

**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, ДОКУМЕНТНИХ ТА
МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Допущено до захисту

“ ____ ” _____ 2024 р.

В.о. завідувача кафедри туризму,
документних та міжкультурних
комунікацій

_____ Людмила ТАНСЬКА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ступінь вищої освіти «бакалавр»

на тему:

**ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК РИНКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТА
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

за спеціальністю 242 «Туризм»

Виконала: студентка 4 курсу,
денної форми навчання, групи ТУ-20-1
Опанасюк Юлія Сергіївна

Науковий керівник:

д.е.н., професор
Доценко Анатолій Іванович

Київ-2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи формування ринку рекреаційних та туристичних послуг.....	5
1.1. Поняття та характеристика рекреаційної діяльності та послуг.....	5
1.2. Поняття та характеристика туристичних послуг.....	12
1.3. Історія та етапи розвитку туристичного та рекреаційного ринку в Україні...16	
1.4. Правові аспекти регулювання ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні.....	19
Висновок до 1 розділу.....	22
РОЗДІЛ 2. Аналіз ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні...24	24
2.1. Огляд ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні.....	24
2.2. Втрати української культурної спадщини в період війни.....	32
2.2. Аналіз попиту на ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	38
Висновок до 2 розділу.....	43
РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних рекреаційних послуг в Україні.....	45
3.1. Проблеми розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні..45	
3.2. Перспективи розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні та шляхи вдосконалення туристичної діяльності.....	50
3.3. Стратегія розвитку маркетингу ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	57
Висновок до 3 розділу.....	63
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

Туризм став символом сучасного способу життя, важливою частиною світової економіки та чинником впливу на процес міжнародної інтеграції. Сьогодні туризм є провідною галуззю, і її прибутковість навряд чи поступається провідним галузям промисловості. У багатьох країнах світу туристична галузь є потужним і часто єдиним середовищем отримання прибутку, що забезпечує надходження іноземної валюти в національну економіку, позитивно впливаючи на інвестиційне середовище країни та зовнішньоекономічний імідж. В Україні на початку 1990-х років спостерігався його активний розвиток, що виявилось, з одного боку, у зацікавленні іноземних туристів нашою державою та численними виїздами наших громадян за кордон, з іншого — активнішим розвитком внутрішнього туризму.

Розвиток індустрії туризму в Україні сьогодні став багатостороннім явищем, яке поєднує в собі економічні, соціальні, культурні та екологічні чинники, має безмежний потенціал для повсякчасного розвитку (прогресу) та тісно пов'язаний з багатьма галузями економіки, що визначає її провідне місце у соціально-економічному житті країн.

Україна, зі своєю багатою культурою, історичними пам'ятками та унікальною природою має великий потенціал для розвитку рекреаційних та туристичних послуг.

Щодо самого ринку, то його можна охарактеризувати як систему, яка складається з різноманітних механізмів, що взаємодіють між собою для поліпшення процесів виробництва, розподілу, обміну та споживання. Один із таких ринків — є ринок туристичних та рекреаційних послуг, Цей ринок включає в себе широкий спектр послуг, що задовольняють потреби населення у відпочинку, розвагах та культурному спілкуванні.

Ринок туристичних та рекреаційних послуг в Україні є важливим елементом як національної економіки, так і культурного життя країни. Він охоплює різноманітні послуги, від туристичних екскурсій та відпочинку на природі до культурних заходів та спортивних подій.

Дослідження та аналіз ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні дозволить краще зрозуміти його потенціал і проблеми, виявити можливості для розвитку та вдосконалення, а також розробити стратегії для подальшого зростання цього важливого сектора економіки країни.

Метою цієї дипломної роботи є вивчення сучасного стану ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні. Дослідження буде зосереджено на аналізі основних тенденцій, перспектив та проблем, що впливають на розвиток сектору рекреації та туризму в Україні.

Об'єктом дослідження обрано ринок рекреаційних та туристичних послуг в Україні.

Предметом дослідження є формування і розвиток ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні.

Завдання дипломної роботи:

1. Дослідити стан ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні, включаючи аналіз популярних туристичних напрямків, об'єктів та видів послуг, які пропонуються.
2. Визначити законодавчу базу та регулювання діяльності у сфері рекреації та туризму в Україні.
3. Зібрати та проаналізувати статистичні дані та інші джерела інформації, що відображають попит та пропозицію на рекреаційні та туристичні послуги в Україні.
4. Визначити заходи щодо просування та маркетингу для подальшого розвитку ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні

5. Прогнозування та рекомендації для подальшого розвитку.

Ціллю дипломної роботи є визначення потенціалу ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні та шляхи вдосконалення, рекомендацій для його ефективного функціонування і збільшення конкурентоспроможності.

Для того, щоб досягнути поставленої мети, були використані такі **методи дослідження**:

- **аналізу статистичних даних:** використання інформації з туристичних агентств, дослідницьких організацій та інших джерел для вивчення структури та динаміки ринку туристичних та рекреаційних послуг.
- **спостереження та аналіз ринкових тенденцій:** спостереження за змінами в споживчому попиті, конкурентним середовищем, нововведеннями та іншими факторами, що впливають на ринок рекреаційних та туристичних послуг;
- **метод порівняння:** полягає у порівнянні різних параметрів, таких як структура, динаміка, тенденції розвитку, стратегії управління, законодавче регулювання тощо;
- **синтез і систематизація отриманих результатів:** об'єднання та аналіз усіх отриманих даних для формулювання висновків та рекомендацій щодо подальшого розвитку ринку туризму та рекреаційних послуг в Україні.

Ці методи дослідження дозволили ретельно вивчити структуру, стан та динаміку ринку туристичних послуг, а також ідентифікувати проблеми та можливі шляхи їх вирішення. Вони допомогли систематизувати накопичений досвід для розробки механізмів подолання проблем та усунення недоліків, а також виявити можливості для підвищення рівня розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Поняття характеристика рекреаційної діяльності та послуг

Однією з ключових вимог для подальшого розвитку суспільства є створення умов безпечного способу життя людини, при цьому забезпечуючи високі стандарти якості життя. Це вимагає акценту на розвиток економічних галузей, які не тільки ефективні з екологічної точки зору, але й сприяють поліпшенню якості оточуючого середовища. Рекреація, зокрема, є однією з таких перспективних сфер, яка, при правильній організації, може впливати на екологоекономічні показники та вирішувати соціальні проблеми. Для успішного перехідного процесу України та її регіонів до моделі збалансованого розвитку, акцент слід робити на поширенні та підтримці рекреаційних ініціатив.

Рекреація – це термін, що чимось схожий з туризмом, але має ключові відмінності. Слово "recreation" походить з англійської мови, його можна перекласти як відпочинок та розваги. Отже, рекреація може бути визначена як процес, під час якого люди відпочивають у свій вільний від роботи час.

В законодавстві України дано таке визначення рекреації: Рекреація відновлення за межами постійного місця проживання у визначених згідно із законодавством місцях природно-заповідних територій та об'єктів розумових, духовних і фізичних сил людини, що здійснюється шляхом загальнооздоровчого, культурно-пізнавального відпочинку, туризму, оздоровлення, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо [13].

Рекреація входить до числа виборчих видів активності, які стають необхідною умовою нормального функціонування людського життя. Вона слугує засобом компенсації стресу, відновлення працездатності і забезпечує умови для

подальшого функціонування виробництва. Основне завдання рекреації полягає у відновленні та розвитку фізичних та психічних резервів кожного учасника суспільства, сприяючи всебічному розвитку його духовного світу.

Навіть при відсутності загальноприйнятої класифікації суспільних функцій рекреації в науці, можна розглядати їх як три основні групи:

1. Медико-біологічна функція: Виявляється в санаторно-курортному лікуванні та оздоровленні. Використання туризму для оздоровлення представляє собою один із способів розв'язання проблеми вирішення психічного втомлення людини, яке виникає як внаслідок виробничої, так і позавиробничої діяльності.

2. Соціально-культурна функція: Становить провідну роль у рекреації. Культурні або духовні потреби охоплюють прагнення до пізнання в найширшому розумінні цього слова, включаючи розуміння навколишнього світу та місця в ньому, а також осмислення сенсу і призначення власного існування.

3. Економічна функція: Забезпечує просте і розширене відтворення робочої сили. Рекреація сприяє ефективному використанню суспільно необхідного часу. Завдяки рекреації підвищується працездатність працюючих, збільшення тривалості періоду збереження повноцінної працездатності, рекреація призводить до скорочення захворюваності та підвищення рівня життєвого тону [54].

Що ж до визначення **рекреаційної діяльності**, то це діяльність, спрямована на відновлення розумових, духовних і фізичних сил людини шляхом загальнооздоровчого і культурно-пізнавального відпочинку, туризму, санаторно-курортного лікування, любительського та спортивного рибальства, полювання тощо [13].

Рекреаційна діяльність представляє собою комплекс заходів, що пов'язаний із використанням вільного часу для оздоровлення та культурно-пізнавальної

активності осіб. Ці заходи здійснюються на спеціально відведених територіях, розташованих за межами місця постійного проживання.

Рекреаційна сфера постійно розширюється та стає все більш різноманітною. Сучасною тенденцією є те, що практично усі галузі економіки долучаються до надання послуг у сфері відпочинку та лікування.

Узагальнено можна виділити кілька видів рекреаційної діяльності, таких як лікувально-курортна, оздоровчо-спортивна, пізнавальна та розважальна.

Лікувально-курортна рекреаційна сфера базується на використанні природних ресурсів, таких як клімат, мінеральні води, грязі, соляні шахти, кумисолікування та їх поєднання. Умови лікувально-оздоровчої рекреації повинні точно відповідати стандартам здоров'я, встановленим у сфері медицини та біології. Одночасно, використання інших видів рекреаційної діяльності у сполученні з лікувально-оздоровчими процедурами може істотно розширити їх потенціал, створюючи додатковий лікувальний ефект.

Оздоровчо-спортивний напрямок в рекреаційній діяльності є надзвичайно різноманітним. Ця форма відпочинку дозволяє відвідувачам на найобмеженіших територіях, таких як вузькі смуги пляжів, користуватися різноманітними послугами, такими як купання, сонячні ванни, харчування, розваги з м'ячем, водні види спорту (водні лижі, парашланери, віндсерфінг), прогулянки вздовж берега та інші. Поміж інших форм оздоровчо-спортивної рекреаційної діяльності можна виділити маршрутний, прогулянковий, дайвінг, рибальський, мисливський, гірськолижний туризм та альпінізм.

Пізнавальна рекреаційна діяльність фактично включається в усі інші види діяльності. Але одночасно існують і такі форми, які спеціалізовано спрямовані на пізнання. Попит на ці види зростає із підвищенням рівня освіти та культурного розвитку, розширенням можливостей інформаційної та транспортної інфраструктури. Серед них можна відзначити вивчення культурно-

історичних пам'яток, археологічних розкопок, етнографічних особливостей, природних феноменів, видатних споруд тощо.

Розважальна рекреаційна діяльність також вбудована у всі інші види рекреаційної діяльності. Потреба в "відпочинку" від лікувальних процедур особливо актуальна при стаціонарному перебуванні в санаторно-курортних умовах, відпочинку біля води та міському відпочинку. Для багатьох людей внутрішньою, неусвідомленою потребою є можливість витратити свій вільний час на розваги (казино, бари та інше), навіть якщо це не приносить якоїсь конкретної користі або може бути навіть шкідливим для їхнього благополуччя.

Згідно з юридичним статусом, рекреаційна діяльність може бути розподілена на дві категорії: внутрішня (національна), яка включає в себе відпочинок та розваги громадян у межах власної країни, і зовнішня (міжнародна), що включає в себе відпочинок та розваги громадян на території інших країн, які не є їхнім постійним місцем проживання [12].

Рекреаційна діяльність у сфері відпочинку не виявляє істотних відмінностей від інших видів економічної діяльності, але характеризується унікальним результатом - наданням рекреаційних послуг. Загалом, послуга визначається як будь-яка дія чи вигода, яку одна сторона може надати іншій, при цьому її основною особливістю є невідчутність і відсутність фізичного захоплення чимось матеріальним.

У законодавстві України дано таке визначення **рекреаційної послуги**: це послуга зі споживчими властивостями і собівартістю, що надається з метою задоволення потреб рекреантів [13].

Рекреаційна послуга означає будь-яку діяльність, що надається клієнтові на спеціалізованих територіях поза місцем його постійного проживання під час вільного від роботи часу. Мета цієї послуги полягає відновленні фізичних та

психологічних сил, задоволенні спортивних, оздоровчих, пізнавальних інтересів тощо.

Людина, яка скористалася рекреаційними послугами, обирає їх відповідно до власних уподобань та для задоволення своїх потреб. Згідно з теорією А. Маслоу, спочатку людина задовольняє свої найважливіші потреби, після чого вибудовує ієрархію інших потреб. Ці потреби упорядковані за ієрархією значущості, починаючи від найбільш критичних до менш важливих на рис. 1.1.



рис. 1.1. Піраміда Маслоу

Фахівці виділяють п'ять груп факторів, що впливають на формування рекреаційних потреб:

1. Природні фактори (географічне положення місця відпочинку, клімат, флора, фауна та ін.);
2. Соціально-економічний розвиток місця відпочинку (мова, економічний і культурний рівень розвитку країни);
3. Матеріальна база (транспорт, готелі, підприємства харчування, дозвілля, спортивно-курортні споруди та ін.);
4. Інфраструктура місця відпочинку (комунікації, під'їзні шляхи, освітлення, пляжі, стоянки, садово-паркові господарства та ін.);

5. Рекреаційна пропозиція (ресурси гостинності, в тому числі екскурсійні, пізнавальні, спортивні, розважальні, курортні та рекреаційні пропозиції) [12].

За часовими обмеженнями види туристичних послуг діляться на:

1. **Туристичні послуги:** Вони надаються туроператорами і турагентами для організації туризму, тобто подорожей тривалістю не менше 24 годин з обов'язковою ночівлею у місці проведення туристичних заходів.
2. **Екскурсійні послуги:** Тривають не більше одного дня і не включають організованої ночівлі.
3. **Культурно-розважальні послуги:** Мають обмежений кількогадинний вільний час протягом добового циклу та 1-2 дні тижневого циклу. Їх мета - забезпечити духовно-інтелектуальне задоволення, відповідно до потреб особистості.
4. **Спа-послуги та профілактичне лікування:** Спрямовані на збереження або поліпшення стану здоров'я і самопочуття, відносяться до психофізичної рекреації і враховують вільний час в добовому, тижневому та річному циклах [12].

За функціональним призначенням рекреаційні послуги розділяються на такі види:

1. **Курортно-лікувальні та профілактично-оздоровчі послуги:** Включають лікувально-профілактичні заходи, що забезпечуються медичним персоналом у санаторіях, будинках відпочинку, пансіонатах і подібних закладах.
2. **Культурно-пізнавальні та культурно-розважальні послуги:** Охоплюють послуги екскурсоводів, гідів-перекладачів для організації екскурсій по визначених місцях, музеях, виставках, а також виступи артистів театрів та філармоній.

3. **Культурно-освітні та розвиваючі послуги:** Включають обслуговування керівників клубів, гуртків, секцій у палацах і будинках культури, а також надання викладачами додаткових навчально-освітніх курсів.
4. **Спортивно-оздоровчі послуги:** Варіюються від послуг провідників інструкторів з пішохідного, водного, гірськолижного, велосипедного, кінного, спелеологічного та інших видів спортивного туризму до тренерів спортивних секцій та організаторів занять і змагань.
5. **Організація професійно-ділової рекреації:** Включає послуги організаторів виставок, ярмарок, конференцій та екскурсій на підприємствах та виробництвах.
6. **Організація любительського мисливства та рибальства.**
7. **Організація сільського (зеленого) туризму:** Включає послуги власників садиб у сільській місцевості для відпочинку рекреантів.
8. **Розважальні послуги:** Варіюються від послуг диск-жокеїв, барменів, офіціантів до обслуговуючого персоналу атракціонів та іншого розважального персоналу [12].

Також види рекреаційних послуг діляться за фінансовими витратами. Є платні та безплатні послуги.

Ознаки класифікації рекреаційних послуг дозволяють аналізувати їх характеристики та створювати системи управління в галузі відпочинку.

Для багатьох осіб рекреаційні послуги стають засобом самовираження та вираження творчих потенціалів, надаючи можливість розвивати нові інтереси, вдосконалювати навички та взаємодіяти з різними людьми. Такий підхід до відпочинку сприяє розширенню соціального оточення та соціальній інтеграції.

Отже, рекреаційні послуги мають важливе значення для збереження здоров'я, розвитку творчих здібностей та соціальної активності. Ці послуги

грають визначальну роль у сучасному суспільстві, сприяючи покращенню якості життя та задоволенню різноманітних потреб населення.

1.2. Поняття та характеристика туристичних послуг

Туристична послуга являє собою результат діяльності туристичної компанії, спрямованої на задоволення відповідних запитів туристів. Робота підприємства може включати в себе організацію як повної поїздки, так і надання окремих послуг. Одиницею туристичної послуги є комплекс послуг, які надаються конкретному споживачеві протягом визначеного періоду часу, такі як надання готельного номера, проведення екскурсій, транспортні послуги та інші.

Згідно з Міждержавним стандартом (ГОСТ 28681.0), "Туристична послуга - результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів".

Туристичні послуги мають сезонний характер і надаються в географічних зонах відпочинку. Туристичні послуги не можуть бути доставлені (перевезені) споживачам, а туристи користуються туристичними послугами лише після прибуття на територію, де вони надаються. Це може бути певний туристичний центр, наприклад, готель а бо санаторно-курортний комплекс, ресторан, гастрономічний заклад, театр, музей а бо інші розважальні та дозвіллеві заклади.

Різнноманітність туристичних послуг зумовлена різними цілями подорожей туристів та їхніми індивідуальними вимогами до послуг . Кожна категорія туристів формує певний сегмент на туристичному ринку, і подальша сегментація залежить від країни проживання туриста. Виробники туристичних послуг орієнтуються на конкретні категорії відпочиваючих, вивчають їхні потреби таким самим забезпечуючи їхнє задоволення, що приносить їм прибуток.

До складу турпослуг, які надаються входить такі послуги: резервування, формалізація документів, всі види транспортних перевезень, розміщення, харчування, екскурсії та атракції, медичний супровід і страхування, а також послуги гідів-перекладачів та інші види обслуговування. Перелік конкретних послуг для кожного туру варіюється і визначається програмою перебування.

Туристична послуга є необхідною складовою туристичного продукту. Якщо туристичну послугу можна придбати та скористатися нею лише на місці її надання, то туристичний продукт можна придбати в будь-якому місці, але використовувати його можна лише на території, де надаються відповідні туристичні послуги [38].

Взагалі, туристичний ринок характеризується наявністю деяких суб'єктів, тобто юридичних і фізичних осіб, які одночасно є виробниками та споживачами туристичних послуг. Можна виділити чотири основні суб'єкти туристичного ринку:

1. туроператорів;
2. турагентів,;
3. виробників туристичних послуг;
4. споживачів (туристів) [37].

Якщо говорити про структуру туристичних послуг, то це складна система, що включає в себе різні послуги:

- Основні послуги, такі як готельні, ресторанні та транспортні послуги.
- Допоміжні послуги, такі як екскурсійне, медичне обслуговування, спортивні заклади, побутові послуги, також послуги бронювання, оренда та страхування.
- Супутні послуги - – послуги місцевого інфраструктурного комплексу.

Туристичні послуги можна класифікувати більш детально, використовуючи галузеві характеристики, залежно від участі суб'єктів господарювання у секторах виробництва:

1. галузь первинного циклу: транспортні послуги, готелі, ресторанне обслуговування тощо.

2. галузі вторинного циклу, в яких туристичні агенти, бюро та оператори діють як посередники між виробниками та споживачами.

3. галузі третинного циклу: страхування, юридичні послуги, банки, медичні установи, екскурсійні, спортивні та побутові послуги, які надають послуги, що забезпечують функціонування перших двох галузей.

4. четвертинна індустрія. Включає компанії, що надають інформаційні та довідкові послуги.

Туристичні послуги мають відмінні від товарів характеристики. А саме, вони є "невідчутними", "невіддільними від джерела або об'єкта послуги" і "не підлягають збереженню".

Невідчутність означає, що туристичні послуги неможливо оцінити (на смак, дотик, зір, слух) під час купівлі. Все, що є у мандрівника до прибуття на місце відпочинку, - це інформація про маршрут і відповідна документація. Враження, які вони отримують від відпочинку, виникають лише під час перебування в закладі та взаємодії з навколишнім середовищем.

Нерозривність проявляється в тому, що надання туристичних послуг вимагає присутності постачальника та/або отримувача послуг. Це також ілюструє нерозривність виробництва і споживання в туристичній індустрії, де надання послуг пов'язане з певною географічною територією.

Неможливість консервації (збереження) проявляється в тому, що туристичні послуги не можуть бути збережені або зберігатися до поки виникне новий попит на нього. Відпочинок може відбуватися лише на певному курорті протягом певного періоду часу. Користування такими послугами обмежене конкретним часом і місцем відпочинку, а вартість залежить від обраного туристичного напрямку і тривалості.

Туристичні послуги є комплексними, оскільки вони складаються з різноманітних послуг (**як матеріальних, так і нематеріальних**). Кожна туристична послуга взаємодіє з іншими туристичними послугами та доповнює їх.

До послуг нематеріального характеру належать послуги туристично-екскурсійних закладів, транспорту, санаторно-курортних підприємств, суспільних організацій, державного управління, охорони здоров'я, освіти тощо.

Послуги матеріального характеру включають послуги непасажирського транспорту, торгівлі, житлово-комунального господарства, побутові та заготівельні послуги. Серед них можуть бути і конкретні товари, такі як плани міст, метро, сувеніри, туристичне спорядження і інше.

Багато з того, чого потребує турист, існує в природі, наприклад: сонячне світло, кисень тощо. Такі елементи визначають як вільні послуги. Інші послуги можуть бути або такими, що споживаються цілковито (їжа, напої та ін.), або такими, що споживаються частково, наприклад послуги розміщення в готелі [9].

Туристичні послуги - це, як правило, комплексні туристичні пакети послуг (тури), що включають такі послуги, як екскурсії, проживання, харчування, транспортні, культурні, спортивні, розважальні та туристичні послуги. Тур можна описати як комплекс послуг, що включає розміщення, харчування, туристичні трансфери, екскурсії, в тому числі послуги гідів та турменеджерів (керівників груп), а також інші послуги, включаючи побутові. Ці послуги групуються відповідно до основної мети подорожі і надаються за певною програмою, за певним маршрутом і в певний час. Тури є ринковими продуктами і є важливою одиницею продажу в концепції туристичного продукту.

Однією з характеристик туристичних послуг є їх сезонність. Важливо також враховувати вплив технологій та глобалізації на розвиток туризму, оскільки ці фактори мають значний вплив на доступність та різноманітність туристичних послуг.

Таким чином, **туристичні послуги** - це комплексне явище, що охоплює різні аспекти, такі як транспорт, розміщення, харчування та розваги. Важливо пам'ятати, що ці послуги спрямовані на задоволення потреб та очікувань туристів під час подорожі.

1.3. Історія та етапи розвитку туристичного та рекреаційного ринку в Україні

Найперші відомі письмові відомості про рекреаційно-туристичний рух в Україні можна віднести до Стародавньої Греції. Колоніальні міста були створені на північному узбережжі Чорного моря. Найбільші з них - Тіра, Ольвія, Пантікапей, Феодосія та Євпаторія. Ці міста використовували цілющу воду та кримські грязі озера і лиманів. Щодо перших згадок про родовища лікувальних вод на заході України, то це були: Моршин, Немирів, Поляна, Синяк, Любень Великий, які відносяться до XVI ст. [16].

У 1717 р. на території України, що була частиною Російській імперії, держава взяла на себе провідне завдання у вжитті заходів щодо розвитку лікувальних та мінеральних джерел. Починаючи з другій половині XVIII ст. курорти почали стрімко розвиватися. Споруджувалися готелі та будинки для туристів, відбувалася комерціалізація курортного бізнесу та постійне вивчення та відкриття нових зон для дозвілля.

На початку XIX ст. організація "Руська трійця" вела діяльність, щодо популяризації етнографічних подорожей населення, особливо інтелігенції на Батьківщину. Маркіян Шашкевич, Іван Вагилевич та Яків Головацький стимулювали населення до пізнання, розуміння своєї історії України за допомогою історико-культурних та природних пам'яток. Невдовзі активні громадські діячі вивчали медичний та рекреаційний потенціал Крима,

Прикарпаття та Закарпаття, а також визначали особливості, перспективи розвитку цих регіонів. На початку XIX ст. офіційно було відкрито такі курорти, як: Немиров (1814), Трускавець (1827), Одеський бруд (1830), Слов'янськ (1828), Примор'я (1846) [16].

У 1895 році Ялтинське туристичне бюро бере спробу розпочати свою галузь та з плином часу воно стало однією з перших таких організацій в Україні. Пізніше подібні організації були створені в західній частині України – центральним осередком розвитку туризму були Львів, Галич тощо. На рубежі XIX-XX ст. розпочалося освоєння рекреаційно-лікувальних зон у Яремчі, Ворохті, Косово, Верховині та інших регіонах. Почав формуватися лижний туризм. У 1867 р. почало діяти Одеське бальнеотерапевтичне товариство, де виготовляли способи використання лікувальних чинників.

З початком XX ст. розвиток туристичної індустрії України стрімко зростає. У 1920-х роках на промислово розвиненому Донбасі почали працювати перші будинки для дозвілля. Пізніше схожі установи були створені в інших місцях (Ворзель (1932), Березовська мінеральна вода (1926) тощо). З часом почала сформовуватися своєрідна галузь - курортологія. У 1927 році було засновано Одеський науково-дослідний інститут курортології, який за допомогою грязевих та бальнеологічних факторів надавав змогу лікування та профілактики здоров'я. З 1924 по 1939 рр. вагомий вклад у розвиток туризму на Заході України зробило краєзнавчо-туристичне товариство "Плай", що займалося проведенням та розробкою тур маршрутів, організацією екскурсій, мали власні табори та здійснювали видавничу діяльність. У 1937 році виходить щомісячний журнал «Наша Батьківщина» про краєзнавство та туризм.

Надзвичайною популярністю починає притягувати людей гірськолижний туризм. У 1930-х роках був заснований Карпатський клуб «Лещетар», його функція полягає в організації та наданні відповідного порятунку людям, які

опинилися в небезпечній для життя ситуації на схилах або вершинах гір. Розпочинають діяти туристичні круїзи по Дніпру та Чорному морі.

За період СРСР розвиток туризму в Україні ґрунтувався на відомствах та профспілках. Особливою перевагою була видача пільг на путівки в бази та в будинки відпочинку. Існувала характерна структура - "Укрпрофтуризм", яка керувала профспілковим туризмом. Окрема одиниця (частка) коштів від путівок спрямовувалась в місцевий бюджет, а потім застосовувалась для будівництва та модернізації транспортних маршрутів, відновлення культурно-історичних пам'яток тощо.

З проголошенням незалежності України розпочалася новітня епоха розвитку туризму. У перші кілька років після проголошення нашою країною незалежності індустрія туризму різко впала. Непроста, проблематична та мінлива політична ситуація відштовхувала іноземних туристів. Тому в 1992 році Україну відвідало лише 120 000 туристів.

За кілька років становище індустрії туризму почало змінюватися. Уперше Україна зарекомендувала себе як незалежний партнер туристичного ринку на Варшавському туристичному ярмарку та в туристичному салоні в Познані в 1993 році і підписала понад 300 контрактів, переважно для приймання вітчизняних туристів. Фундаментом відродження туризму є створення Національного комітету з туризму, розвиток зарубіжних законів, що налагоджують туризм та видачу ліцензій підприємствам, установам, компаніям у туристичному секторі. У 1994 році розпочалася сертифікація готельно-туристичних підприємств, організовано перший український міжнародний туристичний салон "Україна-94", де взяли співучасть 79 компаній з 26 країн Європи, Азії, Африки та Північної Америки та 226 вітчизняних компаній.

У 1995 році Верховна Рада прийняла закон «Про туризм». Документ містить визначення туризму, який передбачає залишення місця постійного

проживання на 24 години до 1 року. Закон також визначає основні принципи, пріоритетні напрями та джерела фінансування розвитку туристичної галузі України.

На даний час Україна має всі шанси стати новою туристичною країною. Адже, у нашій державі є понад 3000 закладів оздоровлення та відпочинку, майже 1500 готелів, кемпінгів тощо. Понад 3000 компаній займаються туристичними послугами та туризмом. Також стрімко зростає кількість компаній які хочуть надати власні туристичні послуги на місця відпочинку в Україні та за кордоном.

В Україні створено велику кількість заповідних територій. Найпопулярнішими є Карпатські гори та Шацький національний природний парк, біосферний заповідник «Асканія-Нова», численні ботанічні сади, заповідники та пам'ятки садово-паркового мистецтва. Найбільш відвідувані місця - це місця розкопок у стародавньому місті Херсонесі, Ольвії, Тірі тощо. В останні роки зелений туризм в сільській місцевості України стрімко розвивається. Основне завдання - це відпочинок туристів подалі від міської суєти та ознайомлення із звичаями, традиціями, побутом з історичними та культурними пам'ятками місцевості [59].

1.4. Правові аспекти регулювання ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні

Туризм та туристичні послуги відіграють надзвичайно вагоме значення у соціально-економічному житті країни. Зростає інтерес держави, щодо розвитку туристичної галузі, оскільки туризм впливає майже на всі сфери людської діяльності. Для того, щоб туристична сфера надалі продовжувала розвиватися формують нові закони та коригують існуючі нормативні акти з урахуванням

потреб громадянського суспільства, ринкових відносин та міжнародних стандартів.

Основними нормативно-правовими актами, що регламентують діяльність ринку туристичних послуг є Конституція України, Закон України «Про туризм» та Закон України «Про курорти». Цими законами визначаються базові правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку туризму та курортів.

Правова база туристичної галузі переважно базується на відповідних положеннях Конституції України.

Згідно зі ст.45 Конституції України, «кожен, хто працює, має право на відпочинок. Це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки» [28].

Відповідно до ст.33 Конституції України, «кожному, хто на законних підставах перебуває на території України, гарантується свобода пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, за винятком обмежень, які встановлюються законом. Громадянин України не може бути позбавлений права в будь-який час повернутися в Україну» [28].

15 вересня 1995 р. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про туризм». Уперше туристичну діяльність регулював правовий акт, що має вищу юридичну силу - Закон. У його преамбулі вказувалося, що він «визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей» [24].

Щодо органу, який здійснює управління у сфері туризму, то наразі таким виступає департамент туризму та курортів, який є самостійним структурним підрозділом апарату Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Метою департаменту туризму та курортів є формування та реалізація державної політики у сфері туризму та курортів, при цьому контроль за ринком туристичних послуг покладений на Мінекономрозвитку.

Якщо вже говорити про рекреаційну діяльність, то в даний час формування та розвиток ринку рекреаційних послуг здійснюється шляхом державного та регіонального регулювання. Основними елементами державного регулювання ринку рекреаційних послуг є:

- правове та адміністративне регулювання через законодавчі та нормативні акти, стандарти, ліцензії, галузеві норми та нормативи, орієнтовані на параметри світового ринку рекреаційних послуг;
- державне програмування та планування;
- фінансово-податкове, грошово-кредитне регулювання, регулювання цін і тарифів, інвестиційна політика, соціальна, екологічна, антимонопольна політика.

Правове підґрунтя здійснення рекреаційної діяльності становлять багато норм, що регулюють весь спектр відносин, характерних для неї, з-поміж яких суттєва роль належить нормам господарського і екологічного законодавства з урахуванням господарського характеру такої діяльності та залежності її від наявності і стану природного рекреаційного потенціалу.

Серед документів, які регламентують діяльність у сфері організації рекреаційних послуг, варто зазначити такі як постанови Верховної Ради України:

- «Про впорядкування управління природними, біосферними заповідниками та національними природними парками».
- «Про Програму перспективного розвитку заповідної справи в Україні».
- «Про основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки».
- «Про природно-заповідний фонд України».
- «Про охорону культурної спадщини».

- «Про інформування громадськості з питань, що стосуються довкілля». [12].

Також правове регулювання рекреаційної діяльності здійснюється на підставі Земельного Кодексу України, Господарського та Цивільного Кодексу України, Податкового Кодексу України.

В нашій державі до норм загального законодавства, крім Конституції України, якою закріплені основні права і свободи людини, а також Цивільного та Господарського кодексів України, відносяться Закони України: "Про музеї та музейну справу", "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України", "Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства", "Про державний кордон України", "Про захист прав споживачів", "Про страхування", "Про стандартизацію", "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті", "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності", "Про ліцензування певних видів господарської діяльності", "Про господарські товариства", "Про єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус" тощо [24].

Підводячи підсумок, слід звернути увагу, що вищезазначені положення українського закону «Про туризм», є безсумнівно необхідними для розвитку туристичної галузі України. Зрозуміло, що без активної підтримки та допомоги держави реорганізація та ведення туристичної галузі на території певної країни стає надто важкою і в деяких аспектах неможливою.

Висновок до 1 розділу

У результаті аналізу першого розділу дипломної роботи виявлено, що рекреаційна та туристична галузі в Україні є важливими сферами, які мають

значний потенціал для подальшого розвитку та внесення суттєвого вкладу у загальний соціально-економічний прогрес країни. Розглянувши поняття та характеристики рекреаційних та туристичних послуг, було виявлено, що вони включають в себе широкий спектр активностей та сервісів, спрямованих на відпочинок, розваги та оздоровлення. Ретроспективний аналіз історії та етапів розвитку туристичного та рекреаційного ринків в Україні дозволив з'ясувати, що ці галузі мають глибокі корені та динамічний розвиток протягом останніх десятиліть.

Окрім того, вивчення правових аспектів регулювання ринків рекреаційних та туристичних послуг в Україні підкреслило важливість належного правового фундаменту для стабільного функціонування цих галузей та забезпечення захисту прав споживачів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1. Огляд ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні

Україна має вигідне географічне і геополітичне положення, потужний природно-ресурсний, трудовий і виробничий потенціал, великі можливості для економічного розвитку.

Вона Розташована переважно на південному заході Східноєвропейської рівнини. Відзначається тим, що лише невелику частку її території займають Карпатські та Кримські гори, які є складовими великої Гімалайсько-Альпійської гірської системи. Це відкриває широкі перспективи для розвитку різноманітних форм туризму та рекреаційної діяльності, включаючи гірський туризм, екологічний туризм, сільський туризм та інші.

Розвиток туризму та рекреації в країні відбувається в контексті загальних світових тенденцій, а також враховує специфіку місцевих умов та потреб туристів. Для розуміння стану ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні слід розглянути кілька ключових аспектів.

Одним із цих аспектів є **природні та історико-культурні туристичні ресурси.**

Україна поділяється за різними регіонами, це забезпечує різноманіття ландшафтів та природних умов для туризму та рекреації.

Гірська система, що простягаються через західну частину України, створює ідеальні умови для активного відпочинку та покращення здоров'я. Славиться вона своєю чарівною природою, кришталеву чистим озерам та величними водоспадами. Тут можна насолоджуватися пішими прогулянками,

велосипедними маршрутами, альпінізмом, підкорюючи вершини, такі як Говерла, Петрос тощо.

Ресурси для рекреації в горах Карпат використовуються для розвитку різноманітних видів туризму: відпочинкового, кінного, гірськолижного, культурно-пізнавального, екологічного та інших.

Україна відносно добре забезпечена водно-рекреаційними ресурсами, що створює сприятливі умови для рекреаційної діяльності. Серед найбільших річок країни варто відзначити Дніпро, Дністер, Дунай, Південний Буг, Сіверський Донець, Західний Буг, Прип'ять, Десна, Ворскла, Оріль, Черемош, Прут та Стрий.

На території Карпат часто можна зустріти водоспади, які стають привабливими об'єктами для туристів. Найвідоміші серед них: водоспади Гук (розташований біля м. Косів), Манявський, Шипіт, Яремчанський та Пробій.

Значні запаси водних ресурсів зосереджені в озерах. Багатою на озера є Волинь. Різні за формою і глибиною волинські озера провального і карстового походження трапляються групами і поодинокі. Найбільш відома група Шацьких озер (складається з 22 озер). Найбільше з них - оз. Свитязь - називають українським Байкалом. Серед інших великих озер Шацької групи популярністю серед туристів користуються Пулемицьке, Турське, Луки, Біле, Довге [29].

В Україні існують значні запаси лікувальних грязей, переважно у південних і північно-західних областях. На базі грязьових покладів функціонують найстаріші в Україні грязьові курорти – Бердянськ, Куяльник, Саки, тощо. У північно-західних областях поширені торфові грязі. Їх використовують на курортах Миргород, Моршин, Немирів, Черче тощо.

Також діє 7 торф'яних, 10 сульфідних родовищ. Особливу цінність мають унікальні джерела озокериту в Бориславському родовищі на Львівщині. Значні запаси лікувальних торф'яних грязей можна знайти в Львівській, Івано-Франківській та інших регіонах країни. Серед сульфідних грязей, які

використовуються в медичних цілях, варто відзначити Куяльницьке та Шабалайське родовища в Одеській області [39].

Наша країна багата національними парками та заповідниками, які зберігають унікальність та різноманіття природи. Наприклад, Галицький національний природний парк, що розташований у Івано-Франківській області, охоплює ліси, гірські потоки та природні пам'ятки. Асканія-Нова і Олешківські піски, розташовані у Херсонській області, славляться своєю унікальною степовою флорою та фауною. Національний природний парк "Синевир" у Закарпатській області прославляється своїм глибоким озером. У Харківській області знаходиться Національний природний парк "Гомільшанські ліс", який відзначається дубовими лісами та багатством рослинного та тваринного світу. Ці природні об'єкти не лише важливі для збереження біорізноманіття України, але також надають можливість людям насолоджуватися красою та дивами української природи [40].

Також доволі значущим ресурсом є **печери**. Держава має потужний резерв відомих карстових порожнин, їх понад 1100 - різного типу, чотири з яких входять в ТОП-100 найдовших печер світу (Оптимістична, Озерна, Попелюшка, Млинки). Не менш відомими є печери Поділля, де розташована друга у світі за довжиною печера «Оптимістична» (понад 207 км.); Чернівецької області - печера Попелюшка відома своїми кришталевими утвореннями та у Хмельницькій області - печера Атлантида, є одним із найбільших печерних комплексів в Україні з вражаючою археологічною історією [27].

Україна має багатий **історико-культурний потенціал**. У країні знаходиться велика кількість цікавих туристичних об'єктів, які представлені різноманітними пам'ятками археології, історії, архітектури, мистецтва та меморіальними спорудами. Тут можна знайти палацово-паркові ансамблі, музеї та картинні галереї. Пам'ятки археології представлені в Україні широко,

включаючи залишки давніх городищ, курганів, поселень та укріплень. Найвідоміші серед них - заповідники "Кам'яні Могили" на Запоріжжі та "Ольвія" на Миколаївщині.

Великим туристичним центром є острів Хортиця, де у 50-ті роки XVI ст. український магнат, князь Дмитро Вишневецький заснував фортецю, яка тривалий час була опорним пунктом і столицею козацтва.

Всесвітньо відомі давньоруські храми Софія Київська, Києво-Печерська лавра, Видубицький монастир, неповторні архітектурні ансамблі міст, створені руками народних майстрів.

Культурна спадщина України, що складається з пам'яток давньоруської архітектури, є важливим ресурсом для розвитку туризму у країні. Ці архітектурні артефакти, більшість з яких датуються X – XII століттями, є виразними творами мистецтва. Серед них можна виділити залишки Десятинної церкви (X ст.), Софійський собор, Золоті ворота, Успенський собор, Троїцька надбрамна церква Києво-Печерської лаври, Кирилівська церква у м. Києві, Спаський собор, Успенський собор Єлецького монастиря, Спасо-Преображенський монастир у м. Новгород-Сіверському; Василівська церква у м. Овручі. Ці об'єкти є привабливими для туристів і сприяють розвитку екскурсійної діяльності в регіоні.

Національною архітектурною перлиною є будівлі, які були споруджені у другій половині XVII – на початку XVIII століття в стилі українського бароко. Серед них такі храми, переважно як Георгіївський собор у Видубичах і Всіхсвятська церква над брамою Києво-Печерської лаври у м. Києві, Катерининська церква у м. Чернігові, Миколаївський собор у м. Ніжині. Також до цивільних споруд, що є представниками цього стилю, відносяться корпуси Києво-Могилянської академії, колегіуми, магістрати, ратуші, будинки канцелярій козацьких полків та інші архітектурні об'єкти.

Дзеркалом душі та творчої наснаги українського народу є невмируще народне мистецтво. Воно виразно представлено у музеях міст Полтави, Миргорода, Києва та Василькова через традиційні вишиванки, мереживо, різьблення по дереву, живопис, кераміку та інші види мистецтва. Окрім музеїв, як центрів історично-культурного потенціалу, значну роль у привабленні відвідувачів відіграють картинні галереї та культурні фестивалі. До них відносяться Львівський Міжнародний Фестиваль опери та балету, фестиваль "Казковий Львів", Сорочинський ярмарок — один із найстаріших фестивалів України, кінофестиваль «Молодість», окрім перелічених є фестивалі фольклору, фестиваль писанки, шоколаду, музичні концерти та інші заходи, що привертають увагу як вітчизняних, так і іноземних туристів.

Іншим ключовим аспектом ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні є **готелі та інші місця проживання**. Адже вони грають важливу роль у туристичній індустрії України. Відповідно до різних потреб та бюджетів туристів, на ринку України представлені різноманітні варіанти проживання. Наприклад: люксові готелі зазвичай знаходяться у великих містах України, таких як Київ, Львів, Одеса та Харків, мають великий вибір п'ятизіркових готелів, які пропонують розкішне проживання та висококласний сервіс. У більшості міст та курортних місць України можна знайти велику кількість трьох- та чотиризіркових готелів. Вони пропонують комфортне проживання за помірні ціни. Для туристів, які шукають більшу приватність та можливість самостійно приготувати їжу, популярними є гостьові будинки та апартаменти. Ці варіанти проживання часто пропонуються через онлайн-платформи, такі як Airbnb, та можуть бути розташовані як у центрі міст, так і у мальовничих природних місцях. Хостели є популярними серед молоді та бюджетних мандрівників. Вони пропонують доступне проживання у спільних номерах з іншими мандрівниками. Найбільш популярними готелями України є: Radisson Blu Resort - розташований

в Буковелі; Rixos-Prykarpattya - курортний комплекс розташований в самому серці Прикарпаття, в м. Трускавці; Premier Palace Hotel Kyiv - знаходиться в самому серці Києва; Арт-готель “BAKKARA” — це найбільший готель на воді у Києві тощо.

Не можна забувати і про **гастрономічний аспект** ринку туристичних та рекреаційних послуг. Україна має багату кулінарну традицію, і гастрономічний туризм стає все більш популярним, зокрема для відвідування місцевих ресторанів, ярмарків. До цього також можна віднести відвідування місцевих фермерських ринків та винних закладів, де туристи можуть скуштувати місцеві продукти та напої. Кулінарна спадщина країни багата на різноманітні страви, які відображають культурні та історичні особливості різних регіонів. Кожен регіон має свої унікальні страви та традиції готування, що робить кулінарний туризм в Україні досить різноманітним і захоплюючим. Ось кілька з найвідоміших гастрономічних кухонь в Україні: галицька; полтавська; козацька; буковинська та кримсько-татарська кухня.

Отже, популярні регіони для гастрономічного туризму в Україні включають Львів, Київ, Одесу, Харків та окремі регіони, які відомі своєю унікальною кулінарною спадщиною.

Як вже говорилося раніше, ринок туристичних та рекреаційних послуг в Україні складається з різноманітних аспектів, які пропонують різні види послуг для різних категорій туристів. Більшість цих аспектів ми розглянули, але на мою думку, залишився ще один, який є одним з найголовніших та відіграє важливу роль на ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні – це **туроператори та турагенти**, які пропонують вже зроблені пакети послуг з тих аспектів, які ми розглянули. Вони сприяють зручності та комфорту подорожей, організовуючи транспорт, проживання, екскурсії та інші розваги, що робить відпочинок більш доступним та приємним для клієнтів.

Сьогодні туроператори в Україні працюють в складних умовах, які виникли ще під час пандемії COVID-19. Внаслідок обмежень було припинено роботу аеропортів, готелі мали обмежену кількість клієнтів, і попит на послуги туристичних агентств значно впав. Коли ситуація стала трохи кращою, розпочалося повномасштабне вторгнення Росії в Україну, що створило критичні умови для підприємств туристичної галузі. Однак, навіть в такому складному і непередбачуваному середовищі, галузь продовжує працювати, намагається відновитися і навіть планує майбутній розвиток [8].

Багато туркомпаній почали займатись волонтерством, допомагають військовим на фронті.

Частина компаній закрилася як наприклад TUI Ukraine - один із найбільших туроператорів України, Tez tour, Pegas припинили свою діяльність в Україні, але чимало компаній продовжили роботу: турагенство «Поїхали з нами»; туроператор Join UP! став більше спеціалізуватися на подорожах по Україні; Travel Professional Group з початком війни припинила туристичну діяльність, але сконцентрувалася на допомозі державі та вже 17 травня повернулася до роботи у відновленні та розвитку туристичної сфери в нових форматах; Coral Travel на початку березня 2022 року заявила, що скасовує всі вильоти з Росії своєї авіакомпанії, окрім вивізних рейсів із зарубіжних країн. Проте, як з'ясувалось ближче до літа, ані війна, ані економічні санкції і закриття повітряного простору для літаків з Російської Федерації, так і не стали завадою для росіян. Як з'ясувалось Coral Travel працює на ринках як України. так і Росії.

Щодо турфірми "Україна Інкогніта", то минулого року вони створили однойменну громадську організацію, яка займається пошуком і охороною культурної спадщини [45].

Одним із помітних змін у туристичній галузі України є зміна пріоритетів у виборі регіонів для відпочинку. Раніше більшість туристів переважно обирали

морський відпочинок влітку, а гірський відпочинок був менш популярним. Проте з початком конфлікту більшість популярних курортів узбережжя Азовського та Чорного морів стали недоступними, а ті, що залишилися, стали небезпечними. Тому туристичні компанії почали активно розвивати туристичні та рекреаційні послуги у західних регіонах України. Наприклад: Татарів – низькогірний бальнеологічний кліматичний курорт на Гуцульщині (у Надвірнянському районі Івано-Франківської області); Східниця - курортна перлина Львівської області, «Українська Швейцарія» - бальнеологічний (лікувальний) курорт; тур Мукачевом; Верховина – найбільш гуцульський регіон Карпат, що розкинувся в долині річки Чорний Черемош тощо.

Для західних регіонів України характерно велике різноманіття рекреаційних та туристичних можливостей. Вони пропонують широкий спектр розважальних та відпочинкових послуг. Згідно з оцінками, кількість людей, які користуються рекреаційними можливостями в цих регіонах, різниться від 2 до 8 мільйонів щорічно. Крім того, близько 12 мільйонів людей відвідують екскурсії та проводять вихідні в цих регіонах.

У цьому році зросла популярність турів, що включають відвідування термальних басейнів, річок та озер для купання. Це сталося через обмежену можливість подорожей на морські курорти на півдні України, а також через необхідність або бажання туристів залишатися в межах країни. Крім того, зросла популярність походів в гори, і туристичні компанії почали пропонувати сотні маршрутів різної тривалості майже по всіх українських Карпатах.

У зв'язку із зростанням популярності відпочинку на природі у західних областях України, почали пропонувати екскурсії на квітування пізньоцвіту осіннього та планують започаткувати грибні тури. Для цього було укладено угоду про співпрацю з національним парком "Сколівські Бескиди".

Загалом, ринок туристичних та рекреаційних послуг в Україні має великий потенціал для розвитку, проте успішність галузі буде залежати від здатності адаптуватися до змінних умов та відповідати потребам та очікуванням сучасного туриста.

2.2. Втрати української культурної спадщини в період війни

Культурна спадщина стала об'єктом агресії з умислом окупантів знищити українську ідентичність. Дії агресора можна розглядати як частину геноциду проти українського народу. Протягом двох років повномасштабної війни постраждали 1332 об'єкти культурної спадщини, включаючи театри, філармонії, музеї, галереї, бібліотеки та клуби. Понад третина з них були руйновані. На початок травня 2024 року було зруйновано понад 620 пам'яток культури та об'єктів культурної спадщини. Найбільше постраждали області: Донецька, Луганська, Харківська, Сумська, Чернігівська, Київська, Миколаївська, Херсонська та Запорізька. Внаслідок підриву Каховської ГЕС російськими окупантами, майже півтори сотні пам'яток архітектури та археології, а також музеї Півдня України опинилися під водою [15]. Розглянемо більш детально кілька областей:

У Херсонській області у місті Олешки був затоплений водою з Каховської ГЕС будинок художниці Поліни Райко, відомої як представниці наївного мистецтва. Її творчість порівнюють з мистецтвом Катерини Білокур та Марії Примаченко. За оцінками, вдалося зберегти лише 30-40% фресок. Крім музею Райко, постраждали будинок-музей письменника Остапа Вишні, Корсунський монастир XVIII століття, місце розкопок середньовічних Тягінської фортеці та міста-порту Олешня.

Під час окупації російськими військами були розграбовані фонди Херсонського художнього музею імені Олексія Шовкуненка, Херсонського обласного краєзнавчого музею та Художньої галереї імені Альберта Гавдзинського у Новій Каховці. До Криму, який окуповано, були вивезені колекції іконопису XVII-XX століть та українського живопису XIX-XX століть, включаючи 297 творів. Також постраждали обласний архів та наукова бібліотека імені Олеся Гончара, з яких викрадено архівні документи та фонди дореволюційних видань.

У селищі Антонівка 17 березня російські окупанти пошкодили Меморіальну стелу на честь В'ячеслава Чорновола. Навіть археологічні об'єкти, такі як стародавні кургани II тис. до н.е. — початок II тис. н.е. в районі сіл Давидів Брід та Дружбівка, стали мішенню обладнання вогневих позицій.

У Запорізькій області стала жертвою пограбування Кам'яна Могила та викрадення скіфського золота. Вже наприкінці квітня 2022 року російські військові захопили територію біля Кам'яної Могили — унікальної пам'ятки геології та археології світового значення, де збереглися наскельні зображення з періоду від пізнього палеоліту до середньовіччя. Російські військові відібрали артефакти з заповідника та перевезли їх до окупованого Криму.

У краєзнавчому музеї в Мелітополі російські військові викрали колекцію скіфського, гунського і сарматського золота, срібні монети з духоборського скарбу та історичну зброю. Наразі доля цих експонатів залишається невідомою.

На Харківщині постраждав музей Григорія Сковороди внаслідок прицільного удару російських артилеристів. Музей, розташований у селі Сковородинівка Золочівської громади, також зазнав серйозних пошкоджень від вогню будинок Андрія Ковалівського, де зупинявся відомий філософ. Руйнівна подія зачепила не лише музей, а й архітектурну пам'ятку XVIII століття. Саме в цьому музеї, знаходиться могила Сковороди, де було зафіксовано легендарний

напис на надгробку: "Світ ловив мене, та не спіймав". Незважаючи на спроби ворога знищити всі сліди, найцінніші експонати були вчасно евакуйовані в безпечніше місце.

Частково зазнала руйнувань будівля Харківської обласної держадміністрації, а також було пошкоджено кілька десятків інших пам'яток, серед яких: церква Смоленської ікони Божої Матері (середина XIX століття), Меморіальний комплекс Слави, Державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка (1899–1901 роки), Меморіальний комплекс жертвам Голокосту "Дробицький Яр" у селі Мала Рогань.

Київська область. Під час наступу російських військ на Київ у лютому 2022 року музей в Іванкові потрапив під вогонь ворожої артилерії і був повністю зруйнований. У цьому музеї знаходилося понад два десятки творів всесвітньо відомої художниці, представниці "наївного мистецтва" Марії Примаченко. Частина колекції в той час вже була перевезена, а іншу частину врятували місцеві мешканці з палаючого будівлі.

У селищі Лісова Буча, в будинку Валентини Чорновіл, знаходилася архів-бібліотека Фонду В'ячеслава Чорновола. Тут зберігалися архівні матеріали її брата В'ячеслава та чоловіка Миколи Плахотнюка, які були відомими дисидентами. У березні будинок був повністю знищений прицільним ударом російських військ. Унаслідок пожежі згоріли всі книги, понад 60 повних комплектів десятитомника В'ячеслава Чорновола, весь архів Плахотнюка, за винятком декількох зошитів.

У Маріуполі сталася авіаційна атака, що призвела до руйнування будівлі Донецького драматичного театру. У підвалі театру знаходилися люди, більшість з яких, на жаль, загинула. Ворог вкрав всі цінності з місцевих музеїв, зокрема з Музею краєзнавства та Художнього музею імені Куїнджі. Серед викрадених творів були оригінальні картини таких відомих митців, як Архип Куїнджі та Іван

Айвазовський. Унаслідок подальших воєнних дій в Маріуполі були зруйновані краєзнавчий музей, художній музей та виставкова зала імені Архипа Куїнджі.

Крім того, російські окупанти пограбували Храм Святителя Петра Могили Православної церкви України, а також вилучили та спалили збірку українських книг на підвір'ї храму. В бібліотеці були кілька унікальних примірників україномовних видань, які тепер вважаються втраченими назавжди.

У Чернігові було атаковано будинок 19 століття Василя Тарновського. Ця будівля служила різним цілям протягом свого існування: спочатку вона була домом для Музею українських старожитностей, згодом перетворилася на Чернігівський історичний музей, а з 1980 року — на бібліотеку для молоді.

У Чернігівській області також частково пошкоджено обласний молодіжний центр, який існував з 1935 по 1947 рік, а також Будинок-музей та садибу М.М. Коцюбинського. Внаслідок обстрілу артилерією постраждали ганок, стіни, перекриття та вікна музею, а також було пошкоджено деякі експонати. Ушкодження також зазнала Церква святителя Феодосія, побудована у 1996 році, і історико-меморіальний музей П. Тичини в селі Піски, заснований у 1972 році. Крім того, постраждала альтанка на Болдиних горах, побудована у 1911 році, та Чернігівська обласна універсальна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка, зведена у 1910–1913 роках.

Донецька область: Загорівся Дерев'яний Скит Святогірської Лаври. Під час спроби ворожого наступу в Донецькій області під час російського обстрілу був повністю знищений Всіхсвятський скит Святогірської лаври, споруджений у 1912 році. Це вважався одним з найвидатніших прикладів дерев'яної храмової архітектури в Україні. Цей храм вже раз був зруйнований більшовиками у 1947 році, але на початку 2000-х він був відновлений. Скит вважався справжнім шедевром дерев'яного зодчества і був найбільшим дерев'яним храмом країни.

Сумська область: Руйнування Садиби Управителя Маєтками Леопольда Кеніга у Тростянці, який є національно важливою пам'яткою архітектури. У цій садибі розташовувалися краєзнавчий музей, картинна галерея і музей шоколаду. Хоча головний будинок і найвідоміша частина садиби, відома як Круглий двір, зазнали меншої шкоди. Окупанти також знищили унікальну бібліотеку, яка містила понад 15 тисяч книг.

Житомирська область: Храм Різдва Пресвятої Богородиці. Це ще один об'єкт архітектури національного значення, який був зруйнований окупантами. Будівля, яка була побудована у 1862 році, витримала дві світові війни, але була спалена російською артилерією в початковій фазі березня 2022 року. Також пошкоджений військово-історичний комплекс "Склея" — колишній секретний підземний командний пункт Коростенського укріпрайону, який входив до "Лінії Сталіна".

Ситуація з об'єктами природно-заповідного фонду України (ПЗФ) також є невтішною. З початку російського повномасштабного вторгнення постраждало близько 800 об'єктів площею 1,24 млн га. Понад 500 локацій залишаються під окупацією, охоплюючи 0,80 млн га.

Загалом по всій Україні, за даними Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів, постраждало 3 млн га лісів, що становить майже третину лісового фонду держави. Найбільша шкода завдається через пожежі внаслідок бойових дій та вибухи боєприпасів.

Окуповані та перебувають під загрозою деградації або навіть знищення:

- біосферні заповідники: «Асканія-Нова» та Чорноморський;
- природні заповідники: Український степовий, Луганський;
- національні природні парки (НПП): «Великий Луг», Приазовський, «Меотида», «Білобережжя Святослава», «Джарилгацький»,

Нижньодніпровський, «Олешківські піски», «Кремінські ліси», Азово-Сиваський.

В березні Росія захопила біосферний заповідник імені Ф.Е. Фальц-Фейна Національної академії аграрних наук України «Асканія-Нова». Там безконтрольно переміщаються війська, що несумісне з завданнями охорони природи.

Під контролем РФ з початку бойових дій розташовані в лівобережній частині пониззя Дніпра «Олешківські піски». Комплекс потерпає від пожеж і є замінованим.

Часткова окупація стосується «Білобережжя Святослава», що розташоване на Кінбурнському півострові. Внаслідок десятків пожеж загоріло принаймні 4 тис. гектарів парку та понад 3 мільйони хвойних дерев.

Гетьманський національний природний парк, розташований на Сумщині та прилягаючий до російсько-українського кордону, вже з перших днів війни опинився в "гарячій" зоні та протягом місяця перебував під окупацією. Тут зафіксували 75 випадків екоциду. Понад 3,5 тисячі гектарів території парку, включаючи акваторії, потрібно розмінувати від вибухонебезпечних предметів.

У листопаді минулого року була проведена деокупація Національного природного парку "Кам'янська Січ". На його території, обсягом понад 3 тисячі гектарів, було виявлено міни, і ще 830 гектарів постраждали від бойових дій та обстрілів. В парку було вирубано 1140 дерев, а також 1035 гектарів парку зазнали збитків від пожеж.

Чорнобильський радіаційно-екологічний біосферний заповідник, який є найбільшим в Україні, перебував під окупацією більше місяця. Окупанти грабували будівлі і вирубували ліс. Дві значні пожежі також завдали шкоди заповіднику.

2.3. Аналіз попиту на ринку туристичних та рекреаційних послуг

До початку пандемії COVID-19 та війни в Україні попит на туристичні та рекреаційні послуги в Україні був досить високим, що відображалось в зростанні обсягів туристичного потоку як внутрішнього, так і зовнішнього. Місцеві мешканці та іноземні відвідувачі активно відвідували різноманітні туристичні атракції, а також користувалися рекреаційними послугами, які пропонувалися в Україні. Таке попитове середовище стимулювало розвиток туристичної індустрії та сприяло економічному зростанню у цьому секторі.

Туристи активно користувалися послугами туристичних агентств, які пропонували різноманітні туристичні пакети послуг, включаючи екскурсії, відпочинок на морських та гірських курортах, культурні маршрути, гастрономічні тури, медичний туризм та багато іншого.

Готелі та готельні комплекси активно розвивалися, особливо в таких популярних туристичних регіонах, як Київ, Львів, Одеса, Яремче, та інші. Вони пропонували різні категорії номерів та різноманітні сервіси, щоб задовольнити потреби різних категорій туристів.

Транспортна інфраструктура, включаючи авіаційні, залізничні та автобусні маршрути, також активно розвивалася, забезпечуючи зручний та швидкий доступ до різних туристичних напрямків по всій країні.

Враховуючи культурне та історичне багатство України, а також доступні ціни та відносно простий процес отримання віз для багатьох іноземних туристів, країна стала привабливим напрямком для подорожей, і туристичний сезон продовжувався протягом більшості року.

Зростання туристичних потоків в Україні підпорядковувалося декільком галузям економіки, таким як торгівля, транспорт, зв'язок, комерція, спорудження підприємств, виробництво товарів народного споживання тощо. Це сприяло не

лише розвитку економіки країни, але й підвищенню її міжнародного престижу, культурного обміну та розширенню міжнародних стосунків. Такий позитивний вплив від туризму на економіку нашої країни включав збільшення обсягів зайнятості у супутніх галузях, стимулювання розвитку інфраструктури та послуг, а також збільшення інвестицій у туристичний сектор.

Проаналізуємо особливості динамічного розвитку туристичної галузі України за показниками кількості туристів обслуговуваних туроператорами та турагентствами відображаються дані у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму 2015 – 2020 рр. (осіб)

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		Міжнародні туристи з них:		внутрішні туристи
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	
2015	2 019 576	15 159	1 647 390	357 027
2016	2 549 606	35 071	2 060 974	453 561
2017	2 806 426	39 605	2 289 854	476 967
2018	4 557 447	75 945	4 024 703	456 799
2019	6 132 097	86 840	5 524 866	520 391
2020	2 360 278	11 964	2 125 702	222 612

Джерело: [33].

Як показано з таблиці 2.1 період з 2016 – 2019 рр. кількість туристів обслуговуваних туроператорами та турагенствами збільшилась у тричі. Ці дані свідчили про позитивну динаміку розвитку туристичної галузі України.

Однак, пандемія коронавірусу та глобальна криза завдали значної шкоди туристичній галузі.

За офіційними показниками Державної Служби статистики України, якщо порівнювати 2019 та 2020 рр., то кількість туристів обслугованих

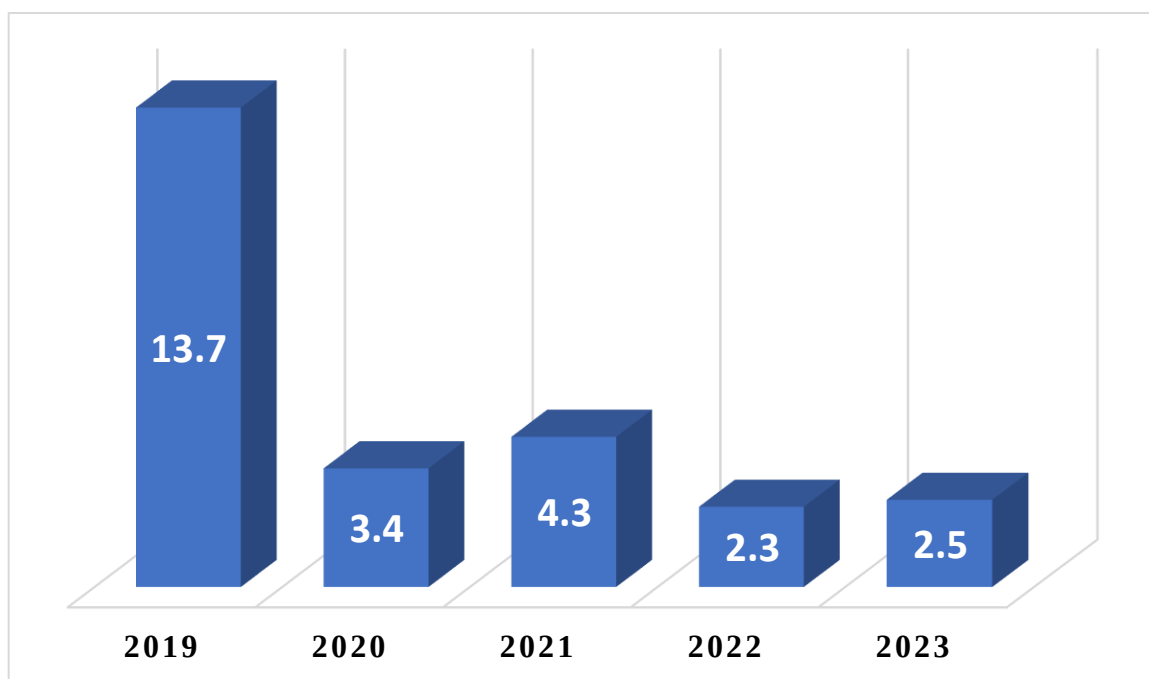
туроператорами та турагентами майже в 2,6 десятих рази зменшилась. Причиною зменшення кількості туристів стала велика кількість обмежень в діяльності підприємств по всьому світу.

Через пандемію більшість туроператорів та турагентів частково, або зовсім припинили свою діяльність, адже не витримали збитків від втрати клієнтів, які приносили дохід.

У 2021 році ринок туристичних та рекреаційних послуг в Україні продовжував підпадати під вплив пандемії, хоча поступово відбувалося відновлення туристичної діяльності. У таблиці 2.2 наведено загальні дані про чисельність іноземних громадян, які в'їхали до України у 2019-2022 роках.

Таблиця 2.2.

**Загальна чисельність іноземних туристів, які в'їхали до України, 2019-2023
(млн осіб)**



Джерело: [61].

У 2021 році Україну відвідало 4,3 млн іноземний турист, що на 26,3% більше, ніж у 2020 році [4]. Це свідчить про підвищений інтерес до України як

туристичного напрямку. Незважаючи на складнощі, пов'язані з пандемією, сектор туризму поступово відновлювався та адаптувався до нових умов. Однак 2022 рік приніс значне зниження туристичного потоку через війну. Багато країн випустили подорожні попередження, рекомендуючи своїм громадянам утриматися від подорожей до України через загрозу безпеці.

Це призвело до масового скасування туристичних подорожей в Україну, а також зменшення потоку іноземних туристів, що відвідують країну. Багато туристичних агентств та готелів зазнали серйозних фінансових втрат через це.

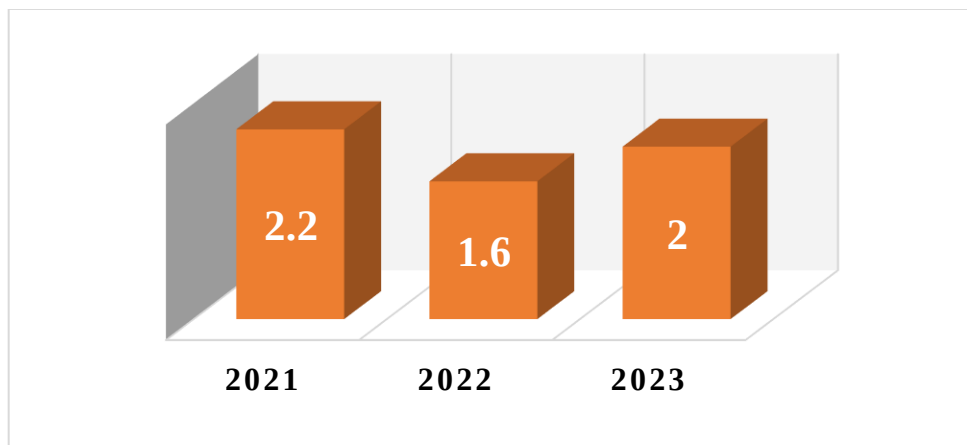
Також війна призвела до зруйнування інфраструктури туристичних об'єктів у певних регіонах країни, зокрема на сході. Це зробило подорожі в ці регіони небезпечними та непривабливими для туристів.

У результаті, туристичний ринок України у 2022 році зазнав серйозного спаду через війну і відновлення його може зайняти значний час.

Згідно з офіційною статистикою, яку отримав Visit Ukraine від ДПСУ, з 01.01.2023 р по 01.01.2024 р державний кордон України перетнуло 2,5 млн туристів [6]. Ці дані свідчать про приріст іноземних туристів у порівнянні з 2022 роком. зростаюча популярність України як туристичного напрямку відображається не лише у збільшенні числа іноземних туристів, але й у високому інтересі сталого фінансового забезпечення для підтримки розвитку туристичної галузі. Саме у цьому контексті стає актуальним аналіз впливу податків на ринок туристичних та рекреаційних послуг в Україні.

Попри повномасштабне вторгнення Російської Федерації, туристична галузь в Україні продовжує сплачувати податки. Навіть постійні атаки ворога, які знищують туристичну інфраструктуру не змусили український туризм зупинитись. Проаналізуємо податки від туристичного збору за період 2021 - 2023 рр.

Таблиця 2.3

Податки від туристичного збору за період 2021 - 2023 рр. (млрд грн)

Джерело: [25].

Державне агентство розвитку туризму підрахувало, скільки державний бюджет України недоотримав податків від туристичної галузі через війну.

За минулий 2022 рік представники туристичної галузі України сплатили 1,5 млрд грн податків, що менше на 31% ніж у 2021 році, коли до бюджету надійшло 2,2 млрд грн.

Так, загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за рік скоротилася на 17%. При цьому зафіксовано, що кількість юридичних осіб зменшилася на 14%, а фізичних - на 18%.

Найбільша частка надходжень до держбюджету за 2022 рік сплачена готелями – 898 млн грн. Однак ця сума на 30% менша ніж у 2021 році. Тоді до бюджету надійшов 1,2 млрд грн.

Якщо говорити про 2023 рік, то в порівнянні з 2022 роком податкові надходження від туристичної сфери зросли на 32%.

Кількість платників податків у 2023 році в порівнянні з 2022 роком знизилась на 9%. Кількість юридичних осіб зменшилась на 22%, а фізичних – на 5%. В порівнянні з 2021 роком загальне скорочення склало 25%. Кількість юридичних осіб зменшилася на 33%, а фізичних – на 22%.

Найбільша частка надходжень до держбюджету за минулий рік – 64 % сплачена готелями – 1,3 млрд грн. Ця сума більша майже вдвічі ніж та, яку представники готельної галузі сплатили в бюджет у 2022 році (898 млн грн) і майже аналогічна тій, яка була сплачена готелями у 2021 році (1,2 млрд грн).

Проаналізувавши зростання податкових надходжень у 2023 році, можна відзначити активний розвиток туристичної галузі та підвищення її прибутковості. Попри зниження кількості платників податків, збільшення загальної суми сплачених податків свідчить про зростання ефективності галузі та можливість привернення більшого обсягу інвестицій.

Також важливо відзначити роль готельного бізнесу у формуванні доходної частини державного бюджету. За попередній рік готелі внесли значний внесок у фінансове забезпечення країни, що свідчить про їхню вагому роль у розвитку туризму та забезпеченні фінансової стабільності держави.

Висновок до 2 розділу

Україна, завдяки своєму вигідному географічному та геополітичному положенню, розпоряджається значним потенціалом для розвитку туризму та рекреаційної діяльності. З мальовничими гірськими ландшафтами Карпат, річковими долинами та багатою культурною спадщиною, Україна пропонує різноманітні форми туризму для задоволення потреб різних категорій туристів.

Україна має великий потенціал у сфері туризму, щорічно привертаючи велику кількість відвідувачів з різних країн світу. Однак у лютому 2022 року туристична галузь країни стикнулася з серйозними викликами через розпочату російсько-українську війну. Аналіз ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні демонструє складну динаміку, включаючи втрати української культурної спадщини у зв'язку з воєнними подіями та зміни в попиті на послуги у галузі.

У складних умовах воєнного конфлікту, українська туристична галузь продовжує функціонувати та сплачувати податки. Незважаючи на втрати від військових дій та постійні атаки на туристичну інфраструктуру, платники податків в цій галузі знаходять способи пристосуватися та продовжувати свою діяльність. Аналіз податкових надходжень за різні роки відображає зміни в обсягах оподаткування. Зростання податкових надходжень у 2023 році порівняно з попереднім роком свідчить про поступове оновлення та відновлення галузі, що може стати важливим елементом відновлення економіки України після воєнного конфлікту.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні

Відомо, що рекреація та туризм представляють собою один з найбільш прибуткових сегментів бізнесу у всьому світі. Цей сектор останнім часом стає дедалі важливішим у структурі національних економік і швидко розвивається. В країнах, де приділяють особливу увагу розвитку рекреації та туризму, цей сектор навіть ще швидше зростає, стаючи ключовою складовою не лише національних економік, а й основним джерелом доходів для державного бюджету.

Туристичні ресурси, які є основною метою подорожей, мають важливе значення для розвитку туристичних та рекреаційних послуг. У зв'язку з цим, вони визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціни на послуги, географію подорожей, сезонний розподіл, тривалість перебування тощо. Україна має всі передумови для розвитку туристичної галузі. Її вигідне геополітичне положення, значний рекреаційний потенціал, сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, розвинена мережа транспортних зв'язків та культурна спадщина створюють умови для туристичного розвитку. Також в Україні постійно розробляються нові туристичні маршрути, розвивається готельна інфраструктура, покращується обслуговування туристів. Усі ці фактори сприяють динамічному розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Однак, незважаючи на вигідне геополітичне положення та наявність значного туристичного потенціалу, Україна стикається зі складнощами, які гальмують повний розвиток туристичної та рекреаційної сфери.

Основними проблемами, що стримують розвиток ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні є:

- нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту;
- недоліки регіонального регулювання галузі туризму;
- недостатність рекламної інформації щодо України як туристичного ринку за кордоном;
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам;
- слабка туристична інфраструктура;
- технологічна відсталість галузі;
- спад промисловості (зростання безробіття, скорочення заробітної плати, тимчасове працевлаштування);
- нестабільна ситуація з валютою.

Перш за все, головна проблема функціонування ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні – є складна соціально-економічна ситуація та воєнний конфлікт на території держави. Саме через це іноземні туристи не прагнуть бажанням відвідувати Україну та віддають перевагу іншим державам, адже у потенційних туристів створюється враження тотальної війни, а країна розглядається як гаряча точка. Але разом з цим існує ще ряд проблем: відсутність ефективної стратегії розвитку галузі туризму як на національному, так і регіональному рівнях; відсутність належної інформації про Україну на міжнародних ринках; багато історичних пам'яток, музеїв, архітектурних споруд та інших туристичних об'єктів потребують ремонту та модернізації, щоб зберегти їхню привабливість та безпеку; важливо також зберігати та захищати природні

ландшафти, резервати, парки та інші екологічно чисті місця від негативного впливу туризму. Тому розвиток всіх цих проблем є одним із першочергових завдань для підвищення якості діяльності галузі туризму. Також важливим питанням залишається якість надання туристичних послуг. За цим показником Україна значно відстає від багатьох держав із подібним рекреаційно туристичним потенціалом. Внаслідок цього багато наших співвітчизників надають перевагу іноземним курортам, отримуючи фактично за ті самі гроші набагато вищий рівень обслуговування та комфорту та стаючи при цьому інвесторами в економіку іноземних держав.

Одним з пріоритетів соціальної політики має бути подолання негативних тенденцій і створення системних та комплексних передумов для розвитку національного туризму. Це сприятиме створенню умов для сталого розвитку туризму та курортів, їх трансформації в високорентабельну, інтегровану на світовий ринок галузь. Такий підхід може стати значним катализатором економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки та наповнення бюджетів на всіх рівнях. Ключовими напрямками сприяння розвитку туризму державної політики слід розглянути: збереження туристичних ресурсів; вдосконалення законодавчої бази; створення сприятливих економічних умов для підтримки туристичної галузі; надання пільг для організації туристичної діяльності; залучення інвестицій у розвиток туристичної індустрії; підтримка конкуренції; забезпечення безпеки туристів; підтримка наукових досліджень; участь у міжнародних програмах з розвитку туризму тощо.

Розвиток туристичних та рекреаційних послуг дає країні такі переваги:

- збільшення грошового потоку, у тому числі приплив іноземної валюти від іноземних туристів, а отже, зростання доходів населення;
- Зростання валового національного продукту (ВНП).

- Сприяння збереженню історико-культурної спадщини.
- Створення нових робочих місць і, відповідно, збільшення зайнятості населення, а також залучення капіталу, в тому числі іноземного.
- Розвиток туристичних та рекреаційних послуг сприятиме підвищенню міжнародної відомості про Україну, залученню іноземних туристів та збільшенню кількості відвідувачів.
- Розвиток сфери туризму сприяє поступовому розвитку інших галузей.

Це означає, що збільшення туристичного потоку в Україні сприятиме відновленню економіки нашої держави.

Проведений SWOT аналіз стану та перспектив розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг в Україні, який представлений у таблиці, дозволяє оцінити переваги та недоліки, можливості та загрози туристичного сектору України. Навіть при тому, що в Україні є великі можливості для розвитку туристичної та рекреаційної галузі, даний туристичний потенціал в країні реалізується недостатньо. У нашій країні досі відсутня повноцінна, пристосована до ринкових умов, державна політика щодо розвитку внутрішнього туризму, яка б сприяла підвищенню його економічної ефективності та культурної цінності. В даний момент існують численні проблеми, які треба вирішити негайно, якщо законодавчі органи мають намір зробити ринок туристичних та рекреаційних послуг перспективним для розвитку країни в цілому.

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Культурна спадщина: Україна має багату історію, архітектурні пам'ятки та національні парки, що приваблюють туристів. 2. Вигідне геополітичне положення. 3. Доступність: Широка мережа транспорту (хоча і низької якості)	1. Нестабільна політична та економічна ситуація. 2. Недостатній розвиток сервісу. Не всі туристичні об'єкти мають високий рівень обслуговування, що може впливати на загальне враження від подорожі. 3. Невідповідність ціни і якості національних туристичних послуг.

дозволяють легко дістатися до багатьох туристичних об'єктів. 4. Низькі витрати: У порівнянні з іншими країнами Європи, Україна може пропонувати туристичні послуги та проживання за більш доступні ціни. 5. Велика кількість туроператорів та турагентів.	4. Залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуацій. 5. Недостатня розвиненість туристичного маркетингу: Україна не завжди ефективно використовує маркетингові стратегії для привертання міжнародних туристів. 6. Низький рівень англомовних сервісів: Не всі працівники в сфері обслуговування володіють достатньою кількістю іноземних мов. 7. Війна.
Можливості	Загрози
1. Розвиток інфраструктури: Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури можуть підвищити привабливість країни для туристів. 2. Збільшення міжнародного туризму: В умовах відкриття кордонів та поліпшення міжнародних відносин, Україна може привернути більше міжнародних туристів. 3. Розвиток альтернативних форм туризму: Розвиток еко-туризму, гастрономічного туризму та культурного обміну може привернути нові категорії туристів. 4. Цифрові технології: Використання цифрових технологій для промоції та бронювання може покращити доступність та зручність туристичних послуг. 5. Прихід в Україну європейських операторів, приведе до збільшення обсягів туристичних та рекреаційних послуг ринку.	1. Конкуренція з іншими країнами: Україна конкурує з іншими країнами, які також пропонують туристичні послуги. 2. Бюрократичні перешкоди: Складний бюрократичний процес може затримувати розвиток туризму та інвестиції. 3. Негативний імідж: Різні негативні події, такі як конфлікти можуть погіршити імідж країни та вплинути на кількість туристів. 4. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту. 5. Зменшення варіантів послуг для населення із середніми доходами.

6. Розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців і втрати популярності масових напрямів.	
---	--

Проаналізований SWOT-аналіз туризму в Україні дає важливі вказівки для розвитку цієї галузі та формулювання стратегій, спрямованих на досягнення конкурентних переваг. Шляхом ефективного використання сильних сторін, можливостей ринку та адаптації до викликів, Україна може залучити більше туристів, створити нові робочі місця та сприяти економічному зростанню країни. Однак важливо також активно працювати над усуненням слабких сторін та мінімізацією загроз, щоб забезпечити стабільний та сталий розвиток туристичної індустрії в майбутньому.

3.2. Перспективи розвитку ринку туристичних і рекреаційних послуг та шляхи вдосконалення туристичної діяльності

Дослідження конкурентоспроможності країни щодо привабливості для туристів фокусується на ресурсах, установах, витратах, геополітиці, культурі, рівні корупції, економічній відкритості, дипломатичних відносинах тощо.

Привабливість місця призначення і його імідж визначаються його здатністю використовувати унікальні характеристики таким чином, щоб не лише привернути увагу цільової аудиторії, а й залишити незабутні враження від подорожі. Саме емоції та враження від подорожей є тим основним "туристичним продуктом", який споживачі купують у сфері туризму.

Навіть при негативному впливі війни, туризм в Україні продовжує своє функціонування. Сьогодні туризм в нашій країні переважно має діловий характер і забезпечується за рахунок візитів офіційних осіб, делегацій, представників міжнародних організацій, міжнародних волонтерів та журналістів. Проте, будь-

які виклики створюють нові можливості, відкриваючи значний потенціал для туристичної індустрії у післявоєнний період. Туристичні та готельні компанії можуть бути адаптивними та інноваційними, наприклад, надаючи послуги гуманітарним установам або займаючись волонтерською діяльністю.

Прогнозується, що після завершення війни в Україні зміниться характер внутрішнього туризму, і набудуть популярності культурно-пізнавальний туризм та туризм пам'яті. Поміж місць, пов'язаних з козацькою славою, таких як Гайдамацький яр, Холодний яр, Поля Берестецької битви та острів Хортиця, з'являться нові місця, пов'язані зі славою сучасної війни. Також з'являться нові туристичні програми, що стосуватимуться боротьби та перемоги України [11].

У сучасних умовах державна політика в галузі туристичних та рекреаційних послуг України повинна пристосовуватися до процесів реформування, а також відповідати на нові загрози і негативні позасистемні впливи.

Внаслідок зовнішньої агресії проти України зросла кількість постраждалих, як військових, так і цивільних, які потребують лікування, реабілітації та відновлення їхнього фізичного та/або психоемоційного стану. На сучасному етапі розвитку України та в майбутньому лікувально-оздоровчий туризм стане все більш актуальним. Ця форма туризму може бути спрямована як на внутрішніх, так і на іноземних туристів. Проте, на даний момент, умови в Україні такі, що її туристичний потенціал переважно забезпечує задоволення рекреаційних потреб власних громадян, а не іноземних.

На лікувально-оздоровчий туризм впливає чимала кількість чинників, що можуть сприяти або обмежувати його розвиток. До цих чинників варто віднести такі: 1) основні (природні, соціально-культурні, економічні та ін.); 2) додаткові, без яких туризм не здатний розвиватися ефективно (підприємництво та інформаційний чинник). У той же час, як бачимо, поза увагою залишаються

чинники, що є важко прогнозованими та регульованими, зокрема, військові, збройні, суспільно-політичні та інші конфлікти.

Лікувально-оздоровчий туризм піддається впливу великої кількості факторів, які можуть сприяти або обмежувати його розвиток. Серед них важливі основні чинники, такі як природні, соціально-культурні, економічні та інші, а також додаткові, без яких туризм не може ефективно розвиватися, такі як підприємницький та інформаційний чинники. Проте, варто зазначити, що деякі фактори, такі як військові, збройні, суспільно-політичні та інші конфлікти складно передбачити та проконтролювати.

Щодо України, то розвиток лікувально-оздоровчого туризму відображається через природні та ресурсні фактори, що поєднуються з важко прогнозованими та регульованими чинниками. На території України присутні різні види рекреаційних ресурсів (бальнеологічні, грязьові, кліматичні тощо), необхідні для функціонування закладів, які надають лікувальні й оздоровчі послуги туристам. Ця наявність ресурсів покращує імідж країни, зробивши її привабливішою для розвитку туризму. Проте, для розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні потрібно вирішити ряд проблем, таких як економічні, що роблять країну менш привабливою для туристів через інфляцію, високі відсоткові ставки, коливання валютних курсів та низький рівень доходів громадян; інфраструктурні, пов'язані з недоліками в транспортних мережах; етно-соціальні, які відображають демографічну кризу; адміністративно-управлінські, які передбачають несправності у внутрішньому законодавстві; інформаційні, пов'язані з туристичним іміджем України та інші.

У березні 2017 року Кабінет Міністрів України видалив розпорядження щодо стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Оскільки ця галузь взаємодіє з більш ніж 50 іншими галузями, її розвиток сприяє збільшенню рівня зайнятості, диверсифікації економіки, збереженню та розвитку культурного

потенціалу в екологічно безпечному середовищу та підвищенню рівня інновацій у національну економіку.

Метою реалізації Стратегії було створення сприятливих умов для прискорення розвитку туристичної та курортної галузі відповідно до міжнародних стандартів якості і відповідно до європейських цінностей. Це передбачить перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечить прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, спричинить підвищення якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства та популяризації України у світі. [14].

Стратегія визначає підходи до державної туристичної політики у таких сферах: забезпечення безпеки туристів; вдосконалення нормативно-правового середовища; розвиток туристичної інфраструктури; підвищення кваліфікації людських ресурсів; та впровадження маркетингових стратегій у сфері розвитку туризму та курортів.

Стратегія передбачала, що до 2026 року в Україні:

- кількості іноземних туристів збільшиться у 2,5 разів,
- кількості внутрішніх туристів збільшиться в 5 разів
- кількості робочих місць у сфері туризму збільшиться в 5 разів,
- наповнення бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності збільшиться в 10 разів,
- кількість суб'єктів туристичної діяльності зросте в 5 разів,
- туристи витратять під час подорожей в Україні до 80 млрд грн,
- буде створено позитивний імідж України як країни, привабливої для туризму.

На жаль, наведені у стратегії прогностні показники не узгоджуються з несприятливими обставинами, які трапилися протягом останніх років: пандемія

COVID-19 та зовнішня агресія проти України. На фоні цих негативних факторів можна внести наступні зміни:

1. Зважаючи на пандемію COVID-19 та війну, прогностичні показники щодо збільшення кількості іноземних та внутрішніх туристів до 2026 року можуть бути переглянуті з урахуванням реалій нової дійсності та прийняття ефективних заходів безпеки для подорожуючих.
2. У зв'язку зі збільшенням нестабільності через військові дії, необхідно врахувати можливість зниження туристичного потенціалу та зменшення зацікавленості туристів у відвідуванні певних регіонів.
3. Стратегічне планування та маркетингові заходи повинні бути переглянуті з урахуванням нових умов та стратегій привертання туристів на основі нових туристичних маршрутів та пропозицій, що враховують вимоги безпеки та здоров'я.
4. Забезпечення безпеки та захисту туристів, а також збільшення контролю за дотриманням нормативно-правових вимог у сфері туризму має стати одним із пріоритетів державної туристичної політики.
5. Враховуючи можливі ризики та обмеження, необхідно переглянути та адаптувати прогностичні показники щодо збільшення туристичних витрат та створення нового позитивного іміджу України у світі.

З урахуванням вищевикладеного можемо визначити, що є необхідність у модернізації діючої Стратегії розвитку туризму та курортів України з метою створення сприятливих умов для зростання лікувально-оздоровчого туризму та розвитку туристичної індустрії взагалі. Це вимагає заохочення інвестицій шляхом створення сприятливих умов, включаючи спрощення та гармонізацію валютних, митних, податкових та інших аспектів законодавства.

Таким чином, для України актуальним завданням є вирішення вищезазначених проблем у сфері туризму та туристичних і рекреаційних послуг,

шляхом стимулювання розвитку туристичної інфраструктури, вдосконалення механізмів безпеки та захисту туристів, а також залучення інвестицій для підтримки та розвитку туристичного сектора.

Для прогнозування поведінки ринку туристичних та рекреаційних послуг після завершення війни, корисно вивчити досвід інших країн, які відновлювали свою туристичну галузь після воєнних подій. Існують численні позитивні приклади розвитку туризму після збройних конфліктів у різних державах.

Хорватія ілюструє успішне відновлення туристичної галузі після війни. Під час громадянської війни в 1990-х роках туризм у Хорватії фактично зупинився. Після цього розпочалася широка піар-кампанія країни та її раніше маловідомих туристичних перлин. Поступово іноземні інвестиції почали надходити в країну, держава активно просуvala різні туристичні напрямки серед іноземців. Великі круїзні компанії почали виявляти інтерес до країни, пропонуючи свої послуги для вимогливих платоспроможних туристів. Завдяки своїм географічним особливостям, країна стала привабливою для туристів.

Після припинення збройних конфліктів інші країни також пройшли свій шлях у відновленні туризму. Після міжетнічних зіткнень між грецькою та турецькою громадами, Кіпр став одним із найпопулярніших туристичних напрямків. Підхід до просування туризму на Кіпрі подібний до Хорватії: визначення ключових переваг та масова реклама у інших країнах.

Ізраїль також є хорошим прикладом відновлення туристичної галузі, зберігаючи свій статус навіть під час постійних воєнних конфліктів з Палестиною. Ізраїльська галузь туризму успішно адаптувалася до постійної воєнної напруги. У цій країні найбільш популярними видами туризму є паломницький, медичний та культурний.

Після конфлікту з РФ у 2008 році, Грузія пережила значне відродження у сфері туризму. До цього часу, лише обмежена кількість людей знала про Грузію

з усього світу, але після конфлікту країну почали відвідувати надзвичайно багато іноземних туристів. Це стало результатом ефективної стратегії відновлення туризму після важких часів, що допомогло Грузії стати відомою та важливою на світовій туристичній карті.

Усі перераховані вище негативні тенденції ринку зарубіжного туризму, звісно, відрізняються від тих, які з'явилися на українському туристичному ринку внаслідок військової агресії з боку РФ. Туризм зі зрозумілих причин понівечений: більшість готелів закрито або відремонтовано, щоб задовольнити потреби внутрішньо переміщених осіб. Що стосується туристичних компаній сфери міжнародного туризму, то в Україні ця сфера знаходиться в режимі очікування.

Всі зазначені вище негативні тенденції на ринку зарубіжного туризму відрізняються від тих, що спостерігаються на українському туристичному ринку через військову агресію РФ.

Немає сумнівів, що український туризм після війни отримає новий шанс для розвитку, туристи повернуться як тільки стане абсолютно безпечно. Інтерес до таких міст, як Буча, Ірпінь, Бородянка та Маріуполь обов'язково зросте, стануть популярними нові види туризму [11]. Так у грудні 2023 року було затверджено Київською обласною радою програму розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки. **Основними цілями Програми є:**

- Розвиток людського потенціалу, наближення якості життя до європейських стандартів.
- Формування конкурентоспроможної системи маркетингу регіонального туризму.
- Забезпечення належного рівня безпеки туристів.
- Просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на турах вихідного дня і продуктах рекреаційного, реабілітаційного туризму та відвідування місць пам'яті.

- Розбудова туристичної та відновлення транспортної інфраструктури.
- Розвиток системи орієнтування в регіоні.

Для формування туристичного іміджу Київської області та активізації цього напрямку діяльності передбачено вирішення питання щодо забезпечення облаштування місць паркування, стоянок і зупинок туристично-екскурсійного транспорту відповідними дорожніми знаками та розміткою, вбиральнями, зарядками електромобілів;

Реалізація заходів у рамках Програми забезпечить популяризацію Київщини як туристичної дестинації (для пізнавального, активного, сільського, екологічного, реабілітаційного, рекреаційного, медичного туризму, відвідування місць пам'яті) та території безпечної для подорожей. Виконання заходів, передбачених Програмою, дозволить забезпечити зростання туристичних потоків і надходжень від туристичної діяльності, збільшення зайнятості населення в туризмі та суміжних галузях.

3.3. Стратегія розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг

Протягом останніх десятиліть розвиток ринку туристичних та рекреаційних послуг набув великого значення, через застосування маркетингових стратегій у сфері туризму, який став ключовим фактором для економічного зростання регіонів та приваблює інвестиції. Ефективне використання рекламних стратегій у конкурентному середовищі стає важливим елементом для привертання уваги як потенційних клієнтів туристичних послуг, так і інвесторів.

Стратегія маркетингу у сфері туризму та рекреації має бути спрямована на виявлення та ефективно презентування привабливості туристичних місць через інтегровані комунікаційні засоби. Також важливо залучати цільову аудиторію за

допомогою різноманітних каналів комунікації, включаючи соціальні мережі, туристичні портали, PR-події та співпрацю з впливовими особистостями та медійними платформами. Основою можуть стати відомі природні, культурно-історичні об'єкти або комплекси, а також туристичні маршрути, що охоплюють ці об'єкти, і унікальні заходи, які привертають значну кількість туристів, що формують основу для туристичного та рекреаційного продукту [47].

У довоєнний час ринок туристичних та рекреаційних послуг переважно асоціювався з міжнародним туризмом, який був більш організованим та структурованим, ніж внутрішній туризм. На міжнародному туристичному ринку діяли кілька великих туристичних операторів, що відповідали за організацію всього процесу - від бронювання місць у готелях до організації чартерних авіарейсів та трансферів на місцях перебування. Такі компанії забезпечували всі аспекти відпочинку, надавали широкий вибір турів і розробляли привабливі пропозиції для клієнтів.

У внутрішньому туризмі не було такої масовості та організованості, оскільки частина споживачів могла самостійно бронювати квитки та готелі в межах країни, не маючи потреби у послугах посередників. Відповідно, у цьому секторі не було наявності великих туроператорів, що б спеціалізувалися на розвитку туризму саме в Україні. Більшість туристичних послуг надавали малі туристичні компанії, які фокусувалися на конкретних регіонах або маршрутах в Україні. Вони зазвичай спеціалізувалися на організації туристичних маршрутів, екскурсій та інших розваг в межах країни, пропонуючи клієнтам персоналізовані та унікальні враження від подорожі.

Внаслідок війни ринок туристичних та рекреаційних послуг відчув значні зміни. По-перше, через ряд причин, таких як економічний спад, зниження доходів та недоречність відпочинку у місцях де відбуваються бойові дії тощо. По-друге, ці самі фактори, спільно з закриттям кордонів для чоловіків призовного віку,

призвели до зростання популярності внутрішнього туризму за рахунок зовнішнього. По-третє, майже повне зникнення в'їзного туризму стало наслідком фізичних загроз у будь-якому регіоні України. По-четверте, зміна у вподобаннях внутрішнього туризму здебільшого обумовлена зміною у фокусі на правобережну Україну, здебільшого через фактор безпеки.

Практично кожен мешканець нашої країни може стати потенційним клієнтом для туристичної галузі, якщо відшукати відповідну мотивацію. Туроператори та агенції активно сегментують туристичний попит за різними критеріями, створюють різноманітні маршрути та програми відпочинку, а також розробляють та впроваджують різноманітні маркетингові комплекси для просування туристичних послуг. Наприклад, на ринку можна помітити послуги, спрямовані на рекреацію, оздоровлення, культурні враження, гастрономічний туризм, пригодництво, екологічний відпочинок, спортивні заходи та інші види туризму.

Для ефективної маркетингової кампанії, спрямованої на просування туристичних напрямків, необхідно виконати такі кроки:

- Визначити конкурентні переваги курортних зон місцевості, які будуть базою для маркетингових та рекламних заходів.
- Провести сегментацію ринку, щоб ідентифікувати цільову аудиторію та ключові переваги продукту.
- Використовувати унікальні особливості курортних зон для створення ексклюзивних пропозицій.
- Підготувати та представити інвестиційні проєкти на міжнародних інвестиційних заходах.
- Забезпечити активну участь готелів і ресторанів у регіональних та міжнародних туристичних виставках.

- Сегментувати ринок санаторно-курортних послуг для визначення цільової аудиторії та переваг продукту.
- Створити та розповсюдити інформаційно-рекламні матеріали на іноземних мовах, що презентують рекреаційний та туристичний потенціал. [47].

Традиційні методи маркетингу, такі як реклама чи акції, не завжди забезпечують ефективний зв'язок з іноземною аудиторією, на яку вони спрямовані. Розв'язання цієї проблеми полягає в розробці та практичному використанні інноваційних стратегій просування, які виникають в результаті інноваційного розвитку туристичної галузі загалом і новітніх інформаційних технологій. Інновації в сфері туризму мають якісну новизну і призводять до позитивних змін, що забезпечує стійке функціонування і подальший розвиток галузі. Впровадження новітніх інформаційних технологій та поява нових туристичних продуктів є необхідною умовою виживання на висококонкурентному ринку.

Один із основних способів впровадження інновацій у сфері маркетингу туристичних продуктів полягає у широкому застосуванні Інтернет-технологій. Розробка потужних комп'ютерних систем для бронювання проживання, транспорту, екскурсій та культурно-оздоровчого обслуговування, надання інформації про наявність та доступність турів, маршрутів і туристичного потенціалу країн та конкретних місць - усі ці напрями стали необхідною складовою управління сучасною та майбутньою діяльністю туристичних компаній.

Новітні інформаційні технології відкривають нові можливості для просування туристичних продуктів за невеликі витрати. У такій ситуації конкуренція на туристичному ринку в застосуванні маркетингових інструментів буде зростати, оскільки всі учасники галузі можуть скористатися перевагами нових технологій.

У сучасних умовах ефективно просування туристичного продукту для іноземних туристів неможливе без привабливих та інформативних веб-сайтів в Інтернеті. Для багатьох потенційних відвідувачів з-за кордону це може бути першим враженням про продукт. Тому інтерфейс веб-сайту повинен бути зрозумілим для іноземних користувачів та доступним на кількох мовах.

Це має наступні переваги:

- Встановлення першого контакту з міжнародною аудиторією та сприяння початковому зацікавленню.
- Надання актуальної та докладної інформації про всі важливі аспекти туристичного обслуговування в Україні.
- Забезпечення неперервного доступу до інформації та можливості користування сайтом у будь-який час.
- Можливість взаємодії з іноземними туристами та отримання від них зворотного зв'язку.
- Отримання важливої статистичної інформації за допомогою аналізу кількості відвідувань сайту, відгуків іноземних туристів та результатів їхнього заповнення онлайн-анкет.

Під час впровадження маркетингової стратегії просування, незважаючи на використання новаторських інструментів, основна увага приділяється якості інформації, що подальше спрямовується до міжнародних туристів.

Більшість сучасних туристів, незалежно від їхньої країни походження, мають високу компетентність у використанні онлайн-систем бронювання та пошуку. Сучасна стратегія маркетингу туристичного продукту в Інтернеті має спрямовуватися на створення зручного механізму пошуку, щоб клієнти могли самостійно обирати маршрут та планувати свою подорож. Розміщення на веб-сайті інформативних та наочних брошур з описом популярних маршрутів і

актуальними цінами на послуги може стимулювати інтерес іноземних туристів до придбання конкретного туру.

Заходи, які допоможуть підвищити результативність маркетингової стратегії для просування туристичних та рекреаційних послуг серед іноземних туристів.

1. Розроблення детального маркетингового плану для конкретної туристичної локації. Цей процес дозволяє поетапно виявити всі можливості даного туристичного напрямку та створити ефективну стратегію його просування, використовуючи вибрані інструменти маркетингу.

2. Просування туристичних і рекреаційних послуг через авторитетних осіб у мережі Інтернет. Залучення до співпраці туристичних блогерів, ютуберів, "зірок" Інстаграму як засобу просування.

3. На сайті туристичної компанії слід розмістити інформативний та наочний путівник про обрану дестинацію. Весь маркетинговий підхід у сфері туризму повинен бути орієнтованим на потреби та вимоги мандрівників. Багато туристів відвідують Україну вперше і не мають достатньо інформації про країну, тому надзвичайно важливо мати професійно підготовлений і доступний на сайті компанії путівник. У ньому слід пропонувати різноманітні ідеї для відпочинку та екскурсій, а також будь-яку корисну інформацію, що розкриває переваги обраної дестинації.

4. Створення платформи для обговорень навколо сторінки компанії - це ефективний метод оптимізації програми просування туристичного продукту. Іноземні туристи, які мають намір відвідати певне місце, часто мають багато питань перед тим, як прийняти рішення про подорож до України. Такий підхід сприяє розвитку довіри і дає можливість представнику компанії оперативно та інформативно відповідати на їхні запитання, що стосуються конкретної місцевості.

5. Накопичення контенту, що створений клієнтами про продукт або конкретну DESTИНАЦІЮ. Перед від'їздом багато подорожуючих інтенсивно шукають у мережі відгуки та поради від інших мандрівників. Реальні історії та враження інших туристів можуть бути важливим джерелом інформації. Збір такого вмісту від наших клієнтів та його подальша публікація можуть істотно підвищити довіру до компанії та її пропозицій.

6. У центрі маркетингової стратегії стоїть увага до потреб конкретних сегментів туристичного та рекреаційного ринку. Це передбачає точне визначення цільової аудиторії, оскільки різні групи туристів мають свої унікальні потреби та вимоги до туристичного продукту. Тому ключове значення має адаптація маркетингових стратегій для кожного сегменту, щоб вони відповідали їхнім потребам.

7. Максимальне використання можливостей та переваг мобільних пристроїв для реклами туристичних продуктів. Зараз мобільними пристроями активно користуються майже все населення планети, тому сайти туристичних компаній повинні бути обов'язково оптимізовані під потреби користувачів мобільних пристроїв. Це означає наявність зручної навігації, швидкого завантаження контенту та функціонального інтерфейсу.

Висновок до 3 розділу

Рекреація та туризм, як ключові складові економічного розвитку, є одними з найприбутковіших сегментів бізнесу у всьому світі. Україна, зі своїм сприятливим геополітичним положенням та різноманітним туристичним потенціалом, має всі передумови для становлення важливим гравцем на світовому туристичному ринку. Проте, існує низка проблем, які потребують уваги та вирішення з боку держави та бізнес-спільноти. Застосування

маркетингових стратегій та активне використання рекламних інструментів є важливими елементами для залучення як клієнтів, так і інвесторів, сприяючи збільшенню обсягів туристичного руху та формуванню привабливого туристичного продукту, що відображається на загальному економічному зростанні та підвищенні конкурентоспроможності країни.

ВИСНОВКИ

Рекреація та туризм виступають важливими елементами економічного розвитку, сприяючи підвищенню якості життя та екологічної стійкості суспільства. Рекреація, як процес відпочинку та відновлення, відіграє важливу роль у підтримці фізичного та психічного здоров'я населення, сприяючи збалансованому розвитку суспільства.

Рекреаційна сфера постійно розширюється та стає все більш різноманітною. Сучасною тенденцією є те, що практично усі галузі економіки долучаються до надання послуг у сфері відпочинку та лікування. Узагальнюючи, виділено кілька видів рекреаційної діяльності, включаючи лікувально-курортну, оздоровчо-спортивну, пізнавальну та розважальну. Кожен з цих видів має свої особливості та переваги. Важливою частиною є підтримка та розвиток цих напрямків, що сприяє покращенню якості життя та здоров'я населення. Розуміння та врахування цих аспектів допомагає сформувати ефективні стратегії для подальшого розвитку рекреаційних послуг в Україні. Щодо туристичної індустрії, то вона представляє собою складну мережу послуг, спрямованих на задоволення різноманітних потреб туристів. Згідно з визначенням, туристична послуга є результатом діяльності туристичного підприємства, яке може включати в себе організацію як повної поїздки, так і надання окремих послуг. Основними компонентами туристичної послуги є бронювання, транспортні перевезення, розміщення, харчування, екскурсії, медичний супровід і багато інших. Різноманіття туристичних послуг обумовлене різними цілями подорожей та індивідуальними вимогами туристів, що змушує виробників послуг адаптуватися до різних сегментів ринку. Таким чином, розвиток туристичної індустрії вимагає гнучкості та стійкої адаптації до змін у попиті та вимогах споживачів, а також постійного вдосконалення якості наданих послуг для забезпечення задоволення та комфорту туристів.

Історія та етапи розвитку туристичного та рекреаційного ринку в Україні свідчать про поступовий розвиток цієї галузі та її значний потенціал для подальшого росту. Важливими етапами в розвитку туристичного та рекреаційного ринку були період радянської епохи з обмеженим доступом до туризму, перехідний період після незалежності України та сучасний період із зростанням уваги до розвитку інфраструктури та привабливості туристичних об'єктів для місцевих та іноземних туристів.

Якщо говорити про XXI століття, то туристична діяльність в Україні здійснюється відповідно до Закону України «Про туризм». У нашій державі до загальних законодавчих норм, окрім Конституції України, що містить основні права і свободи людини, та Цивільного і Господарського кодексів України, входять також закони України: "Про курорти", "Про музеї та музейну справу", "Про охорону культурної спадщини", "Про охорону навколишнього природного середовища", "Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України", "Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства", "Про державний кордон України", «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» тощо. Ці правові акти гарантують права громадян на відпочинок, свободу пересування, вибір місця проживання та інші, забезпечуючи безпеку та комфорт усім туристам.

Україна має значний потенціал у розвитку туризму та рекреаційної сфери завдяки своїй розмаїтій природі та багатій культурній спадщині. Відображенням цього є мальовничі краєвиди Карпат, чарівні долини та розмаїття історичних пам'яток, архітектури та культурних традицій, що приваблюють туристів з усього світу. Різноманіття туристичних маршрутів відкриває перед туристами можливість відкрити нові місця, насолодитися культурними заходами та смаколиками, а також насолодитися відпочинком на природі. Незважаючи на те, що війна призвела до значних втрат у культурному надбанні нашої країни та

вплинула на попит туристичних та рекреаційних послуг. Агресія окупантів, порушує не лише матеріальну, а й духовну сферу життя українського народу. Руйнування музеїв, пам'яток архітектури та археологічних розкопок створює загрозу втрати історичної пам'яті та національної ідентичності. Утім, не дивлячись на складні обставини, пов'язані з російсько-українським конфліктом, українська туристична та рекреаційна галузь продовжують працювати та адаптується до нових умов.

Аналізуючи туристичну та рекреаційну діяльність до початку пандемії COVID-19 та війни в Україні попит на туристичні та рекреаційні послуги в країні був на доволі високому рівні. Це свідчило про активний розвиток туристичної галузі. Місцеві жителі та іноземні туристи активно відвідували різноманітні туристичні атракції та користувалися різноманітними рекреаційними послугами, що пропонувалися в Україні. Так, у період з 2016 по 2019 роки динаміка розвитку була зумовлена зростанням кількості туристів обслуговуваних туроператорами та турагентствами у тричі. Однак у 2020 році ця кількість зменшилась в 2,6 рази у порівнянні з попереднім роком. Після того, як туристичний ринок в 2021 році почав поступово відновлюватися, Україну охопила війна, що спричинила значний спад в туристичній та рекреаційній сферах.

Незважаючи на повномасштабне вторгнення Російської Федерації та постійні атаки, що призвели до знищення туристичної інфраструктури, українська туристична галузь продовжує сплачувати податки і адаптуватися до складних умов. Аналіз податкових надходжень за період 2021-2023 років свідчить про поступове відновлення та активний розвиток галузі. Хоча кількість платників податків зменшилася, збільшення суми сплачених податків свідчить про підвищену ефективність та зростання прибутковості туристичного сектору. Роль готельного бізнесу в цьому процесі надзвичайно важлива, оскільки вони внесли значний внесок у фінансове забезпечення країни

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що формування та розвиток ринку рекреаційних та туристичних послуг в Україні має великий потенціал та перспективи. Здійснення аналізу сучасного стану ринку, виявлення основних тенденцій та проблем дозволили визначити ключові напрямки подальшого розвитку сфери рекреації та туризму в країні. Розвиток туристичних та рекреаційних послуг в Україні вимагає не лише правильної стратегії маркетингу та реклами, але й активного впровадження інноваційних підходів у виробництво та обслуговування. Важливими факторами є підтримка державних ініціатив. Застосування цих підходів сприятиме збільшенню конкурентоспроможності українського ринку та його успішному інтегруванню в світову туристичну індустрію. Дослідження вказує на потенціал українського туризму як важливого чинника економічного розвитку країни та сприяє формуванню рекомендацій для подальшої стратегії розвитку даного сектору. Таким чином потрібно провести грамотну інформаційну політику, яка буде спрямована на створення позитивного іміджу країни. Адже наша країна багата на природно-рекреаційний потенціал і історико-культурні ресурси, Україна має всі можливості стати туристичною країною світового рівня, де індустрія туризму складатиме значну частку бюджетних надходжень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. BBC NEWS. Спустошені землі. Якою буде природа України після війни. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/extra/mwu5sxghvc/ukraine_war_damaged_nature.
2. Discover. Війна безжальна до пам'яті: які об'єкти української спадщини ми втрачаємо. URL: <https://discover.ua/inspiration/viyna-bezzhalna-do-pamyati-yaki-obyekty-ukrayinskoyi-spadshchyny-my-vtrachayemo>.
3. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>.
4. The Village. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik>
5. Visit Ukraine. Відновлення туризму під час війни: скільки податків принесла туристична галузь України цього року? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/>.
6. Visit Ukraine. Скільки іноземців в'їхало в Україну у 2023 році та з яких країн приїздили найчастіше? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog>.
7. Авторські статті. Маркетинг туристичних послуг, туроператорів та туристичних фірм. URL: <https://dinanta.com/blog/tourism-marketing>
8. Аналіз ринку туроператорів України. 2024. URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-rinku-turoperatoriv-ukrayini/>.
9. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійнотермінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник //К.: Альтерпрес. – 2004.
10. Безрукова Н. В., Колос А. М. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму : дис. – 2020.

11. Васильєва О. О., Домашенко С. В., Каптюх Т. В. Перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період //Інфраструктура ринку. – 2023. – №. 72. – С. 185-191.

12. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навч. посібник. – 2013 – 202 с.

13. Верховна Рада України. Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-09#Text>.

14. Верховна Рада України. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ 168-2017-р, чинний, поточна редакція — Прийняття від 16.03.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>.

15. Вікіпедія. Українська культурна спадщина під час російського вторгнення (2022). URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.

16. Герман І. В. Державне регулювання ринку туристичних послуг України, міжнародний досвід країн світу //Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: колективна монографія. – 2019. – С. 64-71.

17. Гродзинська І. О. и др. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навчальний посібник К.:« //Центр учбової літератури», 2014. 264 с. – 2014.

18. ДАРТ. Динаміка податкових надходжень по областях за 2023 рік. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-oblastyah-za-2023-rik>.

19. ДАРТ. Підлив Каховської ГЕС. Які DESTИНАЦІЇ знаходяться в зоні ризику. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/pidriv-kahovskoyi-ges-yaki-destinaciyi-znahodyatsya-v-zoni-riziku>.

20. ДАРТ. У 2022 році сума туристичного збору в Україні скоротилася на 24%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasya-na-24>.

21. ДАРТ. У 2023 році податкові надходження від туристичної галузі України вийшли на довоєнний рівень. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2023-roci-podatkovy-nahodzhennya-vid-turistichnoyi-galuzi-ukrayini-viyshli-na-dovoiennyi-riven>

22. Державні сайти України. «Український науково-дослідний інститут медичної реабілітації та курортології Міністерства охорони здоров'я України». URL: <https://kurort.gov.ua/bez-kategoriyi/strategiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-na-period-do-2026-roku/>.

23. Зруйнована Україна: наслідки війни для наших міст, природи та сільського господарства. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2023/03/27/zrujnovana-ukrayina-naslidky-vijny-dlya-nashyh-mist-prirody-ta-silskogo-gospodarstva/>.

24. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. (URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#>).

25. Interfax – Україні інформаційне агентство. Надходження до держбюджету від туристичної галузі у 2022 році. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/897250.html>.

26. Іванченко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму //Ефективна економіка. – 2015. – №. 5.

27. Ковальчук М.Р. Розвиток спелеологічного туризму в Україні. Університет економіки та права «КРОК». 2022. 274 с. С.46-48.

28. Конституція України від 28 червня 1996 р. (URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#>).

29. Манько А. Потенціал природних краєзнавчо-туристичних ресурсів України //Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/manko.htm. – 2008.

30. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні //Науковий журнал Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – Т. 51. – №. 51. – С. 76-82.
31. Марченко О. А. Проблеми та перспективи розвитку рекреації та туризму у Запорізькій області //Бізнес-навігатор. – 2014. – №. 3. – С. 184-188.
32. Моца А., Шевчук С., Серeda Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні //Економіка та суспільство. – 2022. – №. 41.
33. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Динаміка туристичних потоків України (URL : <https://bit.ly/2vN0qDQ>).
34. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України. – 2022.
35. Петранівський В. Л., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. 2-ге вид., виправл //Київ: Знання. – 2008.
36. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди. – 2022.
37. Поняття туристичного ринку, туристичних послуг. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/203.pdf>.
38. Поняття, структура та складові туристичного продукту. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/tourism/36435/>.
39. Поступна О. В. Туристські ресурси України. – 2020. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream>.
40. Природні парки. Національні природні парки в Україні. URL: <https://www.nationalparks.in.ua/pryrodni-parky/>.
41. Програма розвитку туризму Київської області на 2024-2026 роки. URL: <https://kor.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/Dodatok-48.pdf>.
42. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. – 2007. – С. 344.

43. РБК-Україна. Нові пріоритети. Чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/novi-prioriteti-chomu-vazhlivo-rozvivati-1691070748.html>.

44. РБК-Україна. Рік, який все змінив назавжди. Чи існує туризм в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/rik-kiy-zminiv-nazavzhdi-chi-issnue-turizm-1672509414.html>.

45. РБК-Україна. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustku-pislya-peremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html>.

46. Семак Б. Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів //Вісник ЛТЕУ. Економічні науки. – 2019. – №. 57. – С. 19-25.

47. Середа Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків //Економіка та суспільство. – 2023. – №. 57.

48. Сірик А. Є. Державне регулювання ринку туристичних послуг України //Економічний вісник Донбасу. – 2017. – №. 2. – С. 100-104.

49. ТОП фестивалів в Україні: що обов'язково треба відвідати. URL: <https://rental.ua/ua/info/top-festyvaliv-v-ukraini-shcho-oboviazkovo-treba-vidvitaty#2>

50. Туристична галузь збільшила сплату податків на 13% за три квартали, кількість платників зменшилася на 11%. URL: <https://forbes.ua/news/turistichna-galuz-splatila-na-13-bilshe-podatkov-naybilshe-splatili-goteli-a-vidatki-vid-kempingiv-zbilshilisya-vdvichi-10112023-17126>.

51. Туристичні ресурси України. URL: <https://kegt.rshu.edu.ua/images/gurtok/pr05.pdf>.

52. Туроператор Join UP! Тури на відпочинок in Ucraina. URL: <https://joinup.ua/uk/strany/ukraine/>.

53. Туроператор Join UP! Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року. URL: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/>.

54. Угоднікова О. І. Основи рекреаційних послуг: конспект лекцій для студентів 1 курсу всіх форм навчання зі спеціальності 241–Готельно-ресторанна справа. 2020. – 95 с.

55. Україна отримала рекордні податки з туристичного збору за 2021 рік. URL: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/3159805>.

56. УКРІНФОРМ. Вандализм і мародерство: війна Росії проти культурної спадщини України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3729227-vandalizm-i-maroderstvo-vijna-rosii-proti-kulturnoi-spadsini-ukraini.html>.

57. Шамара І. М., Азарова К. І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України //Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм».–2018.–Вип. – 2018. – Т. 3. – С. 196-203.

58. Шупта А. О., Корнієнко О. М. Туристичний ринок України в умовах воєнних дій //С24 Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства. Збірник. – 2022. – С. 444.

59. Школа І.М., Ореховська Т.М., Корольчук О.П. Розвиток туристичного бізнесу регіону. Навчальний посібник. За редакцією доктора економічних наук, професора Школи І.М. URL : https://tourlib.net/books_ukr/shkola.htm.

60. Які заповідники може втратити Україна через війну: збитки, загрози і наслідки. URL: <https://www.rfi.fr/uk/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0>.

61. USAID. Національна система туристичної статистики. URL : https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html

