

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД





ВСТУП

Актуальність дослідження особливостей розвитку туризму в Україні в післявоєнний період зумовлена необхідністю розробки науково обґрунтованих підходів до відновлення та модернізації туристичної галузі в нових реаліях. Війна створила унікальний історичний контекст, який вимагає переосмислення стратегічних пріоритетів розвитку туризму, пошуку інноваційних моделей функціонування туристичного бізнесу, залучення міжнародної підтримки для відбудови туристичної інфраструктури та формування нових туристичних продуктів, що відображатимуть сучасні запити споживачів та глобальні тенденції розвитку туризму.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо відновлення та розвитку туризму в Україні в післявоєнний період на основі аналізу сучасного стану, проблем та перспектив туристичної галузі.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку туризму в Україні у післявоєнний період.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти відновлення та розвитку туристичної галузі України в умовах післявоєнної відбудови.

Туризм як соціально-економічне явище має складну структуру та охоплює економічні, соціальні, культурні, екологічні й політичні аспекти. У науковому дискурсі він розглядається як система взаємодії різних компонентів, що формують специфічний сектор господарства. Міжнародна асоціація AIEST визначає туризм як сукупність відносин і явищ, пов'язаних із тимчасовими переміщеннями людей без мети отримання прибутку. Закон України «Про туризм» подає аналогічне визначення.

З економічної точки зору, туризм є галуззю, яка охоплює виробництво та споживання послуг і товарів для туристів, створює ВВП, доходи, зайнятість і стимулює інвестиції. Соціально туризм сприяє покращенню якості життя, розвитку людського потенціалу, інтеграції та культурному обміну. У культурному вимірі туризм підтримує спадщину та сприяє культурній взаємодії, хоча надмірна туристифікація може призвести до спрощення автентичної культури.

Класифікація туризму — це систематизація туристичної діяльності за різними критеріями, що допомагає краще зрозуміти її сутність і структурувати процеси. Вона має як теоретичне значення для науки, так і практичне — для статистики, маркетингу, планування.

Географічний критерій передбачає поділ на внутрішній, в'їзний та виїзний туризм. Їх поєднання утворює національний і міжнародний туризм.

Мотиваційний критерій охоплює рекреаційний, пізнавальний, діловий, лікувальний, спортивний, релігійний, етнічний, екологічний, сільський, пригодницький, гастрономічний та подієвий туризм. Кожен вид відповідає певним потребам туристів.

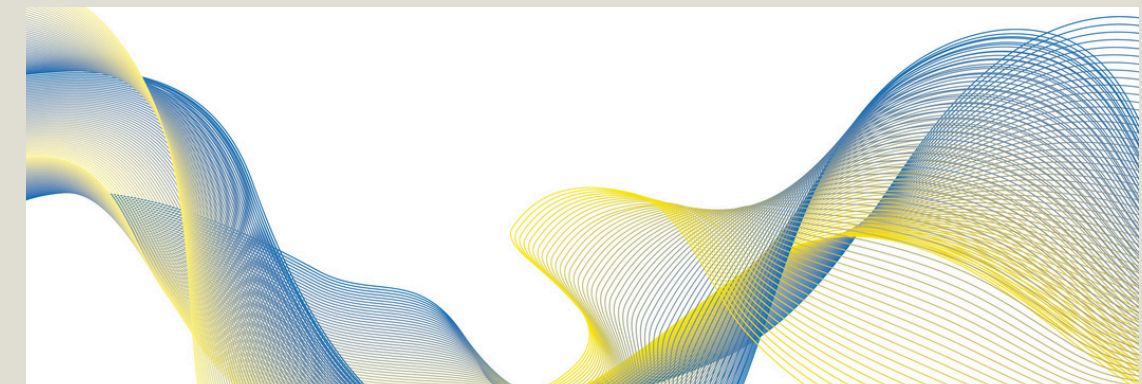
Організаційна форма ділить туризм на організований (через турфірми) і самодіяльний (самостійно спланований), а також індивідуальний, груповий і масовий.

За транспортом виділяють авто-, залізничний, авіаційний, водний, піший, велосипедний, комбінований туризм.

За віком туристів — дитячий, молодіжний, дорослий і туризм людей похилого віку, кожен з яких має свої особливості.

За тривалістю: короткостроковий (до 3 днів), середньостроковий (4–14 днів) і довгостроковий (понад 14 днів). Також туризм може бути сезонним і цілорічним.

За фінансуванням — комерційний (власні кошти туриста) та соціальний (часткове або повне державне чи інше фінансування).



Розвиток туризму залежить від взаємодії різних факторів, які формують попит, пропозицію, конкурентоспроможність дестинацій і економічну ефективність. Фактори поділяють за рівнем (глобальні, національні, регіональні, локальні), походженням (внутрішні, зовнішні), сферою впливу (соціально-економічні, політико-правові, культурно-історичні, природно-географічні, екологічні, технологічні) та характером (статичні, динамічні).

Природно-географічні фактори визначають потенціал території (клімат, рельєф, природа), впливають на види туризму та сезонність. Культурно-історичні — це спадщина, традиції і культура, що формують унікальність дестинацій.

Соціально-економічні фактори впливають на попит (доходи, вільний час) і пропозицію (інфраструктура, інвестиції).

Політико-правові — стабільність, безпека, візові режими та законодавство, що регулюють туризм. Технологічні — розвиток транспорту, цифрових сервісів, які підвищують доступність і комфорт.



Війна в Україні спричинила масштабні втрати туристичної галузі: зруйновано понад 1800 об'єктів інфраструктури, закрито повітряний простір, пошкоджено транспортні шляхи. Туристичні потоки впали на 60–95%, багато компаній припинили роботу, втрачено близько 70% робочих місць. Готелі та ресторани опинилися в кризі через зниження попиту, логістичні проблеми та кадровий дефіцит. Туризм переорієнтувався на західні регіони та специфічні види (волонтерський, медичний, релокаційний). Економічний внесок туризму у ВВП різко впав. Через війну Україна втратила туристичний імідж безпечної країни, відновлення галузі потребуватиме багато часу й ресурсів.



Відновлення туристичної інфраструктури після війни — пріоритет державної програми відбудови України. План, розроблений із міжнародними експертами, передбачає поетапне відновлення транспортної мережі, готелів, культурної спадщини, курортів, природних парків, гірськолижних курортів, туристично-інформаційної системи та сільського зеленого туризму. Загальні інвестиції оцінюються у 10-12 млрд доларів, переважно за рахунок міжнародної допомоги та державно-приватного партнерства. Особлива увага приділяється модернізації, енергоефективності, інклюзивності, екологічності та цифровізації туристичної галузі.



Державна політика у сфері туризму після війни адаптується до нових викликів. Затверджено «Стратегію розвитку туризму на 2025-2030», що базується на безпеці, інституційній реформі, євроінтеграції, диверсифікації продуктів, цифровізації та державно-приватному партнерстві. Для координації створено Міжвідомчу раду.

ДАРТ отримав розширені повноваження, створено Національний туристичний офіс, регіональні DMO та місцеві туристичні центри для кращої взаємодії влади, бізнесу і громадськості.

Законотворчість спрямована на гармонізацію з європейськими нормами: оновлено закон «Про туризм», внесено податкові стимули, прийнято закони про курорти і державно-приватне партнерство.

Фінансування відновлення здійснюється через Державний фонд туризму, програму «Доступні кредити 5-7-9%» і державно-приватні проекти з частковим держфінансуванням.

Міжнародна допомога охоплює технічну, фінансову підтримку і маркетинг: UNWTO, ЄС, Світовий банк, USAID, GIZ тощо надають кошти, експертизу та сприяють просуванню України на світовому ринку.

Впровадження стратегії сталого розвитку туризму в Україні після війни базується на інтеграції економічних, соціокультурних та екологічних складових. Вона спирається на принципи GSTC і UNWTO, що включають ефективне управління, максимізацію вигод для місцевих громад, мінімізацію негативних впливів і доступність туризму для всіх. Інституційно це передбачає створення системи координації та моніторингу на різних рівнях, впровадження 43 індикаторів сталості за методологією ETIS, розвиток регіональних центрів і дестинаційних менеджмент-організацій. Екологічна складова спрямована на зниження вуглецевого сліду через енергоефективність, відновлювану енергетику, сертифікацію закладів за міжнародними стандартами, розвиток «зеленого» транспорту та інфраструктури. Економічна частина фокусується на підтримці місцевого бізнесу, зменшенні податків та стимулюванні сертифікації сталості, а також розвитку коротких ланцюгів постачання. Соціокультурна складова підтримує збереження культурної спадщини, традицій, інклюзивність і навчання місцевих мешканців.

Відновлення міжнародного туризму в Україні є важливим державним пріоритетом завдяки унікальному поєднанню природних, культурно-історичних ресурсів та новим туристичним факторам після суспільно-політичних змін. Прогнозується поступове відновлення туристичних прибуттів до довоєнного рівня протягом 4-5 років із подальшим щорічним зростанням. Україна позиціонує себе як країна культурного різноманіття, стійкості та європейської ідентичності, що приваблює туристів, зацікавлених у відбудові та сучасних трансформаціях.

Основні цільові ринки — Польща, країни Балтії, Чехія, США, Канада, з подальшим розширенням на інші європейські, азійські та австралійські країни. Виділяють такі туристичні сегменти: культурні мандрівники, соціально свідомі туристи, історичні дослідники, діаспора та професійні мандрівники.

Нові форми туризму включають меморіальний, соціальний, освітній, подієвий, гастрономічний та медичний туризм. Інфраструктура потребує модернізації: аеропорти, залізничне сполучення, прикордонний контроль, готелі та інклюзивність.



МІЙ ВНЕСОК:

1. Розробка практичних рекомендацій щодо:

- впровадження цифрових технологій у туристичну сферу;
- розвитку внутрішнього туризму;
- створення інноваційних туристичних продуктів, адаптованих до післявоєнних умов функціонування;
- використання міжнародного досвіду для відновлення туристичних дестинацій

2. Авторська пропозиція екскурсії:

- формування міжрегіональних тематичних маршрутів (історичних, культурних, гастрономічних, екологічних), що поєднують атракції з різних областей для подовження перебування туристів і рівномірного розподілу туристичних потоків ;
- фокус на туристичні продукти для реабілітації ветеранів і людей з психологічними травмами, які включають відвідування оздоровчих та історично значущих об'єктів

МІЙ ВНЕСОК:

2. Ідея використання сучасних технологій:

- пропонується впровадження 3D-моделювання для відновлення пам'яток;
- використання цифрових каналів просування (блогери, медіа, візуальний контент);
- розширення онлайн-освітніх програм для туроператорів у сфері кризового менеджменту та цифрового маркетингу

ВИСНОВОК

Отже, розвиток туризму в Україні після війни вимагає комплексного підходу через масштабні руйнування інфраструктури, зміни туристичних потоків і поведінки споживачів. Війна спричинила скорочення міжнародних туристів на 95%, внутрішніх – на 80%, знищення понад 1300 культурних і 500 туристичних об'єктів, а також втрату кадрового потенціалу. Відновлення потребує інвестицій 10–12 млрд доларів і пріоритету на транспорт, розміщення, культурні об'єкти та цифрові технології.

Державна політика і міжнародна підтримка адаптуються через нові інституції, законодавство та програми фінансування і техдопомоги від UNWTO, ЄС, Світового банку та інших. Туристичний ринок змінюється: зростає внутрішній туризм (+35-40%), переорієнтація на Західну Україну, посилення вимог до безпеки, попит на автентичність, екотуризм і цифрові сервіси.

Стратегія сталого розвитку з балансом економіки, суспільства і екології є ключовою для конкурентоспроможності галузі. Цифрова трансформація (VR, AI, блокчейн, IoT) відкриває нові можливості модернізації туризму.

Д Я К У Ю З А У В А Г У !

