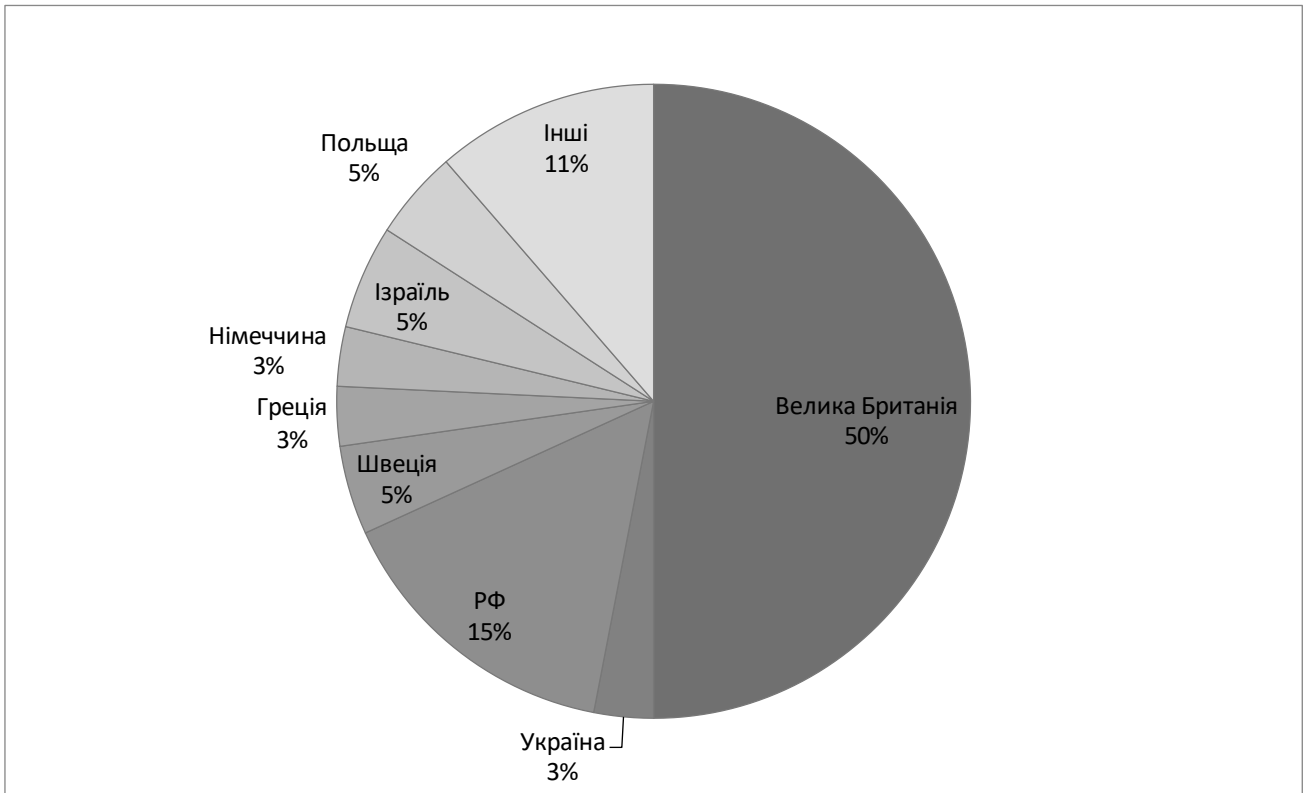


Рис. 2.2. Кількість іноземних туристів на Кіпрі, у %

Держава Кіпр активно стимулює розвиток туризму, вживаючи різноманітні заходи та програми. Наприклад, інфраструктурні інвестиції на Кіпрі мають стратегічне значення для стимулювання економічного розвитку та покращення ефективності туристичної сфери загалом. Країна активно вкладає ресурси у різноманітні галузі, що охоплюють транспорт, енергетику, технології та безпосередньо сам туризм [10, с. 28].

По-перше, транспортна інфраструктура перебуває під впливом інтенсивної модернізації, включаючи розвиток доріг, розширення аеропортів та удосконалення систем громадського транспорту. Це сприяє легкості переміщення в межах країни та поліпшує зв'язок між різними регіонами, що підвищує комфорт туриста. Другий напрямок інвестицій – енергетична інфраструктура. Запровадження сталих джерел енергії, зокрема сонячних та вітрових електростанцій, спрямоване на забезпечення екологічно чистого енергетичного майбутнього [21, с. 34].

Третє, розвиток технологій та цифрової інфраструктури визначається як ключовий елемент створення інноваційного середовища та підтримки цифрової економіки. Інвестиції у високошвидкісний Інтернет та цифрові технології сприяють розвитку технологічного сектору. Велика частка нових туристів власне знаходять інформацію про надання туристичних послуг на острові саме завдяки Інтернету.

І насамкінець – власне туристична інфраструктура. Оскільки туризм важливий для економіки Кіпру, інвестиції спрямовані на розвиток готельного сектору, вдосконалення туристичних об'єктів та створення комфортних умов для відпочинку. Останнім, але не менш важливим, є заходи з охорони навколишнього середовища. Інфраструктурні проекти охоплюють заходи щодо ефективного управління водними ресурсами, відновлення біорізноманіття та зменшення викидів в атмосферу.

На Кіпрі в повоєнний час питання підвищення якості трудових ресурсів стало не менш важливим аспектом у контексті розвитку туризму від усіх інших. Поліпшення якості трудових ресурсів має вирішальне значення для надання високоякісних туристичних послуг, забезпечення гостинності та створення позитивного враження у відвідувачів в умовах глобалізації.

Мова про розвиток професійної експертизи в галузі туризму. Вдосконалення навичок та компетенцій працівників готельно-ресторанного бізнесу, екскурсійних послуг, транспортної інфраструктури та інших сфер, пов'язаних з туризмом, є важливим елементом підвищення якості обслуговування. І вивчення мов є один з головних пріоритетів у цьому напрямку, якому варто повчитися й Україні. Урахування потреб іноземних туристів передбачає наявність персоналу, який володіє мовами, що є поширеними серед відвідувачів. Розширення програм навчання та курсів для робітників сфери обслуговування допомагає забезпечити комунікативну компетентність працівників [21, с. 51].

Але й не варто забувати про покращення умов праці та соціальних гарантій для працівників сфери туризму. Створення комфортних робочих умов,

відповідна оплата праці, системи страхування та соціального захисту сприяють залученню висококваліфікованого персоналу та збереженню його у галузі. На Кіпрі держава контролює це питання, особливо в пікові сезонні періоди. Усі ці заходи спрямовані на створення туристичного середовища, де висока якість обслуговування, гостинність та професійність персоналу грають важливу роль у привабливості Кіпру як туристичного напрямку.

Враховуючи проведений аналіз, можемо підсумувати наступне: протягом ХХІ століття туризм проявив значний вплив на економіку Кіпру, впливаючи на ключові аспекти економічного розвитку країни. Туризм став однією з основних сфер економіки Кіпру, привертаючи увагу мільйонів відвідувачів щорічно. Збільшення обсягів туристичного потоку призвело до зростання валового доходу країни та сприяло розвитку інших секторів економіки, таких як готельно-ресторанний бізнес, транспорт, роздрібна торгівля та розваги.

Туристична галузь на Кіпрі активно сприяла забезпеченню робочих місць для населення. Велика кількість людей працює у сферах обслуговування, транспорту, культури і розваг, що підвищує рівень зайнятості та доходи суспільства.

Туризм розподіляє економічні вигоди по всій країні, зокрема в окремих регіонах та містах. Розвиток туризму стимулює інфраструктурні та економічні інвестиції у різні області. Туризм приносить значні доходи у бюджет країни через податки, мита та інші збори. Ці кошти можуть бути використані для розвитку соціальних програм, інфраструктури та інших галузей [26, с. 9].

Популярність Кіпру серед туристів стимулює розвиток супутніх галузей, таких як ресторани, магазини, мистецтво і розваги. Це сприяє розширенню та диверсифікації економіки. А сам успіх туризму, як окремої галузі, робить Кіпр привабливим об'єктом для інвесторів. Інвестиції в готельний бізнес, інфраструктуру та інші сфери сприяють економічному зростанню.

### **2.3 Спроби економічного повоєнного відновлення Боснії і Герцеговини через призму розвитку туристичного сектору**

Розпад Югославії на початку 90-х років позначився рядом воєнних конфліктів на Балканах, зокрема у Боснії і Герцеговині, які тривали з 1992 по 1995 рік. 14 грудня 1995 року були підписані Дейтонські угоди, які закріпили існування єдиної федеративної держави – мусульмано-хорватської Федерації Боснії і Герцеговини та православної Республіки Сербської. Після завершення воєнного конфлікту Боснія і Герцеговина стала стежити за шляхом економічного й політичного відновлення, приділяючи особливу увагу розвитку туризму.

За офіційними даними, з 1995 року приріст туристичних потоків в країну складав щорічно 24%. Світова туристична організація робила позитивні прогнози щодо розвитку туризму, передбачаючи, що до 2020 року Боснія і Герцеговина посяде третю сходинку світового рейтингу за темпами розвитку туризму. Перед пандемією COVID-19 у 2019 році туризм внесенням в економіку країни досягав 10,5% та приносив понад 409 мільйонів євро. Однак пандемія спричинила більш ніж 85,6% зниження доходів від туризму та загальмувала розвиток сектора у 2020 році [27, с. 339].

На відміну від Хорватії та Кіпру, Боснія і Герцеговина пішла дещо іншим шляхом відновлення туристичної сфери. Вона менше уваги приділяла тим сферам, які ми описували у двох попередніх розділах, а зацентрувалася на спекулятивних можливостях теми війни. Останнім часом серед туристів набуває популярності так званий «чорний» туризм. Деякі мандрівники бажають отримати екстремальні відчуття і прагнуть побачити місця, які мають погану репутацію.

Термін «чорний туризм» введений професором Джоном Леноном з Університету Глазго. Він пояснює це явище прагненням людей відвідувати місця, де колись відбувалися криваві битви, стихійні лиха та катастрофи. Ці місця, насичені історією страждань, стають своєрідним об'єктом прагнення для туристів. Власне, одним із прикладів такого «чорного» туризму є Боснія і Герцеговина, де він став частиною спогадів про війну 1992–1995 рр. [31, с. 119].

У табл. 2.1. наведено класифікацію об'єктів та заходів темного туризму за Ф. Стоуном [34], яка дозволяє краще зрозуміти цей підвид туризму.

Таблиця 2.1

### Класифікація об'єктів та заходів темного туризму за Ф. Стоуном

	Заходи	Характеристика об'єктів, що використовуються для проведення заходів
1	Атракціони темних забав	Туристи розважаються за рахунок реальних або вигаданих містичних історій
2	Темні виставки	Залучення до смерті, з метою збереження пам'яті або рефлексії
3	Темні підвали	Передають відчуття реального страху та мають на меті освіту
4	Темні місця для відпочинку	Кладовища, що є поєднанням паркової культурної зони з пам'ятками
5	Темні святині	Не цільові для туристів, оскільки занадто близькі до смерті
6	Місця темних конфліктів	Своєю появою зобов'язані потужним політичним ідеологіям
7	Темні табори геноциду	Відображають фактичні місця страждань, що спричинені катастрофою чи геноцидом

Локації, що привертають туристів, включають міста Мостар, Сараєво та меморіальний комплекс «Сребрениця-Поточари». Ці місця розповідають про події війни та вшановують пам'ять загиблих. Наприклад, Сараєво, яке пережило облогу 1992–1995 рр., тепер приваблює туристів, які хочуть побачити історичні місця, такі як міст Врбанья. Музеї та меморіали в кожному місті Боснії і Герцеговини розповідають про події війни [60].

Сараєво довгий час служило своєрідною «Меккою темного туризму», оскільки фасади багатьох житлових будинків були пошкоджені кулями та снарядами. Однак ці локації втратили частину свого «темного» характеру через велику кількість відновлених релігійних об'єктів. Не дивно, що часом столицю Боснії і Герцеговини називають «Єрусалимом Балкан» [7, с. 8].

У той же час в Мостарі, який поділений між боснійськими та хорватськими громадами, сліди війни, які демонструють туристам, менш помітні. Тут основна увага приділяється історичному центру з пам'ятками османської епохи. Оскільки

цей центр знаходиться у боснійській частині міста, головні туристичні потоки спрямовані туди. Однак хорватська частина все ж є більш процвітаючою, з більшими капіталами та динамічною економічною діяльністю. Більшість туристів у Мостарі прибувають на одноденні екскурсії, часто з хорватського Дубровніка [44, с. 62].

Країни колишньої Югославії - Сербія, Косово та Боснія-Герцеговина широко просувають свою релігійну спадщину. Багато мечетей та церков, включених до списку світової спадщини ЮНЕСКО, стали важливими туристичними об'єктами. Проте Боснія і Герцеговина привертає увагу туристів не лише своєю автентичною природою та релігійними спорудами, але й «темним туризмом». Це явище, характерне для країн з військовою історією, може стати важливим для України, яка також переживає війну.

Такий «чорний» туризм надає можливість населенню країни передавати історію війни та суспільні страждання молодшому поколінню та іноземцям. Усе це робить Боснію і Герцеговину непересічним туристичним напрямком, де історія взаємодіє з прагненням людей розуміти та пам'ятати минуле.

Проте, негативні тенденції в даній галузі регіону проявляються більш-помітно в кількох аспектах. Туризм в Боснії і Герцеговині переважно зосереджений на об'єктах, пов'язаних з воєнними подіями, історичними пам'ятками та релігійною спадщиною. Це призводить до обмеження різноманітності туристичної пропозиції та неспроможності привертати широкий спектр відвідувачів. Зазвичай туристи шукають різноманітність вражень та можливість відвідати різні типи місць (природні парки, історичні об'єкти, музеї, архітектурні пам'ятки та інші туристичні атракції). З обмеженою кількістю таких можливостей в країні, важко задовольнити інтереси та вподобання туристів [51, с. 32].

Також, велика концентрація туристичних локацій може вести до перенасичення деяких регіонів та недостатньої уваги до інших, що може негативно позначитися на розподілі туристичного потоку та розвитку місцевих галузей економіки. Нерівномірний розвиток туризму в Боснії і Герцеговині

цілком звичне явище, яке тільки поглиблюється. Для подолання цієї проблеми важливо розвивати нові туристичні об'єкти, стимулювати розвиток базових форм туризму та сприяти загальному використанню території країни для повертання більш широкого спектру туристів.

Вплив соціально-економічних труднощів на туризм регіону також дає про себе знати. Боснія і Герцеговина стикається із соціально-економічними викликами високого безробіття, низького рівня доходів та економічної нестабільності. Ці проблеми впливають на здатність населення та бізнесу до інвестування в розвиток туристичної інфраструктури та покращення сервісів.

Боснія і Герцеговина зіткнулася із серйозними бюрократичними труднощами та проблемою корупції, які впливають на розвиток туризму в країні. Бюрократичні перешкоди ускладнюють процеси отримання необхідних ліцензій, дозволів та інших документів для розбудови нових туристичних об'єктів. Ця проблема особливо посилилася в XXI столітті.

Однією з найбільших перешкод є велика кількість різних організацій та установ, відповідальних за розпорошені аспекти туристичної діяльності. Це призводить до надмірної бюрократії, довготривалих процедур та неефективного взаємодії між владними структурами, що гальмують ініціативи та інвестиції у туризм.

Крім того, як уже зазначалося, корупція в туристичному секторі є серйозним обмеженням. Зловживання владою, підкупи та нечесні практики в державі є більш поширені, ніж у європейських сусідів. Вони призводять до незаконного отримання дозволів чи вигідних умов для окремих гравців на ринку, нівелюють конкуренцію та формують нерівні умови для розвитку туризму. Також серед негативних тенденцій розвитку туризму у регіоні можемо відмітити те, що Боснія і Герцеговина не має ефективною рекламної стратегії на світовому ринку, порівнюючи з конкурентами. Недостатня промоція та маркетинг можуть значно обмежити потенціал [50].

Але, навіть з урахування усіх проблем і труднощів, доходи від туризму стали важливим елементом економіки Боснії та Герцеговини, приносячи значний

прибуток і сприяючи розвитку сфери послуг. Різноманіття туристичних напрямків, як літніх, так і зимових, дозволяє країні приваблювати відвідувачів протягом усього року. Зокрема, гірськолижні напрямки в Боснії і Герцеговині визнані одними з найкращих в Європі [68, с. 151]. Країна володіє неперевершеними гірськими пейзажами та добре розвинутою інфраструктурою для зимових видів спорту. Такі напрямки вирізняються не лише великими можливостями для активного відпочинку, а й традиційною гостинністю місцевого населення.

У 2012 році Сараєво було визнано кращим туристичним напрямком в світі за версією конкурсу, організованого блогом Foxnomad для спеціалізованих туристичних напрямків. Одним із прикладів успішного розвитку туризму є місто Високо, яке відчуло зростання туристичних прибутків після відкриття боснійських пірамід у 2006 році. Це свідчить про потенціал країни приваблювати відвідувачів за рахунок унікальних археологічних об'єктів. Меджугор'є стало популярним паломницьким місцем для католиків, привертаючи більше одного мільйона туристів щорічно. Також місто Неум на узбережжі Адріатики здобуло популярність серед відпочиваючих, завдяки своєму красивому природному середовищу, доступним цінам і агротуризму [65].

Зазначені тенденції у розвитку туризму демонструють потужний потенціал Боснії та Герцеговини як туристичного напрямку, але тільки за умови більш раціонального використання антикризового менеджменту. Важливо враховувати й інші аспекти, такі як екологічна стійкість, соціальна відповідальність та ефективне управління туристичними ресурсами, щоб забезпечити тривалий і збалансований розвиток цього сектору.

## **Висновки до розділу II**

У другому розділі детально досліджено позитивні та негативні тенденції повоєнного туристичного відновлення в країнах Європи. Аналіз стосується трьох країни для порівняння: Хорватії, Кіпру та Боснії і Герцеговини. У першому пункті даного розділу розглядається позитивний досвід повоєнного

туристичного відновлення Республіки Хорватія. Основні фактори, які сприяли успішному відновленню, включають ефективне використання природних ресурсів, розвиток інфраструктури та активну рекламну кампанію. Хорватія уміло використала антикризовий менеджмент у сфері туризму, залучалася іноземною підтримкою у вигляді інвестицій та створила комфортні умови для відвідувачів своєї країни.

У другому пункті аналізується вплив туристичної сфери на економічне зростання Кіпру в другій половині XX – на початку XXI століть. Висвітлено роль туризму у становленні економіки країни та його вагу у ВВП. Позначено, що Кіпр поділений на дві частини – грецьку та турецьку. Рівень розвитку туристичних послуг в них суттєво відрізняється. Грецька частина має більший попит, ефективно використовує наявні ресурси та піклується про належний рівень розвитку персоналу.

У пункті 2.3 оцінюється спроби економічного повоєнного відновлення Боснії і Герцеговини через призму розвитку туристичного сектору. Зазначаються позитивні та негативні аспекти цього процесу, враховуючи інфраструктурні інвестиції та вплив туризму на розвиток економіки. Визначено, що країна має дещо обмежені можливості з-поміж конкурентів, більше уваги приділяє «чорному» та релігійному туризму. Але при цьому Боснія і Герцеговина попри труднощі отримує економічні вигоди від розвитку туристичної сфери.

Отже, ми спостерігаємо важливість розвитку туристичного сектору як ключового елемента відновлення економіки після війни в різних європейських країнах. При цьому кожна країна має свої унікальні особливості та стратегії, які можуть слугувати прикладом для інших у розвитку та впровадженні власних туристичних програм.

## РОЗДІЛ III

### ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

#### 3.1 Нові тренди українського туризму під час війни

Туризм є ключовою галуззю економіки України, і його розвиток взаємодіє з розвитком транспортної інфраструктури, поліпшенням екологічного стану в районах туристичних підприємств та рекреаційних зон, а також розвитком міської та комунальної інфраструктури. Однак ринок туризму виявляє вразливість до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, а також воєнні конфлікти, що можуть призвести до дестабілізації ситуації всередині країни.

Ситуація в туристичній галузі України стала особливо складною через повномасштабну війну. Багато туристичних компаній закрилися або перепрофілювали свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази приймають біженців з окупованих територій. Ускладнює ситуацію те, що небо над Україною закрито для польотів. Незважаючи на воєнні дії та обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, де відсутні активні бойові дії. Треба відзначити, що туристична діяльність під час війни має свої особливості, які потребують додаткової уваги та аналізу [18].

Мільйони українців, змушених виїхати за кордон через вторгнення, стали важким випробуванням для туристичної індустрії. Така ситуація не тільки не сприяє розвитку галузі, але й призводить до втрат, оскільки біженці не приносять доходу туристичній сфері, навпаки, створюють додаткові витрати.

Туристична галузь України, як і багатьох європейських країн, сильно постраждала від наслідків війни. Багатьом українським та іноземним туристам стали недоступні морські курорти, багато з яких знаходяться в окупації чи зоні активних бойових дій, зокрема в Запорізькій, Херсонській та Миколаївській областях. Курортний сезон 2022-го також не розпочався в Одеській області.

Навіть у безпечних регіонах західної України, таких як Буковель, Трускавець, Східниця чи Шацькі озера, від початку війни спостерігався недостатній наплив туристів. Велика кількість людей залишили свої домівки через воєнні події, що вплинуло на загальну активність в туризмі та призвело до значного зниження потенційного туристичного обігу.

Туризм – не лише захоплююча і приваблива галузь, але й високоприбуткова. У провідних туристичних країнах світу вона становить понад 15% ВВП держави. Туристична галузь визначається як один із пріоритетів розвитку економік у всіх країнах ЄС. Україна, яка зараз переживає війну проти Росії, проявляє свою силу і мужність в боротьбі за незалежність. Увага світової громадськості скерована на Україну. Так, затяжна війна може викликати сумніви щодо туристичного приросту в майбутньому, але ми віримо, що після перемоги наша нація приверне увагу іноземних туристів та інвесторів. Історія свідчить, що після масштабних конфліктів деякі країни швидко відновлювалися і навіть пропонували нові туристичні продукти. Ми впевнені, що Україна, як сильна та витривала нація, зможе виграти свою незалежність і стати привабливим напрямком для іноземних гостей у майбутньому.

У 2022 році представники туристичної галузі України сплатили туристичний збір у розмірі 1,5 млрд грн, що на 31% менше, ніж у попередньому році, коли надходження в державний бюджет становили 2,2 млрд грн. За звітний період зменшилася кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, із загальним скороченням на 17%. У юридичних осіб спостерігається зменшення на 14%, а серед фізичних осіб – на 18% [40, с. 64]. Податкові надходження до державного бюджету в 2022-му році було зафіксовано кандидатом географічних наук А. Зарубіною [24] (Рис. 3.1).

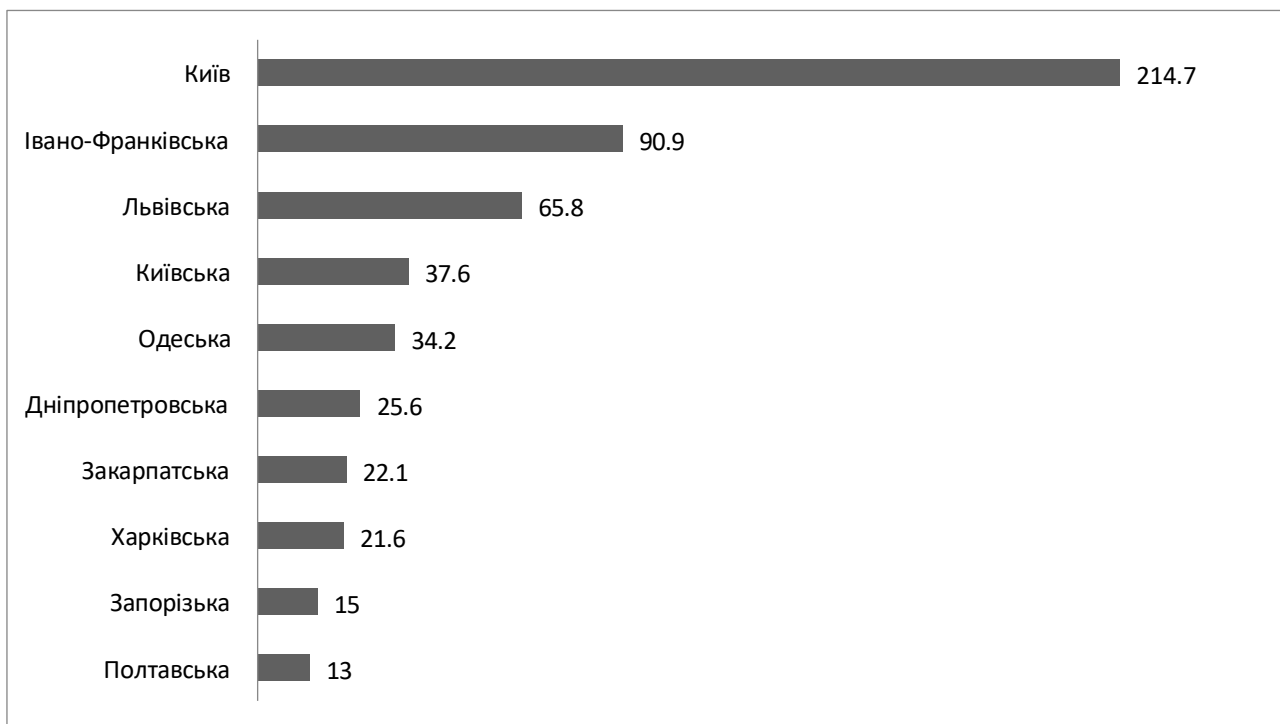


Рис. 3.1. Розмір податкових надходжень від туризму по областях, тис. грн

Основні причини зниження надходжень до бюджету визначаються руйнуванням туристичної інфраструктури через повномасштабну війну та зменшенням купівельної спроможності населення, яке спрямовує свої кошти на задоволення базових потреб, і відводить необхідність у подорожах на другий план. Проте у першому кварталі 2023 року готелі, туристичні бази та кемпінги в 10 регіонах України показали певне зростання податкових надходжень. Особливо активною стала Чернівецька область, де туристичні суб'єкти сплатили 5,1 млн грн податків, що на 98% перевищує показники за аналогічний період минулого року.

Західні регіони України також відзначились позитивними тенденціями. Збільшення податків спостерігалось у готелях і турбазах на Рівненщині (на 17%), Львівщині (на 16%), та Житомирщині (на 16%). Найбільший спад надходжень до бюджету відзначився у шести регіонах, які перебувають у зоні активних бойових дій: Луганська область (на 100%), Херсонська область (на 97%), Донецька область (на 87%), та Запорізька область (на 79%) [40, с. 65].

Внутрішній туризм в Україні наразі переживає період значного зростання. Запит на внутрішні подорожі зросли через обмеження на виїзд чоловіків за

кордон та економічну нестабільність, що змусили туристів переорієнтуватися на внутрішні курорти. За даними Hotel Matrix, у травні 2023 року середнє завантаження готелів виявилось на різних рівнях: Львів - 57%, Київ - 22%, Одеса - 25%. У 2022 році Київ відвідали 172 000 внутрішніх туристів, що у 12,2 рази менше, ніж у 2021-му, що призвело до скорочення туристичного збору до 38,8 млн грн. [48, с. 12].

За даними дослідження компанії «Human research», 81% українців виражають намір подорожувати по країні найближчим часом. Серед найактивніших мандрівників є жителі Києва (84%), але і мешканці інших регіонів також демонструють готовність до внутрішніх подорожей на рівні 80%. Жінки віком від 18 до 35 років проявляють більше інтересу до туризму, ніж чоловіки [4, с. 7].

Туристичний оператор Join UP! зауважує збільшений попит на відпочинок в лікувальних курортах та готельний відпочинок, які становлять 48,5% від проданих турів. На другому місці є відпочинок у Карпатах та Прикарпатті (40,5%), а третє місце займає дитячий відпочинок (табори) з часткою 6,7%. Основним пріоритетом для українців в подорожах стали питання здоров'я та відновлення після стресу. Статистика відкриття нових офісів туристичного оператора свідчить про інтерес громадян до відпочинку та подорожей, де за останні п'ять місяців відкрилося 19 нових офісів, що перевищує середні показники до війни [4, с. 12].

Але при цьому потрібно враховувати певні обмеження, які має кожна область, відповідно до умов воєнного стану. Зокрема, у таблиці 3.1 наведено деякі з них.

Таблиця 3.1

### **Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України**

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська	Заборонено перебування у зелених зонах та лісах, розташованих поза межами житлових масивів. Однак дозволяється проведення відпочинку в областях,

	прибережних до водойм, перелік яких визначений військовою адміністрацією
Львівська	Дозволено відвідувати ліси, проте заборонено пересуватися по них на транспорті, за винятком випадків, коли лісом пролягає транзитний шлях або коли особа користується велосипедом для пересування. Також дозволяється проведення відпочинку біля водойм, перелік яких визначений військовою адміністрацією
Закарпатська	Дозволено відвідувати ліси, за винятком територій, що входять до складу Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку. Заборонено проведення польотів на одномоторних літаках в цих заборонених зонах
Івано-Франківська	Дозволено відвідувати ліси та гори, проте заборонено використання джипів, квадроциклів, баггі та мотоциклів для пересування по них. Ця заборона розповсюджується на територію курорту Буковель
Тернопільська	Дозволено відвідувати ліси, але розпалювання багаття заборонено. Всі туристичні об'єкти функціують в звичайному режимі
Вінницька	Заборонено відвідування лісів. Дозволена туристична діяльність біля водойм, за винятком тих місць, які розташовані неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за винятком територій, які розташовані в північній частині
Житомирська	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за умови, що це не стосується територій, розташованих за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати закладам культури, які мають обладнані укриття
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища із обмеженнями

Джерело: складено автором на основі [48]

Ціни на тури в середньому зросли на 20%, що свідчить про підвищений попит. Важливим є також попит на залізничні квитки у західному напрямку, зокрема поїзди в напрямку гір (Ужгород та Рахів) відзначаються високою

наповненістю на рівні 95–100%. «Укрзалізниця» навіть призначила 18 додаткових поїздів та подовжила маршрут чотирьом додатковими поїздами, відповідно до попиту.

На території України розташована значна кількість пам'яток – 170 тисяч, з них 65 історико-культурних заповідників та 6 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Туристична галузь країни приваблює подорожуючих різноманітними атракціями: лікувальними водами Львівщини та Закарпаття, гірськими розвагами у Буковелі, історичними місцями Полтавщини, соляними шахтами Донеччини, лікувальними грязями та морськими курортами Херсонщини й Одещини [46, с. 116].

У 2021 році Україна потрапила до рейтингу найкращих туристичних країн Європи, визнана однією з найкращих для туристичних походів. Внутрішній туризм у сучасних умовах визначається дозволами та обмеженнями, пов'язаними з воєнним станом в безпечних західній та центральній частинах країни. Туристи та туристичні компанії повинні враховувати ці обмеження [27, с. 339].

Туризм має свої особливості в умовах війни. Специфічні аспекти включають планування маршрутів з урахуванням бомбосховищ, дотримання комендантської години та дотримання заборон на екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури.

Зовнішній туризм також відзначається певними особливостями. Українці, виїжджаючи за кордон, стикаються з викликами евакуації та обмеженими можливостями пересування через закрите небо над країною. Однак з початком сезону 2023 року відбулася певна відлига, і популярність відпочинку в інших країнах, таких як Болгарія, Туреччина, Єгипет, Іспанія та Туніс, поступово відновилися.

Загалом, туризм в Україні активізується, але залишається обмеженим та залежним від ситуації в країні, що обумовлено продовженням бойових дій, загрозою ракетних ударів, зруйнованою інфраструктурою та низькими доходами громадян. Безпека громадян залишається пріоритетом у контексті відпочинку та туризму, тому всі суб'єкти туристичної взаємодії мають це враховувати.

### **3.2 Порівняльний аналіз підходів антикризового менеджменту туризму в європейських країнах: досвід для України**

Порівняння повоєнного відновлення туризму країн Балканського півострова та Кіпру в контексті досвіду для України може бути цікавим аналізом, оскільки усі ці регіони стикалися із війною та конфліктами, і кожен з них обрав свій шлях відновлення та розвитку туристичної галузі. Ситуації та контекст протистоянь різний, так само, як і масштаби руйнувань та завданої шкоди. Але отриманий досвід в історії людства може стати корисним власне для українських реалій, щоб ефективніше подолати потенційні труднощі.

Країни Балканського півострова, такі як Хорватія, Боснія та Герцеговина та інші, пережили конфлікти в 1990-х роках, пов'язані з розпадом колишньої Югославії. Кіпр також розділений через вплив політичних конфліктів між грецько- та турецькомовними частинами острова. Після завершення конфліктів багато країн Балканського регіону розпочали активний процес відновлення туризму, інвестуючи в інфраструктуру, привабливість та рекламу. Україна, зіткнувшись зі складними викликами, пов'язаними з війною розпочатою Росією, стикається з обмеженнями у відновленні туристичної галузі. Процес повоєнного відновлення нашої держави ще не настав, але уже зараз можна впроваджувати конкретні речі, які здатні будуть поліпшити становище туризму в майбутньому.

Під час війни туристична галузь нашої держави стикається з песимістичною ситуацією. Проте існує надія, що після завершення конфлікту вона почне відроджуватися. Здобутки країн, які пережили війну та вивели туризм на новий рівень, свідчать про це. Такі країни, як Хорватія, Кіпр, Грузія, Ізраїль та інші надають цікавий досвід.

У Хорватії туризм практично зупинився під час війни, але після її завершення відбулося вражаюче відродження. Цьому сприяла масова рекламна кампанія регіонів, раніше маловідомих за межами країни. Географічні особливості Хорватії, зокрема, понад тисяча островів з чистими пляжами та екологічно чистим середовищем, стали ключовими факторами успіхами. Діяльна

реклама пляжних зон відпочинку зробила Хорватію популярним напрямком для туристів з усього світу, що суттєво позначилося на економіці країни. Приблизно 15% ВВП Хорватії генерує туризм. Україна також має можливості розвитку пляжного туризму в Одеській, Миколаївській, Херсонській та Запорізькій областях. І, у разі успішного для України завершення війни, Крим також може стати туристичною перлиною України. Для цього потрібно запустити якісну рекламну кампанію та налагодити бізнес у сфері туризму орієнтований не на фінансову вигоду, а на клієнтів. Адже комфорт, безпека та якість – основні умови зростання попиту на туристичні послуги, і вже звідти почнеться зростання фінансової складової [37, с. 65-66].

Передбачається, що Україна, враховуючи досвід інших країн, які пройшли шлях відновлення після воєн, може мати перспективи відновлення туристичної сфери з дещо специфічного напрямку. Крім того, виникнення нових видів туризму, пов'язаних з воєнними подіями та пам'яттю постраждалих, може сприяти розвитку туризму в Україні, званого у світі як «темний». Особливо яскраво можемо побачити подібний розвиток і Боснії та Герцеговині, де загалом ситуація дещо подібна до нашої. Країна має великий потенціал у сфері туризму, залучає історію та «свіже» воєнне протистояння для залучення туристів і, при цьому, страждає від надмірної бюрократизації та подекуди від корупційних схем. Тому досвід цієї країни потрібно адаптувати до українських реалій з контролем, щоб не допустити подібних помилок [51, с. 30].

Розглядаючи розвиток воєнного туризму, окрім об'єктів, які виникли під час російсько-української війни, важливо враховувати і інші об'єкти, що збереглись ще з часів попередніх воєн. Наразі на території України продовжують з'являтися ресурси, які можуть стати основою для подальшого розвитку воєнного туризму.

Початок російсько-української війни у 2014 році та повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році призвели до значних руйнувань міст та сіл, створення оборонних споруд, а також утворення нових ландшафтних особливостей через активні бойові дії. Велика кількість залишків зруйнованої

зброї та масштабні поховання постраждалих створюють потенційний інтерес та бажання вшанувати пам'ять про всіх постраждалих великою кількістю людей [9, с. 69].

Це може відкрити нові перспективи для розвитку туризму, який спрямований на вивчення і вшанування історії, подій воєн та пам'ятних об'єктів. Однак важливо ретельно підходити до цього типу туризму, забезпечуючи адекватну пам'ять та повагу до трагічних подій та осіб, пов'язаних із воєнними конфліктами.

Україна може взяти до уваги також позитивний досвід Кіпру в галузі туризму для подальшого розвитку своєї туристичної індустрії. Кіпр, як відомий туристичний напрямок з досвідом повоєнного відновлення, може служити прикладом в ряді аспектів. Особливого хочеться відмітити його особливості туристичного маркетингу і реклами, які виявилися ефективними у привертанні уваги до пляжів, культурних пам'яток та гастрономічних можливостей острова. Україна може вивчити ці методи для забезпечення ефективної реклами своїх туристичних об'єктів [67].

Та й загалом, туристична інфраструктура Кіпру, що переважно складається з готелів, ресторанів та розважальних закладів, є добре розвиненою. Україні важливо вивчити найкращі практики управління інфраструктурою для створення комфортних умов для туристів. Адже наявність великої історичної спадщини не гарантує наплив туристів, яким буде некомфортно перебувати в потенційно цікавому місці.

Також цікаво відмітити, що Кіпр активно просуває екологічно чистий туризм та сталий розвиток. Україна може взяти на увагу ці практики для збереження природи та привертання екологічно свідомих туристів, що є сучасним трендом у цій сфері. А диверсифікація туристичної пропозиції Кіпру, яка поєднує пляжний відпочинок із культурними та природними атракціями, може бути одним із найбільш вдалих прикладів для України у розширенні туристичної привабливості. Адже наша держава має величезний простір, насичений найрізноманітнішим туристичним потенціалом [67].

Усе це може сприяти розвитку туризму в Україні після закінчення конфлікту та сприяти створенню нових видів туризму, пов'язаних із воєнними подіями та пам'яттю постраждалих. Важливо адаптувати ідеї та практики до унікальних умов кожної країни для найкращого результату.

Війна в Україні, безумовно, є непередбачуваною та непорівнянною подією в сучасній історії, унаслідок якої туристична галузь виявилася на межі фатальних наслідків. Проте, на основі досвіду інших країн, які пережили воєнні конфлікти та відновили туризм, можна сформулювати кроки для відновлення та розвитку туристичної сфери в Україні. Важливо розпочати перемовини зі світовими готельними мережами для їх входу в Україну ще до завершення конфлікту, з метою відновлення інфраструктури та підтримки туристичних послуг.

Масштабна маркетингова кампанія для зовнішніх ринків також є необхідною для створення позитивного іміджу України як безпечної локації для туристів. Рекламування туристичних програм по місцях військової слави Збройних сил України може привертати увагу та підсилювати інтерес до культурно-історичних аспектів країни.

Напрямки туризму, такі як екотуризм та урбан-культура, можуть бути перспективними форматами для відновлення галузі. Крім того, важливо залучати підтримку інших країн та міжнародних організацій у відновленні туристичної інфраструктури. Створення національних офісів українського туризму в розвинених країнах світу може сприяти підвищенню інтересу до України та розширенню туристичних потоків. Усі ці заходи є важливими для відновлення та розвитку туризму в Україні і втілювати їх у життя потрібно не після закінчення війни, а уже зараз.

### **3.3 Можливі напрямки розвитку туристичного сектору України в повоєнний час**

В попередньому розділі ми частково окреслили питання потенційних рекомендацій, втілення в життя яких бажано б розпочати ще до самого завершення війни, щоб повоєнне відновлення економіки загалом і туризму

зокрема, стали успішними. В цьому розділі ми ширше розкриємо можливості майбутнього для України в часи, коли мирне життя остаточно відновиться.

Сучасна Україна стикається з відсутністю системного аналізу щодо формування державної політики у галузі туризму в умовах збройних конфліктів, що ускладнює управління туристичною індустрією та оцінку її економічного впливу. Відновлення туристичної та інвестиційної привабливості країни потребує розробки ефективних інструментів управління туристичною сферою в кризових і посткризових умовах.

Дослідники вказують, що Україна історично є країною внутрішнього туризму, зокрема санаторно-курортного лікування, що є ключовою складовою туристичної галузі. Наявність потужного санаторно-курортного комплексу та визнання здоров'я як показника національної безпеки створюють умови для розвитку внутрішнього туризму та привабливості для іноземних туристів. Однак проблеми в санаторно-курортному комплексі свідчать про необхідність його комплексної перебудови для повноцінного виконання завдань оновлення сфери. Створення інституту санаторно-курортної галузі як ключового стратегічного сектору внутрішнього та в'їзного туризму є необхідністю для ефективного розвитку [49].

Економічна ефективність туризму визначається його взаємодією з іншими галузями економіки, що передбачає паралельний та взаємозв'язаний розвиток. Враховуючи рекреаційно-туристичний потенціал та комплексні аспекти самостійної галузі, важливо створити чітку державну політику та впровадити згуртовані механізми для її реалізації. У цьому контексті у березні 2022 року Кабінет Міністрів України ухвалив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року[48].

Стратегія передбачає комплексний підхід до державної туристичної політики, зокрема в напрямках безпеки туристів, нормативно-правового забезпечення, розвитку туристичної інфраструктури, людських ресурсів та маркетингової політики. Очікується, що до 2026 року в Україні зросте [18]:

- кількість іноземних туристів у 2,5 рази;

- кількість внутрішніх туристів у 5 разів;
- кількість робочих місць у сфері туризму у 5 разів;
- наповнення бюджетів різних рівнів від туристичної діяльності у 10 разів;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності у 5 разів;
- витрати туристів під час подорожей в Україні досягнуть 80 млрд грн;
- створиться позитивний імідж України.

Після завершення війни в Україні цілком можливо з'явиться новий напрям туризму – воєнний туризм (військовий, мілітарний), який передбачає відвідування місць, пов'язаних з воєнними діями. З таким підходом може збільшитися інтерес туристів до країни та зростання їхньої активності в обранні туристичних напрямків, таких як відвідування історичних місць, музеїв, воєнних об'єктів і полігонів, пов'язаних з подіями війни [7, с. 227].

Очікується, що громадяни європейських країн-партнерів можуть виявити збільшений інтерес до відвідування України. Це може зробити нашу державу привабливішою для туристів не лише в Східній Європі, але й на всьому європейському континенті. Тому є важливим вже зараз розробляти програми турів, щоб пропонувати їх іноземним туристам після закінчення війни.

Попит на тури, які включають населені пункти, що зазнали військової агресії, може виявитися високим. Ці території стануть новими об'єктами для екскурсій та воєнного туризму. Проте інтерес іноземних туристів до України не обмежиться лише відвідуванням місць воєнних подій чи тематичних музеїв. Туристи будуть зацікавлені пізнати сміливий український народ, дізнатися більше про його історію та культуру. Тому важливо розробити тури, що комплексно представлять Україну. Програми турів мають включати не лише традиційні та популярні туристичні місця, але й об'єкти військового туризму в Україні [27, с. 340].

Туризм залишається однією з найшвидших та найефективніших галузей для привертання іноземних інвестицій в економіку України. Незважаючи на військові події, цей сектор обов'язково пройде шлях змін. Після завершення війни необхідно буде переглянути туристичні маршрути, дотримуючись високих

стандартів безпеки. Також важливо переосмислити підходи до містобудування та впровадити повноцінні плани евакуації цінностей у музеях. Туристична галузь та індустрія гостинності стануть ключовими факторами у повоєнному відновленні економіки України.

Окремо хочемо відмітити важливість створення та розвитку внутрішнього туризму для ветеранів російсько-української війни. Це є необхідною ініціативою для поліпшення їхнього фізичного і психологічного стану, а також сприяє соціальній реінтеграції та зміцненню спільноти. Зазначені нижче підходи можуть допомогти в забезпеченні успішного розвитку цього напрямку. Зокрема, мова про [31, с. 117]:

- спеціалізовані турпрограми, спрямовані на фізичне відновлення та реабілітації ветеранів, організація подій для формування спільноти та взаємодії між учасниками;

- співпрацю з галуззю туризму, партнерство з туроператорами та готелями для надання знижок та спеціальних умов ветеранам, залучення досвідчених туристичних агентств та гідів;

- розвиток інфраструктури, створення безбар'єрних умов та адаптованих об'єктів для ветеранів з обмеженими можливостями, вдосконалення транспортної інфраструктури;

- програми психологічної підтримки, включення елементів психологічної підтримки в турпрограми для допомоги ветеранам у подоланні стресових ситуацій, забезпечення участі ветеранів у групових сесіях та програмах психотерапії;

- фінансова підтримка, залучення фінансових ресурсів для забезпечення доступу ветеранів до туристичних програм та послуг, розробка грантових програм або субсидій;

- інформаційна кампанія, розгортання інформаційної кампанії щодо існуючих турпрограм для ветеранів та їхніх сімей, використання соціальних мереж і медіа для популяризації можливостей внутрішнього туризму для ветеранів.

Ці заходи сприятимуть не лише фізичному та психологічному відновленню ветеранів, але й допоможуть їм переосмислити та відкрити нові аспекти культури та природи України, сприяючи позитивному досвіду та розвитку внутрішнього туризму в країні.

І на останок, якщо на загальнодержавному рівні в повоєнний час виникне недостатньо ресурсів для стрімкого розвитку туризму, то його покращення на локальних територіях та в громадах може відігравати важливу роль у повоєнному економічному відновленні України. Цей підхід визначається як ключовий чинник, спрямований на стимулювання соціальної інтеграції та стабілізації суспільства. Реалізація такого підходу передбачає ряд заходів, спрямованих на створення туристичних кластерів для спільної роботи різних бізнес-структур та громадських об'єднань на мікрорівнях, що дасть в перспективі глобальний результат [24, с. 53].

Збереження та відновлення історичних та культурних пам'яток може стати основою для розвитку туризму, включаючи програми екскурсій та фестивалі, присвячені культурній спадщині в конкретно взятому регіоні, з власною аутентетикою та історією. Також, розвиток екотуризму сприятиме збереженню природи та створенню робочих місць у галузі екологічно чистого туризму і він цілком вписується в систему локального туризму.

Залучення місцевих громад у планування розвитку туризму дозволить враховувати їхні потреби та інтереси. Це може включати проведення громадських консультацій та створення механізмів зворотного зв'язку. Загальний ефект від розвитку туризму на локальних рівнях включає стимулювання економіки, збільшення зайнятості та залучення інвестицій, що призводить до поліпшення якості життя населення та розвитку інфраструктури.

### **Висновки до розділу III**

У третьому розділі нашого дослідження ми розглянули особливості українського туризму в умовах воєнного стану та збройної агресії Російської Федерації. В сучасний період тема впливу воєнних конфліктів на туризм стає

актуальною для багатьох країн, оскільки частка доходів від туризму значно впливає на ВВП. Вивчення цієї теми охоплює широкий спектр аспектів, включаючи не лише розташування, а й політичні стратегії, історичні реалії, транспортні зв'язки та економічну доцільність.

При аналізі впливу воєн на туризм важливо враховувати досвід інших країн, які успішно відновлюють туристичну галузь у повоєнний час, і використовувати їхні здобутки як основу для розробки стратегій відновлення туризму в Україні. Прикладом такої успішної реконструкції туристичної галузі після воєнного конфлікту є досвід Хорватії, Кіпру, частково Боснії та Герцеговини. Україні слід звернути увагу на ці досвіди та використовувати їх в якості підґрунтя для власних стратегій щодо відновлення туризму в контексті тривалого конфлікту.

У порівняльному аналізі туристичного сектору української системи з європейськими країнами, які пережили воєнні конфлікти, виявлено, що кожна країна реагує унікальним чином на відновлення туризму після воєнного стану. Важливо враховувати специфічні аспекти українського контексту та взяти на увагу успішні приклади із залучення туристів в інших країнах.

Під час вивчення можливих напрямків розвитку туристичного сектору в Україні в повоєнний період визначено, що інтеграція нових туристичних маршрутів, спрямованих на вивчення історії та культури, може сприяти відновленню та розвитку галузі. Програми, які поєднують традиційні туристичні атракції та об'єкти воєнного туризму, можуть привертати широкий спектр туристів.

Враховуючи динаміку українського туризму в умовах воєнного стану, стає очевидним, що галузь може виконувати важливу роль у відновленні економіки. Важливо розвивати інноваційні туристичні підходи, спрямовані на вивчення історії та культури, щоб привертати туристів та забезпечувати стійкий розвиток сектору в майбутньому.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі була реалізована наступна мета: дослідити туристичну галузь як одну із ключових у відновленні економіки країни у повоєнний період. Через аналіз досвідів повоєнного відновлення економік деяких країн Європи, окреслити можливості використання такого досвіду для української економіки.

Теоретико-методичне дослідження сфери антикризового менеджменту туризму у воєнний і повоєнний часи дозволило підтвердити той факт, що розвиток туризму є доцільним та необхідним кроком у повоєнний період, але за умови, де держава відіграє головну роль в становленні галузі. Антикризовий менеджмент є основою розвитку туризму в післявоєнний та кризовий період країни. Систематизувавши методику дослідження туризму, як складової економіки країни, можна зауважити, що саме акцент на регіональному аналізі є визначальним детермінантом для ефективно оцінки рівня розвитку внутрішнього туризму в країні з акцентом на структурні зміни та соціально-економічну ефективність. Тобто головним є підхід щодо регіонального аналізу антикризового управління туристичною галуззю, де теоретичною основою виступає стратегічний менеджмент, а методичним підходом є регіональний аналіз.

Аналіз відновлення економік Хорватії, Боснії і Герцеговини та Кіпру показав позитивні тенденції у відновленні їх туристичних галузей. У Хорватії ключовими факторами стали природні ресурси, розвиток інфраструктури та активна рекламна кампанія, підкріплена прямими іноземними інвестиціями. Кіпр успішно відновив туристичну галузь, що сприяло розвитку національної економіки країни. Це стало можливим завдяки формуванню попиту серед споживачів та активним заходам щодо розвитку персоналу, зайнятого в туристичній сфері. Інший шлях розвитку обрала Боснія і Герцеговина, розвинувши туристичну галузь, яка значно вплинула на повоєнне відновлення економіки країни. З одного боку, країна розвивала інфраструктуру, яка безпосередньо вплинула на туризм. З іншого боку, країна обрала відмінний від туризму Хорватії та Кіпру шлях щодо розвитку релігійного туризму, а також

«чорного туризму», наголошуючи на воєнних подіях та місцях, які відбувались в країні. Тобто, можна зробити висновок, що кожна із країн вибрала свій шлях щодо розвитку туризму та підвищення рівня економіки в країні.

Дослідження особливостей українського туризму під час воєнного стану показало, що війна суттєво вплинула на внутрішній туризм через комендантську годину та обмеження в деяких регіонах, а також на виїзний туризм через обмеження пересування. Впливу зазнав також і виїзний туризм, адже обмежене пересування між Україною та іншими країнами вплинули на туристичний потік. Однак, порівнюючи розвиток туристичної сфери після війни в трьох проаналізованих країнах та Україні, важливо відзначити, що Хорватія, Кіпр і Боснія і Герцеговина розвивали туризм відповідно до потреб споживачів. Тому для України важливо враховувати специфіку та потреби ринку внутрішнього туризму при розвитку своєї туристичної галузі. Можливі напрямки розвитку туристичного сектору України в повоєнний час, з урахуванням досвіду європейських країн, включають покращення туристичної інфраструктури, яка є основою успішного розвитку туризму. Основну увагу слід зосередити на внутрішньому туризмі. Також доцільно розвивати туризм, орієнтуючись, з одного боку, на історичні та культурні аспекти, поділяючи їх за регіонами з унікальною автентикою, а з іншого боку – на військовий туризм, зокрема туризм пам'яті та реабілітаційний туризм.

Таким чином, проаналізувавши запропоновані заходи для розвитку туристичної галузі в Україні у повоєнний період на основі досвіду європейських країн, встановлено, що ці заходи є доцільними для економіки країни. Вони мають позитивний економічний ефект, а також позитивний соціальний вплив, сприяючи покращенню фізичного та психологічного стану як ветеранів російсько-української війни, так і інших громадян.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алієва-Барановська В.М. Міжнародний туризм: навч. посібник. / В.М. Алієва-Барановська, І.І. Дахно. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 344 с.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Байтеряков О.З. Загальна характеристика туристичних ресурсів України. Краєзнавство і туризм: освіта, виховання, стиль життя: Матеріали міжнар. науково-практ. конфер. К.: Реформа. 2008. С. 185-187.
4. Банєва І. О., Величко О. В. Перспективи післявоєнного відновлення готельно-ресторанної галузі в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. 48 с.
5. Беленький П. Дослідження проблем конкурентоспроможності. Вісник НАН України. 2007. №5. С. 8-18.
6. Білецька І. М. Антикризовий менеджмент в туризмі. Ефективна економіка. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4898>.
7. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. Управління змінами та інновації. 2022. № 3.С. 5-10.
8. Бойко М. Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України. Регіональна економіка. 2005. №1. С. 222–229.
9. Бордун О.Ю., Деркач У.В. Теоретичні та прикладні засади дослідження похмурого туризму України. Географія та туризм. 2014. Вип. 30. С. 62–72.
10. Борисюк О.А. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія. 2019. Вип. 4 (74). С. 23-31.
11. Братюк В.П. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 9 (135). С. 63-71.

12. Будаk М. В. Особливості застосування комплексу маркетингу на туристичному підприємстві. Київ: Знання, 2012. 286 с.
13. Ведмідь Н. Інтернет-реклама в діяльності туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. К., 2002. №3. С. 87-95.
14. Вітер І.І. Глобальний ринок туристичних послуг: проблеми та перспективи розвитку. Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. К.: КУТЕП, 2005. С.513-521.
15. Гаврилюк А.М. Інформаційна складова туристичної індустрії як чинник демократизації українського суспільства. Економіка і держава. 2009. №8. С. 84-86.
16. Горін Н. О. Досвід повоєнної відбудови та євроінтеграції Хорватії. Історія народного господарства та економічної думки України. 2022. Вип. 55. С. 161-184.
17. Грановська В.Г., Бойко В.О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. Економіка АПК. 2020. № 3. С. 57–65.
18. Данилишин Б. Як держава може підтримати бізнес в умовах війни. 2022. URL: <https://sluga-narodu.com/yak-derzhava-pidtrymuie-biznes-pid-chas-viynu/>
19. Зарічна О. В. Економічна сутність інвестицій та їх роль в туристичній діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Випуск № 5 (2). С. 81–85.
20. Захарченко В.І. Кластерний підхід до підвищення конкурентоспроможності регіонів України. Український географічний журнал. 2011. № 2. С. 28-33.
21. Захарчук М.Ю. Туристично-рекреаційна система Кіпру. Дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра спеціальності «Туризм». Національний авіаційний університет. Київ, 2022. 65 с.

22. Зейд А. Постконфліктні туристичні ландшафти: між спадщиною конфлікту та гібридизацією туристичної діяльності. Open edition journals. 2019.
23. Казакова Т.А. До питання про зміст техногенного туризму. Географічні дослідження Кривбасу. Фізична географія, економічна і соціальна географія, геоекологія, історія географічних досліджень: Матеріали кафедральних науково-дослідних тем. Кривий Ріг: Видавничий Дім, 2006. с. 61-68
24. Кіндрацька Г. І. Ділова активність українських підприємств: рівні та основні фактори впливу. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. 2017. № 873. С. 50-59.
25. Коваленко Ю. О. Особливості розвитку міжнародного туризму як виду економічної діяльності. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2004. Випуск № 3–4. С. 710–714.
26. Кондрацька Л. Інвестиційна привабливість індустрії туризму в теперішніх умовах. Галицький економічний вісник. Т. : ТНТУ, 2021. Том 71. № 4. С. 7–13.
27. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 337–341.
28. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання. Львів: НАН України. ІРД НАН України. 1999. 78 с
29. Кругляк М. Е. Туризм у постюгославських державах. Хорватія: приклад для України. Київ: Гілея: Науковий вісник. 2017. № 120. С. 101–105.
30. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. К.: Знання, 2011.
31. Кушнар'ов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. Вісник

- Київського національного університету культури і мистецтв. 2018. №1. С. 107–118.
32. Любїцева О. О. Геопросторові структури світового туристичного ринку. Географія і сучасність: Зб. наук. пр. Нац. пед. ун-туім. М. П. Драгоманова. К., 2001. Вип. 6. С. 212–218
33. Любїцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2002. 436 с
34. Маджумдар О., Гончарова К. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>
35. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
36. Матвієнко Н. М. Конкурентоспроможність Хорватії на світовому ринку туристичних послуг: досвід для України. Часопис картографії. 2017. Вип. 1. С. 93–107.
37. Матвієнко Н. Управління регіональним розвитком туризму Хорватії. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія. 2014. Вип. 1. С. 64–66
38. Мельник О. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти. Регіональна економіка, 2004. 226 с.
39. Мельниченко С. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. Вісник Київського національного торговельно. №1. 2012. С. 24-33.
40. Миронов Ю.Б. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. 2023. Вип.71. С. 64-68.
41. Москаленко М.А. Туристичний імідж України. Географія та туризм. Вип.12. К. 2011. С. 83-87.
42. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. К. : ЦУЛ, 2009. 344 с.

- 43.Новикова І.В. Маркетинг сфери послуг: Навч. посібник. К.: Вид-во Європ.ун-ту, 2004. 72 с.
- 44.Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфлік-тного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68.
- 45.Охріменко О.О. Соціальні аспекти безпеки сфери туризму в умовах глобалізації. Стратегічна панорама 2006. № 1. С.38-41.
- 46.Пестушко В. Ю. Макроекономічна роль туризму: сучасні реалії країн світу. Ужгород: Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2020. № 29. С. 114–119.
- 47.Проблеми географії та менеджменту туризму: монографія / За заг. ред.: В.Г. Явкін, В.П. Руденко, О.Д. Король та ін. Чернівці : Рута, 2014. 260 с.
- 48.Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
- 49.Садова Н. В. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7267>
- 50.Самодай В., Рибальченко, С., Орищенко, Є. Антикризове управління готельним підприємством в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 44.
- 51.Сардак С.Е., Таран С.В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 19. С. 27–34
- 52.Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навчальний посібник. К.: КСУ, 2009. 444 с.
- 53.Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. та доповн. К. :Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 463 с.

- 54.Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 234 с.
- 55.Ткачук Л.М. Теоретико-методичні засади дослідження політикогеографічного виміру міжнародного туризму. Географічна наука та освіта: від констатації до конструктивізму : зб. наук. праць. К. : ПП Лисенко, 2018. С. 179-181.
- 56.Туризм як одна з складових хорватської культури. URL: <http://niss.dn.ua/turyzm-yak-odna-z-skladovykh-horvatskojikultury.html>.
- 57.Управління сучасним готельним комплексом / За редакцією члена. кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І. К.: Ліра. К, 2005. 520 с.
- 58.Федорченко В.К. Історія туризму в Україні / В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова. К.: Вища школа, 2002. 195 с.
- 59.Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством. К.: КНЕУ, 2004. С. 126.
- 60.Шимкевич К. Чорний (воєнний) туризм у Боснії і Герцеговині. URL: <https://mil.in.ua/uk/ blogs/chornyj-voyennyj-turyzm-u-bosniyi-i-gertsegovyni/>
- 61.Шканова О.М. Маркетинг послуг. К.: Кондор, 2003. 304 с.
- 62.Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2005. 596 с.
- 63.Шпильова В.О. Фінансовий менеджмент в кризових умовах господарювання. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер: Економічні науки. 2013. Вип.33(1). С.160-164.
- 64.Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму. Проблеми економіки. 2013. №1. С. 22-27.
- 65.Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism. 2011. P. 87–94.
- 66.Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. S. Medlik. 3-d ed. Elsevier Science, 2003.

67. Sharpley R. Tourism in Cyprus: Challenges and opportunities. URL: [https://www.researchgate.net/publication/237957589\\_Tourism\\_in\\_Cyprus\\_Challenges\\_and\\_opportunities](https://www.researchgate.net/publication/237957589_Tourism_in_Cyprus_Challenges_and_opportunities)
68. Stone P. A dark tourism spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM: An Interdisciplinary International Journal*. 2006. Vol. 54. No 2. P. 145–160.
69. Webster C., Ivanov, S. Tourism as a force for political stability. *International Handbook on Tourism and Peace*, Drava Verlag, Klagenfurt, Austria, 2014. P. 167-180