

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
Навчально-науковий інститут сталого розвитку ім. В. Чорновола  
Кафедра туризму

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**до бакалаврської кваліфікаційної роботи на тему:**

Туризм в Україні під час війни (за матеріалами турагенції «Love To Travel»)  
(Tourism in Ukraine During Wartime (A Case Study of the Travel Agency  
«Love to Travel»)).

**Виконала:**

Студентка групи ТУ-41з, Валерія ЗАГАМУЛА  
(шифр, Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

**Керівник роботи:**

к.г.н., доц., доц. кафедри туризму

Лариса ТЕОДОРОВИЧ

**Завідувач кафедри ТУР**

д.е.н., проф.

Андрій ТЕРЕБУХ

**Львів 2025 р.**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
Навчально-науковий інститут сталого розвитку ім. В. Чорновола  
Кафедра туризму  
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Завідувач кафедри ТУР  
д.е.н., проф. Андрій ТЕРЕБУХ  
2 червня 2025 р.

### ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу студентки групи ТУ-41з ОКР бакалавра

Загамули Валерії Денисівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Туризм в Україні під час війни (за матеріалами турагенції «Love To Travel») затверджена наказом по університету від 22 квітня 2025 р.№ 450-4-08

2. Термін подання студентом закінченої роботи 2 червня 2025 р.

3. Вихідні дані роботи Літературні джерела, наукові публікації в часописах та пресі, інформація офіційних ресурсів, статистичні дані.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити) Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження туризму в умовах війни; Розділ 2. Стан і трансформація туристичної галузі України під час війни; Розділ 3. Проблеми, перспективи та можливості розвитку туризму в умовах війни і після її закінчення.

5. Перелік графічного матеріалу таб. 1.1. Порівняльна таблиця досвіду функціонування туризму в країнах після війни; рис. 2.1. Надходження до бюджету від туристичної сфери у 2021, 2023 та 2024 роки; рис. 2.2. Податкові надходження українських підприємств від туристичної діяльності; рис.2.3. Динаміка туристичного збору в Україні за 20021-2024 рр.; рис.2.3. Динаміка доходів турагенції «Love To travel» (2021-2024 рр); таб. 3.1. Оцінка прямих втрат у сфері соціального захисту (станом на листопад 2024 р); таб. 3.3. таб. 3.4.Пошкоджені об'єкти природно-заповідного фонду України станом на 2025 рік; рис.3.1. Зміни обсягів наданих послуг туристичними підприємствами України у 2024 році, у %; рис.3.2. Пріоритетні напрями туризму.

6. Перелік програмних продуктів, які належить використати в процесі розроблення роботи Microsoft Word – для оформлення текстової частини кваліфікаційної роботи; Google My Maps – для створення карт і просторового аналізу розташування замків та палаців Львівщини, для прокладання туристичних маршрутів; PowerPoint – для створення презентаційного матеріалу до захисту

## 7. Консультування роботи (проекту), із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	дата	підпис	дата

8. Дата, коли видано завдання 22 квітня 2025 р.Керівник \_\_\_\_\_  
(підпис)Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис)

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи (проекту)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	22 квітня 2025 р.	виконано
2	Опрацювання наукових джерел, , статистичних даних	23-29квітня 2025 р.	виконано
3	Робота над вступом і I розділом роботи	30 квітня – 4травня 2025 р.	виконано
4	Робота над II розділом	5–7 травня 2025 р.	виконано
5	Підготовка над III розділу	8–21 травня 2025 р.	виконано
	Робота над висновками	21 травня	виконано
6	Формування розширеної анотації та оформлення списку джерел	22 травня 2025 р.	виконано
7	Оформлення графічного матеріалу. Редагування, перевірка, остаточне оформлення роботи	23–26 травня 2025 р.	виконано
8	Подання готової кваліфікаційної роботи керівнику на перевірку	27 травня 2025 р.	виконано
9	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	02 червня 2025 р.	виконано

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник \_\_\_\_\_(підпис)

Загамула В.Д., Теодорович Л.В. (керівник). Туризм в Україні під час війни (за матеріалами турагенції «Love to Travel») Бакалаврська кваліфікаційна робота. Національний університет «Львівська політехніка», – Львів, 2025.

#### Розширена анотація

Повномасштабна війна, розв'язана росією проти України, кардинально змінила соціально-економічну ситуацію в країні. Туристична галузь, як одна з найуразливіших сфер економіки, зазнала значних втрат через руйнування інфраструктури, зниження безпеки, зміну пріоритетів громадян та переміщення великої кількості людей. *Актуальність теми* зумовлена необхідністю комплексного осмислення нових викликів і можливостей для туристичної галузі, а також пошуком ефективних механізмів її підтримки в кризових умовах. Таким чином, дослідження туризму в умовах війни є надзвичайно важливим як з наукової, так і з практичної точки зору, адже сприяє формуванню стійких підходів до збереження та трансформації цієї галузі в умовах надзвичайних викликів.

*Мета дослідження:* проаналізувати стан і перспективи розвитку туризму в Україні в умовах війни, визначити основні проблеми галузі та запропонувати потенційні шляхи її адаптації й відновлення. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

1. Розглянути теоретичні засади функціонування туристичної галузі у кризових умовах.
2. Вивчити приклади адаптації туристичних підприємств до умов війни.
3. Проаналізувати вплив війни на структуру та обсяги туристичних потоків в Україні.
4. Дослідити трансформацію форм туризму (внутрішній, волонтерський, військовий, соціальний тощо).
5. Визначити роль туризму у збереженні національної ідентичності, пам'яті та підтримці економіки.

6. Запропонувати стратегічні підходи до підтримки та розвитку туризму в умовах воєнного часу та післявоєнного відновлення.

*Об'єкт дослідження:* туристична галузь України в умовах воєнного стану.

*Предмет дослідження:* особливості функціонування, трансформації та адаптації туристичної діяльності в Україні під впливом війни.

Дослідження ґрунтується на прикладах з практики українських регіонів, статистичних даних, а також на вивченні досвіду підприємства туристичної галузі.

Структура роботи: вступ, три розділи з підрозділами, висновки, додатки.

*Практичне значення досліджень* Зібрані дані та аналітичні висновки можуть бути використані у навчальному процесі для студентів спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», вони сприятимуть розвитку критичного мислення та навичок антикризового менеджменту. Запропоновані в роботі рекомендації можуть бути використані органами місцевого самоврядування для розробки стратегій з розвитку туризму.

У першому розділі роботи розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження туризму в умовах війни, зокрема, сутність туризму як соціально-економічного явища. Описано досвід розвитку туризму в країнах, що переживали воєнні конфлікти

У другому розділі досліджено стан і трансформацію туристичної галузі України під час війни. в тому числі наслідки повномасштабного вторгнення РФ для туристичного сектору України; проаналізовано діяльність туристичної агенції «Love To travel».

У третьому розділі обґрунтовано основні шляхи та перспективи розвитку туризму в умовах війни та після її закінчення. Зокрема, проаналізовано втрати, виклики та ризики, описано вектори розвитку та нові можливості відновлення туризму в Україні, окреслено стратегічні напрями розвитку туризму; наведено пропозиції щодо розвитку туризму в Україні.

Закінчують роботу висновки та список використаних джерел.

Ключові слова: туризм, динамка надходжень; руйнування; розвитку туризму; втрати; виклики; трансформація; пріоритети; відновлення

#### Список використаних джерел

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168-180. URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
2. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56-65. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65)
3. Гаврилук А. М. Міжнародний досвід розвитку туризму в умовах війни та поствоєнний період. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.). Київ: КНУКІМ, 2022. 294 с. С. 93-95. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gavryljuk7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk7.htm).
4. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітична довідка про надходження туристичного збору за 9 місяців 2024 року. 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
5. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11-15. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>.
6. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. *Modern Economics*. 2018. № 9. С. 93-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\\_2018\\_9\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_9_14).
7. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. С. 155-158. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68\\_2022/29.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/29.pdf).
8. Hall, C. M., & Prayag, G. (2020). Towards a post-conflict tourism recovery framework. *Science Direct*. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300840>ScienceDirect

9. Sharpley, R., & Stone, P. R. (2021). Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS). *Journal of Sustainable Tourism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2021.1993866>Taylor & Francis Online

10. Roik, O. (2023). Assessment of the attractiveness of the tourist sphere of Ukraine in the context of adaptation to the conditions of war. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31826/vse20232-61-73.pdf>

11. Visit Ukraine. (2023). Reviving tourism after the war: what does international experience tell us and what opportunities are there for Ukraine? URL: <https://visitukraine.today/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does->

## Extended Abstract

Zahamula V., Teodorovych L. (supervisor) *Tourism in Ukraine During Wartime (A Case Study of the Travel Agency «Love to Travel»)*. Bachelor's degree thesis. Lviv Polytechnic National University. – Lviv, 2025.

A full-scale war launched by Russia against Ukraine has drastically altered the socio-economic situation in the country. The tourism industry, being one of the most vulnerable sectors of the economy, has suffered significant losses due to infrastructure destruction, reduced security, changing public priorities, and the displacement of a large number of people. The relevance of this topic lies in the necessity of a comprehensive understanding of new challenges and opportunities for the tourism sector, as well as the search for effective mechanisms to support it in times of crisis. Thus, research into tourism during wartime is of great importance from both scientific and practical perspectives, as it contributes to the development of resilient approaches to preserving and transforming the industry in the face of extraordinary challenges.

Research objective: to analyse the current state and development prospects of tourism in Ukraine during the war, to identify key problems within the industry, and to propose potential paths for its adaptation and recovery. To achieve this objective, the following tasks must be completed:

To examine the theoretical foundations of tourism industry functioning under crisis conditions.

To study examples of tourism enterprises adapting to wartime circumstances.

To analyse the impact of war on the structure and volume of tourist flows in Ukraine.

To explore the transformation of tourism forms (domestic, volunteer, military, social, etc.).

To identify the role of tourism in preserving national identity, memory, and supporting the economy.

To propose strategic approaches to the support and development of tourism during wartime and post-war recovery.

Object of the study: the tourism industry of Ukraine under martial law.

Subject of the study: the peculiarities of the functioning, transformation, and adaptation of tourism activities in Ukraine under the impact of war.

The research is based on examples from the practices of Ukrainian regions, statistical data, as well as the study of the experience of tourism enterprises.

Structure of the work: introduction, three chapters with subsections, conclusions, appendices.

Practical significance of the research: The collected data and analytical conclusions may be used in the educational process for students specialising in "Tourism" and "Hotel and Restaurant Management", fostering the development of critical thinking and crisis management skills. The recommendations provided in this work can be utilised by local government authorities for developing tourism strategies.

Chapter One outlines the theoretical and methodological foundations for studying tourism in wartime conditions, particularly the essence of tourism as a socio-economic phenomenon. It also describes the experience of tourism development in countries that have experienced armed conflicts.

Chapter Two examines the state and transformation of Ukraine's tourism sector during the war, including the consequences of Russia's full-scale invasion for Ukraine's tourism sector. It also analyses the activities of the travel agency «Love To Travel».

Chapter Three substantiates the main paths and prospects for tourism development during and after the war. Specifically, it analyses losses, challenges, and risks, describes development vectors and new opportunities for tourism recovery in Ukraine, outlines strategic directions for tourism development, and offers proposals for the sector's advancement.

The work concludes with findings and a list of reference

Keywords: tourism, revenue dynamics; destruction; tourism development; losses; challenges; transformation; priorities; recovery.

## References

1. Bazhenova S., Polohovska Yu., Bykova M. Realii rozvytku turyzmu v Ukraini na suchasnomu etapi [The Realities of Tourism Development in Ukraine at the Present Stage]. *Naukovi perspektyvy*. 2022. No 5 (23). S. 168-180. URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
2. Blahun I., Rumiantseva I. Analiz suchasnykh tendentsii rozvytku turyzmu v Ukraini v kryzovykh umovakh [Analysis of Current Trends in Tourism Development in Ukraine under Crisis Conditions]. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. S. 56-65. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65)
3. Havryliuk A. M. Mizhnarodnyi dosvid rozvytku turyzmu v umovakh viiny ta postvoiennyi period [International Experience of Tourism Development During Wartime and the Post-War Period]. *Hostynnist, servis, turyzm: dosvid, problemy, innovatsii: materialy IKh Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 14-15 kvitnia 2022 r.)*. Kyiv: KNUKIM, 2022. 294 s. S. 93-95. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gavryljuk7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk7.htm).
4. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy. Analitychna dovidka pro nadkhodzhennia turystychnoho zboru za 9 misiatsiv 2024 roku. [State Agency for Tourism Development of Ukraine. Analytical report on tourist tax revenues for 9 months of 2024] URL: <https://www.tourism.gov.ua>
5. Roik O.R., Nedzvetska O.V. Shliakhy rozvytku turystychnoi sfery Ukrainy u voiennyi period.[ Development of Ukraine's tourism sector in wartime] *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*. 2022. Vyp. 46. S. 11-15. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>.
6. Romanova A. A. Upravlinnia rozvytkom turystychnoi sfery v umovakh zbroinykh konfliktiv [Managing tourism development in the context of armed conflict]. *Modern Economics*. 2018. No 9. S. 93-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\\_2018\\_9\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_9_14).
7. Sira E. O., Holubets I. M., Bezruchenkov Yu. V. Pisliavoienne vidnovlennia turyzmu v Ukraini [Post-war recovery of tourism in Ukraine].

Infrastruktura rynku. 2022. No 68. S. 155-158. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68\\_2022/29.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/29.pdf)

8. Hall, C. M., & Prayag, G. (2020). Towards a post-conflict tourism recovery framework. *Science Direct*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300840>ScienceDirect

9. Sharpley, R., & Stone, P. R. (2021). Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS). *Journal of Sustainable Tourism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2021.1993866>Taylor & Francis Online

10. Roik, O. (2023). Assessment of the attractiveness of the tourist sphere of Ukraine in the context of adaptation to the conditions of war. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31826/vse20232-61-73.pdf>

11. Visit Ukraine. (2023). Reviving tourism after the war: what does international experience tell us and what opportunities are there for Ukraine? URL: <https://visitukraine.today/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does->

ЗМІСТ	
ВСТУП	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ	16
1.1. Сутність туризму як соціально-економічного явища	16
1.2. Досвід розвитку туризму в країнах, що переживали воєнні конфлікти	18
РОЗДІЛ 2. СТАН І ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	123
2.1. Наслідки повномасштабного вторгнення РФ для туристичного сектору України	23
2.2. Діяльність туристичної агенції «Love to travel».	27
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯ ЇЇ ЗАКІНЧЕННЯ	33
3.1. Аналіз втрат, викликів та ризиків у сфері туризму в умовах війни	42
3.2. Відновлення туризму в Україні: вектори розвитку та нові можливості	51
3.3. Стратегічні напрями та пропозиції щодо розвитку туризму в Україні	58
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	75

## ВСТУП

Туризм, як одна з найдинамічніших галузей світової економіки, є чутливим до політичних, соціальних та економічних змін. Повномасштабна війна, розв'язана росією проти України, кардинально змінила соціально-економічну ситуацію в країні. Туристична галузь, як одна з найуразливіших сфер економіки, зазнала значних втрат через руйнування інфраструктури, зниження безпеки, зміну пріоритетів громадян та переміщення великої кількості людей. Проте, навіть в умовах збройного конфлікту туризм не зник – він трансформується, пристосовується і проявляє нові функції. З початком бойових дій значна частина туристичної інфраструктури зазнала руйнувань, змінилися логістичні маршрути, а безпекові загрози різко знизили привабливість багатьох регіонів для відвідування.

Попри складні умови, туристична галузь в Україні не припинила свого існування. з'явилися нові форми туризму, зокрема волонтерський, військовий, меморіальний та внутрішній туризм, пов'язаний із підтримкою локальних ініціатив та економіки. Адаптація до нових реалій стала важливою складовою виживання та розвитку туристичного бізнесу, особливо у відносно безпечних регіонах.

*Актуальність теми* зумовлена необхідністю комплексного осмислення нових викликів і можливостей для туристичної галузі, а також пошуком ефективних механізмів її підтримки в кризових умовах. Розуміння ролі туризму у воєнний час дозволяє не лише зберегти галузь, а й інтегрувати її у стратегію національного відновлення та розвитку. Таким чином, дослідження туризму в умовах війни є надзвичайно важливим як з наукової, так і з практичної точки зору, адже сприяє формуванню стійких підходів до збереження та трансформації цієї галузі в умовах надзвичайних викликів.

*Мета дослідження:* проаналізувати стан і перспективи розвитку туризму в Україні в умовах війни, визначити основні проблеми галузі та запропонувати

потенційні шляхи її адаптації й відновлення. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання:

7. Розглянути теоретичні засади функціонування туристичної галузі у кризових умовах.
8. Вивчити приклади адаптації туристичних підприємств до умов війни.
9. Проаналізувати вплив війни на структуру та обсяги туристичних потоків в Україні.
10. Дослідити трансформацію форм туризму (внутрішній, волонтерський, військовий, соціальний тощо).
11. Визначити роль туризму у збереженні національної ідентичності, пам'яті та підтримці економіки.
12. Запропонувати стратегічні підходи до підтримки та розвитку туризму в умовах воєнного часу та післявоєнного відновлення.

*Об'єкт дослідження:* туристична галузь України в умовах воєнного стану.

*Предмет дослідження:* особливості функціонування, трансформації та адаптації туристичної діяльності в Україні під впливом війни.

Дослідження ґрунтується на прикладах з практики українських регіонів, статистичних даних, а також на вивченні досвіду підприємства туристичної галузі.

Теоретичною основою досліджень були праці українських вчених таких як: Гаврилюк А. М. Каїль О. О., Юхновська Ю. О., Носирев О., Деділова Т., Токар І. Роїк О. Р., Недзвецька О. В., Моца А. А., Романова А. А. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В., Якименко-Терещенко Н. В, Мірко Н.в та інших.

Дослідження проводились на базі системного підходу із застосуванням таких методів як: аналіз і синтез, порівняння; статистичний, графічний, оцінки і прогнозування та інші.

*Практичне значення досліджень* Зібрані дані та аналітичні висновки можуть бути використані у навчальному процесі для студентів спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», вони сприятимуть розвитку критичного мислення та навичок антикризового менеджменту. Запропоновані в роботі рекомендації можуть бути використані органами місцевого самоврядування для розробки стратегій з розвитку туризму.

Структура роботи: вступ, три розділи з підрозділами, висновки, додатки. Загальний обсяг роботи становить 80 сторінок (з додатками).

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **1.1. Сутність туризму як соціально-економічного явища**

Туризм є складним і багатогранним явищем, яке водночас охоплює соціальну, економічну, культурну, екологічну та політичну сфери. У сучасному світі туризм виступає не лише формою дозвілля чи пересування, а й потужним чинником економічного розвитку, зайнятості населення та міжкультурної комунікації.

З соціальної точки зору туризм – це форма соціальної активності, що включає мобільність населення з метою відпочинку, пізнання, оздоровлення чи участі в подіях; розширення культурного досвіду, обмін традиціями, цінностями, мовами; формування ідентичності, патріотизму, соціальної згуртованості, особливо в умовах кризи (зокрема, у воєнний період).

Соціальне значення туризму зростає в контексті воєнного конфлікту, коли подорожі можуть стати інструментом психологічного розвантаження, патріотичного виховання, відновлення зв'язків між регіонами.

З економічної точки зору туризм є складовою третинного сектора економіки, яка сприяє створенню робочих місць (безпосередньо і опосередковано); формує доходи для малого та середнього бізнесу – готелів, кафе, перевізників, екскурсіводів; залучає інвестиції у розвиток інфраструктури (дороги, транспорт, ІТ); поповнює місцеві та державні бюджети через податки й збори.

До початку повномасштабної війни частка туризму в ВВП України сягала 2–3%, а у світі – понад 10% (до пандемії COVID-19). Туризм також сприяє диверсифікації економіки, що особливо важливо у регіонах з обмеженим виробництвом або аграрним профілем.

Туризм є перехрестям різних наук: економіки, соціології, географії, культурології, екології. Це дозволяє аналізувати його з позицій регіонального

розвитку; міжнародних відносин і глобалізації; сталого розвитку, включаючи екологічну й соціальну відповідальність.

Таким чином, туризм – це соціально-економічне явище, яке виконує низку функцій:

- соціальну (оздоровчу, виховну, комунікаційну),
- економічну (доходи, зайнятість, інфраструктура),
- культурну (збереження спадщини, популяризація традицій),
- політичну (імідж країни, інтеграція на міжнародному рівні).

Кризові умови війна, пандемія, стихійні лиха чи політична нестабільність – істотно змінюють функціонування туристичної галузі. В таких обставинах змінюються не лише маршрути та географія подорожей, а й характер і види туризму, що набувають актуальності.

Види туризму, які розвиваються в кризових умовах.

За формою організації:

внутрішній туризм – домінуючий тип у воєнний час, оскільки міжнародні подорожі стають обмеженими або небезпечними;

індивідуальний туризм – зростає роль самостійних подорожей через обмеження масових турів і логістичні складнощі;

волонтерський туризм – участь у гуманітарних ініціативах, підтримці громад, допомозі ВПО (внутрішньо переміщеним особам).

За метою подорожі:

патріотичний туризм – поїздки до місць національної пам'яті, фортифікацій, музеїв війни, меморіалів;

психологічно-рекреаційний туризм – короткочасні подорожі з метою відновлення психологічного стану, релаксації<sup>4</sup>

оздоровчий туризм – важливий у контексті стресу, переміщення, ослаблення імунітету;

освітній туризм – продовжує функціонувати у вигляді віртуальних турів або короткотермінових поїздок для навчання, зокрема у безпечні регіони.

За тривалістю та дальністю:

локальний (мікро-) туризм – мандрівки в межах області, району чи навіть міста (наприклад, «екскурсії вихідного дня»);

регіональний туризм – поїздки між відносно безпечними областями країни;

прикордонний туризм – відвідування сусідніх країн з гуманітарною або еміграційною метою, що в окремих випадках переплітається з туризмом.

За спеціалізацією:

культурно-історичний туризм – залишається актуальним як спосіб збереження і популяризації національної спадщини;

сільський туризм – розвивається в умовах переїзду людей з міст у більш спокійні сільські райони, де пропонуються екологічно безпечні умови;

релігійний туризм – відвідування духовних центрів, храмів, паломництво в умовах потреби у внутрішній підтримці;

За ресурсним підходом;

Туризм на основі наявної інфраструктури – використання вже наявних туристичних об'єктів, які залишилися неушкодженими;

імпровізований туризм – створення нових маршрутів, наприклад, у межах прихистків, таборів, волонтерських хабів тощо.

## **1.2. Досвід розвитку туризму в країнах, що переживали воєнні конфлікти**

Історичний досвід свідчить, що навіть у періоди збройних конфліктів туризм не зникає повністю, а трансформується, пристосовуючись до нових умов. Дослідження країн, які стикалися з війною, допомагає зрозуміти потенціал відновлення туристичної галузі та її роль у постконфліктному відродженні (табл.1.1.).

Таблиця 1.1.

## Порівняльна таблиця досвіду функціонування туризму в країнах після війни

Країна	Період конфлікту	Основні виклики під час війни	Ключові заходи після війни	Поточний стан туризму
Колумбія	1960-ті – 2016 (FARC)	Партизанська війна, небезпека подорожей	Ребрендинг, розвиток екотуризму, безпекова реформа	Туризм зростає, особливо серед прихильників пригод
Хорватія	1991–1995	Руйнування інфраструктури, мінування	Відновлення інфраструктури, розмінування, реклама	Один із найпопулярніших туристичних напрямів Європи
Боснія і Герцеговина	1992–1995	Етнічні конфлікти, руйнування пам'яток	Туризм пам'яті, культурні ініціативи, міжнародна підтримка	Спочатку акцент був на вар-туризмі. Розвивається як нішевий напрям (історичний, зелений)
Єгипет	1960–1980 терористичні акти у 1990-х р	Загроза безпеки туристів. руйнування інфраструктури	Сприятливий клімат. природна краса морського узбережжя, культурно-історичні пам'ятки та багатий підводний світ	Туризм забезпечує близько 12% ВВП країни.
Грузія	2008	Окупація частини території, руйнування пам'яток	збудовано нові готелі, покращено транспортне сполучення, аеропорти; акцент на залученні іноземних інвесторів у готельний і туристичний бізнес	Пляжний відпочинок на узбережжі Чорного моря; екотуризму, винного, гастрономічного та гірськолижного туризму.
Ізраїль	Тривалі конфлікти	Постійна загроза атак, безпека туристів	Створення систем безпеки, розвиток медичного і релігійного туризму	Туризм функціонує навіть у періоди напруги

\*Сформовано автором

### *Хорватія (1991–1995)*

Після розпаду Югославії країна зазнала тривалого збройного конфлікту, особливо на територіях уздовж Адриатичного узбережжя – нині одного з головних туристичних напрямів. У період війни туризм фактично зупинився, проте після завершення бойових дій уряд Хорватії:

- зробив ставку на відновлення інфраструктури;
- провів активну міжнародну промокампанію;
- розмінував території у курортних зонах;
- розвивав внутрішній туризм, особливо в перші роки після війни.

Уже за 10 років Хорватія повернула статус одного з провідних туристичних напрямів у Європі.

### *Боснія і Герцеговина*

Після війни 1990-х країна активно розвивала туризм як інструмент міжетнічного діалогу та примирення. Велику роль відіграють екскурсії на тему війни та геноциду; культурні фестивалі, що сприяють відновленню діалогу між громадами; гірський, зелений і релігійний туризм. Попри складне минуле, країна стала популярною серед мандрівників, які цікавляться історією, культурою та природою.

### *Ізраїль*

Країна з багаторічною історією воєн і збройних конфліктів продовжує активно розвивати як внутрішній, так і міжнародний туризм. Основні особливості:

- ✓ гнучке управління ризиками: чітке зонування територій на безпечні й небезпечні;
- ✓ високий рівень безпеки туристів – контроль транспорту, системи оповіщення, медична підтримка;
- ✓ акцент на релігійному, медичному, паломницькому та військово-історичному туризмі.

Ізраїль демонструє, що туризм може функціонувати навіть за умов періодичних загроз, за умови професійного менеджменту та державної підтримки.

### *Колумбія*

Довготривалий внутрішній конфлікт не зупинив розвиток туризму повністю. Після укладення миру уряд інвестував у безпекові реформи; екотуризм і відновлення національних парків; маркетинг територій, які раніше вважалися небезпечними (наприклад, Медельїн). Колумбія стала прикладом того, як туризм може допомогти реінтегрувати складні регіони в економічне життя країни.

Єгипет є однією з найпопулярніших туристичних країн світу, щорічно приймаючи понад 10 мільйонів відвідувачів. Це вражає, враховуючи, що менш ніж півстоліття тому – у 1960–1980 роках – країна переживала активні бойові конфлікти. Додатково, в середині 1990-х туристична галузь Єгипту опинилась у центрі політичного протистояння, що спричинило низку терористичних атак із трагічними наслідками. Незважаючи на ці виклики, Єгипту вдалося зберегти туристичну привабливість і створити імідж «безпечної зони в умовах небезпеки».

Нині туризм забезпечує близько 12% ВВП країни. Цінність єгипетського досвіду полягає в тому, що туристів приваблює не військова історія, а надзвичайна природна краса морського узбережжя, культурно-історичні пам'ятки та багатий підводний світ.

### *Грузія*

Досвід Грузії в чомусь перегукується з українським: саме завдяки війні світ звернув увагу на країну, її унікальну історію та культуру. Значну роль у розвитку грузинського туризму відіграло активне залучення іноземних інвестицій, що стало ключовим рушієм галузі.

Після військового конфлікту 2008 року між Грузією та Росією, країна пережила значні економічні та соціальні потрясіння. Однак вже за кілька років

Грузія змогла не лише стабілізувати ситуацію, але й зробити туризм одним із ключових драйверів економічного розвитку.

Влада країни спрямувала значні зусилля на відновлення міжнародного іміджу Грузії як безпечної та привабливої туристичної дестинації. Була модернізована туристична інфраструктура – збудовано нові готелі, покращено транспортне сполучення, аеропорти, розроблено сучасні інформаційні ресурси для туристів.

Важливу роль у популяризації Грузії відіграла активна промоційна кампанія за кордоном, зокрема участь у міжнародних туристичних виставках і брендування країни як напряму з унікальним поєднанням гір, моря, вина та древньої культури.

Кількість іноземних туристів стрімко зростала – з близько 1 млн у 2010 році до понад 9 млн у 2019-му. Туристів приваблювали такі регіони, як Тбілісі, Батумі, Казбегі, Кахетія та Сванетія. Активно розвивалися напрямки екотуризму, винного, гастрономічного та гірськолижного туризму.

Грузія також зробила акцент на залученні іноземних інвесторів у готельний і туристичний бізнес, що дозволило створити тисячі робочих місць і підвищити рівень обслуговування.

Таким чином, туризм став не лише одним із секторів, що найшвидше відновився після війни, а й джерелом національної гордості та міжнародного визнання.

Досвід інших країн засвідчує, що: туризм у кризових і поствоєнних умовах здатний відновитися і навіть стати каталізатором економічного зростання. Туризм може виконувати не лише економічну, а й соціальну місію: примирення, відновлення довіри, збереження пам'яті. Основними чинниками відновлення туризму є державна підтримка, інфраструктурна модернізація, безпека, цільове позиціонування і залучення місцевих громад.

## РОЗДІЛ 2. СТАН І ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ВІЙНИ

### 2.1. Наслідки повномасштабного вторгнення РФ для туристичного сектору України

Російське повномасштабне вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року стало руйнівним ударом для вітчизняної туристичної галузі, яка до того демонструвала стабільне зростання. Наслідки охопили всі сегменти туризму – від інфраструктури до кадрового потенціалу, зумовивши трансформацію ринку, втрату інвестицій і переорієнтацію попиту.

Зруйновано або пошкоджено сотні готелів, санаторіїв, культурних пам'яток, музеїв, об'єктів природно-заповідного фонду. Особливо постраждали регіони, які до 2022 року мали туристичний потенціал: Харківщина, Донеччина, Луганщина, Херсонщина, частково Київщина, Чернігівщина та Запорізька область. Повністю призупинено авіасполучення, що паралізувало вхідний міжнародний туризм. Обмежений доступ до прикордонних регіонів, зокрема тих, що мали потенціал для прикордонного туризму (Закарпаття, Буковина). Скасовано всі великі фестивалі, події, спортивні заходи.

Утрачено сезонність: навіть у безпечних регіонах туристичний потік став нестабільним. Частина туристичних об'єктів (готелів, баз відпочинку) були перепрофільовані в тимчасові прихистки для ВПО, волонтерські центри, пункти допомоги. Це забезпечило часткове збереження зайнятості, але не дозволило повноцінно функціонувати туризму як галузі. Іноземні інвестори призупинили проекти у сфері готельного бізнесу, рекреації, туристичних технологій. Вітчизняні оператори масово скоротили штат, зупинили розвиток, перейшли до виживання. Війна суттєво знизила внутрішній попит на подорожі через стрес, втрату доходів, обмеження мобільності та безпекові ризики. Значна частина населення мігрувала за кордон або втратила можливість витратити кошти на туризм. Попит змістився на: короткотерміновий, локальний туризм у межах

безпечних регіонів; патріотичний туризм (відвідування меморіалів, музеїв війни); волонтерський і соціальний туризм (участь у допомозі громадам).

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України у 2022 році стало серйозним викликом як для держави в цілому, так і для її туристичної сфери. Воно завдало потужного удару по внутрішньому та міжнародному туризму. Окрім тимчасової втрати Автономної Республіки Крим, окремих районів Донецької та Луганської областей, а також частин Запорізької й Херсонської областей, бойові дії та ракетні обстріли призвели до руйнування та забруднення численних природних і культурно-історичних об'єктів, які мали туристичну привабливість і значний потенціал для використання в галузі. Втім, незважаючи на масштабні втрати, туристична індустрія поступово адаптується до умов воєнного стану, демонструючи ознаки життєздатності та трансформації. Зростання туристичної активності підтверджується і фінансовими показниками, зокрема зростанням суми та кількості платників податків від туристичної діяльності. (рис.2.1.)



Рис. 2.1. Надходження до бюджету від туристичної сфери у 2021, 2023 та 2024 р роках [4]

*\*Сформовано автором*

У 2024 році кількість платників податків зросла на 7% порівняно з 2023 роком. Число юридичних осіб залишилося стабільним – близько 3,5 тисяч, тоді як кількість фізичних осіб зросла на 9%. У порівнянні з 2021 роком загальна кількість платників зменшилася на 20%: юридичних осіб стало менше на 33%, а фізичних осіб – на 15% (рис.2.2.)



Рис. 2.2. Податкові надходження українських підприємств від туристичної діяльності [4].

Це свідчить про поступове відновлення галузі попри триваючу війну та складні умови. Така динаміка демонструє потенціал туризму як чинника економічного зростання та післявоєнного відновлення.

Найбільшу частину надходжень до державного бюджету за минулий рік забезпечили готелі – 66,5% або 1 млрд 954 млн грн. Це майже вдвічі більше, ніж у 2023 році (1 млрд 304 млн грн) і перевищує показник 2021 року (1 млрд 289 млн грн).

Надходження від туристичних операторів у 2024 році також значно зросли – до 304,7 млн грн, що майже вдвічі більше, ніж у 2023 році (205,8 млн грн). Для порівняння, у 2021 році цей показник становив 259 млн грн.

Також поступово зросли надходження від туристичного збору У 2024 році туристичний збір в Україні зріс на майже 23% у порівнянні з 2023 роком і сягнув 273 млн грн, повідомило Державне агентство розвитку туризму(рис.2.3.).



Рис.2.3. Динаміка туристичного збору в Україні за 20021-2024 рр.[4]

До регіонів-лідерів зі сплати турзбору увійшли Київ та п'ять областей [5]. Найбільше надходжень забезпечив Київ – близько 49,2 млн грн. Львівська область посіла друге місце з показником у 47,1 млн грн. Для порівняння: у 2023 році Львівщина випереджала столицю – 46 млн грн проти 30,4 млн грн відповідно. В Івано-Франківській області обсяг туристичного збору зріс на 62%, досягнувши 33 млн грн. Черкаська область зібрала 23,5 млн грн, що трохи більше, ніж у 2023 році (21,6 млн грн). Закарпаття поповнило бюджет на 23 млн грн, показавши незначне зростання проти попереднього року (22,2 млн грн). П'ятірку лідерів замикає Дніпропетровська область, яка зібрала майже 16 млн грн (+21% до 2023 року). В Одеській області надходження зросли на 68% – до 14,5 млн грн. У Миколаївській області сума склала 1,5 млн грн, що значно більше за 897 тис. грн у 2023-му. Натомість у Запорізькій області спостерігалось

зменшення: 1,7 млн грн проти 1,9 млн грн у попередньому році. Падіння турзбору зафіксовано в регіонах, наближених до зони бойових дій – Харківській, Донецькій, Луганській та Херсонській областях.

Таким чином, регіональна структура туристичного збору свідчить про трансформацію туристичної мапи України. У період повномасштабної війни спостерігається перерозподіл туристичних потоків у бік більш безпечних регіонів, передусім західних, де формується новий центр внутрішнього туризму з розвинутою інфраструктурою, високим рівнем сервісу та адаптацією до змінених запитів споживачів.

## **2.2. Туристична активність та пріоритети туристів.**

Останні роки стали періодом глибоких змін у туристичній поведінці українців. Пандемія COVID-19, а згодом і повномасштабна війна, суттєво вплинули як на можливість подорожей, так і на ставлення до них. Туризм набув нового змісту, перетворившись на засіб психологічного відновлення, подолання стресу та повернення до відчуття нормальності. Водночас для значної частини населення він залишається обмеженим або недоступним через обставини безпеки та логістичні складнощі.

Обмеження на виїзд за кордон, спричинені воєнним станом, зумовили переорієнтацію туристичних потоків на внутрішні напрямки та змінили підходи до планування відпочинку. На перший план вийшли такі чинники, як безпека, гнучкість умов бронювання та адаптивність до швидкозмінних обставин. Внутрішній туризм зосередився на регіонах, які забезпечують спокійний, ізольований відпочинок і мають розвинуту інфраструктуру – зокрема, Карпати та Закарпаття стали особливо популярними через сприятливі природні умови й широкі можливості для активного дозвілля.

У сфері міжнародного туризму українські мандрівники здебільшого обирають країни Європи, які пропонують не лише доступність, а й гнучкі умови подорожей. Серед таких напрямків – Польща, Чехія, Греція та Туреччина. Згідно з аналітичними даними сервісів *Expedia* та *Booking.com*, у 2023 році

спостерігалось зростання на 35% запитів, пов'язаних із «безпечними подорожами» та «гнучкими умовами бронювання». Аналогічно, результати дослідження компанії *Skift* свідчать, що 70% українських туристів наразі надають перевагу варіантам із можливістю безкоштовного скасування або перенесення поїздки.

Окрім безпеки, важливою тенденцією стало зростання інтересу до сталого й свідомого туризму. Все більше українців обирають екологічно відповідальні подорожі, зокрема екотуризм у Карпатах. Перевага надається природним активностям, проживанню в еко-будиночках або сільських агросадибах, що мінімізують негативний вплив на довкілля. Підтвердженням цього є дані *Airbnb*, які фіксують 40% зростання запитів на житло з екологічними характеристиками.

Водночас спостерігається підвищена зацікавленість у локальному культурному досвіді. Українські туристи прагнуть не лише відвідати популярні пам'ятки, але й глибше зануритися в культуру регіонів – через участь у майстер-класах, знайомство з місцевими ремеслами, гастрономічними традиціями тощо.

Зростання цифрового навантаження у повсякденному житті стимулювало появу ще одного тренду – цифрового детоксу. В умовах високого рівня стресу та інформаційного перевантаження українці дедалі частіше шукають можливості для відпочинку в ізольованих місцях без інтернет-зв'язку. За даними *Google Trends*, у 2023 році кількість запитів, пов'язаних із «цифровим детоксом» та «відокремленими місцями», зросла на 25%. Готелі та садиби в Карпатах, поблизу озер або в сільській місцевості, пропонують спеціальні пакети без доступу до мережі, що сприяє глибокому відпочинку й відновленню ресурсу.

Особливу увагу в дослідженні варто приділити туристичній поведінці українських жінок. Багато з них були змушені виїхати за кордон разом із дітьми й наразі продовжують подорожувати, використовуючи туризм як інструмент стабілізації емоційного стану. Основними критеріями вибору для цієї категорії мандрівників залишаються безпека, зручність для родинного відпочинку та комфорт. Крім того, зростає популярність соло-подорожей серед жінок – як

способу самопізнання, відновлення особистісної рівноваги та посилення автономії. У цьому контексті важливим є вибір країн і міст із відповідним рівнем інфраструктури й безпеки.

Цифрові інструменти маркетингу відіграють ключову роль у пристосуванні туристичних брендів до нових умов. Компанії активно використовують аналітику великих даних, щоб запропонувати персоналізовані туристичні продукти, зважаючи на запити щодо безпеки, гнучкості та актуальних акцій. Наприклад, *SkyUp Airlines* зосередила зусилля на спеціалізованих рейсах – евакуаційних та гуманітарних, підтримуючи мобільність українців під час війни. Туроператор *JoinUP!* активно комунікує з клієнтами через цифрові канали, інформуючи про зміни у в'їзних правилах, нові пропозиції та можливості для безпечного планування поїздок [17].

Інші компанії, зокрема *Travel Professional Group* і *Kompas*, також зміщують акцент на розвиток внутрішнього та міжнародного екотуризму, пропонуючи унікальні формати відпочинку. Для моніторингу актуальних трендів бренди активно використовують інструменти на кшталт *Google Trends*, *Ahrefs* і *Hootsuite Insights*, що дозволяє в реальному часі реагувати на зміну потреб туристів і формувати релевантні комунікаційні стратегії.

У 2024 році туризм для українців набуває нових смислів, стаючи не лише способом проведення дозвілля, але й засобом досягнення психологічного балансу, відновлення ресурсів та адаптації до змінених умов життя. В умовах воєнного часу подорожі дедалі частіше розглядаються як форма психоемоційної підтримки та пошуку відчуття стабільності. На тлі зростаючих вимог до безпеки, гнучкості планування та змістовного культурного досвіду, попит на туристичні послуги трансформується. У пріоритеті залишаються напрямки, які поєднують безпечне середовище з можливістю глибшого знайомства з місцевими традиціями та культурою, а також пропонують гнучкі умови бронювання. Особливу роль у цьому процесі відіграють туристичні бренди, які адаптують свої

продукти відповідно до потреб цільових груп – зокрема українських жінок, сімей із дітьми, а також громадян, які тимчасово перебувають за кордоном.

У цьому контексті важливим інструментом стає цифровий маркетинг, що ґрунтується на аналітиці великих даних. Він дозволяє ефективно персоналізувати пропозиції та формувати релевантний користувацький досвід, що відповідає сучасним запитам українських мандрівників.

Попри складну соціально-економічну ситуацію, туристична активність українців у 2024 році демонструє позитивну динаміку. Так, за даними туроператора Join UP! Україна, у період з 1 квітня по 31 жовтня 2024 року компанія організувала закордонні подорожі для 188 816 українських туристів, що на 5% більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року [17].

Ще однією примітною тенденцією стало продовження літнього туристичного сезону, що зумовлено кліматичними змінами. Завдяки теплій погоді, яка зберігалась до кінця жовтня, активний період відпочинку у 2024 році тривав у середньому на 7–10 днів довше, ніж у попередні роки. Окрім цього, аналітики Join UP! відзначають зростання інтересу до раннього бронювання подорожей. Незважаючи на те, що стандартний період бронювання у 2024 році здебільшого залишився в межах 10–23 днів до початку поїздки, вже зафіксовано рекордно ранній попит на відпочинок у 2025 році. Це свідчить про поступове зростання довіри до туроператорів, стабілізацію попиту та посилення стратегічного підходу до планування відпусток серед українських громадян. Окрему увагу варто приділити зростанню інтересу українських мандрівників до європейських курортів. Згідно з даними туроператорів, у 2024 році спостерігалось суттєве зростання туристичного потоку з України до низки країн Європейського Союзу: до Греції – на 59%, до Кіпру – на 28%, до Іспанії – на 10%, а до Болгарії – на 78%. Така динаміка пояснюється кількома ключовими чинниками.



Рис.2.4. Основні туристичні напрямки туроператора Join UP! Україна [17]

По-перше, ці напрямки стали привабливішими через помітно меншу присутність туристів з Росії, що є важливим для українців у контексті воєнного конфлікту. По-друге, суттєве значення має логістична доступність: наявність автобусних турів і коротка тривалість авіаперельотів (переважно до кількох годин) створюють зручні умови для подорожей, особливо для основної цільової аудиторії – жінок із дітьми. З огляду на це, оптимізація маршруту та зменшення часу в дорозі стають критично важливими факторами, оскільки тривалі переїзди можуть спричинити додатковий стрес і фізичну втому.

У 2024 році спостерігається розширення попиту на альтернативні туристичні напрямки, зокрема ті, які характеризуються мінімальною присутністю туристів з РФ. Одним із таких нових пріоритетних напрямків став Туніс. Якщо у 2023 році вильоти до Тунісу організовувалися переважно з території Польщі та Румунії і не мали значного попиту, то в 2024 році запуск прямих рейсів із Молдови – одного з найзручніших транзитних хабів для українських мандрівників з початку повномасштабного вторгнення – дозволив суттєво підвищити ефективність цього маршруту [17]

Паралельно зростає популярність автобусних турів. У порівнянні з 2022 роком, у 2024-му зросли як кількість маршрутів, так і загальний туристичний потік. Автобусна програма туроператорів набула ще більшої актуальності, зокрема завдяки включенню до маршрутної мережі прифронтових міст – Харкова та Запоріжжя, що раніше не брали участі у подібних програмах. Так, якщо у 2023 році частка автобусних турів становила 10,6% від загального обсягу бронювань, то у 2024 році цей показник досяг 11,4%.

Найбільш затребуваними залишаються автобусні тури до Болгарії. Їх популярність пояснюється відносною близькістю маршруту, що особливо важливо для мандрівників із дітьми, а також конкурентною ціною – на фоні загального зниження платоспроможності населення. Крім того, у 2024 році було модернізовано автопарк: зокрема, покращено комфорт (встановлено кріплення для дитячих крісел, Wi-Fi, USB-роз'єми, введено можливість попереднього бронювання місць, придбання харчування, доступ до мультимедійного контенту тощо).

Щодо вартості турів, то у 2024 році середній чек для українських туристів зріс у гривневому еквіваленті, що пояснюється складністю логістики, підвищенням цін на паливо та валютними коливаннями. Наприклад, середня вартість автобусного туру для двох дорослих і однієї дитини на 7 ночей становила 47 212 грн, що на 12% більше, ніж аналогічна пропозиція у 2023 році (42 080 грн). Середній чек на авіатур за аналогічних умов зріс із 68 360 грн до 73 128 грн. У валютному еквіваленті вартість деяких турів навіть знизилася: середній чек у євро повернувся до рівня 2022 року, залишаючись на 8% нижчим, ніж у 2023-му, та на 33% вищим, ніж у 2021 році.

Незважаючи на зростання вартості турів, українці продовжують активно подорожувати. Як зазначають експерти туристичних компаній, це пов'язано з психологічною потребою у відпочинку, перезавантаженні та зміні обстановки – особливо в умовах тривалої війни, що супроводжується високим рівнем стресу.

Окрім традиційного відпочинкового туризму, в Україні також виникає новий феномен так званого «воєнного туризму», який полягає у прагненні іноземців відвідати території, що постраждали від бойових дій, або побачити наслідки війни на власні очі. Хоча такий тип подорожей викликає дискусії з етичної точки зору, він демонструє зростаючий міжнародний інтерес до подій в Україні як до феномена глобального значення.

### **2.3. Діяльність туристичної агенції «Love to travel»**

Туристичне підприємство «Love to travel» займається турагентською діяльністю. Це ФОП Крутій І.М. Юридична адреса: Львівська область м. Дубляни, вул Львівська, 6/9.

Раніше агенція працювала у складі мережі «Море турів» на умовах франчайзингу. З 2021 року вийшла з її складу і стала працювати під назвою «Love to travel». Основним напрямком діяльності став виїзний туризм – відпочинкові та екскурсійні тури. Єгипет, Туніс, ОАЕ, Чорногорія, Греція, Албанія. Болгарія. Туреччина, Грузія, Іспанія, Мальдіви. Це далеко не весь перелік країн, в яких пропонують комфортний відпочинок. Крім цього є перлік цікавих екскурсійних турів до країн Європи: Польщі, Чехії, Німеччини, Італії, Франції, Іспанії тощо.

Діяльність туристичної агенції під час війни суттєво трансформувалась через безпекові, логістичні та економічні виклики. Компанія не припинила роботу, а адаптувала свої послуги до нових реалій. в основному робота ведеться он-лайн. Офіс для економії коштів довелось закрити. Нині в агенції всього два працівники: директор та менеджер. На літній період 2025 року планується взяти працівника на фріланс.

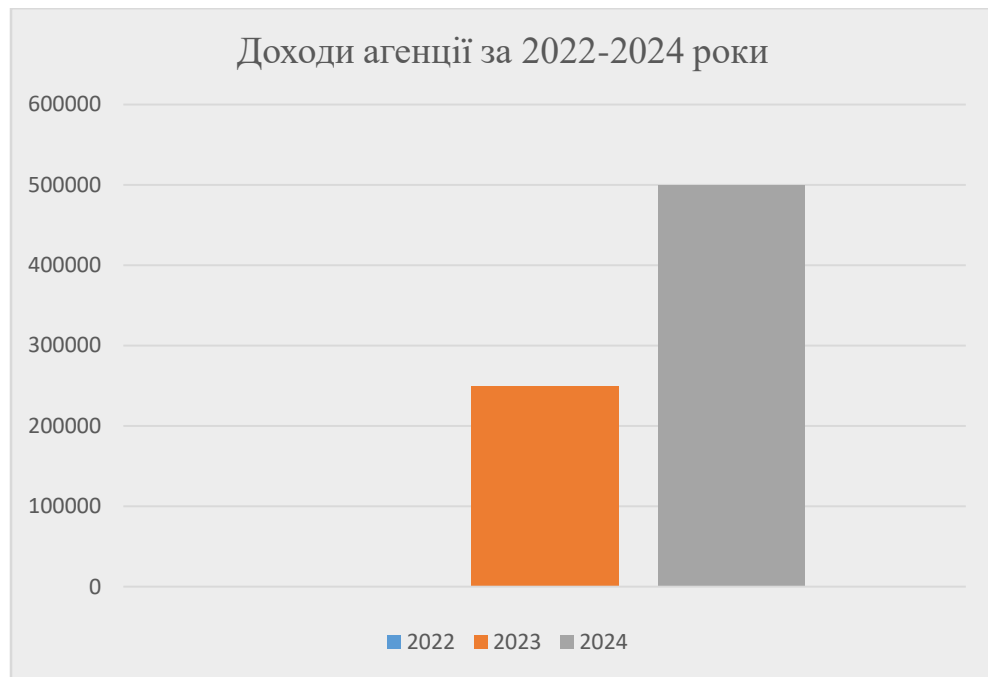


Рис.2.3. Динаміка доходів турагенції «Love To travel» (2022-2024 рр)  
 \*Сформовано автором за матеріалами агенції «Love To travel»

Довелось оптимізувати штат і перейти на онлайн-продажі.

Працівники надавали консультації щодо: переїзду за кордон (особливо для жінок і дітей); отримання тимчасового захисту у країнах ЄС; особливостей перетину кордону під час війни, а також допомагали з розселенням тимчасово переміщених громадян України у м. Львові та області.

Через проблему закриття повітряного простору над Україною, агенція стала пропонувати тури до країн Європи (Польща, Туреччина, Болгарія, Чорногорія), які легко доступні наземним транспортом. Втім, у 2022 році фірма майже не мала прибутків (Рис.2.3.). Довелось шукати нових партнерів і туроператорів за межами України.

У 2023 році кількість туристів збільшилась до 500, доходи становили 250 000 тис.грн.(рис.2.3.). Найпопулярнішими стали автобусні тури в Болгарію оскільки вони були доступні з виїздом зі Львова. Поступово налагодилась співпраця з партнерами з Польщі та Молдови. Організуються вильоти туристів з Варшави, Катовіце, Кишинєва.

У 2024 р. туристичний рух в Україні активізувався ще більше. Послугами агенції скористалась понад тисяча туристів, що принесло підприємству 500 тис.грн./рік прибутку.

Найпопулярнішими напрямками (після Болгарії) були: Єгипет та Туреччина. Відправлялись туристи також до екзотичних країн, таких як: Домінікана, Шрі ланка, Занзібар, Мексика.

Північний Єгипет – море, як на Мальдівах. Відпочинок, як у Європі.

Для реклами турів та залучення клієнтів агенція використовує свою фейсбук <https://www.facebook.com/lovetotravel.ua/> та сторінку та канал в Telegram – Love to Travel – турагенція якій довіряють (<https://t.me/lovetotravelua>).

У цьому (літньому) туристичному сезоні пропонують такі тури:

### *Північний Єгипет*

Північний Єгипет – море, як на Мальдівах. Відпочинок, як у Європі. Мерса-Матрух і Ель-Аламейн – це білосніжні пляжі, прозоре Середземне море і сучасні готелі з акцентом на якість, а не на “шведський стіл без обмежень”.

Цей регіон – знахідка для тих, хто хоче і море, і враження.

📅 Найкращий сезон: червень – вересень.

Тут немає такої виснажливої спеки, як на Червоному морі, але море – тепле, лагідне, кольору бірюзи.

Мерса-Матрух і Ель-Аламейн – це білосніжні пляжі, прозоре Середземне море і сучасні готелі з акцентом на якість, а не на «шведський стіл без обмежень».

в ЧЕРВНІ 🇪🇬🌊

7 ночей на All inclusive 🍷

📍 Мерса-Матрух:

✅ Almazino 4\*, 32395 грн

✅ Safir Marsa Matrouh Resort 4\*, 36260 грн

✅ Jaz Tamerina 5\*, 41870 грн

✅ Carols Beau Rivage Matrouh 5\*, 43000 грн

📍 Ель-Аламейн:

✅ Azur One Eleven Hotel 5\*, 34770 грн

✅ Rixos Premium Alamein 5\*, 56700 грн

✅ Crystal Lotus Luxury Palace 5\*, 80350 грн

✓ Ціна за проживання однієї людини в двомісному номері. Включено переліт, проживання, трансфер, харчування

Північний Єгипет – для тих, хто хоче інакше. І краще

Вильоти з різних міст Європи

7 ночей (кінець травня), сніданки+вечері 🍷

✓ Ціни за проживання однієї людини в двомісному номері. Включено переліт, проживання, трансфер, харчування НВ.

### Туреччина

Mukarnas Resort & Spa 5\* 🌟 створено з думкою про всю сім'ю – тут кожен знайде те, що потрібно для справжнього відпочинку разом

✈️ 11.05 з Жешува на 7 ночей 🔥 68 000 грн для 2 дорослих

🍏 ультра все включено

Організовані сімейні вечори, інтерактивні шоу та тематичні конкурси об'єднують родину та створюють незабутні спогади 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻

У Mukarnas Resort & Spa 5\* кожного разу перетворюється на справжню сімейну пригоду!

### Чорногорія

ЧОРНОГОРІЯ – ВІДПОЧИНОК МРІЇ НА 10 ДНІВ!

Обирайте тур, який пасує саме вам:

🍷 🍷 “Вдала ідея – відпустка в Чорногорії”

🍴 без харчування

🏠 Вілла РЕКО, Будва – всі номери з міні-кухнею

📍 Деталі готелю (<https://adriatic-travel.com.ua/hotel/vila-peko-budva-montenegro>)

🍷 🍷 “Чорногорія – перлина Балканської Адріатики”

Проживання зі сніданками

🏠 Вілла РЕКО, Будва – всі номери з міні-кухнею

📍 Деталі готелю (<https://adriatic-travel.com.ua/hotel/the-franeta-apartments-lux-budva-montenegro>)

🍷 🍷 “Морські історії в серці Чорногорії”

➔ На вибір: без харчування або зі сніданками

🏠 Вілла FRANETA LUX, Будва

📍 Деталі готелю (<https://adriatic-travel.com.ua/hotel/the-franeta-apartments-lux-budva-montenegro>)

💎 Переваги, які закохують:

✓ Цілих 10 днів / 9 ночей відпочинку

✓ Будва – топове місто для відпустки

✓ Затишні вілли

✓ Пляж – кілька хвилин пішки

✓ Поруч все: ресторани, супермаркети, прогулянкові зони

📷 Гори, море, середньовічні містечка – Чорногорія вмiє дивувати!

🌊 9 ночей на морі в самому серці Балкан – у сонячній Будві!

♥ Готель TARA 4\*, розташований на курорті Бечічі. Безкоштовні шезлонги та парасольки

Готель після повної реновації 2023-2024 !

♥ Готель знаходиться на другій береговій лінії, всього в 100 м від пляжу. Пляжна лінія гарна, широка. Мілка галька наче з піском, комфортний вхід.

♥ Чайник у номер надають за запитом

♥ Працює на ВВ, НВ+(на вечерю входять безалкогольні напої - чай/кава/сік/вода, та легкий алкоголь - вино біле/рожеве/червоне), АІ

♥ Є відкритий басейн

♥ Будва – за 15 хвилин пішки через тунель

♥ Автобусна зупинка теж поруч

♥ Відпочивають здебільшого європейські пенсіонери та сім'ї з дітьми

Шукаєш класний варіант для відпочинку в Чорногорії - згадай цей пост

✈ виліт з Жешува 05.06 на 7 ночей зі сніданками 🔥 55 300 грн на двох

*Сонячна Хорватія зі Львова «Volim te, Hrvatska. Я кохаю тебе, Хорватія!»*

🏠 Запрошуємо в тур з відпочинком на морі в Макарській Рив'єрі.

🏠 Проживаємо в готелі Beach Hotel - Plaza (Макарська)

🌴 Який розташований в містечку Drasnice на першій лінії, з рестораном на самому березі моря, подарує вам незабутні враження та відпочинок.

➡ До послуг гостей, номери з кондиціонером і ☐ безкоштовний Wi-Fi у зонах загального користування.

🗺 В турі ми зможемо відвідати такі міста: Макарська, Оміш, Спліт, Дубровник, Слунь (Хорватія), Егер (Угорщина) та національний парк "Плітвіцькі озера".

🚗 Виїзди: 04.07 / 11.07 / 16.08 / 23.08 / 06.09 / 13.09

🕒 10 днів 7 ночей на морі

☐ Харчування: НВ (сніданки + вечері)

🌟 Від 689€

🇦🇱 Літня відпустка в Албанії 🇦🇱

🌍 Це країна з красивими пляжами, гірськими масивами та історичними пам'ятками, що привертає увагу туристів з усього світу.

🌳 Особливості регіону включають в себе велику кількість давніх міст, зелені ліси та прозорі ріки, що роблять її ідеальним місцем для туризму.

🇦🇱 Красуня Албанія

🚗 Виїзди: 25.05 / 08.06 / 16.06....


🕒 Тривалість: 10 днів (8 днів / 7 ночей) на морі


🌳 Харчування: сніданки або сніданки + вечері


🌟 Від 425€


🇦🇱 Проживання: курорт Вльора гот. Vlora International

🇦🇱 «Літня відпустка в Албанії

 Виїзди: 22.06 / 06.07 / 20.07..

 Тривалість: 12днів (7 днів / 6 ночей) на морі

 Харчування: сніданки та вечері в Албанії

 Від 640€

 Проживання: курорт Ксаміль/Саранда

Що робить Вльору привабливою ?

◆ Два моря: північне узбережжя омивається Адріатичним морем, а південне – Іонічним, яке має чистішу та теплішу воду.

◆ Красива природа: пляжі з білим піском і галькою, кристально чиста вода, гори та соснові ліси.

◆ Історичні пам'ятки: замок Каніна, монастир Звернец, античне місто Орикум.


◆ Розвинена туристична інфраструктура: багато готелів, ресторанів із морепродуктами, барів і нічних клубів.

◆ Ллогарський перевал (Llogara Pass): мальовнича гірська дорога з приголомшливими краєвидами.

**Греція !**

38 850 грн тиждень за двох. ! ✈️ Виліт з Катовіце 03.06 на 7 ночей 🍒

Харчування – все включено

 Vanana Moon Boutique Hotel Apart-Hotel (Rethymno - Pigianos Kampos)

Авіатури на материкову та острівну Грецію з вильотами з різних європейських міст.

7 ночей на All Inclusive

➡️ Bali Beach & Sofia Village 4\*, Крит, 25560 грн

➡️ Cora Hotel & Spa Resort 5\*, Кассандра, 28140 грн

➡️ Corfu Maris Hotel 4\*, Корфу, 31760 грн

➡️ Vomo Tosca Beach 4\*, Кавала, 34580 грн

➡️ Pavlina Beach Hotel 4\*, Пелопоннес, 35500 грн

➡️ Akti Ouranoupoli Beach Resort Hotel 4\*, Афон, 35680 грн

➡️ Palmariva Beach Hotel 4\*, Евбея, 36960 грн

➡️ Poseidon Beach Laganas 3\*, Закінф, 37380 грн

➡️ Alexander The Great Beach Hotel 4\*, Кассандра, 37940 грн

➡️ Labranda Blue Bay Resort 4\*, Родос, 38920 грн

✓ Ціна за проживання однієї людини в двомісному номері. Включено переліт, проживання, трансфер, харчування

*Тасос – грецький сюрприз*

◆ Смарагдове море та спокійні пляжі. Вода тут надзвичайно чиста, а пляжі – без натовпів.

◆ Автентична Греція без натовпів: Села з кам'яними будинками, греки, які запрошують на ракію, і таверни. А ще: гори, водоспади, оливкові гаї, аромат сосен, які ростуть просто біля моря.

✋ Є чудові пропозиції

з Варшави та Катовіце

👉 Готелі з високими рейтингами та гарними відгуками

★ Inspira Boutique Hotel 4\*

🏆 Booking 9,1

сніданки+вечері, 19570 грн

★ Rachoni Imperial Hotel 3\*

Бюджетно на All Inclusive 🍎

20700 грн

★ Blue Dream Palace 5\*

🏆 Tripadvisor 9

сніданки+вечері, 22960 грн

★ Zoe Hotel 4\*

★ Hotel Aloe 3\*

🏆 Booking 9,5

сніданки+вечері, 24100 грн

★ Aeolis Thassos Palace Hotel 4\*

🏆 Tripadvisor 9

All Inclusive 🍎, 29190 грн

✓ Ціна за проживання однієї людини в двомісному номері. Включено переліт, проживання, трансфер, харчування, багаж

10 готелів для пляжного відпочинку на іспанському узбережжі Коста-Брава

Вам точно сподобається це популярне іспанське узбережжя: пляжі красиві, природа неймовірна, пам'яток цікавих безліч.

В перекладі з іспанської Коста-Брава – це «дикий берег»

Чудових пляжів на Коста-Брава дуже багато. Деякі з них відзначені «Блакитним прапором» за екологічність та чистоту. Ви точно знайдете собі пляж до душі – від просторих піщаних до прихованих серед скель і соснових гаїв. Ділимося найпопулярнішими: Platja de Lloret de Mar (двіжовий, молодіжний, з нічними клубами та розвагами), Platja de Blanes, Platja de Tamariu та Platja de Sant Pol (широкі піщані пляжі з пологим входом для дітей), Platja de Fenals та Platja d'Empuriabrava (добре підійдуть для сімейного відпочинку), а якщо хочете естетичних фото та неймовірної краси, тоді зазирніть на Platja Gran de Tossa de Mar або Platja de Santa Cristina.

### ***Який курорт обрати для відпочинку?***

Сім'ям з дітками чудово підійдуть Бланес чи Тосса-де-Мар, а молоді – Льорет-де-Мар зі своїм жвавим нічним життям. Для романтичної поїздки та спокійного релаксу обирайте Калелья-де-Палафружелъ або елітний курорт

Бегур. Любителям водних видів спорту сподобаються курорти Емпуріабрава та Естартіт.

Чим зайнятися на Коста-Брава ?

Тут цікавих занять стільки, що вам відпустки не вистачить, щоб все спробувати.

У нашому ТОПі: Барселона із відомим у всьому світі храмом Sagrada Família, Жирона з красивими готичними та єврейськими кварталами, парк природи Cap de Creus, курорт Тосса-де-Мар з фортецею Vila Vella (обов'язково зробіть фото на її фоні, вийде така собі листівка із Коста-Брава), містечко Сигурет з музеєм Сальвадора Далі, який там творив свої шедеври. А за найкращими клубами, розвагами, ресторанами і барами відправляйтеся у центр нічного життя – Льорет-де-Мар.

*У Наша ТОП ДЕСЯТОЧКА:* ➔ Вильоти з різних міст Європи  
7 ночей (кінець травня), сніданки+вечері 🍎

- GHT Miratge 4\*, 25260 грн
- Metropol Hotel 4\*, 25850 грн
- Miramar 4\*, 27600 грн
- Rosamar & Spa 4\*, 29300 грн
- Rosamar Maxim 4\*, 30990 грн
- Marsol Hotel 4\*, 33380 грн
- Blaumar Hotel 4\*, 33590 грн
- Gran Hotel Reymar & Spa 4\*, 35200 грн
- Zel Costa Brava 4\*, 43830 грн
- Golden Mar Menuda 4\*, 51330 грн

✓ Ціни за проживання однієї людини в двомісному номері.

*Летимо на МАЛЬДІВИ*

✈ Виліт з Варшави

📅 25.06 – 03.07.2025

🔔 Гарантовані блоки місць з пересадкою в Дубай

🔔 Готелі на гарантії з моментальним підтвердженням

7+1 ночей

🍷 Харчування – All Inclusive Soft

★ Villa Park Sun Island 5\*

🔥 87120 грн

★ Royal Island Resort & Spa 5\*

🔥 89400 грн

★ Villa Nautica Paradise Island 5\*

🔥 90540 грн

📍Ціна за проживання однієї людини в двомісному номері. Включено переліт, проживання, трансфер, харчування, багаж

Екскурсійно-відпочинкові тури:

Тур «Французький вояж: Париж, Мон-Сен-Мішель + 3 дні з океаном!»

◆ 4 екскурсії: Париж, Нант, Мон-Сен-Мішель, Мюлуз

◆ Восьме чудо світу і Атлантичний океан

◆ Берег Рожевого граніту

◆ «Французька пустеля»

◆ місто-фортеця Ла-Рошель

◆ таємничий острів Ре

✈️ Виліт зі Львова

🌙 7 ночей

☀️ сніданки

🔥 550 євро за 1-го

У вартості:

✓ проїзд

✓ проживання в готелі зі сніданком

✓ страхування

✓ супровід керівника

✓ 4 екскурсії + 4 локації

Постійним клієнтам надається знижка на тури в розмірі 3 –5 %.

Аналізуючи діяльність туристичної агенції «Love To travel», слід звернути увагу на те, що підприємство незважаючи на незначний досвід діяльності в новому статусі, вже встигло знайти своїх прихильників. В подальшому планується активізація маркетингової діяльності та розробка нової стратегії. Розробка власного сайту сприятиме активізації роботи з клієнтами та прийманню он-лайн заявок, але для цього потрібно буде залучити ще одного працівника. Це залежить від туристичного попиту та припинення бойових дій на території України.

## РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ І ПІСЛЯ ЇЇ ЗАКІНЧЕННЯ

### 3.1. Аналіз втрат, викликів та ризиків у сфері туризму в умовах війни

За оцінкою KSE Institute, загальна сума прямих збитків інфраструктури України внаслідок війни становить майже 170 млрд доларів.

На тлі загальних руйнувань інфраструктури в Україні об'єкти соціального захисту зазнали найменших пошкоджень та прямих збитків серед інших типів інфраструктури. Найбільше постраждали об'єкти, розташовані в місті Києві, а також у таких областях, як: Київська, Донецька, Дніпропетровська, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Луганська, Миколаївська, Сумська, Одеська, Харківська, Херсонська та Чернігівська (табл.3.1.).

Повністю зруйновані об'єкти соціальної інфраструктури зафіксовано в Луганській, Донецькій, Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Миколаївській, Сумській, Харківській, Херсонській, Чернігівській областях та у місті Києві.

*Таблиця 3.1.*

Оцінка прямих втрат у сфері соціального захисту (станом на листопад 2024 р)

Види закладів	Первісна кількість, од.	Зруйновано/пошкоджено, од.	Оцінка втрат, млрд \$
Дитячі будинки	н.д.	6	0,003
Інтернати	н.д.	31	0,055
Заклади для людей похилого віку	н.д.	14	0,009
Соціальні центри	н.д.	48	0,044
Заклади для бездомних	н.д.	1	0,000
Санаторії	н.д.	46	0,079
Дитячі табори	н.д.	14	0,016
Усього	н.д.	160	0,207

*\*Джерело: Міністерство розвитку громад, Мінсоцполітики, розрахунки KSE.*

Прямі матеріальні збитки, завдані інфраструктурі сфер культури, релігії та туризму з початку повномасштабного вторгнення, становлять близько 4 млрд доларів США. Зафіксовано пошкодження або повне знищення щонайменше 3921 об'єкта культурного призначення, 399 релігійних споруд, 343 спортивних установ і 164 туристичних об'єктів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2.

Оцінка прямих втрат культури, спорту та туризму  
(станом на листопад 2024 р)

Види втрат	Первісна кількість, од.	Зруйновано, од	Пошкоджено, од.	Оцінка втрат, \$ млрд
Релігійні установи	н. д.	64	335	0,1
Спортивна культура	16 199	59	284	0,6
Культурна сфера	34 340	541	3 380	3,0
Туристична сфера	н. д.	50	114	0,1
<b>Всього</b>	<b>н. д.</b>	<b>714</b>	<b>4 113</b>	<b>4,0</b>

\*Джерело: Мінрозвитку, Держстат, розрахунки KSE.

Війна стала найглибшим ударом по культурній спадщині України за весь період її незалежності. Культура – це основа національної ідентичності, і кожне зруйноване культурне надбання, будь то музей, історична будівля, архітектурна пам'ятка чи витвір мистецтва, означає втрату частини колективної історичної пам'яті українського народу. Серед найболючіших втрат культурної сфери слід виділити:

- Свято-Успенську Святогірську лавру, об'єкт зі списку всесвітньої спадщини UNESCO;
- Національний музей Григорія Сковороди, який вшановує видатного українського філософа;
- Колекцію скіфського золота, знайдену в 1950-х роках;
- Миколаївський палац культури «Корабельний»;

- Маріупольський драматичний театр;
- Харківський театр опери та балету ім. М. В. Лисенка;
- Музей старожитностей у Чернігові;
- Будинок «Слово» у Харкові, що має виняткову культурну й історичну значущість [28].

Оцінка збитків базується на даних, зібраних із пооб'єктного переліку, складеного за свідченнями очевидців і місцевих адміністрацій. Через обмежений доступ до багатьох постраждалих територій (які залишаються в зоні активних бойових дій), повний перелік пошкоджених об'єктів досі формується і є неповним. Наразі вартість втрат обраховується без урахування культурної чи мистецької цінності цих об'єктів, оскільки дистанційна оцінка нематеріальних активів є вкрай складною. Крім того, в Україні відсутній централізований реєстр об'єктів культурної спадщини, що містив би точну інформацію про музейні фонди, експонати, мистецькі роботи, архітектурні пам'ятки тощо. Через ці обмеження також не проводились підрахунки щодо втрат бібліотечних фондів, музейних колекцій та інших культурних ресурсів.

Значних втрат зазнала транспортна інфраструктура – \$38,5 млрд (табл.3.3.).

Таблиця 3.3.

Втрати транспортної інфраструктури

Види втрат	Одиниці виміру	Первісна кількість	Зруйновано / пошкоджено	Оцінка втрат, \$ млрд
Автомобільні дороги державного значення	км	47 000	9 298	9,9
Автомобільні дороги місцевого значення	км	120 000	9 056	9,6
Комунальні дороги	км	270 000	8 277	8,8
Мости та мостові переходи	од.	11 076	344	2,6
Активи «Укрзалізниці»	-	-	-	4,5
Інфраструктура морських і річкових портів	-	-	-	1,0
Авіаційна галузь	од.	36	20	2,0
Майно поштових операторів	-	-	-	0,01
<b>Усього</b>	-	-	-	<b>38,5</b>

\*Джерело: Мінрозвитку, Держстат, розрахунки KSE.

Транспортна доступність – важливий чинник розвитку туризму, тому дані втрати є досить відчутними

Енергетичний сектор України втратив \$14,6 млрд. Унаслідок атак було повністю зруйновано Каховську та Дніпровську ГЕС, Трипільську та Зміївську ТЕС, пошкоджено або зруйновано значну інших генеруючих потужностей, а також високовольтних підстанцій та об'єктів нафтогазової інфраструктури.

#### *Екологічна ситуація в Україні у 2025 році [29]*

Станом на 2025 рік Україна перебуває в умовах глибокої екологічної кризи, яка є безпосереднім наслідком збройної агресії Російської Федерації. Екологічні збитки досягають безпрецедентного масштабу та мають як коротко-, так і довгостроковий вплив на природне середовище, здоров'я населення та економіку держави.

Мінна небезпека: Україна є найзамінованішою країною у світі – понад 174 тис. км<sup>2</sup> території потенційно забруднено мінами й вибухонебезпечними предметами. Це становить близько 30% площі держави, створюючи масштабну загрозу для життя людей та унеможливаючи повноцінне використання природних ресурсів.

Лісові пожежі: У період 2022–2025 років вогнем охоплено понад 3 мільйони гектарів лісів, що спричинило значну втрату біорізноманіття та масштабні викиди вуглецю, погіршуючи кліматичну ситуацію.

Забруднення водних екосистем: Підрив Каховської ГЕС у 2023 році призвів до виливу понад 14 млрд м<sup>3</sup> води, що спричинило затоплення, екологічні зміщення та поширення токсичних речовин аж до басейну Середземного моря.

Акумуляція військових відходів: Наразі на території України накопичено понад 1,5 млн тон залишків озброєння та техніки, які становлять серйозну загрозу для довкілля та потребують термінової утилізації.

Масова загибель фауни: Внаслідок екологічних катастроф, зокрема розливу 4 300 тон мазуту в Чорне море, загинули десятки тисяч птахів та

морських ссавців, включаючи дельфінів, що свідчить про глибоку деградацію морських екосистем.

Екологічна міграція: Україна приєднується до глобальної тенденції переміщення населення, викликаного екологічними чинниками. Сотні тисяч громадян вимушені покинути зони екологічної небезпеки.

Промислове забруднення: Україна входить до четвірки країн з найбільшими економічними втратами від забруднення повітря, яке формується переважно підприємствами добувної та переробної промисловості.

Критичний стан Азовського моря: Через військові дії та зруйновану інфраструктуру фільтрації, море зазнало масштабного техногенного навантаження. Відсутність доступу до моніторингових об'єктів унеможливорює точну оцінку екологічного стану, однак наявні дані свідчать про високу ймовірність екологічної катастрофи.

Знищення природно-заповідного фонду: Унаслідок бойових дій постраждало понад 20% територій природоохоронного призначення. Зокрема, значних втрат зазнали національні парки «Кремінські ліси», «Святі гори», «Білобережжя Святослава» та Чорнобильський біосферний заповідник. У результаті тимчасової окупації території Херсонської області, значних втрат зазнав один із найвідоміших природоохоронних об'єктів України – біосферний заповідник «Асканія-Нова», який входить до переліку ЮНЕСКО як біосферний резерват. Окупаційні дії супроводжуються системним порушенням екологічного режиму, втручанням у природні процеси та загрозою для унікального біорізноманіття степових екосистем.

Фіксуються випадки розкрадання ресурсів заповідника, нехтування природоохоронним статусом території та відсутність фахового управління, що може призвести до непоправних змін у флорі та фауні регіону. Порушення природного балансу на таких територіях має довгостроковий негативний вплив як на місцеву екосистему, так і на глобальні екологічні процеси, оскільки

«Асканія-Нова» є частиною міжнародної мережі охоронюваних територій. Загальна площа пошкоджених об'єктів становить понад 900 тис. га [29].

Ці факти свідчать про надзвичайну важливість системного підходу до захисту довкілля, що включає відновлення зруйнованих екосистем, розвиток екологічного моніторингу, мінімізацію антропогенного впливу та впровадження сталої екологічної політики. Збереження навколишнього середовища – не лише моральний обов'язок, а й стратегічна інвестиція у безпеку, здоров'я та добробут нації. В умовах війни питання екології постає як питання виживання.

*Таблиця 3.4.*

Пошкоджені об'єкти природно-заповідного фонду України станом на 2025 рік

Назва об'єкта	Тип території	Область	Площа, га	Характер пошкоджень
Асканія-Нова	Біосферний заповідник	Херсонська (окупована)	~33 000	Порушення режиму охорони, загибель тварин, розграбування
Чорнобильський біосферний заповідник	Біосферний заповідник	Київська	~226 000	Пожежі, мінування, знищення фауни
Кремінські ліси	Національний природний парк	Луганська (окупована)	~7 200	Вирубка лісу, артобстріли, пожежі
Святі Гори	Національний природний парк	Донецька (прифронтва)	~40 000	Масштабні пожежі, пошкодження інфраструктури
Білобережжя Святослава	Національний природний парк	Миколаївська	~35 000	Забруднення вод, артилерійські обстріли
Меотида	Регіональний ландшафтний парк	Донецька (окупована)	~130 000	Пошкодження флори, порушення екосистем
Приазовський національний парк	Національний природний парк	Запорізька	~78 000	Військова присутність, забруднення прибережних вод

*Сформовано автором за даними [29]*

#### *Аналіз наявності та кількості закладів розміщення*

З 2013 року в Україні спостерігається стійка тенденція до зменшення кількості колективних засобів розміщення – у середньому на 175 об'єктів щороку. Основними причинами стали анексія Криму, пандемія COVID-19,

повномасштабне вторгнення Росії та тимчасова окупація частин Донецької, Луганської, Херсонської та Запорізької областей.

Найбільші темпи скорочення зафіксовано серед таких категорій, як туристичні бази, табори та кемпінги (-33,5%), пансіонати з лікуванням (-22,5%), оздоровчі заклади (-83,3%), санаторії-профілакторії (-8,5%), бальнеологічні та грязелікарні (-11,1%), бази й пансіонати відпочинку (-24,2%).

Водночас, попри негативний вплив війни, у динаміці зростає кількість готелів (+9,1%), мотелів (+10,7%) та хостелів (+28,7%).

З початку повномасштабної війни щонайменше 12 готелів були зруйновані або серйозно пошкоджені, зокрема: ALFAVITO у Києві, Grand Admiral Resort, «Бабусин Сад», готель «Україна» в Чернігові, Optima Collection у Харкові, SV Park, Grande Pettine в Одесі, Play Hotel by Ribas у Херсоні, Sunrise Park, а також Optima і «Інгул» у Запоріжжі та Миколаєві.

Станом на середину 2024 року в Україні функціонувало 2017 готелів. З них 1,1% – міжнародні, 5,1% – національні мережі, 80,3% – готелі різного формату, 9,6% – мотелі, 3,9% – хостели [27].

Кількість міжнародних готелів поступово зростає. Наприклад, у 2017 році відкрилися Park Inn by Radisson Troitska та Mercure Kyiv Congress, у 2018-му – Aloft/SkyLoft, а у 2022-му – Best Western Plus Market Square Lviv. Очікується, що наступний значний приріст готелів під управлінням міжнародних операторів відбудеться після завершення війни, орієнтовно у 2026 році.

Розвиваються й національні готельні мережі, зокрема Ribas Hotels та Optima Hotels, які активно працюють у таких містах, як Буковель, Східниця, Яремче, Вінниця, Луцьк, Хмельницький, Чернівці тощо.

До 2026 року планується реалізація 45 нових готельно-апартаментних проєктів, що додадуть близько 6670 номерів, а також будівництво 108 готельних котеджних містечок.

На середину 2024 року середній рівень завантаженості номерного фонду становив 34–38%, а в туристично привабливих регіонах, таких як Львівська,

Івано-Франківська та Закарпатська області, перевищував 60–70%, що відповідає рівню провідних туристичних напрямків світу [27].

#### *Адаптація туристичних підприємств*

За результатами опитування серед представників туристичної індустрії, найбільшим бар'єром для стабільної роботи названо економічну нестабільність – на неї вказали 71% учасників. Серед інших проблем – небезпека та зруйнована інфраструктура, які ускладнюють логістику та обслуговування гостей.

За даними ІА «Район ін юа», до складнощів додається енергетична криза – витрати на опалення, освітлення і водопостачання зросли, змушуючи підвищувати ціни на послуги. Це робить відпочинок менш доступним для багатьох українців. Держава працює над програмами підтримки, але їх поки недостатньо. Перебої з електроенергією – ще одна серйозна проблема. Не всі об'єкти мають генератори, а витрати на альтернативні джерела енергії ростуть. Водночас, у регіонах на зразок Карпат популярності набирають екоготелі, які використовують відновлювані джерела енергії.

У відносно вцілілих регіонах, таких як Карпати, ситуація з туризмом складна: відчутна нестача персоналу; не всі українці, особливо з центральної та східної частини країни, можуть дозволити собі відпочинок у горах, особливо в сезон, коли ціни зростають удвічі.

Морські курорти також зазнали втрат: більшість об'єктів на узбережжі Чорного моря в Одеській, Миколаївській та Херсонській областях зруйновані або серйозно пошкоджені. Щодо Азовського узбережжя, то його майбутнє залежить від деокупації. Після цього потрібно буде провести ґрунтовну оцінку безпекових та екологічних ризиків. Попри все, відновлення вже триває: підприємці почали реконструкцію там, де це можливо. Приклад – Одеса, яка у 2024 році провела активний літній сезон, демонструючи, що навіть у складних умовах туризм може функціонувати.

У середині 2024 року провідні галузеві об'єднання – Асоціація в'їзних туроператорів, Українська асоціація готелів і курортів (UHRA), Всеукраїнська

асоціація гідів та Українська ресторанна асоціація об'єднали зусилля, аби проаналізувати, як туристичний сектор України адаптується до умов війни. У дослідженні взяли участь 268 компаній з 23 регіонів України та Києва. Серед респондентів – представники готельного бізнесу, хостелів, пансіонатів, туроператорів, ресторанів та інших суміжних галузей. За результатами дослідження, проведеного у 2024 році, лише 13% підприємств туристичної сфери змогли збільшити обсяги своїх послуг порівняно з довоєнним періодом (рис.3.1.).

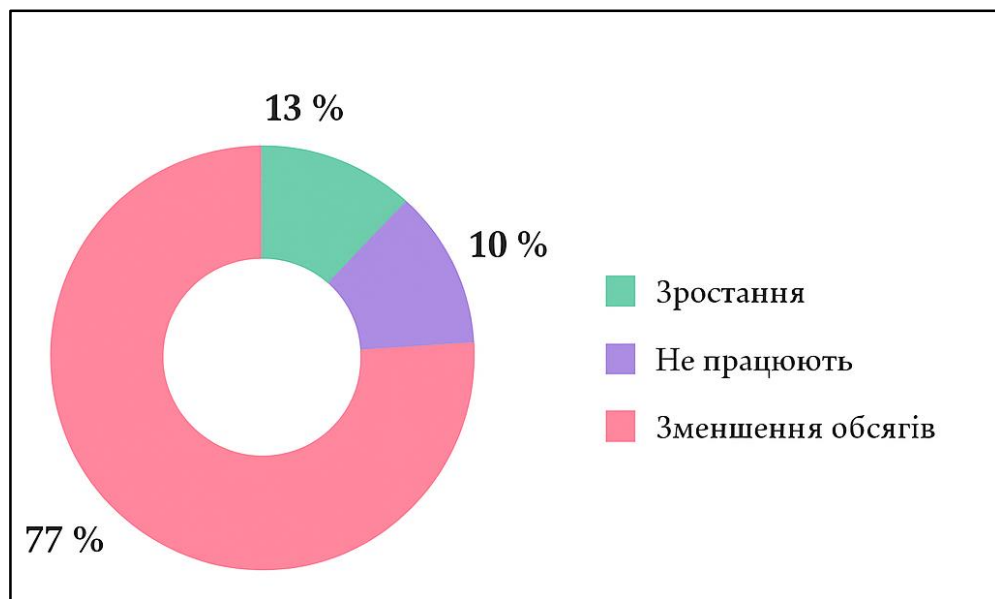


Рис.3.1. Зміни обсягів наданих послуг туристичними підприємствами України у 2024 році, у % [30]

10% компаній повністю припинили діяльність, а переважна більшість – 77% – зазнали суттєвого скорочення обсягів надання послуг. Ці дані свідчать про складну ситуацію у сфері туризму, викликану наслідками повномасштабної війни. Близько 50% респондентів повідомили про відсутність будь-яких фінансових резервів, що ставить під загрозу їхню подальшу роботу.

Ці дані свідчать про критичний стан сфери туризму в умовах війни, яка залишається надзвичайно вразливою до економічних, безпекових і ресурсних викликів.

Водночас, у відносно стабільних районах уже розпочато процес відбудови. Показовим є приклад Одеси, яка влітку 2024 року змогла провести доволі

активний туристичний сезон, демонструючи життєздатність галузі навіть в умовах війни [28].

### **3.2. Відновлення туризму в Україні: вектори розвитку та нові можливості**

Війна в Україні спричинила суттєві трансформації у туристичній сфері. Туризм, як соціально-економічне явище, змушений адаптуватися до нових реалій: безпекових загроз, зменшення мобільності населення, руйнування інфраструктури та зміни туристичних пріоритетів. Водночас криза стала поштовхом до переосмислення підходів до внутрішнього туризму, створення нових, безпечних маршрутів та активізації волонтерського, військово-патріотичного й соціального туризму.

Організатори турів акцентують увагу на безпечності маршрутів, співпрацюють з місцевою владою, військовими адміністраціями та ДСНС, розробляючи моделі подорожей у регіонах, віддалених від зони бойових дій. Активно зростає популярність мікротуризму: короткотривалі подорожі у межах однієї області, культурні екскурсії до музеїв, відновлених пам'яток та місць героїчного спротиву.

У зв'язку із суттєвим обмеженням міжнародних поїздок внутрішній туризм набуває нового значення. Українці почали більше цікавитися культурною спадщиною, природними ресурсами, історичними місцями в межах власної країни. Це створює підґрунтя для розвитку локальних туристичних кластерів, підтримки малого та середнього бізнесу (садиб зеленого туризму, гідів, перевізників, ремісників).

Новим, неоднозначним, але впливовим напрямом став воєнний туризм. Все більше іноземців приїжджають в Україну, щоб на власні очі побачити наслідки війни – відвідати Київ, Львів, Бучу, Ірпінь, Харків, Бородянку. Частина з них обирає спеціальні тури, які коштують від 150 до 250 євро.

Це не лише прояв цікавості, а й жест підтримки та солідарності. Часто частина коштів з таких подорожей спрямовується на допомогу ЗСУ чи постраждалим.

Однак тема воєнного туризму викликає суперечки. Одні вбачають у ньому експлуатацію трагедії, інші – ефективний інформаційний і фінансовий інструмент підтримки. Зокрема, депутатка Ірпеня Михайлина Скорик-Шкарівська зазначає, що такий туризм може стати важливим каналом міжнародної підтримки України.

За інформацією швейцарського видання *Sarganserländer*, наразі близько десятка українських туроператорів організовують такі поїздки. Екскурсії зазвичай охоплюють Київ і його околиці, а їхня вартість коливається в межах 150–250 євро. Частина прибутку, переказують на потреби ЗСУ. Головна мета таких турів – не прибуток, а збереження пам'яті про події війни та інформування відвідувачів.

У Київській, Миколаївській та Херсонській областях формуються ініціативи, спрямовані на залучення іноземних туристів не лише з пізнавальною метою, а й задля участі у волонтерських місіях, допомозі в регіональному відновленні та поширенні правди про наслідки російської агресії.

Окремо варто відзначити ініціативу *Visit Ukraine* та її партнерів, які започаткували проєкт «донат-турів» – подорожей для іноземців до деокупованих і прифронтових регіонів південної України. Цей формат дозволяє поєднати подорож з волонтерством і зробити свій внесок у перемогу України .

Донат-тури – це не просто подорожі, а справжні місії солідарності з постраждалими регіонами. Наприклад, тур до міста-героя Миколаєва дає змогу іноземним гостям на власні очі побачити масштаб руйнувань і випробувань, які випали на долю місцевого населення. Кожен учасник має шанс долучитись до волонтерської діяльності, надати реальну допомогу та зробити особистий внесок у процес відновлення України. У програму туру входить: трансфер за маршрутом

на позашляховику, супровід досвідченого гіда (українською або англійською мовою), а також детальний інструктаж з техніки безпеки [31].

Однак деякі турфірми заходять значно далі, доставляючи клієнтів майже безпосередньо до зони бойових дій. З метою професіоналізації цього напрямку колишня очільниця ДАРТ Мар'яна Олесків ініціювала запуск проекту «Школа для гідів. Маршрути пам'яті війни», щоб забезпечити якісний, етичний і достовірний супровід таких екскурсій. Адже саме ці відвідувачі стають голосами України у світі.

Попри значне скорочення туристичних потоків з початку повномасштабного вторгнення, індустрія готується до відновлення в мирний період. Українські компанії вже починають співпрацю з такими платформами, як Airbnb і TripAdvisor. Зокрема, Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) уклало меморандум з Airbnb щодо підтримки післявоєнної відбудови. Як зазначила голова ДАРТ Мар'яна Олесків, ця компанія була солідарною з Україною від початку повномасштабної війни.

Очікується, що з відновленням безпеки й відновленням авіасполучення Україна перетвориться на один із ключових туристичних напрямків Європи – особливо для громадян країн, які активно підтримували її в боротьбі за свободу.

Україна має потужний потенціал для відновлення туристичної галузі – від залучення іноземних інвестицій до просування культурного іміджу держави на міжнародному рівні. Уже сьогодні численні країни, міжнародні організації та окремі бізнеси беруть участь у відбудові зруйнованих інфраструктур і деокупованих територій. Зокрема, прикладами таких осередків стали Буча, Ірпінь та Миколаїв.

Унікальність української культури, а також стійкість і незламність народу викликали ширший інтерес у міжнародній спільноті. Якщо сьогодні іноземці переважно спостерігають за подіями дистанційно, то в мирний час багато хто захоче побачити Україну особисто, відвідати місця, що стали символами боротьби, і підтримати країну вже на етапі відбудови.

Безумовно, кожен туристичний напрямок потребує ретельного планування, державної підтримки та безпекових гарантій. Туризм – галузь, надзвичайно чутлива до зовнішніх загроз, і саме безпека є ключовою умовою її сталого розвитку. Втім, Україна вже має усі необхідні передумови та ресурси для потужного відновлення туризму у повоєнний період.

У поствоєнний період туризм може відігравати суттєву роль у соціально-економічному відновленні. Відбудова туристичної інфраструктури створить нові робочі місця, активізує суміжні сектори – транспорт, громадське харчування, культуру – та сприятиме залученню інвестицій.

Міжнародна увага до України як держави, що витримала повномасштабну війну, відкриває перспективи для розвитку пам'ятко-туризму, воєнно-історичних маршрутів і волонтерського туризму, коли іноземці приїздять допомагати у відбудові, паралельно знайомлячись із країною.

Ключовим завданням стане створення позитивного іміджу України як безпечної, цікавої та сучасної туристичної дестинації. Важливу роль у цьому процесі відіграватимуть міжнародна співпраця, рекламні кампанії, цифрові інструменти просування маршрутів, а також підтримка держави – зокрема, через дерегуляцію туристичної сфери.

Входячи із світових трендів, можемо виділити такі інноваційні формати туризму післявоєнного етапу відкриває нові можливості для розвитку таких сучасних напрямів туризму:

- ✓ цифровий туризм: віртуальні подорожі, AR/VR-проекти, цифрові музеї історичних подій.
- ✓ соціально-відповідальний туризм: поїздки, спрямовані на підтримку громад, що постраждали від війни.
- ✓ екотуризм: сталий розвиток туристичних маршрутів у Карпатах, Поділлі та Поліссі.

✓ культурно-реконструктивний туризм: участь у волонтерських таборах із відновлення культурної спадщини – церков, музеїв, історичних споруд.

12–13 травня 2025 року в Празі пройшов World Tourism Forum – провідна світова платформа для обговорення ключових викликів і можливостей у сфері туризму. Україна залишалася в центрі уваги Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), яка продовжує надавати їй всебічну підтримку [32].

Під час урочистого відкриття форуму Генеральний секретар UN Tourism Зураб Пололікашвілі у своєму зверненні висловив щире солідарність з Україною. Він зазначив, що після укладення мирної угоди планує здійснити перший туристичний візит до України разом із міністрами туризму різних країн. Такий крок стане символом міжнародної підтримки та підтвердженням відкритості України до відновлення і розвитку туристичного сектора, а також посилить її позитивний імідж на глобальній арені. UN Tourism підтвердила готовність надати експертну допомогу для відновлення туристичної індустрії як чинника економічного розвитку та сталості українських громад. Під час зустрічі обговорили конкретні напрями майбутньої співпраці й узгодили механізми залучення міжнародної експертизи. Було визначено ключові пріоритети [33]:

- розвиток систем збору та аналізу туристичної статистики;
- адаптація туристичного законодавства до стандартів ЄС;
- залучення міжнародних фахівців до стратегічного планування галузі;
- підтримка місцевих організацій управління дестинаціями (DMO);
- просування безбар'єрного, сталого та інклюзивного туризму;
- створення сприятливого середовища для інвестицій;
- підготовка до відкриття кордонів і відновлення міжнародного туризму.

Особливу увагу було приділено питанням меморіалізації та розвитку національного туристичного проєкту «Єдиний маршрут місцями пам'яті», що реалізується в межах десятого пункту внутрішнього плану стійкості,

ініційованого Президентом України Володимиром Зеленським. UN Tourism висловила готовність підтримати цей напрям, зокрема із залученням професорки Кордули Вольмутгер – міжнародної експертки з туризму та постконфліктного відновлення, авторки International Handbook on Tourism and Peace.

Повномасштабна війна в Україні зумовила необхідність докорінної перебудови всієї системи внутрішнього туризму. Очікується, що після завершення бойових дій з'являться нові привабливі туристичні напрямки. Уже зараз важливо формувати відповідні туристичні маршрути, щоб українці могли усвідомити події, які сталися, і передавати пам'ять про боротьбу та перемогу майбутнім поколінням.

За ініціативи Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) планується створення «маршрутів пам'яті», в межах яких частина зруйнованих окупантами об'єктів буде збережена як свідчення воєнних злочинів РФ. Міська влада також сприятиме відновленню інфраструктури таким чином, щоб деякі об'єкти залишити у первісному стані як пам'ять про війну.

Важливим інформаційним проєктом став український ресурс 360war.in.ua, який презентує панорамні 3D-зображення деокупованих міст Київщини – Бучі, Ірпеня, Гостомеля, Бородянки, Макарова та Горенки. Ці населені пункти зазнали масованих бомбардувань і жорстокості під час окупації. Проєкт дозволяє побачити масштаби руйнувань і зруйновані пам'ятки, що стали символами спротиву. Серед останніх доданих матеріалів – знімки залишків літака «Мрія», знищеного внаслідок авіаудару по аеродрому в Гостомелі, а також кадри спроб висадки десанту РФ. Ведеться робота над включенням до проєкту й інших міст, зокрема Чернігова – одного з культурних центрів півночі України, що зазнав масштабних руйнувань.

Україна тривалий час не була членом Європейської туристичної комісії (ЕТС), але останніми місяцями ДАРТ активно працює над інтеграцією українського туристичного сектору до європейської спільноти. Внаслідок цих зусиль ЕТС запросила Україну до членства на три роки на безоплатній основі.

Рішення підтримали всі представники національних туристичних органів Європи, продемонструвавши повну солідарність з Україною.

Це членство дозволить Україні використовувати ресурси організації, залучати інвестиції та фінансування для розвитку й відбудови туристичної інфраструктури. Також планується створення спеціального Фонду допомоги, спрямованого на відновлення рекреаційних об'єктів і популяризацію України як важливого туристичного напрямку в Європі.

Водночас війна – це не тільки стагнуючий фактор, але й специфічний інструмент, який відкриває чимало можливостей. І вже сьогодні можна спостерігати певні зміни, адже в Україні значно збільшилась кількість туристів, які приїхали навіть під час війни, щоб на власні очі побачити унікальність української культури та землі.

Крім того, якщо раніше іноземці їхали переважно в Київ, сьогодні значна частина з них подорожують й іншими регіонами України.

Сервісний портал для туристів Visit Ukraine, які подорожують Україною і за її межі [31].

Для безпечної та комфортної подорожі по Україні:

Visit Ukraine Insurance – безпечна подорож Україною (страхування з покриттям військових ризиків);

Visit Ukraine Legal advice – комплексний юридичний супровід з питань в'їзду в Україну;

Visit Ukraine Tickets – квитки на автобуси та потяги до/з України;

Visit Ukraine Tours – найбільша онлайн-база з турів Україною на будь-який смак;

Visit Ukraine Hotels – готелі для комфортного перебування в Україні;

Visit Ukraine Merch – патріотичний одяг та аксесуари з доставкою по всьому світу.

### 3.3. Стратегічні напрями та пропозиції щодо розвитку туризму в Україні

Війна в Україні та загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, розробки пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Для досягнення раціонального та ефективного використання туристичних, природних, лікувальних і рекреаційних ресурсів України необхідно формувати цілісний туристично-рекреаційний простір. Це передбачає створення і стабільне функціонування спеціальних зон розвитку туризму та курортної діяльності, а також розробку, впровадження та просування на ринку конкурентоспроможного національного туристичного продукту.

Подолання системних проблем у сфері туризму та курортів можливе лише за умови реалізації стратегічно спрямованої державної політики. Така політика має визначити туризм як один із ключових національних пріоритетів, забезпечити впровадження економіко-правових та інвестиційних інструментів для підтримки туристичного бізнесу й розвитку інфраструктури, а також організувати дієві інформаційно-маркетингові заходи для формування позитивного туристичного іміджу України.

Сталий розвиток галузі туризму та курортів можливий за таких умов як:

- ✓ посилення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики, зокрема через механізми державно-приватного партнерства;
- ✓ стимулювання наукових досліджень та розвитку людського капіталу;
- ✓ концентрації ресурсів на пріоритетних напрямках галузевого розвитку;

- ✓ створення загальнонаціональної інформаційної системи у сфері туризму та її інтеграції у світові інформаційні мережі;
- ✓ вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює туристичну та курортну діяльність;
- ✓ активного сприяння міжрегіональній та міжнародній співпраці;
- ✓ формування сприятливого бізнес-клімату і підтримки чесної конкуренції;
- ✓ запровадження інституту саморегулювання в галузі (зокрема створення національної туристичної організації);
- ✓ гармонізації національних стандартів з міжнародними вимогами;
- ✓ популяризації України як туристичної дестинації та просування її туристичних продуктів на глобальному ринку;
- ✓ підтримки розвитку туристичних територій.

Подолання негативних явищ у галузі та створення сприятливого середовища для її розвитку мають стати основою для прискорення економічного та соціального розвитку держави.

Таким чином, збалансована та стратегічно спрямована державна політика в галузі туризму є важливою складовою сталого економічного зростання України та формування її позитивного міжнародного іміджу.

Запропонована стратегія розвитку туризму окреслює ключові напрями державної політики, зокрема:

- забезпечення безпеки туристів;
- удосконалення нормативно-правової бази;
- модернізація туристичної інфраструктури;
- розвиток кадрового потенціалу галузі;
- реалізація ефективної маркетингової політики у сфері туризму та курортів.

Крім цього, розроблення туристичної стратегії є однією з вимог, передбачених Угодою про асоціацію з ЄС. На сьогодні триває активна робота

над її реалізацією: формуються конкретні заходи, налагоджується співпраця з представниками бізнесу, ведеться оновлення законодавчого поля.

Втім, воєнні дії зумовлюють зміни не тільки в сьогоденні для післявоєнного розвитку туризму в Україні потрібна чітка стратегія.

*Мета стратегії:* Формування конкурентоспроможної, безпечної та сталого туристичної галузі, яка сприятиме відновленню економіки, покращенню міжнародного іміджу України та збереженню національної культурної спадщини.

*Основні стратегічні цілі:*

- ✓ Інфраструктурне відновлення та модернізація;
- ✓ Реконструкція туристичних об'єктів у деокупованих та постраждалих регіонах;
- ✓ Розвиток транспортної, енергетичної та цифрової інфраструктури.
- ✓ Впровадження енергоефективних та екологічних стандартів;
- ✓ Зміцнення безпеки та довіри туристів;
- ✓ Сертифікація безпечних туристичних маршрутів;
- ✓ Встановлення систем раннього попередження, укриттів, зв'язку;
- ✓ Формування кризових комунікацій та психологічної підтримки туристів;
- ✓ Позиціонування України як унікального туристичного бренду;
- ✓ Створення цілісної національної маркетингової кампанії;
- ✓ Акцент на унікальності культурної спадщини, гастрономії, природних ресурсів;
- ✓ Розвиток брендів «Туризм пам'яті», «Місце сили», «Туризм спротиву» ;
- ✓ Підтримка малого та середнього бізнесу;
- ✓ Державні гранти й пільгове кредитування для туристичних підприємств;
- ✓ Податкові стимули для інвесторів;

- ✓ Підтримка сімейного бізнесу, екоініціатив і креативних проєктів;
- ✓ Розвиток людського капіталу;
- ✓ Програми перепідготовки та підвищення кваліфікації для працівників галузі;
- ✓ Створення професійних стандартів для гідів, волонтерів, туроператорів;
- ✓ Психологічна реабілітація працівників сфери;
- ✓ Інтеграція до міжнародної туристичної спільноти;
- ✓ Активна участь у програмах Європейської туристичної комісії (ETC) та Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) ;
- ✓ Розширення міжнародних партнерств;
- ✓ Залучення іноземних інвестицій та обмін досвідом.

Пріоритетні напрями туризму будуть такими: культурно-пізнавальний туризм (міста, етнографічна спадщина, музеї, театри); волонтерський і мілітарі-туризм (донат-тури, маршрути пам'яті); оздоровчий та рекреаційний туризм (Карпатський регіон, термальні джерела, узбережжя); екотуризм і агротуризм, а також релігійний, фестивальний, гастрономічний тощо (рис.3.2).

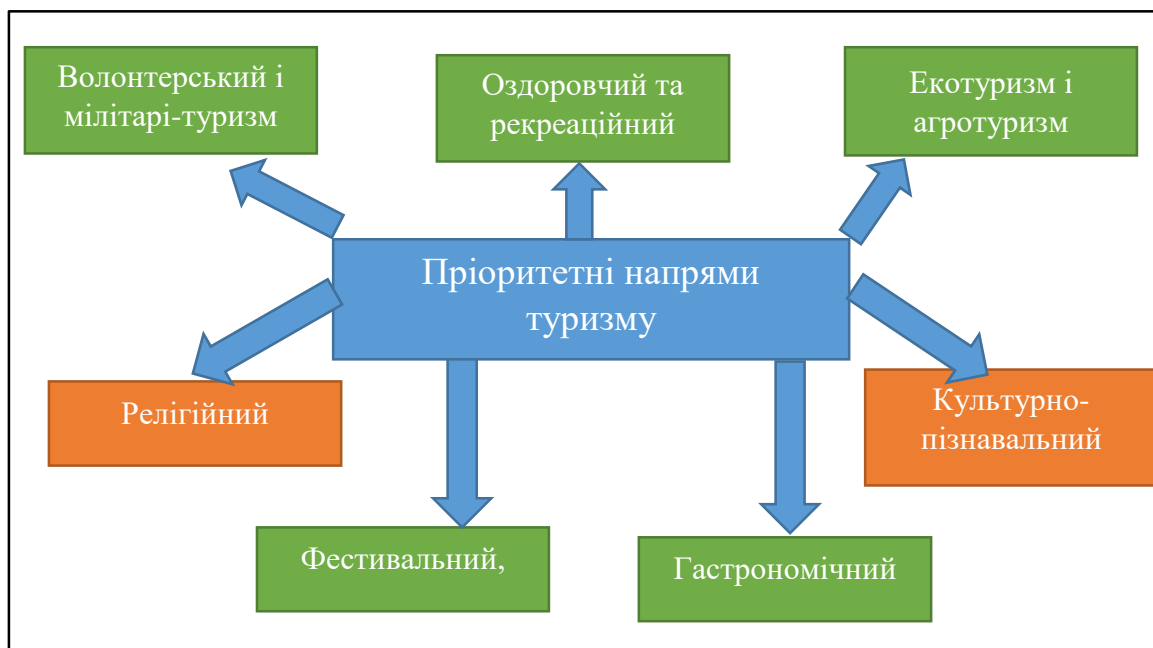


Рис.3.2. Пріоритетні напрями туризму

### *Очікувані результати до 2030 року*

- Відновлення туристичного потоку до довоєнного рівня (20+ млн внутрішніх і зовнішніх туристів)
- Створення понад 500 тис. нових робочих місць у галузі
- Щорічне зростання доходів від туризму на рівні 8–10%
- Формування позитивного міжнародного іміджу України як країни відродження, стійкості та культури.

У контексті повномасштабної війни в Україні критичної актуальності набули питання інклюзивного туризму та реабілітаційної рекреації. Тисячі українців, зокрема військовослужбовці, поранені, особи з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи та постраждалі від бойових дій, потребують не лише медичної, а й психоемоційної підтримки, відновлення фізичних сил та соціалізації.

Інклюзивний туризм – це не лише доступність локацій для осіб з обмеженими можливостями, а цілий комплекс послуг і підходів, які забезпечують рівний доступ до подорожей, відпочинку та культурного досвіду для всіх громадян, незалежно від їхніх можливостей. Такий підхід є частиною сучасної гуманітарної стратегії відновлення, що відповідає принципам прав людини та соціальної справедливості.

Реабілітаційна рекреація – це спеціально розроблені програми відпочинку та оздоровлення, які включають фізіотерапію, психологічну підтримку, екотерапію (відновлення через контакт із природою), арт-терапію тощо. Особливу роль тут відіграють: природно-оздоровчі курорти (Карпати, Закарпаття, Поділля), сучасні реабілітаційні центри при готельних комплексах; санаторно-курортні установи, адаптовані під потреби ветеранів. Розвиток таких форм туризму вживий з двох точок зору:

соціальної – сприяє відновленню психофізичного стану ветеранів та постраждалих;

економічної – стимулює розвиток рекреаційної інфраструктури, створює нові робочі місця, формує інвестиційну привабливість.

Для реалізації потенціалу інклюзивного туризму в Україні доцільно:

- адаптувати інфраструктуру туристичних об'єктів до потреб маломобільних груп населення;
- підготувати фахівців з інклюзивного туризму;
- підтримати створення спеціалізованих турів для ветеранів і постраждалих;
- залучити міжнародні гранти та інвесторів для розвитку реабілітаційних курортів;
- включити інклюзивний туризм до стратегічних документів з відновлення держави.

У післявоєнний період туристичні агентства, що працюють у сфері внутрішнього туризму, мають враховувати як зміну потреб споживача, так і трансформацію ринку. На основі аналізу сучасних викликів та можливостей сформульовано такі рекомендації:

Необхідно диверсифікувати туристичні продукти. Доцільно розробити нові маршрути в безпечних регіонах (Карпати, Поділля, Закарпаття), у тому числі – оздоровчі, еко- та волонтерські тури. Варто адаптувати тури під потреби ветеранів, переселенців, сімей з дітьми.

Необхідно сфокусуватись на безпеці клієнтів: туристичні підприємства повинні співпрацювати з надійними готелями, які мають укриття, стабільне енергозабезпечення та зв'язок. Обов'язковою є попередня інструкція з безпеки для туристів.

Організувати програми перепідготовки менеджерів, гідів, впровадження стандартів обслуговування, а також психологічна підтримка працівників галузі.

Агентства, які зосереджені на в'їзному туризмі, повинні адаптувати свою діяльність до нових реалій, враховуючи безпекову ситуацію, зміну купівельної спроможності та очікувань клієнтів. Пріоритет необхідно надавати безпечним

напрямок. Доцільно зосередитися на країнах-партнерах України (Польща, Туреччина, Хорватія, Іспанія), які мають стабільну ситуацію та підтримують українців на державному рівні.

Актуалізація турпродукту: Варто розробити короткотермінові тури, тури для реабілітації, освітні або паломницькі маршрути. Популярними залишаються індивідуальні й сімейні тури з комфортним сервісом.

Важливим моментом є підвищення клієнтоорієнтованості. З цією метою необхідно забезпечити повний супровід клієнта – від візової підтримки до медичного страхування. Комунікація має бути прозорою, з акцентом на турботу.

Туристичні підприємства повинні використовувати сучасні засоби комунікації – сайт, мобільний додаток, автоматизовану CRM-систему. Соціальні мережі повинні стати ключовим каналом залучення нових клієнтів.

Доцільно укладати прямі угоди з міжнародними туроператорами, розвивати співпрацю з авіакомпаніями та готельними мережами, брати участь у виставках і форумах.

*Рекомендації вдосконалення діяльності туристичної агенції «Love To travel»*

Враховуючи реалії сьогодення, даній туристичній агенції варто поглибити співпрацю з туристичним оператором Аккорд-тур для збільшення пропозиції турів по Європі.

Крім цього необхідно активізувати свою діяльність з в'їзного туризму, як перспективного напрямку. Для цього слід налагодити активну співпрацю з туристичним оператором «Відвідай з одного боку, і з партнерами з-за кордону – з іншого. Зокрема, цікавою буде співпраця з польськими колегами, активно просуваючи тури Львовом, Тернополем та областями.

Для активного позиціювання на ринку туристичних послуг і залучення клієнтів варто створити сайт агенції. У соцмережах варто більше уваги приділити комунікації з клієнтами та активно демонструвати їхні відгуки та відеозвіти.

З метою кращої обізнаності у запитатах потенційних туристів від часу необхідно проводити опитування. Для цього можна створити коротку онлайн-анкету з такими запитаннями (додаток А).

Активним засобом маркетингу є використання ефектів, що базуються на психології сприйняття та прийняття рішень під впливом когнітивних упереджень. Для цього, інформуючи споживачів про певні туристичні продукти, пропонуємо використовувати певні перевірені фрази, які заохочують придбати ту:

### **1. «Тільки 5 місць залишилось!»**

*Когнітивний ефект:* Ефект дефіциту (scarcity effect) Коли щось обмежене – його цінність в очах людини зростає.

**Пропозиція:** ☹ Поспішайте! Лише 5 місць залишилось на унікальний тур «Таємниці Карпатських полонин» з гідом-етнологом!

Відчуйте дух гір, побачте древні обряди і скуштуйте справжню бринзу прямо з рук пастуха.

### **2. «Більше 500 туристів вже обрали цей маршрут»**

*Когнітивний ефект:* Соціальне підтвердження (social proof) Люди схильні довіряти вибору більшості.

**Пропозиція:** 🔥 Найпопулярніший гастротур до Львова – «Смак Середньовіччя»

500+ мандрівників рекомендують: середньовічні таверни, дегустації наливки, жива музика і майстер-класи.

### **3. «Лише сьогодні -20% на авторський тур у Стамбул!»**

*Когнітивний ефект:* Ефект терміновості (urgency) + ефект якоря (anchoring) Порівняння з вищою ціною створює ілюзію вигоди, а обмеження в часі стимулює до швидкого рішення.

**Пропозиція:** Звичайна ціна – 600\$, але лише сьогодні Ви можете придбати подорож за 480\$. Відвідайте мечеті, ринки та таємні дворики з особистим гідом і досвідом унікального Сходу.

#### **4. «Подаруй батькам тур – вони це заслужили»**

**Когнітивний ефект:** *Фреймінг (framing effect)* *Подача через цінності сім'ї, турботи й вдячності — викликає емоційний відгук.*

**Пропозиція:** Тур «Ніжність Буковини» – ідеальний подарунок для Ваших батьків. Прогулянки човнами, СПА, винні погребі і жива музика під зорями.

#### **5. «Найбільше сподобалось... – Відгуки наших туристів»**

**Когнітивний ефект:** Ефект свідчення (testimonial bias) Люди схильні вірити щирим емоційним свідченням інших користувачів більше, ніж формальній рекламі.

**Пропозиція:** «Це був найатмосферніший тур у моєму житті. Їжа – окрема поезія!» – Оксана, Київ. Читайте більше відгуків і забронюйте свій «ГастроМаршрут Закарпаттям» вже зараз!

#### **6. «Це спеціально для Вас – оберіть власний стиль мандрівки»**

**Когнітивний ефект:** Ефект особистої значущості (personalization effect) Коли пропозиція виглядає персоналізованою, її цінність у сприйнятті зростає.

**Пропозиція:** Пройдіть коротке опитування – і отримайте персоналізовану туристичну пропозицію згідно Ваших вподобань. Ваш стиль – наша ідея мандрівки.

Отже, працювати в туризмі сьогодні – це не просто адаптуватись, а формувати нову етику подорожей, що поєднує безпеку, гідність, підтримку й натхнення. А після перемоги – бути готовими до великого повернення України на світову туристичну карту.

## ВИСНОВКИ

Аналізуючи результати проведених досліджень, можна зробити такі висновки: туристична галузь України переживає одне з найскладніших випробувань за всю історію незалежності.

Повномасштабна війна змінила запити туристів, географію подорожей та саму суть подорожування.

Сьогодні туризм – це не лише про відпочинок, а й про відновлення, підтримку економіки, психологічне зцілення та збереження ідентичності.

У процесі дослідження було встановлено, що попри надзвичайно складні умови, спричинені повномасштабним вторгненням російської федерації, туристична галузь не лише збереглась, але й демонструє ознаки адаптації та трансформації.

Туризм в умовах війни зазнав значного скорочення, особливо в перші місяці повномасштабного вторгнення. Однак із часом попит почав частково відновлюватися, переважно серед жінок, дітей та людей похилого віку, які виїжджали за кордон як туристи, тимчасові переселенці або з метою оздоровлення та реабілітації.

Основними напрямками виїзного туризму стали сусідні європейські країни, зокрема Польща, Угорщина, Словаччина, Румунія та Молдова. Згодом популярності набули також Болгарія, Туреччина, Єгипет, Італія та Німеччина, які забезпечували відносну доступність, гуманітарну підтримку та спрощені умови в'їзду для громадян України.

Виїзний туризм набув нових функцій – значна частина подорожей відбувалася не лише з метою відпочинку, а й у зв'язку з евакуацією, лікуванням, участю в освітніх програмах, пошуком роботи або тимчасового прихистку. Це розмило межі між класичним туризмом та вимушеною міграцією.

Туроператори адаптували пропозиції до нових потреб клієнтів. На ринку з'явилися спеціальні тури для біженців, матері й дитини, реабілітаційні поїздки, а також програми групових поїздок із гуманітарною метою.

Війна суттєво змінила туристичну карту України. Традиційні туристичні регіони, зокрема південь та схід країни, опинилися в зоні активних бойових дій або під тимчасовою окупацією, що зробило їх недоступними для відвідування. Натомість західні області України (Закарпаття, Львівщина, Івано-Франківщина) стали новими центрами внутрішнього туризму та місцями тимчасового прихистку для переселенців.

Українці змінили підхід до подорожей, віддаючи перевагу короткотривалим мандрівкам у межах країни, екотуризму, історичному, патріотичному та волонтерському туризму. Зросла популярність маловідомих, але безпечних маршрутів, а також сільського туризму. Українці все більше відкривають для себе внутрішні напрямки – від Карпат до Поділля, від історичних міст до природних заповідників. Туристичні маршрути мають враховувати ситуацію з безпекою, наявність укриттів та сповіщень.

Безпека – ключовий критерій. Туроператори все частіше пропонують маршрути до умовно безпечних регіонів: Карпати, Буковина, Поділля, Закарпаття. Важливо постійно моніторити воєнну ситуацію й комунікувати це з клієнтами прозоро.

Поїздки стають способом знайти сили, відчувати національну єдність, підтримати місцевий бізнес.

Рекламні кампанії повинні бути тактовними, чесними та уважними до емоційного стану аудиторії.

При цьому зберігається попит на класичний відпочинок – зокрема у Туреччині, Єгипті та країнах Балкан.

Виїзний туризм має не тільки психологічне, а й економічне значення. Українські туристи залишають валютні надходження за кордоном, що вимагає зваженого підходу до регулювання галузі з боку держави.

Війна спричинила масштабну деструкцію туристичної галузі та природного потенціалу України:

- ✓ пошкоджено або зруйновано тисячі об'єктів: готелі, садиби, бази відпочинку, екскурсійні бюро, інформаційні центри;

- ✓ зруйновано туристичні маршрути: знищено дороги, мости, вокзали, автостанції, паромні переправи;

- ✓ частина територій залишається замінованою, що унеможливило безпечний доступ до туристичних об'єктів та рекреаційних територій;

- ✓ значні втрати природних і рекреаційних ресурсів – знищено чи пошкоджено десятки національних парків, заказників, ландшафтних та ботанічних заповідників;

- ✓ триває знищення лісів через вирубку лісів та пожежі;

- ✓ відбувається забруднення водойм, руйнування прибережних зон та пляжів

- ✓ обстріли і авіаудари завдали непоправної шкоди екосистемам та популяціям тварин і птахів

Відновлення вимагатиме багаторічної роботи: від розмінування і екологічної реабілітації до реконструкції інфраструктури.

Однак уже сьогодні варто закладати основи нового, більш відповідального, безпечного й екологічного туризму, який стане частиною стратегії післявоєнного відродження України.

Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні після війни залежать від ряду факторів: завершення активних бойових дій, стабілізації економіки, відновлення транспортної інфраструктури та перегляду законодавчих обмежень, що стосуються виїзду громадян за кордон.

Втім, можна зробити прогноз такого сценарію розвитку туризму в Україні після перемоги:

- сформується великий попит на емоційні враження. Люди шукатимуть не просто розваг, а глибокого досвіду, що дає надію, гордість і пам'ять;

- відбудеться розвиток меморіального туризму, з'являться маршрути, пов'язані з історією війни, героїзмом, відновленням;
- багато туристів з різних країн світу захочуть побачити країну, яка вистояла. Це шанс представити Україну як сильну, культурну й сучасну;
- інвестиції західних держав сприятимуть реконструкції інфраструктури;
- після відбудови з'являться нові локації, маршрути, формати відпочинку;
- туризм стане елементом національного відновлення. Це буде не лише бізнес, а й інструмент об'єднання, пам'яті й майбутнього.

Основою системного відновлення туризму повинна стати стратегія розвитку туризму.

Без єдиної державної й регіональної стратегії відбудова галузі буде фрагментарною та неефективною.

Стратегія дозволить:

- визначити пріоритетні напрямки (внутрішній, міжнародний, культурний, зелений туризм),
- узгодити дії між державою, громадами, бізнесом та донорами,
- залучити інвестиції та грантову підтримку,
- сформувати новий бренд України на світовій мапі.

Важливою є участь держави в розробці нової стратегії розвитку туризму в умовах війни та післявоєнного відновлення, стимулювання малого і середнього бізнесу у сфері туризму та просування України як безпечної та цікавої туристичної дестинації у майбутньому.

Формування сучасної, гнучкої та ціннісно-орієнтованої стратегії розвитку туризму – це не лише відповідь на виклики війни, а й інвестиція у відродження нації. Туризм має потенціал стати одним із ключових елементів соціально-економічної стабілізації, культурного відновлення та міжнародного іміджу України у післявоєнний період.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

12. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168-180. URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
13. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56-65. URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65)
14. Гаврилюк А. М. Міжнародний досвід розвитку туризму в умовах війни та поствоєнний період. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.). Київ: КНУКІМ, 2022. 294 с. С. 93-95. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gavryljuk7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk7.htm).
15. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітична довідка про надходження туристичного збору за 9 місяців 2024 року. 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
16. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru>
17. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Реалізація державної туристичної політики в контексті регіонального розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 4. С. 51-61. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-9>
18. Каїль О. О., Юхновська Ю. О. Розвиток туристичної галузі в Україні під час воєнного стану. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С. 177-179. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kail.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kail.htm).
19. Миронов Ю. Б., Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*.

Економічні науки. No 71, 2023. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-ekonom/article/view/1333>

20. Моца А. А., Шевчук С. М., Серета Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.

21. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68. URL: <https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.055>.

22. Олесків М. Туризм як драйвер економіки: результати трьох кварталів 2024 року // Facebook / Мар'яна Олесків 2024. URL: <https://www.facebook.com/m.oleskiv>

23. Паньків Н. Конкуентоспроможність України на світовому ринку туристичних послуг: ретроспективний аналіз. *Grail of Science*. 2024. № 36. С. 546–551 DOI URL: <https://doi.org/10.36074/grailof-science.16.02.2024.096>

24. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11-15. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>.

25. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. *Modern Economics*. 2018. No 9. С. 93-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon\\_2018\\_9\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2018_9_14).

26. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. No 68. С. 155-158. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68\\_2022/29.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/29.pdf).

27. Туризм для українців у 2024 році: що змінилося та які напрямки стали найпопулярнішими. УНІАН. – 2024. URL: <https://www.unian.ua/tourism>

28. Якименко-Терещенко Н., Мірко Н., Моца А. Розвиток індустрії туризму у повоєнний період. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 44 (Жовтень). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-117>.
29. But T. Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine March 2024 *Management and Entrepreneurship Trends of Development* 1(27):32-43  
DOI:10.26661/2522-1566/2024-1/27-03
30. Join UP! – Туроператор про туристичні тенденції серед українців у 2024 році [Звіт компанії]. URL: доступу: <https://joinup.ua>
31. Sarganserländer. Ukraine: Ein Ziel für Kriegstouristen? – Schweiz, 2024. URL: <https://www.sarganserlaender.ch>
32. Yermachenko V., Melnychenko, S., Sidak, M., Dupliak, T., Losytka, T. (2024). Sustainable tourism in the post-war reconstruction of territorial communities in Ukraine. *Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy*, 5(1), 34-57. URL: [journal.access-bg.org](http://journal.access-bg.org)
33. Visit Ukraine. (2023). Reviving tourism after the war: what does international experience tell us and what opportunities are there for Ukraine? URL: <https://visitukraine.today/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does->
34. Mihalic T. Tourism drop and recovery after the war. The case of Slovenia. ResearchGate. January 1999 *Turizam* 47(1): 61-66 p.
35. Hall, C. M., & Prayag, G. (2020). Towards a post-conflict tourism recovery framework. *Science Direct*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300840> ScienceDirect
36. Roik, O. (2023). Assessment of the attractiveness of the tourist sphere of Ukraine in the context of adaptation to the conditions of war. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31826/vse20232-61-73.pdf>

37. Sharpley, R., & Stone, P. R. (2021). Post-conflict tourism opportunity spectrum (POCTOS). *Journal of Sustainable Tourism*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2021.1993866>Taylor & Francis Online

38. В Україні зростає кількість готелів та хостелів URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-zrostaе-kilkist-goteliv-ta-khosteliv-vnutrishniy-turizm-e-drayverom-rozvitku-industrii-doslidzhennya-03102024-23985>

39. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на листопад 2024 року. URL: [https://kse.ua/wp-content/uploads/2025/02/KSE\\_Damages\\_Report-November-2024-UA.pdf](https://kse.ua/wp-content/uploads/2025/02/KSE_Damages_Report-November-2024-UA.pdf)

40. Всесвітній день охорони навколишнього середовища: екоцид – вплив на життя та здоров'я кожного. Як вберегтися? URL: <https://letsdoitukraine.org/>

41. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi>

42. Сервісний портал про Україну 24/7 Visit ukraine. Офіційний сайт <https://visitukraine.today/uk/tours/search/suprovid-po-deokupovanix-mistax-1/step-1?interest=all>

43. World Tourism Forum URL: <https://www.unwto.org/events/world-tourism-forum-prague-2025>

44. У ВТО ООН планують створити робочу групу для підтримки туризму і економіки України <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-vto-oon-planuyut-stvoriti-robochu-grupu-dlya-pidtrimki-turizmu-i-ekonomiki-ukrayini>

45.

**Анкета для туристів****1. Ваш вік:**

- до 18
- 18–25
- 26–35
- 36–50
- 51+

**2. Стать:** чол  жін. **3. Якому типу відпочинку Ви надаєте перевагу? (можна обрати кілька)**

- Пляжний
- Лікувально-оздоровчий
- Екскурсійний / культурний
- Активний (спорт, походи)
- Екстремальний
- СПА / релакс
- Гастрономічний
- Екотуризм / природа
- Шопінг
- Релігійний туризм
- Інше: \_\_\_\_\_

**4. Як часто Ви подорожуєте?**

- 1 раз на рік
- 2–3 рази на рік
- Більше 3 разів на рік

- Рідко / Вперше

**5. З ким Ви зазвичай подорожуєте?**

- Самостійно
- З родиною
- З друзями
- У складі організованої групи

**6. Основні напрямки подорожей**

- Україна
- Країни Європи
- Екзотичні країни
- Узбережжя теплих морів
- Гірські території

**13. Чи маєте Ви особливості харчування?**

- Вегетаріанець
- Веган
- Безглютенове
- Безлактозне
- Діабетичне
- Інше: \_\_\_\_\_
- Немає

**8. Які національні кухні Вам цікаві під час подорожей? (можна обрати кілька)**

- Місцева / автентична кухня
- Італійська
- Азійська (китайська, японська тощо)

- Близькосхідна
- Французька
- Американська
- Інше: \_\_\_\_\_

**9. Чи відкриті Ви до дегустації нових страв?**

- Так
- Ні
- Залежить від страви

Будемо раді, якщо Ви поділитесь ще якимись побажаннями або деталями, які допоможуть нам зробити Вашу подорож кращою: \_\_\_\_\_

---

Дякуємо за увагу.

Додаток Б.

Пропозиції для створення майбутнього буклету для туристичної агенції  
«Love to travel»

Обкладинка – зовнішня передня сторона



*Турагенція, якій довіряють...*

*🌐 Подорожі, що надихають. В Україні та світі.*

*Емоції... Безпека.... Сенс...*

📱 [www.lovetotravel.ua](http://www.lovetotravel.ua) | @lovetotravel.ua 📞 +38 (067) 9324875

## [Внутрішня частина буклету]

### ✦ *Хто ми?*

«Love to Travel»– туристична агенція, яка створює більше, ніж просто **відпочинок**.

Ми обираємо подорожі, які лікують, вражають, об'єднують. Ми працюємо з 2021 року та пройшли разом з нашими туристами крізь виклики й зміни.

Сьогодні ми пропонуємо подорожі, що мають **сенс, якість і глибину**.

### *Ми пропонуємо*

#### **Внутрішній туризм Україною:**

- Авторські тури Карпатами, Поділлям, Буковниною
- Етно-маршрути та локальна гастрономія
- СПА та ретрити в екологічних садибах
- Емоційне перезавантаження

#### **Міжнародні тури:**

- Класичні маршрути Європою
- Паломницькі та меморіальні поїздки
- Релакс-тури до Середземномор'я
- Відпочинок на Червоному морі
- Екзотичні острови в океані
- Освітні подорожі та студентські обміни

### ◆ **Чому саме ми?**

- ✓ Безпечні маршрути
- ✓ Персоналізований підхід
- ✓ Професійні гідів та супровід
- ✓ Підтримка 24/7
- ✓ Співпраця з місцевими громадами

**📣 Нам довіряють понад 4000 клієнтів по всій Україні.**

## [Зовнішня задня частина]

### 💬 *Відгуки наших мандрівників:*

“З турами від Love to Travel я знову навчилась довіряти світу.”– Олена, Київ

“Подорож з сенсом і турботою про кожного. Це більше, ніж відпочинок.”  
– Сергій, Харків

### 🌐 **Міжнародні тури (після перемоги):**

- Класичні маршрути Європою
- Паломницькі та меморіальні поїздки
- Релакс-тури до Середземномор'я
- Освітні подорожі та студентські обміни

### 💜 **Туризм із сенсом:**

- Волонтерські поїздки
- Маршрути “шляхами незламності”
- Програми відновлення для родин військових

### 🔥 *Чому саме ми?*

- ✓ Безпечні маршрути
- ✓ Персоналізований підхід
- ✓ Професійні гідів та супровід
- ✓ Підтримка 24/7