

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА  
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ  
Кафедра публічного управління та адміністрування

## БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Особливості надання туристичних послуг в  
Україні за умов війни»

Виконала: студентка 4 курсу за  
спеціальністю 242 Туризм денної форми  
навчанням

Ліна КОРУНЯК

Керівник: старший викладач, кандидат  
економічних наук

Петро СЕМ'ЯНЧУК

Рецензент: головний спеціаліст відділу  
розвитку промисловості та  
підприємництва управління економіки  
Хмельницької міської ради

СТУПАР Ю.В

Хмельницький – 2023 рік

## АНОТАЦІЯ

**Коруняк Л. М. Особливості надання туристичних послуг в Україні за умов війни.** – Рукопис.

У бакалаврській роботі запропоновано розв'язання актуального наукового завдання, яке полягає в теоретичному обґрунтуванні й розробленні практичних рекомендацій щодо особливостей надання туристичних послуг в Україні за умов війни.

Конфлікти та воєнні дії у сучасному світі стають одним із складних факторів, що впливають на туристичну галузь. Україна, як країна, що зазнає впливу військових подій, також стикається з викликами і проблемами у сфері туризму.

В роботі розглядаються такі аспекти, як вплив війни на туристичну інфраструктуру, безпеку туристів, зміни в туристичних потоках та обсягах, вплив на місцеву економіку та зайнятість, а також вплив на імідж країни. Досліджуються також заходи, які приймаються для забезпечення безпеки туристів під час конфлікту, включаючи правові та організаційні аспекти.

Результати цього дослідження дозволяють краще зрозуміти проблеми, з якими стикаються туристичні компанії та організації в умовах війни, а також розробити рекомендації щодо подальшого розвитку туристичної галузі в умовах військового конфлікту. Рекомендації стосуються вдосконалення безпекових заходів для туристів, посилення співпраці між туристичними компаніями та органами влади, розвитку альтернативних туристичних маршрутів та продуктів, що враховують особливості воєнних умов, а також підтримки туристичної інфраструктури у зоні конфлікту.

Бакалаврська робота має важливе значення для розуміння впливу війни на туристичну галузь в Україні та може служити основою для подальших досліджень і розробки стратегій управління туристичним сектором в умовах конфлікту.

**Ключові слова:** туризм, туристичні послуги, війна, Україна, безпека туристів, туристична інфраструктура.

## ANNOTATION

**Korunyak L.M. Peculiarities of providing tourist services in Ukraine during the war.** – Manuscript.

The bachelor's thesis offers a solution to an actual scientific task, which consists in the theoretical substantiation and development of practical recommendations regarding the peculiarities of providing tourist services in Ukraine under war conditions.

Conflicts and hostilities in the modern world are becoming one of the complex factors affecting the tourism industry. Ukraine, as a country affected by military events, also faces challenges and problems in the field of tourism.

The work examines such aspects as the impact of the war on the tourist infrastructure, the safety of tourists, changes in tourist flows and volumes, the impact on the local economy and employment, as well as the impact on the country's image. Measures taken to ensure the safety of tourists during conflict, including legal and organizational aspects, are also explored.

The results of this study make it possible to better understand the problems faced by tourism companies and organizations in war conditions, as well as to develop recommendations for the further development of the tourism industry in conditions of military conflict. Recommendations may include improving security measures for tourists, strengthening cooperation between tourism companies and authorities, developing alternative tourist routes and products that take into account the specifics of war conditions, as well as supporting tourism infrastructure in a conflict zone.

This bachelor's thesis is important for understanding the impact of the war on the tourism industry in Ukraine and can serve as a basis for further research and development of strategies for managing the tourism sector in the context of conflict.

**Keywords:** tourism, tourist services, war, Ukraine, tourist safety, tourist infrastructure.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ .....	13
2.1. Загальна характеристика роботи відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради .....	13
2.2. Роль місцевого самоврядування у сприянні розвитку туризму .....	20
2.3. Особливості надання туристичних послуг та порівняльна динаміка туристичних потоків за умов війни .....	22
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ .....	31
3.1. Адаптація туристичного бізнесу до нових умов господарювання .....	31
3.2. Шляхи вирішення проблемних питань розвитку ринку туристичних послуг за умов війни .....	33
ВИСНОВКИ .....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	43

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний світ стикається з різноманітними викликами та проблемами, серед яких воєнні конфлікти є одними з найскладніших та небезпечних. Воєнні дії породжують нестабільність, страх та глобальну незгоду, а їх вплив розповсюджується на різні сфери життя, включаючи туризм. Туристична діяльність протягом тривалого періоду часу займала важливе місце для економічного розвитку країни, в якій функціонує. Таким чином, саме завдяки туристичній діяльності впродовж крайніх десяти років стало можливим привабити значну суму коштів до економіки України саме завдяки в'їзному туризму.

Туризм є не тільки важливою галуззю економіки, але й засобом побудови культурних зв'язків та взаєморозуміння між різними країнами та народами. Однак, воєнні конфлікти створюють складнощі та перешкоди для розвитку туризму, а також можуть негативно позначитися на іміджі конфліктних регіонів протягом багатьох років після закінчення конфлікту. Воєнні дії призводять до руйнування туристичної інфраструктури, зниження рівня безпеки та обмежень щодо переміщення. Готелі, ресторани, атракціони та інші туристичні об'єкти можуть бути пошкоджені або знищені в результаті бойових дій, що призводить до зменшення туристичної привабливості регіону.

Фактори, що впливають на рішення туристів щодо відвідування конфліктних регіонів є складним процесом для туристів. Деякі з факторів, які впливають на їх рішення, включають безпеку та стабільність, доступ до необхідних послуг, етичні та моральні розгляди, імідж та репутацію регіону, а також інформацію, що надається про поточну ситуацію в конфліктній зоні.

Коли держава опинилася в ситуації військового конфлікту, це відобразилося на психологічному та емоційному стані громадян. Через постійний стрес та перебування у стані напруження, страху та відчаю люди як ніколи потребують моральної компенсації. Туристичні подорожі добре цьому сприяють, допомагають на деякий час переорієнтуватися, відпочити фізично та психоемоційно. Це благотворно впливає на здоров'я та працездатність. Адже

країна як ніколи потребує сильних та впевнених у завтрашньому дні громадян, готових у майбутньому відбудувати зруйноване.

Дослідженням тематики функціонування туризму за складних умов займалися такі закордонні фахівці, як: Т.Морган, Е.Віллер, С.Генрі, Р.Тівар, Л.Лукас та інші. Питаннями розвитку туризму за умов війни займалися багато вітчизняних вчених, серед яких слід виділити: М.Барвінок, Н.Барвінок, І.Дворська, Н.Магдик, А.Моца, О.Недзвецька, В.Приседська, О.Роїк, Н.Середа, С.Шевчук та інші. Проте, за сучасних умов війни, туризм як галузь економіки відчуває значні виклики та зміни. У зв'язку з цим, вивчення особливостей надання туристичних послуг в Україні за умов війни є актуальним і важливим.

**Мета та завдання дослідження.** *Метою бакалаврської роботи є обґрунтування теоретичних засад та практичних пояснень щодо особливостей надання туристичних послуг в Україні за умов війни.*

Для досягнення поставленої мети бакалаврської роботи заплановано вирішити такі *завдання*:

- розкрити особливості функціонування ринку туристичних послуг;
- дати загальну характеристику відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради;
- висвітлити роль місцевого самоврядування у сприянні розвитку туризму;
- з'ясувати особливості надання туристичних послуг і порівняти динаміку туристичних потоків за умов війни;
- встановити умови адаптації туристичного бізнесу до нових умов господарювання;
- запропонувати шляхи вирішення проблемних питань розвитку ринку туристичних послуг за умов війни.

**Об'єкт дослідження** – процес надання туристичних послуг.

**Предмет дослідження** – особливості надання туристичних послуг в Україні за умов війни.

**Методи дослідження.** В процесі дослідження було використано низку загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: метод узагальнення та

систематизації (при розкритті особливостей функціонування ринку туристичних послуг); статистичний, графічний та порівняльний аналіз (при з'ясуванні особливостей надання туристичних послуг і порівнянні динаміки туристичних потоків за умов війни); евристичні методи (при обґрунтуванні шляхів вирішення проблемних питань розвитку ринку туристичних послуг за умов війни) та інші.

*Інформаційною основою роботи є законодавчі та нормативно-правові акти України; публікації українських та зарубіжних науковців, практиків і дослідників сфери туризму; статистичні дані національної індустрії України; інтернет-сайти турагентів і туроператорів; результати власних досліджень.*

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати бакалаврської роботи можуть бути використані органами місцевого самоврядування і туристичними підприємствами при прийнятті рішення щодо подальшого розвитку туристичної сфери в Україні у післявоєнний час.

**Апробація.** Основні теоретичні положення і висновки бакалаврської роботи були апробовані на науково-практичних заходах, а саме: на Щорічній звітній науковій конференції здобувачів вищої освіти Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (м.Хмельницький, 2021 р.); Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених «Цифровізація економіки та суспільства: молодих дослідників» (м.Алмати 2021 р.); Щорічній звітній науковій конференції здобувачів вищої освіти Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова присвячена 30-річчю Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (Хмельницький, 2022 р.); Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» (м. Харків, 2023 р.).

**Обсяг та структура роботи.** Бакалаврська робота має загальний обсяг 47 сторінок і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та містить список використаних джерел із 52 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Учасниками відносин, які формуються при виконанні туристичної діяльності, є фізичні і юридичні особи, які проєктують і формують туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, харчування, екскурсії, тимчасове розміщення, курортне, спортивне, розважальне й інше обслуговування) або виконують посередницьку діяльність з надання характерних і супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни й особи без громадянства (екскурсанти, відвідувачі і туристи тощо), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до цих фахівців і порядок видачі дозволів на право виконання туристичного супроводу встановлюється центральним органом виконавчої влади у галузі туризму.

Фактично організацією туристичної діяльності вужькому значенні займаються спеціальні організації (туристичні бюро, фірми, агентства тощо), що у загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності. Відповідно до закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»», суб'єктами, які здійснюють чи/і забезпечують туристичну діяльність надалі — суб'єкти туризму, є:

а) турагенти – себто юридичні особи, утворені відповідно до законодавства України, а також фізичні особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності, що виконують посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туристичних операторів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність відносно реалізації характерних й супутніх послуг й що в установленому порядку отримали ліцензію на туристично-агентську діяльність;

б) туроператори – себто юридичні особи, що утворені відповідно до законодавства України, для яких виключною діяльністю є організація й забезпечення утворення туристичного продукту, надання і реалізація

туристичних послуг, а також посередницька діяльність з надання характерних й супутніх послуг, що в устанавленому порядку отримали ліцензію на туристично-операторську діяльність;

в) інші суб'єкти підприємницької діяльності, які надають послуги із проживання чи тимчасового розміщення, харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

г) перекладачі-гіди, спортивні інструктори, екскурсоводи та провідники й інші фахівці туристичного супроводу, які є фізичними особами, що проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які устанавленому порядку отримали дозвіл на право виконання туристичного супроводу, окрім осіб, що працюють на відповідних посадах установ, підприємств та організацій, яким належать або ті які обслуговують об'єкти відвідування;

г) фізичні особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з проживання чи тимчасового розміщення, харчування й інші.

Туристом є особа, яка виконує поїздку по території України чи до іншої країни не забороненою законом держави перебування метою на термін від двадцяти чотирьох годин до одного року без виконання будь-якої оплачуваної діяльності й з зобов'язанням залишити державу чи місце перебування у зазначений термін [10].

Останнім часом побудова ринкової моделі економіки в Україні вимагає розробки принципово нових підходів відносно формування ефективних механізмів регулювання саме у вітчизняній туристичній сфері. Перші кроки у цьому напрямі показали, що цей процес досить складний. В Україні наявні проблеми, що істотно гальмують розвиток сфери туризму і призводять до суттєвого руйнування соціальних та економічних відносин в рекреаційно-туристичній галузі [11, 26].

Серед структурних елементів світового ринку послуг важливе місце займає туризм як багатосторонній процес, що поєднує соціальні, економічні, культурні й екологічні аспекти. Разом із тим, туризм характеризується невичерпним потенціалом для постійного прогресу і тісно пов'язаний із

багатьма сферами економіки, обумовлюючи його провідне місце в соціальному й економічному житті держав та народів.

Туризм є найдинамічнішою сферою у Світі, чинником культурного та економічного розвитку, захисту навколишнього природного середовища й історико-культурної спадщини, взаєморозуміння між народами, миру, дотримання прав людини і ключових свобод без різниці в расі, статі, релігії і мові. Здійснюючи значні функції на міжнародному рівні, туристична сфера потребує й відповідно наднаціонального регулювання [12, с.27].

Існуюча на сьогоднішній день в Україні тривала визвольна війна, а заразом соціально-економічна та політична нестабільність протидіє розгортанню світогосподарських зв'язків на загальнодержавному рівні й у той же час обумовлює необхідність більш активної зовнішньо-політичної діяльності регіонів. У цьому випадку важливу роль може відіграти розвиток міжнародної туристичної сфери, як спеціалізованих вільних економічних зон.

По-перше, Україна має великі туристичні ресурси такі як: культурно-історичні, природно-кліматичні та національно-етнографічні й можливості з метою утворення вільних економічних зон (ВЕЗ), завдяки яким наша країна може органічно вписатися у міжнародну туристичну діяльність. Вдале поєднання і взаємозв'язок на території України ландшафтних, кліматичних, бальнеологічних та грязевих природних лікувально-профілактичних факторів посилює ефективність їхнього впливу та збільшує цінність до рівня міжнародного значення. Досить жвавий інтерес міжнародної громадськості до культурно-історичної спадщини України, що має безсумнівну історичну цінність, посилюється наявністю великої української діаспори. Геополітичні характеристики дозволяють нашій країні брати участь у міжнародних системах комунікацій, дозволяє застосування даного ресурсу насамперед рекреаційним контингентом мандрівників, які проживають досить далеко за її межами. Туристичні ресурси України, у поєднанні з природно-географічними умовами, мають багатофункціональний характер, що надає можливість організувати практично всі відомі в міжнародній практиці види туризму [13].

По-друге, розвиток в нашій державі ВЕЗ із рекреаційною спеціалізацією дозволить зміцнити й зберегти наявні порівняльні переваги, які збільшують конкурентоспроможність України в індустрії туризму світу. Це забезпечується заходами економічного, організаційного та правового характеру, призначення яких полягає в забезпеченні наступного:

- а) стабільність економічного комфорту ВЕЗ незалежно від коливань політичної ситуації в Україні;
- б) високу адаптивність і гнучкість процесу адміністрування;
- в) валютні, податковій митні пільги;
- г) зменшений порядок оформлення в'їзду й тимчасового перебування іноземних туристів.

Таким чином, виїзний туризм, є невід'ємною частиною міжнародного туризму, яка тісно пов'язана з економікою України, сприяє її піднесенню й розвитку, зміцнює здоров'я та розширює кругозір громадян нашої країни. Він сприяє нагромадженню валютних заощаджень в населення держави, що з часом потрапляють до державного бюджету [13].

Можна виокремити три типи моделей державної участі у регулюванні туристичної сфери.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, де усі питання вирішуються на місцях на принципах і засадах ринкової «самоорганізації». Урядові органи застосовують таку модель в випадках, якщо туристична сфера є перспективною в національній економіці або коли суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції та самостійно вирішують власні проблеми. Була характерною для США.

Друга модель передбачає наявність авторитетного та сильного центрального органу, а саме міністерства, яке контролює діяльність всіх організацій сфери туризму в країні. З метою її реалізації необхідні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення у індустрію туризму (насамперед в рекламну та маркетингову діяльність) й інвестування в інфраструктуру туризму та інші потреби повноцінного функціонування туристичного ринку. Таку модель у її різних варіаціях можна спостерігати в Мексиці, Єгипті,

Тунісі, Туреччині – себто у тих країнах, для яких туризм є одним із головних джерел валютних надходжень до бюджету [14].

Третя модель передбачає вирішення питань розвитку туристичної діяльності в «надрах» багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу її застосування переважає у розвинених країнах Європи.

Отже, ринок туристичних послуг – це економічна система, що складається з підприємств, організацій та індивідуальних підприємців, які займаються наданням різних видів послуг для задоволення туристичних потреб споживачів. Учасниками ринку туристичних послуг згідно з Законом України «Про туризм» є: туристичні агенти, туроператори, туристичні брокери, об'єкти розміщення, транспортні підприємства, підприємства громадського харчування, екскурсійні підприємства. Ринок туристичних послуг виконує такі функції:

- а) забезпечення попиту на туристичні послуги шляхом створення різноманітних туристичних пропозицій та просування їх на ринку;
- б) забезпечення якості туристичних послуг та їх безпеки;
- в) регулювання співвідношення між попитом та пропозицією на туристичний продукт;
- г) сприяння розвитку туристичної інфраструктури;
- г) спонукання конкуренції на ринку туристичних послуг;
- д) забезпечення зручності й доступності туристичних послуг;
- е) залучення інвестицій;
- є) захист прав споживачів туристичних послуг.

Існують три моделі організації ринку туристичних послуг: 1) модель централізованої державної системи управління туризмом; 2) модель децентралізованої системи управління туризмом; 3) модель ринкової системи управління туризмом. Україні у воєнний та післявоєнно-переможний період, на нашу думку, слід будувати свою власну комбіновану модель організації ринку туристичних послуг, що повинна ґрунтуватися на основі другого варіанту з урахуванням та використанням кращих досягнень першої і третьої.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ

#### **2.1. Загальна характеристика роботи відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради**

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради (таблиця 2.1) [1] створюється селищною радою, є підзвітним та підконтрольним селищній раді. Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради підпорядковується виконавчому комітету селищної ради, селищному голові, заступнику селищного голови, відповідно до розподілу обов'язків, а з питань виконання делегованих повноважень підконтрольний відповідним органам виконавчої влади.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради у своїй діяльності керується такими документами:

1. Конституція України [2];
2. Конвенція про захист прав людини й основоположних свобод;
3. Європейська хартія місцевого самоврядування [3] та інші міжнародні договори і правові акти, ратифіковані Верховною Радою України;
4. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [4];
5. Закон України «Про службу в органах місцевого самоврядування» [5];
6. Закон України «Про державну службу» [6];
7. Закон України «Про туризм» [7] та інші закони України з питань організації і діяльності органів місцевого самоврядування;
8. Постанови Верховної Ради України;
9. Акти Президента України;
10. Декрети, постанови й розпорядження Кабінету Міністрів України;
11. Розпорядження профільних міністерств;
12. Рішення селищної ради й виконавчого комітету;
13. Розпорядження селищного голови [8].

Таблиця 2.1.

Загальна характеристика відділу культури та туризму  
Чемеровецької селищної ради

Параметри, що характеризуються	Зміст та особливості
Офіційна назва	Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради
Юридична адреса	Україна, 31600, Хмельницька обл., Кам'янець-Подільський р-н, смт Чемерівці, вул. Центральна, буд. 42
Відомча підпорядкованість	Підпорядковується Чемеровецькій селищній раді
Установчі документи	Положення про відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради
Офіційний сайт	<a href="https://chemerovecka-gromada.gov.ua/">https://chemerovecka-gromada.gov.ua/</a> <a href="https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41114556/">https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41114556/</a>
Мета і напрями діяльності	Метою діяльності є забезпечення у межах, встановлених законодавством, прав членів територіальної громади у галузі культури і туризму шляхом виконання державних, обласних і місцевих програм, збереження і популяризації національного й культурного надбання, утворення конкурентоспроможного мистецького середовища для розвитку культурного і туристичного простору Чемеровецької територіальної громади і надання якісних послуг за допомогою мережі закладів і комунальних підприємств різноманітних форм власності. Основний вид діяльності: 84.12 Регулювання у сферах охорони здоров'я, освіти, культури та інших соціальних сферах, крім обов'язкового соціального страхування

Примітка: Складено авторкою.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради – це юридична особа публічного права, має самостійний баланс, рахунки у органах Державної казначейської служби України в Кам'янець-Подільському районі Хмельницькій області, печатку з зображенням Державного Герба України і власним найменуванням, свої бланки.

Співробітники відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради – це посадові особи органу місцевого самоврядування. Структура і чисельність відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради затверджується селищною радою [28].

Як вже було зазначено, метою відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради є забезпечення у межах, встановлених законодавством, прав членів територіальної громади у галузі культури і туризму шляхом виконання державних, обласних і місцевих програм, збереження і популяризації національного й культурного надбання, утворення конкурентоспроможного мистецького середовища для розвитку культурного і туристичного простору Чемеровецької територіальної громади і надання якісних послуг за допомогою мережі закладів і комунальних підприємств різноманітних форм власності.

Для досягнення мети відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради вирішує такі завдання:

1. реалізує пріоритети державної політики і повноваження органів місцевого самоврядування в галузі культури і туризму;
2. формує туристичні маршрути;
3. встановлює перспективи й напрями розвитку, зміст спеціальної освіти у сфері культури і туризму, співпрацює з міжнародними проектами й творчими організаціями;
4. реалізовує заходи щодо створення умов для відродження розвитку культури української нації, культурної самобутності корінних народів й національних меншин нашої країни;
5. формує делеговані повноваження органів місцевого самоврядування в галузі збереження і застосування культурної спадщини;
6. створює умови для організації культурного дозвілля населення територіальної громади, здобуття спеціальної освіти в галузі культури й мистецтва;
7. сприяє паломництву віруючих до територіальної громади;
8. сприяє участі релігійних організацій (на їхнє прохання) в міжнародних релігійних форумах, налагодженню їхніх зв'язків з зарубіжними релігійними організаціями;
9. виконує моніторинг стану і тенденцій соціального, економічного й культурного розвитку у сфері охорони культурної спадщини;

10. формує проекти актів селищної ради, її виконавчих органів й селищного голови, у тому числі нормативного характеру;

11. виконує розгляд звернень громадян і прийом громадян з питань, які належать до компетенції відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради, за визначеним графіком;

12. виконує інші повноваження, покладені на відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради відповідно до чинного законодавства.

Відділу також делеговано повноваження щодо створення і подання в визначеному порядку управлінню культури, національностей, релігій і туризму Хмельницької обласної військової адміністрації пропозицій відносно занесення музейних предметів Музейного фонду України до Державного реєстру національного культурного надбання, а також занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток нашої країни і внесення змін до нього [29].

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради забезпечує участь у формуванні і проведенні українських й міжнародних виставок, виставок-ярмарків, методичних, наукових, а також практичних семінарів, конференцій та ін.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради здійснює контроль за збереженням й переміщенням культурних цінностей, що включені до Державного реєстру національного культурного надбання та Музейного фонду. Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради веде облік музеїв, створених в складі установ, фірм і підприємств, навчальних закладів. Відділ забезпечує у визначеному законодавством порядку виготовлення, установлення й утримання охоронних дошок, охоронних знаків, інших інформаційних написів, позначок на пам'ятках культурної спадщини чи у межах їхньої території [38].

Відділ проводить заходи для підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації співробітників в галузі культури і мистецтв.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради виконує дослідження і аналіз на території району релігійної ситуації і процесів, які

проходять в релігійному середовищі. Відділ веде облік релігійних організацій, які діють на території територіальної громади, й культових будівель й приміщень, пристосованих під молитовні, які належать релігійним організаціям і /чи застосовуються ними.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради проводить фестивалі, конкурси, огляди професійного і аматорського мистецтва, художньої творчості, виставки народних художніх промислів та інші заходи в галузі культури, охорони культурної спадщини, а також міжетнічних і міжконфесійних стосунків і мовної політики.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради веде облік проведених гастрольних заходів й подає управлінню культури, національностей й релігій Хмельницької обласної військової адміністрації відомості про проведення цих заходів для створення Єдиного банку даних гастрольних заходів, які проводяться на території нашої країни.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради проводить роз'яснення через ЗМІ змісту державної політики в галузі культури, охорони культурної спадщини та міжетнічних й міжконфесійних стосунків і мовної політики.

Відділ проводить організацію роботи щодо розроблення й виконання заходів для поліпшення інвестиційного і інноваційного клімату регіону в туристичній галузі; організовує роботу з надання пропозицій, розроблення і виконання державних і регіональних програм розвитку в рекреаційно-туристичній галузі [30].

Під час виконання повноважень відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради зобов'язаний:

1. забезпечити дотримання конституційних прав і свобод людини й громадянина, що передбачені Конституцією і законодавством України і Статутом територіальної громади;

2. забезпечити виконання вимог чинного законодавства нашої країни відносно конфіденційності інформації щодо суб'єкта, не допускати у власній діяльності порушення вимог антикорупційного законодавства;

3. забезпечити створення умов з метою збереження і розвитку культури й туристичної сфери, сприяння відродженню мистецьких осередків;
4. виконувати контроль за дотриманням фінансової дисципліни в підвідомчих закладах культури й закладах мистецтв;
5. забезпечити контроль за дотриманням правил охорони праці;
6. забезпечити контроль за дотриманням техніки безпеки;
7. забезпечити контроль за дотриманням санітарних норм в підвідомчих закладах.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради має право:

1. залучати до формування місцевої програми розвитку культури і туризму відповідних фахівців для підготовки нормативних й інших документів, а також для формування й впровадження заходів, що проводяться відділом культури та туризму Чемеровецької селищної ради;
2. вносити селищній раді пропозиції з питань культурної політики, будівництва, утворення реорганізації і ліквідації закладів культури, які належать до спільної власності сіл Чемеровецької селищної ради;
3. виступати організатором фестивалів, конкурсів, художніх виставок-продажів, творчих обмінів тощо у сфері культури, в сфері мистецтва й індустрії туризму;
4. погоджувати під час затвердження і реєстрації у визначеному порядку статуту, положення підприємств і закладів культури й туристичної сфери, підпорядкованих відділу;
5. вносити пропозиції щодо фінансування навчальних закладів культури і туристичної діяльності, брати безпосередню участь у створенні бюджету культурної сфери і сфери туризму адміністративно-територіальної одиниці;
6. одержувати у визначеному порядку від інших структурних підрозділів Чемеровецької селищної ради, установ, фірм і підприємств документи, інші матеріали, що потрібні для виконання покладених на нього завдань;
7. скликати у визначеному порядку наради, організувати семінари і конференції, створювати експертні і консультативні ради, робочі групи з

питань, які належать до його повноважень;

8. користуватись у визначеному порядку інформаційними базами органів місцевого самоврядування, системами зв'язку й комунікацій, мережами спеціального зв'язку й іншими технічними засобами.

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради при виконанні покладених на нього завдань взаємодіє із іншими структурними підрозділами селищної ради, установами, фірмами й підприємствами всіх форм власності, об'єднаннями громадян.

Штатний розклад і кошторис відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради затверджується головою селищної ради відповідно до пропозиції начальника відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради відповідно до порядку складання, розгляду, затвердження і головних вимог до виконання кошторисів установ.

Штатний розклад відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради затверджується в межах загальної чисельності і фонду оплати праці співробітників. Співробітники відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради є посадовими особами місцевого самоврядування, відповідно до вимог чинного законодавства нашої країни призначаються на посаду й звільняються з посади розпорядженням селищного голови. Співробітники відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради, які не є посадовими особами місцевого самоврядування, призначаються і звільняються наказом начальника цього відділу [31,32].

Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради очолює начальник, що призначається на посаду й звільняється з посади селищним головою у визначеному законом порядку.

Співробітники відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради діють у межах повноважень, встановлених посадовими інструкціями, які затверджуються начальником цього відділу.

## 2.2. Роль місцевого самоврядування у сприянні розвитку туризму

Місцеве самоврядування грає ключову роль у сприянні розвитку туризму на своїй території. Воно відповідає за прийняття та реалізацію стратегічних рішень, спрямованих на підтримку та просування туристичного потенціалу місцевості [21]. Основні функції місцевого самоврядування у розвитку туризму включають наступне:

1. Планування та регулювання: Місцеві органи самоврядування встановлюють стратегічні цілі та приймають рішення з планування та регулювання розвитку туризму. Вони визначають пріоритетні напрямки розвитку, формують правила та стандарти для готельної галузі, ресторанного бізнесу, туристичних послуг та інших сфер, пов'язаних з туризмом.

2. Інфраструктура та сервіси: Місцеве самоврядування відповідає за створення та підтримку необхідної туристичної інфраструктури, такої як готелі, маршрути, відпочинкові зони, транспортні засоби та інші сервіси. Вони можуть залучати інвесторів для будівництва нових об'єктів та реконструкції існуючої інфраструктури.

3. Промоція та маркетинг: Місцеві органи самоврядування виконують важливу роль у просуванні туристичного потенціалу своєї території. Вони розробляють маркетингові стратегії, проводять рекламні кампанії, беруть участь у туристичних виставках та конференціях. Вони також можуть сприяти створенню туристичних інформаційних центрів та Інтернет-ресурсів для бронювання та інформування туристів про доступність та привабливість туристичних об'єктів та послуг на їхній території.

4. Розвиток туристичного продукту: Місцеве самоврядування може сприяти розвитку туристичного продукту шляхом створення нових туристичних маршрутів, кластерів або тематичних напрямків, які відповідають унікальним особливостям та потребам своєї території. Вони також можуть сприяти розвитку туристичних заходів, фестивалів та інших подій, що привертають увагу туристів.

5. Підтримка туристичних підприємств: Місцеве самоврядування може надавати фінансову та консультативну підтримку туристичним підприємствам

на своїй території. Це може включати надання субсидій, знижок на комунальні послуги, навчальних програм для підвищення кваліфікації персоналу та інші заходи, спрямовані на підтримку та стимулювання розвитку туристичного бізнесу.

6. Залучення громадськості: Місцеві органи самоврядування можуть організовувати консультації та зустрічі з місцевими жителями та громадськістю для залучення їхньої участі та підтримки в розвитку туризму. Це може сприяти підтримці проєктів, які враховують інтереси та потреби місцевих жителів, а також забезпечувати сталість та збалансований розвиток рекреаційно-туристичної діяльності [9].

Інформаційне забезпечення відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради є важливим елементом розвитку туризму та культури на території ради. Дані та інформація, які збираються та аналізуються, допомагають визначити потреби туристів та громади в культурних та туристичних послугах, а також ефективно планувати та контролювати роботу відділу культури та туризму. Інформаційне забезпечення відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради складається з різних елементів, які допомагають забезпечувати ефективну роботу відділу та підвищувати його результативність.

Відділ культури і туризму Чемеровецької селищної ради відповідає за сприяння та розвиток туристичної діяльності в громаді. Його функції включають організацію культурних заходів, збереження історичних пам'яток, сприяння розвитку місцевого туризму та підтримку місцевого бізнесу в туристичній галузі. Відділ культури і туризму Чемеровецької селищної ради відіграє важливу роль у просуванні культурної спадщини громади та розвитку місцевої економіки через туризм.

Ці завдання та функції відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку туризму, привабливості місцевої території для туристів, підвищення якості туристичного обслуговування та підтримку розвитку місцевої економіки через туристичну галузь.

Узагалі, місцеве самоврядування виступає важливим фактором у створенні приємного туристичного середовища, розвитку іміджу місцевості та забезпеченні сталого розвитку туризму, що приносить економічні, соціальні та культурні користі для місцевих громад та суспільства в цілому [39].

### **2.3. Особливості надання туристичних послуг та порівняльна динаміка туристичних потоків за умов війни**

Війна в Україні суттєво вплинула на економіку країни та різні галузі, зокрема туризм. Ситуація в Україні залишається складною, а в окремих регіонах країни тривають активні бойові дії. Незважаючи на це, Україна залишається популярним туристичним напрямом з багатою культурною спадщиною, прекрасними ландшафтами та різноманітними пам'ятками. Індустрія туризму в Україні відіграє вирішальну роль в економіці країни, надаючи можливості для працевлаштування та сприяючи розвитку місцевих громад.

Туристичні послуги мають унікальні особливості, які відрізняють їх від інших послуг і товарів у цілому. До цих ознак належать невідчутність, невіддільність, мінливість. Незважаючи на складні умови в Україні, туристичні компанії продовжують надавати широкий спектр послуг як внутрішнім, так і іноземним туристам. Ці послуги включають проживання, транспорт, екскурсійне обслуговування, медичне обслуговування [15].

В Україні на надання туристичних послуг впливає декілька факторів, зокрема, наявність туристичної інфраструктури, якість послуг, що надаються, а також заходи безпеки. Туристична інфраструктура включає засоби розміщення, транспортні та інші об'єкти, які надають послуги тимчасового розміщення туристів. Проте доступність туристичної інфраструктури в Україні є обмеженою, що може вплинути на якість послуг, що надаються. Незважаючи на це, уряд України вжив заходів для покращення доступності туристичної інфраструктури та сприяння розвитку туризму в країні.

Якість туристичних послуг, що надаються в Україні, також є важливим

фактором, який може впливати на туристичні потоки. Урядом України було здійснено різноманітні заходи щодо підвищення якості туристичних послуг, наприклад, запроваджено систему моніторингу якості послуг, що надаються туристичними компаніями [16]. Однак у цій сфері ще є можливості для вдосконалення, оскільки якість послуг, що надаються, може сильно відрізнятись залежно від конкретної туристичної компанії чи місця.

Безпека туристів також має вирішальне значення для надання туристичних послуг в Україні, особливо в умовах воєнного стану. Урядом України вжито заходів щодо забезпечення безпеки туристів – їхніх прав, інтересів та власності. Проте все ще є побоювання щодо безпеки туристів у деяких регіонах країни. Крім того, юридичні особи, які надають туристичні послуги, зобов'язані подавати декларацію про здійснення туристичної діяльності, за неподання якої можуть бути накладені штрафи. Таким чином, забезпечення безпеки туристів залишається ключовим пріоритетом для українського уряду та туристичної галузі [50,51].

Для детального вивчення туристичного ринку України в умовах сьогоденних реалій, ми здійснили аналіз основних показників розвитку туристичної галузі в Україні за останніх 3 роки (таблиця 2.2, рисунки 2.1, 2.2).

Аналіз даних таблиці 2.1 і діаграм (рисунки 2.1, 2.2, 2.3) свідчить про значне падіння загальної кількості туристів, що обслуговувалися туристичними фірмами та агентами в Україні, упродовж 2020-2022 років.

У 2020 році індустрія послуг, в тому числі туризм України і світу в цілому зіткнулась із серйозним викликом в своєму розвитку – важкою кризою, пов'язаною з поширенням вірусу COVID-19. Відповідно до випуску Всесвітнього туристичного барометру UNWTO, через це кількість міжнародних туристів скоротилася приблизно на 72%. За оцінками, падіння міжнародного туризму в 2020 році еквівалентне втраті близько 1 мільярда прибуття та 1,1 трильйона доларів США надходжень від міжнародного туризму [11, с. 10]. Якщо у 2019 році чисельність туристів становила 6132097 осіб, то у 2020 році скоротилася на 61,5% і становила лише 2360278 осіб. Таке значне зменшення кількості туристів спричинило закриття багатьох туроператорів і турагентів, які

не змогли пережити кризу на ринку туристичних послуг, пов'язану з карантинними обмеженнями та закриттям кордонів.

Таблиця 2.2.

## Основні показники розвитку туристичної галузі в Україні

Показник	Рік			Темп зростання, 2022/2020 рр., %
	2020	2021	2022	
Чисельність туристів, усього	2360278	3405649	906228	38,4
в т. ч. в'їзних (іноземних) туристів	11964	14955	12712	106,3
виїзних туристів	2125702	3103525	620705	29,2
внутрішніх туристів	222612	287169	272811	122,5
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	3867	6555	2724	70,4
в т. ч. туроператорів	452	511	306	67,7
турагентів	3415	6045	2418	70,8
Кількість реалізованих туристичних путівок	1618703	143417	501959	31,0

Примітка: Складено авторкою на основі [47].

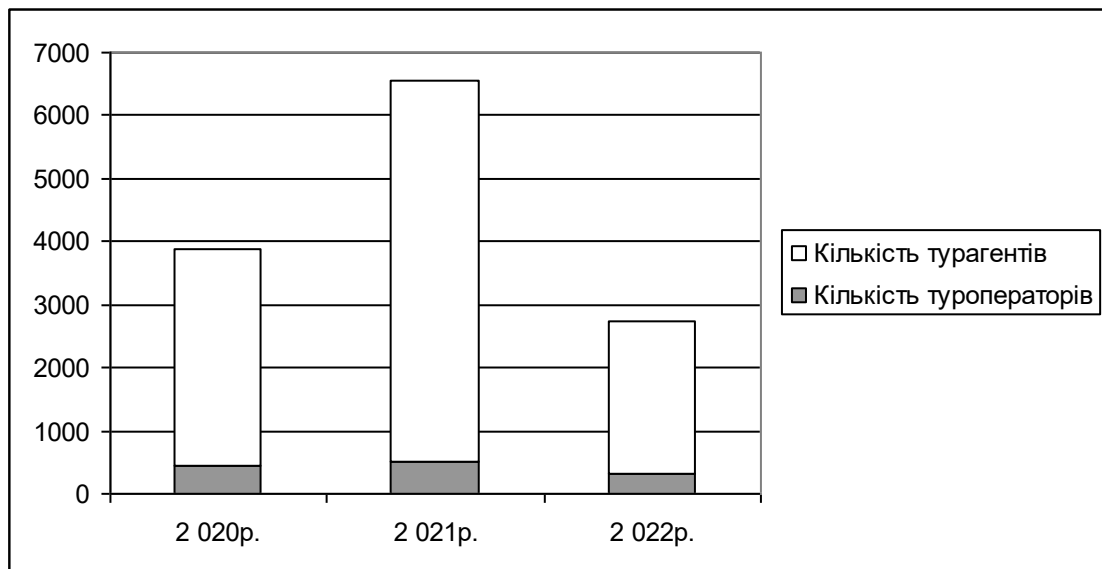


Рисунок 2.1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2020-2022 роки

Примітка: Складено авторкою.

Під час кризи у сфері туризму в 2020 році, спричиненої поширенням вірусу COVID-19, туристи почали надавати переваги вибору коротшого терміну

відпочинку, індивідуальному пересуванню (власним транспортом), індивідуальному розміщенню. Також різко змінились вподобання туристів, які почали приділяти більше уваги здоровому способу життя, гігієні, активному використанню безготівкової оплати, обирати засоби доставки та надавати перевагу онлайн-технологіям [17, с. 16].

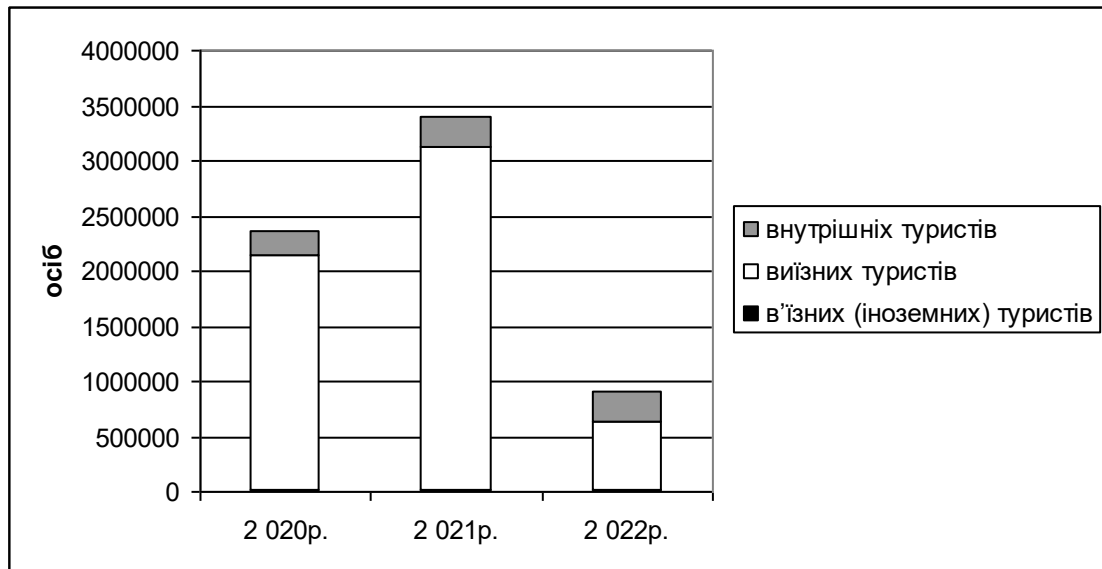


Рисунок 2.2. Динаміка чисельності туристів за 2020-2022 роки

Примітка: Складено авторкою.

Перед війною в Україні спостерігалось постійне зростання чисельності туристів щороку. Індустрія туризму в Україні розвивалася швидкими темпами, зосереджуючись на маркетингу та покращенні туристичних послуг. У 2021 році Україна прийняла понад 3 мільйони туристів, причому багато з них були з сусідніх країн. Проте були й гості з інших країн, зокрема з Туреччини, Ізраїлю та Сполучених Штатів Америки. Різноманітність відвідувачів з різних країн відображає привабливість культурних та історичних пам'яток України, а також її природну красу [44].

Найпопулярнішими туристичними напрямками в Україні до війни були Київ, Львів та Одеса. Ці міста відомі своєю багатою історією, приголомшливою архітектурою та яскравою культурною сценою. Київ, зокрема, був популярним місцем для туристів, пропонуючи низку визначних пам'яток, таких як культовий собор Святої Софії, історичний монастир Києво-Печерська Лавра та вулиця Хрещатик. Львів з його чарівним старим містом і численними музеями

та галереями також був улюбленим серед відвідувачів. Одеса, розташована на узбережжі Чорного моря, була відома своїми чудовими пляжами, жвавим нічним життям та історичними пам'ятками, такими як Потьомкінські сходи та Одеський театр опери та балету.

Певний інтерес являє розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму (таблиця 2.3, рисунки 2.3, 2.4). Зменшилась питома вага подорожей з метою дозвілля, відпочинку (близько 96,1 % у 2020 р., менше 3,1 % у 2022 р.). Разом з тим, слід констатувати збільшення частки туристів, які здійснюють подорожі в рамках ділового туризму (з 2,6 % у 2020 р. до 73,5 % у 2022 р.).

Таблиця 2.3.

## Розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму

Показник	Рік					
	2020		2021		2022	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Кількість туристів, усього	2360278	100	3405649	100	906228	100
В т. ч. за метою поїздки та видами туризму:						
службова, ділова, навчання	61198	2,6	296291	8,7	666078	73,5
дозвілля, відпочинок	2269271	96,1	3037839	89,2	28093	3,1
лікування	17921	0,8	37462	1,1	183058	20,2
спортивний туризм	1538	0,1	23840	0,7	9969	1,1
спеціалізований туризм	4584	0,2	6811	0,2	18125	2
інше	5766	0,2	3406	0,1	906	0,1

Примітка: складено авторкою на основі [47].

Загалом, за аналізом ринку туристичних послуг 2022 року можемо побачити, що війна, що триває в Україні, суттєво вплинула на туристичну галузь країни, в результаті чого чисельність туристів, які відвідують Україну, зменшилася. Зміна економічної та політичної ситуації призвела до змін у поведінці споживачів туристичних послуг, що вплинуло на туристичні фірми та туристичну індустрію в цілому. Чисельність туристів, які відвідують Україну, зменшилася через проблеми безпеки, а також через негативне сприйняття

країни в ЗМІ. Таке зниження обсягів туризму мало значний вплив на економіку України, оскільки туризм є основним джерелом доходу для країни.

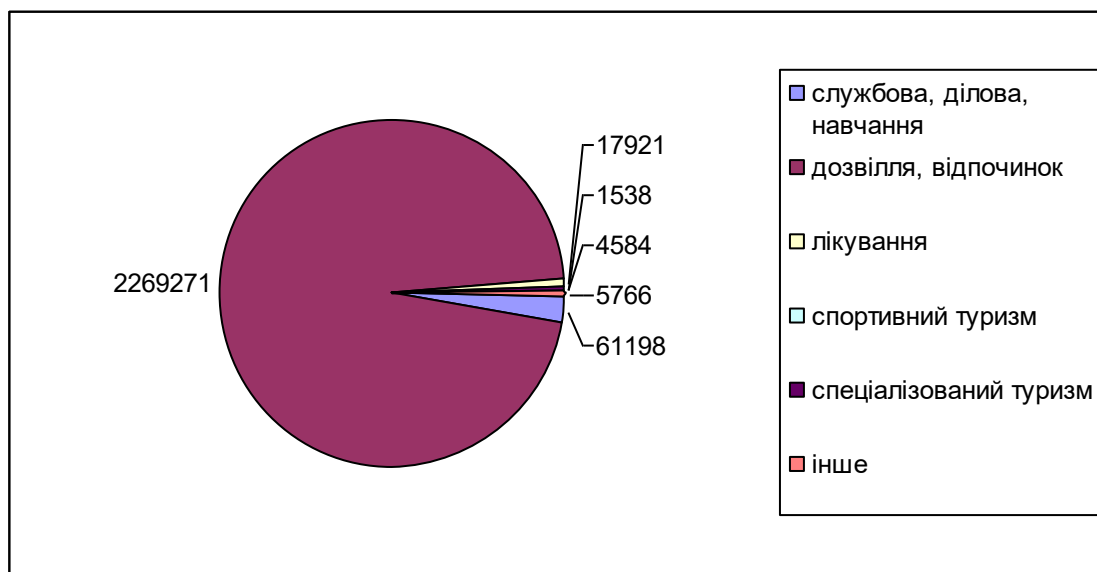


Рисунок 2.3. Розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму у 2020 р.

Примітка: Складено авторкою.

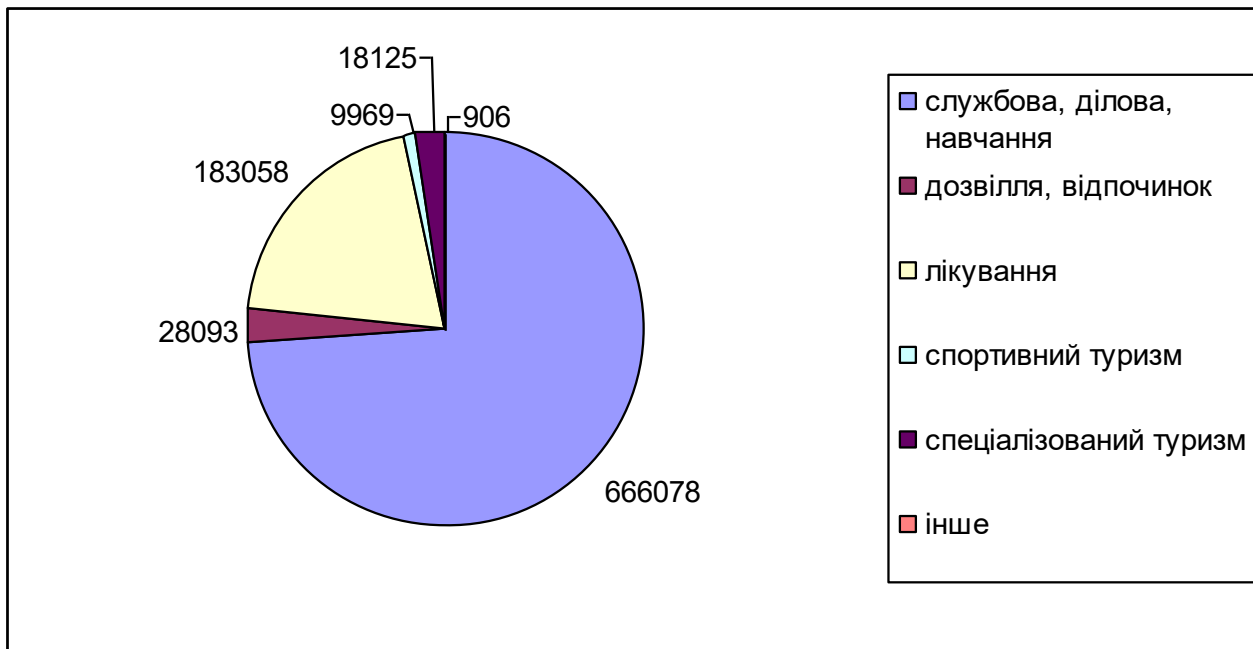


Рисунок 2.4 Розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму у 2022 р.

Примітка: Складено авторкою.

Перешкодою для розвитку в'їзного туризму стали: воєнні дії на території України; втрата значної частини туристично-рекреаційних ресурсів (пам'яток

культури, архітектури, історичних пам'яток, релігійно-туристичних об'єктів, природно-заповідного і лікувально-оздоровчого фонду) у зв'язку з їх повним або частковим руйнуванням внаслідок бойових дій або з розміщенням в зонах окупації чи бойових дій; руйнування інфраструктури в районах проведення активних бойових дій (заклади харчування, заклади розміщення, заклади розваг тощо); закриття повітряного простору для цивільної авіації; порушення логістики на території України, що пов'язано з руйнуванням шляхів сполучення або з розміщенням окупаційних військ на шляхах сполучення; розміщення окупаційних військ на території областей, які є важливими туристичними центрами в Україні; значна втрата людських ресурсів, що пов'язано з виїздом персоналу за кордон, переміщенням персоналу до інших регіонів України або задіянням персоналу у воєнних діях [18, с. 26; 19, с. 147].

Війна також призвела до зміни країн походження туристів, які відвідують Україну. Зараз туристи обирають безпечні напрямки, такі як Київ, Львів, Карпати. Ця зміна популярних туристичних напрямків мала значний вплив на туристичну галузь в Україні, у деяких регіонах спостерігалось значне зниження інтенсивності туристичних потоків.

Незважаючи на триваючу війну в Україні, уряд доклав значних зусиль для розвитку туризму в країні. Одним з таких заходів є урядові ініціативи щодо підтримки індустрії туризму.

Україна донедавна була однією з небагатьох європейських держав, які не мали привілею членства у Європейській Туристичній Комісії (ЄТК). Але протягом останніх місяців команда Державного агентства з розвитку туризму докладає суттєвих зусиль, аби українське туристичне середовище глибше інтегрувалося у європейську спільноту. Під час Загальних зборів члени ЄТК – керівники національних туристичних органів Європи – висловили свою повну солідарність з Україною і прийняли рішення про початок процедури надання членства щонайменше на три роки на безкоштовній основі. Основна місія ЄТК – представляти інтереси національних туристичних органів Європи, просувати європейські країни як туристичні дестинації у всьому світі, надавати унікальну експертизу своїм членам та стійку базу для обміну досвідом і стратегічної

співпраці. Рішення про компліментарне членство в ЄТК для України надасть змогу ДАРТ користуватися всіма ресурсами цієї організації, залучати інвестиції і фонди для розбудови туристичних локацій. Комісія має намір створити Фонд допомоги, кошти з якого буде направлено на відновлення туристичної і рекреаційної інфраструктури України [20, с. 14].

Також реалізовано маркетингові кампанії для залучення туристів в Україну. Туристичні компанії змушені були адаптуватися до скорочення потоку туристів у країні через війну. Однак, незважаючи на ці виклики, було розпочато маркетингові кампанії для просування України як туристичного напрямку. Ці кампанії підкреслюють унікальну культуру, історію та природну красу країни, а також гостинність її людей. Маркетингові зусилля були спрямовані як на внутрішніх, так і на міжнародних туристів з метою збільшення доходів від туризму та сприяння економічному зростанню.

Крім урядових ініціатив і маркетингових кампаній, розвиток нових туристичних напрямків і видів діяльності є ключовим напрямом просування туризму в Україні під час війни, а саме: розвиток ділового, освітнього, медичного, зеленого та культурного туризму. Сьогодні вже нікого не здивуєш традиційним відпочинком. Тому все більшої популярності в Україні набувають «нетипові» екстремальні види туризму. До них можна віднести: винний туризм, болотний туризм, подорожі на повітряній кулі, апітуризм, весільний туризм тощо.

Розвиток нових туристичних напрямків і заходів може залучити як внутрішніх, так і міжнародних туристів і створити можливості для економічного зростання в місцевих громадах. Щодо локального туризму, то його розвиток у конкретному регіоні залежить від ряду чинників, зокрема: розвиненості інфраструктури; наявності в регіоні великих економічних суб'єктів (це принципово для розвитку ділового туризму); використання методів популяризації туризму в регіоні (реклами, брендингу), наявності історично-краєзнавчих і природно-рекреаційних ресурсів (які, вочевидь, нерівномірно розташовані на території України).

Залежно від напрямку туристичних потоків слід враховувати спосіб

організації туру, категорії осіб, які здійснюють туристичні поїздки, їх вікову групу, джерела фінансування та інші фактори. Загалом зусилля, спрямовані на розвиток туризму в Україні під час війни, демонструють стійкість і рішучість туристичної галузі країни долати виклики та продовжувати розвиватися.

Якщо говорити про майбутні перспективи розвитку туристичної галузі в Україні, то індустрія туризму має шанси для зростання у післявоєнний період. Збільшення чисельності туристів, особливо іноземних, могло б сприяти збільшенню рівня ВВП і частки індустрії туризму в економіці країни. Незважаючи на виклики, з якими зіткнувся туризм під час війни, український уряд вжив заходів для покращення іміджу країни та розвитку туризму. За умови продовження зусиль щодо популяризації визначних пам'яток країни та покращення інфраструктури індустрія туризму може відігравати значну роль у відновленні економіки України.

Проте все ще існують проблеми, які потрібно подолати, щоб туристична індустрія повністю розкрила свій потенціал. Гострими проблемами туристичної галузі України є: невідповідність туристичної інфраструктури світовому рівню та сучасним вимогам споживачів; низька якість туристичних послуг; відсутність сприятливого інвестиційного клімату, що гальмує розвиток соціальної інфраструктури; недостатній рівень кадрового забезпечення управління туристичною галуззю за кількісними та якісними параметрами; відомча підпорядкованість санаторно-курортних і рекреаційних закладів, закладів розміщення, що ускладнює стандартизацію туристичних послуг, поліпшення їх якості та впровадження ефективних механізмів державного регулювання розвитку туристичної галузі [21, с. 74].

## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ

#### 3.1. Адаптація туристичного бізнесу до нових умов господарювання

Із початком війни у нашій країні змінилось все й це відчув на собі будь-який громадянин держави. Постраждали усі галузі й сфери, у том числі, сектор туризму. Важко уявити, як у таких надскладних умовах можна подорожувати не тільки із метою переселення до більш безпечних місць, але і можливості хоч на якийсь час утекти від жахливих реалій, які принесло за собою повномасштабне вторгнення.

Таким чином виникає запитання: навіщо узагалі думати про туристичні поїздки, якщо зараз такі складні часи? Та усе набагато складніше і глибше. Річ не тільки у можливості відпочити. Туристична діяльність відіграє велику роль, суттєво впливаючи на економіку держави і благополуччя її громадян. Тому не слід аналізувати його тільки як сектор розваг. В будь-які часи, як мирні, так і воєнні, він є підтримкою галузі господарської діяльності країни і суспільства.

Серед усіх сфер національної економіки туристична сфера за обсягами доходу займає 3-є місце в економіці держави. Прибуток із туристичних поїздок, й, відповідно, податки із них, формують вагомую частину бюджету.

Саме туристична сфера надає поштовх до розвитку різних частин інфраструктури, включаючи підприємства торгівлі. Він дає безліч робочих місць і можливостей для заробітку, утворює умови для функціонування компаній в сферах, які співпрацюють з туристичною сферою. Економічний і соціальний вплив туристичної сфери усебічний:

- а) підвищення місцевих доходів;
- б) розвиток виробничої і соціальної інфраструктур в туристичних центрах;
- в) розвиток галузей, пов'язаних із виробництвом різноманітних туристичних послуг;

г) сприяння розвитку культури і народних промислів;

г) утворення робочих місць.

Таким чином, за умов війни навряд чи можна говорити про розвиток туристичної сфери. Проте як для економіки, так й суспільства важливо зберегти хоч би частину його діяльності. А після завершення важкого періоду варто спрямувати зусилля на його відновлення.

На сьогоднішній день в туристичній сфері відбуваються такі процеси:

1. Із початком повномасштабного вторгнення туристична сфера у Україні скоротила власну діяльність. Усе ускладнюється тим, що наша держава, як й багато інших країн світу, ще не повністю оговталася після пандемії коронавірусу. Сфера знову повернулася до збитковості й не змогла досягти показників 2019 року.

2. Зовнішній туризм на сьогоднішній день не функціонує через низку причин. По-перше, в великого обсягу громадян зросли витрати і знизилися доходи. По-друге, військовозобов'язані не мають можливості виїздити за кордон із сім'єю, навіть якщо в них є на це кошти. По-третє, існують складнощі, пов'язані із логістикою. Також не варто очікувати прибуття значного обсягу іноземних мандрівників до того часу, доки у державі не буде безпечно. А ті, хто відвідує Україну у воєнний період – це у першу чергу представники закордонних засобів масової інформації і робітники відомств, що переміщуються по державі з робочою метою.

Оскільки війна триває, ситуація на ринку туризму буде погіршуватися. Якщо порівнювати з минулим роком, бюджет у 2023 році може отримати не більше 10% від попереднього показника. В 2021 році юридичні особи сплатили туристичні збори в обсязі 154 мільйон гривень, ФОП – 90 мільйонів гривень. Чимало організацій і установ, які організовували тури, припинили власну діяльність. Значний обсяг робітників малого і середнього бізнесу залишилися без роботи і доходів.

3. Туристична галузь не дивлячись на важкі обставини продовжує боротися з складнощами. На сьогодні він працює близько на 30%, орієнтуючись на поїздки усередині країни – переважно в західноукраїнському напрямку,

наприклад мальовничий і затишний край біля о.Синевир. Індустрія туризму всіляко намагається підтримувати й власними податками бюджет, й власними послугами людей, які потребують відпочинку в даний період.

Й не забувають й про переселенців. Багато туристичних організацій та установ займається волонтерством, підтримуючи армію необхідним, а також переселенців, розміщуючи їх в санаторіях і організовуючи їхнє пересування далі.

Якщо туристична індустрія продовжить падати в прірву кризи, проблем буде ще більше. Бюджет держави не буде отримувати великий обсяг податків, з яких у тому числі фінансується ЗСУ і найбільш соціально незахищені категорії населення. Підтримуючи економіку держави, індустрія туризму сама потребує підтримки.

Туристична діяльність на сьогодні аналізується як спосіб психологічної реабілітації. Туристичні поїздки допомагають на певний проміжок часу переорієнтуватися, відпочити фізично і психоемоційно, що благотворно впливають на здоров'я і працездатність. Оскільки держава як ніколи потребує сильних і упевнених в завтрашньому дні громадян, готових в майбутньому відбудувати зруйноване [13].

Таким чином, ми можемо стверджувати, що держави, які хочуть жити не тільки сьогоднішнім днем, уже в процесі війни думають про те, як вони будуть жити після її закінчення. Відбудувати, налагоджувати діяльність важливих економічних галузей і сферу туристичних послуг є можливість швидше повернутися до повноцінного життя. Тому туристична сфера повинна й буде працювати.

### **3.2. Шляхи вирішення проблемних питань розвитку ринку туристичних послуг за умов війни**

На сферу туризму, що і так лише почала набирати обертів після 2 років протипандемічних обмежень, війна вплинула ще до 24 лютого 2022 року.

Першим сигналом була відмова західних перевізників від рейсів до нашої

країни. Далі — занепокоєність, а з часом і заборона авіаційних страховиків виконувати польоти у українському небі. Питання на той період удалося врегулювати на державному рівні, проте усього за тиждень почалося повномасштабне вторгнення.

Здавалося би, дані процеси мали повністю зупинити туристичну сферу, проте для спеціалістів скоріше змінився фокус уваги, оскільки необхідно було вирішувати нагальні питання.

Насамперед, критично важливо було допомогти тисячам мандрівників, що застрягли за кордоном. Одразу почалися перемовини з іноземними партнерами відносно пільгових умов розміщення.

По-друге, були запущені процеси усередині держави, для того щоб забезпечити евакуацію людям з зони бойових дій. Багато співробітників туристичної сфери і самі були вимушені покинути власне місце проживання.

А після того, як люди потрапили до відносної безпеки, постало питання, як відновити власну діяльність. Всім ставало зрозуміло, що війна є новою реальністю, а економіка повинна працювати навіть в таких умовах.

Нещодавно Державне агентство розвитку туризму вийшло із повідомленням, головний зміст якого полягає в тому, що поїздки у Україні продовжуються і під час війни.

Навіть за умов наявних обмежень (як приклад, на відвідування лісів, ділянок навколишнього природного середовища або прикордонних територій) населення продовжує відкривати рідну державу. Й це цілком зрозуміло, оскільки постійний стрес утомлює, а організм вимагає відновлення.

Поступово відновлюється також й виїзна туристична діяльність. Переважно жінки із дітьми подорожують за популярними літніми напрямками з вильотом з Кишинева (Молдова).

Актуальним також є замовлення наземного обслуговування тобто громадяни, що опинились у країнах Європи бронюють ГРК і обслуговування в українських туристичних операторів і добираються до місця відпочинку самостійно.

З точки зору бізнесу, даних замовлень достатньо тільки для часткового

покриття звичних об'ємів поїздок. Для того щоб вийти на повне завантаження українські туристичні оператори шукають нові методи розвитку та поступово досліджують європейський ринок, а також можливості інших держав.

Таким чином, туристична сфера України розвиває бізнес в Молдові і Казахстані, а у весняний період почали роботу на території Естонії, Латвії і Литви. Необхідно зазначити, що запуск бізнесу у Європейському Союзі — не найшвидший процес [40,41].

Як приклад, підготовка до початку роботи у державах Балтії тривала понад одного року, що означає, що шлях для українського бізнесу у Європейський Союз не буде простим.

З іншого боку, ринок послуг і відпочинку стрімко відновлюється і подекуди навіть не встигає задовольняти попит на подорожі. У Лондоні аеропорт Хітроу декілька днів тому повідомив, що обслуговуватиме не більше 100000 пасажирів на добу, для того щоб знизити розміри черг.

На сьогоднішній день у засобах масової інформації можна зустріти чимало оптимістичних прогнозів відносно туристичної індустрії після перемоги у війні. Передумови для даного явища багато туристичних атракцій, а світ зараз зацікавлений у відкритті нових туристичних шляхів.

Проте разом з цим необхідно розуміти, що усе чого буде залежати від швидкості відновлення інфраструктури і загального рівня життя у державі, що вплине як на в'їзну, так й на виїзну туристичну сферу.

Війна, яка наразі триває у нашій країні, немає аналогів в сучасній європейській історії, для того щоб провести коректну аналогію та оцінити можливий вплив на туристичну сферу і сферу послуг.

Часто наводять приклад із Хорватією, що після війни змогла стати дуже популярною локацією. Та не варто забувати, що бойові дії там були не настільки руйнівні як ті, що тривають зараз в нашій країні.

Окрім того, важливим фактором буде спроможність післявоєнної України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на міжнародному ринку, що надасть можливість переключити сприйняття нашої держави із місця бойових дій на безпечну локацію для подорожі.

Програми майбутнього відновлення країни, про які зараз говорить Уряд, мають також охоплювати туристичну сферу.

Окрім того, важливо уже на сьогоднішній день починати перемовини з світовими готельними мережами та пропонувати їм виходити в нашу країну, сформувані стратегії розвитку після війни. Лише за умови планування заздалегідь ми зможемо дійсно використати моменти, коли інтерес до нас ще буде високим, а бойові дії нарешті завершаться.

Розвиток українського ринку туристичних послуг володіє рядом переваг для держави, зокрема, залучення українського та іноземного капіталу, притік іноземної валюти у державу, підвищується обсяг робочих місць, зростає валовий внутрішній продукт, реформується структура відпочинку та інші. Саме розвиток туристичної індустрії може стати каталізатором для розбудови інфраструктури, сільського господарства, будівництва і низки інших секторів.

В законі нашої країни «Про туризм» ідеться, проте те, що сфера туризму є пріоритетною. Також там зауважується, що державна політика в туристичній галузі спрямована на встановлення і захист туристичних ресурсів, виділення коштів на розвиток ринку туристичних послуг, розвиток і реалізацію різних програм розвитку туристичної діяльності [22]. Проте не зважаючи на те, що державна політика спрямована на розвиток сфери, ринок туристичних послуг на сьогоднішній день стикнувся із рядом проблем, що є серйозною перепорою для його подальшої розбудови.

Якщо дослідити, що ж вплинуло на стан ринку туризму у нашій країні, то ми вважаємо, що наявний ряд причин, зокрема:

а) військово-політична ситуація у державі. Конфлікт на території України значно зменшив потоки мандрівників у Донецькій, Луганській, Запорізькій, Херсонській, Харківській, Миколаївській, Одеській, Січеславській, Сумській і Чернігівській областях, а також в Автономній Республіці Крим. Крім того, війна підриває авторитет нашої країни на міжнародній арені. Безпека є одним з основних критеріїв для мандрівників. А як уже зазначалося, Україна є однією із останніх в рейтингу безпечності;

б) нехтування міжнародним досвідом розвитку туристичної сфери. Таким

чином, наша країна в цій сфері мала би поставити перед собою такі завдання, як вдало розмішувати і застосовувати рекреаційні об'єкти;

в) досягнути високого ступеня розвитку сервісного обслуговування;

г) забезпечити сферу туризму транспортом в достатній мірі;

г) спрямувати певний обсяг зусиль на підготовку висококваліфікованих кадрів в галузі послуг та інше;

д) відсутність послідовної державної політики у сфері туризму. У нашій країні не існує якогось єдиного і чіткого механізму, що би регулював туристично-рекреаційну діяльність. Внаслідок, чимало туристичних об'єктів не відповідають нормам, а сама сфера не є достатньо інвестиційно привабливою;

е) неефективність діяльності центральних органів виконавчої влади в туристичній галузі. Проблема це власне неможливість вирішити проблеми на місцях. Також неефективними є видатки бюджету і прогнозування доходів сфери, які спричиняють до її занепаду;

є) відсутність належних умов для розвитку пріоритетних для країни в'їзного туризму й внутрішнього туризму, податкового й фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг і українських туристичних операторів, що займаються даним видом діяльності;

ж) не надто високий імідж держави в туристичній галузі, що пов'язано з недостатньо високою якістю вітчизняного туристичного продукту, невідповідністю наших стандартів країнам ЄС і відсутністю чіткої стратегії розвитку;

з) невідповідність нинішнім вимогам готельно-ресторанної індустрії. Таким чином, 90% готельних господарств було збудовано більше двадцяти років тому й у більшості із того часу не проводилось капітального ремонту або реконструкції, що означає, що умови у цих закладах значно відстають від сучасних стандартів;

и) низька якість транспортного сполучення у Україні. Найпопулярнішим серед мандрівників є автомобільне сполучення. Проте через поганий стан вітчизняних автомобільних доріг, даний вид транспорту є й найнебезпечнішим. Не беручи до уваги вище наведені проблеми, наша країна має усі шанси

перетворити ринок туристичних послуг на високорозвинену галузь. Саме тому першим кроком має бути низка реформ, пов'язаних із державним управлінням в цій сфері.

Ми можемо стверджувати, що судячи з стану ринку туристичних послуг в Україні і досвіду інших держав з використання різноманітних моделей регулювання туристичної діяльності, найбільш доцільною для нас є європейська модель [39].

Ефективність її полягає у можливості залучити приватний фінансовий капітал з метою вирішення поставлених задач. В державах із досвідом застосування цієї моделі, крім ряду урядових виконавчих структур у сфері туризму діють й інші організації, пов'язані з туризмом. Вони можуть функціонувати як у підпорядкуванні даним органам, так й автономно, однак їх співпраця значно збільшує продуктивність та якість вирішення питань й виконання завдань в цій сфері. Іншими актуальними методами розвитку сфери туризму мають стати:

1. Стабілізація політичної ситуації і економічної ситуації у державі, оскільки від них напряду залежить туристичний потік. Під час цього, слід зауважити, що пріоритетним повинно стати також й внутрішня туристична діяльність, оскільки, як свідчить статистика, переважна більшість жителів східних територій нашої держави нічого не знають про західні території нашої країни й навпаки. Внутрішня туристична діяльність може стати підґрунтям для подальшого розвитку сфери і залучення нового капіталу до неї.

2. Вихід на нові міжнародні ринки. Необхідно співпрацювати із представництвами інших країн із метою залучення більшого обсягу в'їзних мандрівників та утримання чітких позицій на міжнародній туристичній арені.

Ще один метод виконання цієї задачі є участю в туристичних виставках, утворення кластерів, порталів, розробка ефективної інформаційно-маркетингової стратегії.

3. Мобілізація всього можливого туристичного потенціалу, розвиток інфраструктури й відповідність їх міжнародним стандартам для задоволення наявного попиту.

4. Великі зусилля мають бути спрямовані на поліпшення обслуговування мандрівників, оновлення і реконструкцію туристичних об'єктів, історичних і культурних пам'яток, утворення нових рекреаційних зон місцевого і державного значення.

Досліджуючи методи вирішення проблем в туристичній галузі у нашій країні, можна також зупинитись на його конкретних напрямках. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»»[25] до видів туристичної діяльності відносять:

- культурно-пізнавальний туризм;
- лікувально-оздоровчий туризм;
- релігійний туризм й інші [40].

До альтернативних видів належать екологічний туризм і зелений туризм. У різних областях України нині розвиваються також й екстремальний, етнічний (ностальгічний), агротуризм, а також промисловий. Беручи до уваги природу і культурні особливості, одним із основних повинен стати зелений чи сільський туризм у його основі лежить надання туристичних послуг жителям міст, а також іноземним туристам, що хочуть ознайомитись зі звичаями і традиціями, кухнею, а також побутом місцевих жителів.

Зелений туризм це актуальний і потрібний у Україні вид туризму оскільки: насамперед, це можливість зберегти, відродити і розвинути нашу культуру, промисли, архітектуру, народне мистецтво; по-друге, впровадження даного виду туризму це шанс не просто застосувати природо-ресурсний і культурний потенціал сільської місцевості, але і частково вирішити проблему зайнятості місцевого населення і деяким чином збільшити частку малого підприємництва у нашій державі; по-третє, це досить таки ефективний спосіб представити світу вітчизняний туристичний бренд [42,43].

## ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було отримано та теоретично обґрунтовано результати, які в сукупності вирішують актуальність особливостей надання туристичних послуг в Україні за умов війни. В результаті проведеного дослідження були зроблені наступні висновки:

1. Розкрито особливості функціонування ринку туристичних послуг. Ринок туристичних послуг є складною системою, яка вимагає уваги до деталей і гнучкості під час вирішення проблем. В умовах війни його функціонування суттєво ускладнюється через зміну політичної, соціальної і економічної ситуації.

2. Дано загальну характеристику відділу культури та туризму Чемеровецької селищної ради. Відділ відіграє важливу роль у розвитку туризму в регіоні. Він забезпечує планування, координацію і реалізацію туристичних проєктів, сприяє популяризації місцевих пам'яток та заходів для приваблення туристів.

3. Висвітлено роль місцевого саоврядування у сприянні розвитку туризму. Місцеве самоврядування відіграє важливу роль у розвитку туризму в умовах війни. Вони можуть сприяти створенню безпечних умов для туристів, розвивати інфраструктуру, просувати регіональні туристичні продукти та співпрацювати з іншими органами влади для забезпечення стабільного розвитку сектора туризму.

4. З'ясовано особливості надання туристичних послуг та порівняно динаміку туристичних потоків за умов війни. Надання туристичних послуг в умовах війни вимагає особливої уваги до безпеки туристів, адаптації до змінюючихся обставин і попиту, а також сприяння розвитку внутрішнього туризму. Динаміка туристичних потоків може суттєво змінюватися в залежності від ситуації, тому важливо виявити тенденції та адаптуватися до них.

5. Встановлено умови адаптації туристичного бізнесу до нових умов господарювання. Адаптація туристичного бізнесу до нових умов господарювання в умовах війни передбачає розробку стратегій та заходів,

спрямованих на збереження і привертання уваги клієнтів на туристичну галузь. Важливо вдосконалювати маркетингові стратегії, залучати туристів з альтернативних ринків, створювати унікальні туристичні продукти і пропонувати спеціальні пропозиції та знижки. Крім того, варто удосконалювати державну туристичну політику. Важливими напрямками у подоланні наслідків кризи в туристичній галузі є фінансування розбудови інфраструктури, забезпечення охорони пам'яток, музейна безпека, розвиток сучасних засобів цифрової комунікації та доступність інформації про туристичні локації, засоби пересування, заклади харчування в мережі Інтернет. Варто окреслити такий напрям, як зміцнення довіри через забезпечення захисту та безпеки у всіх видах туристичної діяльності, зміцнення партнерських зв'язків та солідарності на користь соціально-економічного відновлення. Важливе місце посідає підтримка розвитку туристичної інфраструктури та надання якісних послуг упродовж всього виробничо-збутового ланцюжка туристичної галузі, сприяння інвестиційній діяльності, створення сприятливих умов для розвитку внутрішнього та регіонального туризму. Максимальне збільшення використання технологій в туристичній сфері, пропаганда цифровізації з метою вироблення інноваційних рішень та інвестування коштів у розвиток цифрових навичок, особливо у працівників, що тимчасово не працюють, та осіб, які шукають роботу, – сприятиме відновленню та розвитку туризму

б. Запропоновано шляхи вирішення проблемних питань розвитку ринку туристичних послуг за умов війни, а саме:

а) покращення безпеки: співпраця з правоохоронними органами, забезпечення високої якості безпеки на туристичних майданчиках і в громадських місцях;

б) розвиток альтернативних маршрутів: пропонування нових туристичних маршрутів, які не залежать від конфліктів і зон військових дій;

в) привертання внутрішніх туристів: сприяння розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди і реклами місцевих туристичних атракцій серед мешканців країни;

г) співпраця з громадськістю: активна комунікація з громадськістю,

висвітлення позитивних аспектів туризму, залучення громадських організацій та журналістів до популяризації регіону як безпечного туристичного напрямку;

г) підтримка туристичних підприємств: надання допомоги туристичним підприємствам шляхом надання фінансової, консультативної та організаційної підтримки. Це може включати зниження податкових ставок, надання кредитів за пільговими умовами, організацію навчальних семінарів та тренінгів для підприємців.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Відділ культури та туризму Чемеровецької селищної ради. URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/41114556/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41114556/) (дата звернення: 04.05.2023).
2. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
3. Європейська хартія місцевого самоврядування: Міжнародний документ від 15.10.1985 р. *Нормативні Акти України*. № 452/97-ВР. URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994\\_036](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_036)(дата звернення: 10.04.2023).
4. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
5. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 7 червня 2001 року № 2493-ІІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
6. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VІІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
7. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
8. Чемеровецька селищна територіальна громада: офіційний сайт. URL: <https://chemerovecka-gromada.gov.ua/> (дата звернення: 04.05.2023).
9. Коваль О. П'ять кроків для розвитку туризму в громаді URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/08/1/650132/> (дата звернення: 12.04.2023).
10. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Н. Є. Кудла. Київ: Знання, 2011. 351 с.
11. Кудла Н. Є. Сільський туризм Основи підприємництва та гостинності. К.: ЦУЛ, 2015. - 152 с.

12. Кіфяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

13. Зарубіжний досвід розвитку туризму URL: [http://agroua.net/economics/documents/category\\_14/doc31](http://agroua.net/economics/documents/category_14/doc31) (дата звернення: 01.05.2023).

14. Моца А.А., Шевчук С.М., Серета Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560/1501> (дата звернення: 04.05.2023).

15. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 10.04.2023).

16. Барвінок Н.В. Вплив пандемії, спричиненої COVID-19, на діяльність туристичної індустрії в Україні. *Соціальна економіка*. 2021. Вип. 62. С. 7-19.

17. Барвінок Н.В., Барвінок М.В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. URL: <http://www.baltijarublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6403/13255-1?inline=1> (дата звернення: 30.04.2023).

18. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні. 2022. № 4 (11). С. 139-151. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/1423/1420> (дата звернення: 30.04.2023).

19. 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://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/783/754> (дата звернення: 30.04.2023).

20. Сінгуцький О.В. Державна підтримка туризму в Україні: перешкоди та передумови розвитку. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління». 2019. Том 30 (69). № 6. С. 71–76. URL:

[https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/6\\_2019/15.pdf](https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/6_2019/15.pdf) (дата звернення: 30.04.2023).

21. Ляпіна І.Ю. Організація та технологія готельного обслуговування: підручник для початкової професійної освіти. К.: Академія, 2015. 208 с.

22. Українська туристична газета URL: <http://www.utg.net.ua/>(дата звернення: 30.04.2023).

23. Захарова К.В. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі Криму. *Економіка Криму*. 2009.

24. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text> (дата звернення: 27.05.2023).

25. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (дата звернення: 26.04.2023).

26. Павлиш О. Через війну надходження до держбюджету від туристичної галузі впали до 18%. URL: [ресурсу:https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142](https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142)(дата звернення: 30.04.2023).

27. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. URL:<https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034> (дата звернення: 28.04.2023).

28. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>(дата звернення: 30.04.2023).

29. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туризмі: теорія, методологія, практика. К. Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 493 с.

30. Миронов Ю. Б. Особливості реклами в туризмі. Випуск V. Львів: Видавництво ЛКА, 2012. 448 с.

31. Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту: навч. посіб. Кондор, 2012. 364 с.

32. Стрій Л.О. Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку: монографія. Одеса: ВМВ, 2013. – 320 с.

33. Коруняк Л.М. Сучасні туристичні тренди. Щорічна звітна наукова конференція здобувачів вищої освіти Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (м. Хмельницький, 13-15 квітня 2021 року). С.259-260.

34. Коруняк Л.М. Подорожі-2021 і covid-19 на Україні. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Цифровізація економіки та суспільства: молодих дослідників». «Жас Туран-2021» 21 квітня 2021 р. Алмати 2021 С.348-349.

35. Коруняк Л. М. Мотивація персоналу туристичних підприємств. Збірник тез Щорічної звітної наукової конференції здобувачів вищої освіти Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова присвячена 30-річчю Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (м. Хмельницький, 6 травня 2022 року) С.202-203.

36. Коруняк Л. М. Особливості надання туристичних послуг в Україні у період воєнного стану. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації». Харків, 2023. С. 22-23.

37. Зінько Ю. Екологічні аспекти рекреаційно-туристичної діяльності в Українських Карпатах. Екологічна ситуація в Карпатах: на початку XXI століття: сучасний стан і шляхи вирішення проблем: Матеріали міжнар. конф. Львів, 2013. С. 56-64.

38. Іванова В. Г. «Туризм» як категорія науки адміністративного права та законодавства України. Право та суспільство. 2010. № 3. С. 119-125.

39. Шмечко Г.І., Черевко Г.В. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія та практика. Львів: Ліга-Прес, 2009. 121 с.

40. Ісаєнко В.К. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь): навчальний посібник. К.: НПУ імені К. П. Драгоманова, 2013. 300 с.

41. Кафарський О. В. Договірні відносини у туризмі. Університетські наукові записки. 2010. № 1 (33). С. 40-46.

42. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. Інноваційна економіка. Серія «Стратегія інноваційного розвитку

економіки». 2012. Вип.3 (29). С. 43-50.

43. Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП» ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

44. Крісанов Д. Ф. Сільський туризм: здобутки, перешкоди, перспективи. Агросвіт. 2009. № 17. С. 4-14.

45. Кузик С. П. Австрійський досвід формування регіональної політики розвитку туризму. С. П. Кузик, Д. Л. Олесевич. Регіональна політика України: наукові засади, методи, механізми. Збірник наукових праць. За матеріалами доповідей міжнародної науково-практичної конференції, К.Львів, 21-23 травня 1998р. У трьох частинах. Львів: НАН України Інститут регіональних досліджень, 1998. С. 47-50.

46. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 271 с.

47. Державна служба статистики URL <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.04.2023).

48. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи: тези доповідей VI Всеукр. студ. наук. конф. (Київ, 25 березня 2020 р.) відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 318 с. Укр. та англ. мовами.

49. Якість обслуговування туристів у готелях – важливий чинник розвитку туризму URL <https://buklib.net/books/26902/>(дата звернення: 30.05.2023).

50. Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м.Львів). Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. 432 с.

51. Давидова О.Ю. Удосконалення діяльності підприємств індустрії гостинності в умовах їх інноваційно-технологічного розвитку. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. Харків, 2015. Вип. 1 (21). С. 241–256.

52. Економічний фронт України. URL: [https:// opendatabot.ua/war/](https://opendatabot.ua/war/)(дата звернення: 30.05.2023).

**Виконала:** студентка 4 курсу  
за спеціальністю 242 Туризм  
денної форми навчання

\_\_\_\_\_ Ліна КОРУНЯК

**Науковий керівник:**  
старший викладач, кандидат  
економічних наук

\_\_\_\_\_ Петро СЕМ'ЯНЧУК

**Робота допущена до  
захисту:**

завідувач кафедри  
публічного управління та  
адміністрування, д.держ.упр.,  
професор

\_\_\_\_\_ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ