

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
завідувачка кафедри
Давиденко І.В.
/підпис/
"22" листопада 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра**

зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Управління туристичним та курортним бізнесом»
(назва освітньої програми)

на тему: «СВІТОВИЙ ДОСВІД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ДЕРЖАВИ»

Виконавець

студент Центру заочної форми навчання
Голубєва Юрія Сергійовича

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Костянтинівна

/підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	6
1.1. Теоретичні та практичні засади впливу війни на туристичну діяльність	6
1.2. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни	10
1.3. Дослідження проблем та перспектив післявоєнного відновлення туристичної індустрії України з урахуванням принципів концепції сталого розвитку туризму	20
Висновки до розділу 1	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ДЕРЖАВИ	27
2.1. Дослідження європейського історичного досвіду відновлення економіки після другої світової війни	27
2.2. Аналіз повоєнного відновлення туристичної галузі на прикладі Хорватії, Боснії та Герцеговині, Грузії.	33
2.3. Дослідження переваг повоєнного відновлення туристичної галузі Кіпра та Ізраїлю	43
Висновки до розділу 2	
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ	51
3.1. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у повоєнний період	51
3.2. Обґрунтування організаційно-економічних заходів відновлення туристичної галузі України у повоєнний період	58
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	80

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туристична галузь в Україні є однією із фундаментальних в економічному значенні. До пандемії COVID-19 та до початку повномасштабної війни в Україні прибутки з туристичної галузі складали вагомую частину в бюджеті держави, саме завдяки розвитку туризму відкриваються додаткові можливості і для інших галузей економіки, сприяє створенню більшої кількості робочих місць і розвитку малого бізнесу. З початку війни в Україні діяльність в сфері туризму майже було поставлено на паузу, але вже з квітня 2022 року туристична галузь почала відроджуватися і це відродження почалося з внутрішнього туризму. Ведення бойових дій на територіях України завдає чималої шкоди для туристичних об'єктів, а значить і для індустрії в цілому. Негативні зміни в галузі туризму які відбулися внаслідок україно-російської війни потребують пошуку напрямів подолання їх наслідків з використанням міжнародного досвіду післявоєнного відновлення туристичної галузі провідних країн світу, а також з урахуванням принципів концепції сталого розвитку туризму і визначило тему кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є розгляд позитивного досвіду швидкого відновлення сфери туризм в країнах, які постраждали внаслідок військових конфліктів та з'ясування перспективних напрямів повоєнного відновлення для українського туристичного ринку.

Мета дослідження обумовила наступні завдання:

- розкрити теоретичні та практичні засади впливу війни на туристичну діяльність;
- проаналізувати розвиток індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни;
- дослідити проблеми та перспективи післявоєнного відновлення туристичної індустрії України з урахуванням принципів концепції сталого розвитку туризму;
- визначити значення європейського історичного досвіду відновлення економіки після другої світової війни;

- проаналізувати моделі повоєнного відновлення туристичної галузі на прикладі Хорватії, Боснії та Герцеговині, Грузії;
- визначити переваги повоєнного відновлення туристичної галузі Кіпра та Ізраїлю
- запропонувати програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у повоєнний період;
- обґрунтувати організаційно-економічні заходи відновлення туристичної галузі України у повоєнний період.

Об'єктом дослідження є процес аналізу світового досвіду повоєнного відновлення туристичної галузі держави.

Предметом дослідження є визначення використання світового досвіду повоєнного відновлення туристичної галузі для України.

Методи дослідження: логічного узагальнення (забезпечення послідовності в проведенні наукового дослідження й формування висновків); узагальнення й систематизації (для систематизації поглядів науковців з досліджуваної проблематики); аналізу та синтезу (для визначення особливостей, проблем та факторів впливу на розвиток туризму в повоєнний період); схематичного й графічного зображення (для схематичного подання ключових теоретичних аспектів дослідження проблеми й наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних); статистичного аналізу (для аналізу розвитку туризму під час кризових явищ).

Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці зарубіжних та українських вчених, як: Л. Окафор, В. Менсон, А. Фотіадіс, А. Оріндару, С. Вонгмонта, Бедрадіна Г.К., Герасименко В. Г., Давиденко І.В., Любіцева О. О., Мальська М. П., Михайличенко А. І., Нездойминов С. Г., Смирнов І. Г., Сокол Т. Г., Ткаченко Т. І., Чепурда Г. М., Черниш І. В. та інші. Дослідженню стану національної та міжнародної туристичної сфери під час війни в Україні присвячені наукові роботи: Г.В. Машикіна, М.В. Грабар, М.Ю. Кашка [1], Г. Парфененко [2], Т. Сак[3] та інших.

Питанням повоєнного відновлення туристичної галузі приділяють увагу в своїх роботах науковці: Н.В. Федорченко та В.К Федорченко [4], О. Бордун, В. Шевчук [5].

Н. Барвінок [6], Л. Корчевська [7], І. Дворська [8], А.А. Моца, С.М. Шевчук, Н. М. Серeda [9] та інші.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів, останніх досліджень науковців з даної тематики, законодавчих та нормативних актів України, праць вітчизняних та зарубіжних науковців, власних спостережень, періодичних видань, матеріалів мережі Інтернет.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.).

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 84 сторінки. Робота містить 2 таблиці та 15 рисунків. Список використаних джерел включає 87 найменувань і викладений на 10 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

1. Теоретичні та практичні засади впливу війни на туристичну діяльність

Вплив війни на індустрію туризму є важливою сферою досліджень, яка має як теоретичне, так і практичне значення. Конфлікти та війни мають значні економічні, соціальні та культурні наслідки, які можуть негативно вплинути на індустрію туризму, економічні показники, соціальний розвиток тощо. Розуміння теоретичних основ цього впливу має важливе значення для розробки ефективних стратегій пом'якшення його наслідків. Розвиток туризму залежить від його здатності створювати нові робочі місця, збільшувати ВВП і зменшувати бідність. Однак війни можуть суттєво скоротити туристичні потоки, призупинити інвестиції та затримати розвиток інфраструктури, що може призвести до скорочення робочих місць та економічного зростання в окремих регіонах і по всій країні в цілому. Вплив війни на туризм також пов'язаний з теорією управління ризиками та кризами. Можна вважати, що останнє десятиліття 21 століття стало періодом постійного зростання туристичних потоків. До початку пандемії COVID-19 кількість міжнародних туристів досягла 1,46 мільярда. Середній темп зростання протягом 2009-2019 років становив приблизно 5% на рік. Туризм став однією з головних соціально-економічних галузей світу. В 2019 році дохід від експорту туризму досяг 1,7 трильйона доларів США, що еквівалентно 7% загального експорту товарів і послуг. Прямий економічний внесок туризму становив 3,5 трлн дол. США в 2019 р, або 4% світового ВВП [10]. У 2020 р. через карантинні обмеження міжнародний туризм повернувся на рівень кінця двадцятого сторіччя. За даними ЮНВТО міжнародні туристичні потоки зменшилися на 73%, з 1,5 мільярда до 402 мільйонів. Таким чином можна констатувати, що 1,1 трлн дол. були втрачені в експортних доходах від міжнародного туризму у 2020 р.

Заощадження споживачів, накопичені під час пандемії, підтримають попит на подорожі. Згідно з прогнозами ЕТС, у 2022 році Європа планує відновити 70% попиту на подорожі до пандемії COVID-19. Найбільше відновлення кількості туристів у

першій половині 2022 року спостерігалось в Болгарії (-8%), Сербії (-10%) і Туреччині (-14%). Монако (-22%), Хорватія (-30%), Ісландія (-35%) і Словенія (-37%) – єдині напрямки, які повідомили дані за травень – також показали значне відновлення. З іншого боку, відновлення туризму в Латвії після пандемії та початку війни в Україні сповільнилося (-63%) через її географічну близькість до росії. Туристична галузь Словаччини та Чехії також зазнали падіння більш ніж на 50% [11].

Військові дії в Україні впливають на процес відновлення економіки, який розпочався в 2021 році. У Європі задокументовано зростання цін на сировину та продукти харчування. Військові дії призведуть до перегляду прогнозів економічного відновлення. Також слід зазначити, що Європа вже приймає велику кількість біженців з України, так на кінець 2022 року фіксується вже понад 6,3 млн осіб, переважно жінки та діти. Основним пунктом призначення була Польща, яка прийняла більш ніж 3,4 млн. біженців з України[12]. Чим довше триває війна в Україні, тим більше від неї страждає Європа. Про це свідчать висновки Європейської туристичної комісії (ЄТК), експерти якої вважають, що російська агресія не тільки створює суттєві перепони відновленню туристичної галузі континенту після пандемії, а й спонукає туристів розглядати альтернативні туристичні напрямки до інших країн[13].

Аналіз шести найбільш перспективних іноземних туристичних ринків Європи показує, що туристи зі Сполучених Штатів, Канади, Китаю, Японії, Росії та Бразилії значно скоротять свою присутність у регіоні цього літа. Основні причини – небезпека, подорожчання життя та дорога до Європи. На європейському туристичному ринку вже багато років домінують російські туристи. Проте через війну в Україні та відповідні санкції проти країни-агресора значно поменшало туристів з росії, схожа ситуація склалася з туристами з Китаю. 19% китайських туристів не готові подорожувати країнами Європи через російську агресію. Через війну в Україні значно погіршилося туристичне сполучення між Європою та Японією, що стало основною причиною небажання японців їхати до регіону, саме цю причину вказали 41 % опитаних респондентів. В США та Канаді також зменшується попит на туристичні подорожі до Європи[13].

Голова Державного агентства розвитку туризму України Мар'яна Олесків вважає, що з огляду на результати дослідження через війну розв'язану росією проти України Європа потенційно втрачає три із шести основних туристичних ринків[13].

Зрозуміло, що всі міжнародні логістичні маршрути, які проходять територією України, наразі не працюють. Цифри, опубліковані Євроконтролем на веб-сайті COT, показують, що кількість рейсів до деяких європейських напрямків знизилася після 24 лютого порівняно з тим самим періодом 2021 року. Наприклад, у Молдові кількість рейсів впала на 69%, у Словенії – на 42%, у Латвії – на 38%, у Фінляндії – на 36%. Таким чином війна в Україні загрожує міжнародному іміджу Європи як безпечного спрямування на ринках далекомагістральних перевезень, а також викликає перебої у повітряному сполученні[14].

Війна в Україні впливає як на в'їзний туризм до країн Європейського Союзу, так і на внутрішній. Ті країни, які найбільше постраждають, мають спільний кордон із Україною. «Інфляційна криза та різке зростання цін на авіаквитки, ймовірно, призведуть до більш ніж пропорційного скорочення виїзного туризму. Готелі будуть готові заповнити порожнечу, залишену гостями з Росії, які прагнуть домовитися про ціни з туроператорами. Багато країн боротимуться за відновлення прибутків від туризму»- так стверджує ЮНВТО та звертається до своїх держав-членів пропонуючи їм оновити свої маркетингові стратегії у сфері туризму, таким чином вже було надано рекомендації багатьом країнам, які постраждали від кризи [15].

Туристична галузь ЄС, зіткнувшись з новою невизначеністю через широкомасштабну війну країни-агресора в Україні, змусила національні уряди вжити заходів для оптимізації можливостей та якості туристичного дозвілля з метою підвищення стійкості сектору. Крім того, важливо впроваджувати структурні реформи та створювати кращі умови для того, щоб туризм міг адаптуватися та реагувати на наслідки майбутніх природних чи антропогенних потрясінь.

До того, як пандемія перервала глобальні туристичні потоки, Україна була 13-місці за обсягом туристів у світі. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість українських туристів у 2019 році оцінювалась близько 2% світового туризму. Сьогодні більшість українських туристів не можуть подорожувати

до Європи і не тільки, оскільки війна та зміни внутрішнього законодавства в Україні суттєво вплинули на туристичні маршрути [16].

Не зважаючи на всі проблеми в туристичній галузі світу останні дані вказують на відновлення на 75% обсягів подорожей до Європи в 2022 році, спостерігається також відновлення туризму і у 2023 році, хоча й меншими темпами. У майбутньому прогнозується, що міжнародні подорожі до Європи досягнуть допандемічного рівня у 2025 році, тоді як внутрішні подорожі повністю відновляться у 2024 році [16]. У таблиці 1.1. наведено прогнози глобальних подорожей від компанії Tourism Economics на основі в'їзних і виїзних подорожей. Це результати моделі Global Travel Service (GTS), які детально оновлюються тричі на рік.

Таблиця 1.1.

Прогнози зростання відвідувачів, % зміни року

Region	В'їзний туризм					Виїзний туризм				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
	О	П	П	П	П	О	П	П	П	П
Європа	-68,2	24,0	95,5	4,0	17,3	-66,9	19,2	97,1	6,1	17,4
ЄС-27	-66,7	13,7	113,9	4,9	16,4	-66,0	14,9	114,1	5,6	15,4
не члени ЄС	-73,4	71,1	39,7	-0,3	21,5	-70,7	38,3	33,4	9,0	28,8
Північна Європа	-69,8	-6,6	194,9	1,9	14,8	-73,4	-7,5	232,7	7,0	16,3
Західна Європа	-58,1	-5,0	101,9	3,6	20,0	-60,9	18,8	89,4	4,6	14,0
Південна / Середземноморська Європа	-71,4	58,7	97,1	1,2	10,9	-70,4	24,8	100,1	9,4	17,7
Центрально-східна Європа	-73,5	34,4	31,9	16,0	34,0	-67,2	37,9	39,4	3,6	25,2
Центрально-Балтійська Європа	-72,4	13,9	97,9	9,8	24,8	-62,1	25,9	77,9	-0,4	16,2

Джерело: складено автором за матеріалами [16,17]

Прогнози узгоджуються з макроекономічними прогнозами Оксфордської школи економіки відповідно до розрахункових взаємозв'язків між туризмом і економікою в цілому. [17].

Таким чином, аналіз особливостей впливу російсько-української війни на розвиток туризму в світі та особливо в ЄС свідчить, що туристична індустрія країн зазнала значного потрясіння внаслідок повномасштабного вторгнення країни

агресора на територію України. Однак, сьогодні туристична індустрія ЄС починає відновлюватися але не у кожній країні однаковими темпами.

1.2. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни

Розвиток туризму в Україні під час війни привертає все більше уваги з боку зарубіжних та вітчизняних дослідників. Барвінок Н. та Барвінок М. акцентують увагу на туристичному потенціалі України, який вона почала відновлювати, використовуючи туристично-рекреаційні ресурси, та розглядають негативні чинники, що впливають на нього сьогодні [18].

Грищенко С. привертає увагу до питань важливості розвитку туризму в післявоєнний період у туристичних регіонах та в країні в цілому. Науковець визначає сучасні тенденції розвитку туризму в Україні, описує динаміку обсягів реалізованих послуг суб'єктами туристичної діяльності та податкових надходжень від засобів розміщення в регіонах України, систематизує умови та чинники розвитку туристичної галузі в довоєнний період та на сучасному етапі [19].

Цупка І. та Кривенкова Р. визначають конкретні орієнтири функціонування туристичної галузі в Україні в умовах війни з урахуванням міжнародного досвіду та євроінтеграції, розвитку нових ініціатив з урахуванням вибору фінансових партнерів, туристичного потенціалу України [20].

Філюк С. наголошує на важливості розвитку національної системи дозвілля та туризму для майбутнього сталого покращення економіки та безпеки екосистем. [21].

Варто відзначити таких дослідників, як Малярчук Н. та Чирва О., які вивчають питання військового туризму, що має кілька перспективних напрямів: зацікавленість міжнародних туристів, патріотичне виховання молоді та висвітлення подій в Україні на світовій арені [22].

Г. Олексюк та О. Подольський аналізують підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в сучасних умовах за рахунок розвитку

механізмів фінансування, розвитку регіонів України та співпраці з іншими державами [23].

О. Растворова підтримує цю думку та наголошує на необхідності застосування практики Балканського півострова для відновлення туристичної інфраструктури [24].

Фастовець О. описує позитивні та негативні фактори для розвитку туризму в Україні в умовах воєнного стану [25].

Захарова Т., у свою чергу, розкриває важливі аспекти сучасних економічних відносин, які у глобальному сенсі пов'язані з туристичною сферою України та забезпечують найважливіші показники добробуту населення [26].

Важливість розвитку екологічного туризму, тобто пошуку нових векторів, заснованих на мінімізації шкоди навколишньому середовищу, досліджують Н. Паньків та М. Скрипник [27].

Війна на території України ускладнила загальний розвиток усіх рівнів туризму, і якщо говорити про збитки, завдані туристичній та рекреаційній інфраструктурі, то станом на 1 вересня 2022 року вони становлять 2,2 млрд доларів. Якщо класифікувати збитки за типами об'єктів, то зруйновано 1 800 об'єктів культури, 348 релігійних споруд, 343 спортивні об'єкти та 164 туристичні об'єкти [28].

На тимчасово окупованих територіях були втрачені природні туристичні об'єкти: Олешківські піски, Асканія-Нова, Кінбурнська коса, Джарилгач, узбережжя Азовського моря (Генічеське та Рожеве солоні озера, Кирилівка, Скадовськ, Бердянськ, Очаків, частково Косий курган) [28].

Прикордонні райони України та Білорусі також були тимчасово заміновані, що унеможливило відпочинок на волинських озерах чи сплави по річках національного парку «Прип'ять-Стохід». Найбільших втрат на культурному та туристичному фронтах зазнали Свято-Успенська лавра у Святогірську та музей Григорія Сковороди. Інші важливі культурні та релігійні об'єкти, такі як Палац культури в Миколаєві, Драматичний театр у Маріуполі, Національний академічний театр опери та балету в Харкові, ім. М.В. Лисенка, Чернігівський національний університет ім. В.Г. Короленка, Чернігівський національний університет ім. В.Г. Короленка,

Чернігівський національний університет ім. М.В. Лисенка, Чернігівський музей старожитностей, харківський будинок «Слово» та багато інших [28].

Дослідники Бордун О. та інші висвітлюють масштаби руйнування важливих туристичних DESTINATION. Пошкодження та руйнування нерухомих об'єктів культурної спадщини внаслідок ракетних обстрілів, артобстрілів та артилерійського вогню зафіксовані у 15 областях України. Географічно це охоплює майже всю територію країни - від Луганської та Донецької областей на сході України до Львівської області поблизу кордону з Польщею на заході [29].

Цупка І. та Кривенкова Р. підкреслюють, що на сучасному етапі українські туристичні оператори шукають нові шляхи розвитку та намагаються вийти на європейський ринок. Підкреслюючи пріоритети функціонування туристичної галузі в Україні, визначають, що першочерговим завданням має стати розробка стратегії розвитку національного туризму з урахуванням міжнародного досвіду та євроінтеграції. Виявлено, що в Україні в період післявоєнної відбудови необхідно активно просувати туристичний потенціал, розвивати нові ініціативи та залучати до цього процесу міжнародних партнерів [20]. Рейман М. та інші вказують на можливі варіанти проведення військового туризму на даному етапі, висвітлюючи зарубіжний досвід та результати соціологічного опитування. Автори пропонують науково-практичні рекомендації щодо відновлення туризму у прифронтових громадах України з точки зору ланцюжка «держава - бізнес - громадськість - освіта». Вони зазначають, що органам державної влади у співпраці з іншими зацікавленими сторонами на часі розробити чіткий план (стратегію) повоєнної відбудови та популяризації туризму у прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей [30]. Крім того, на заході України та частково на півдні все ще можна пройти безпечними туристичними маршрутами, які насичені туристичними та рекреаційними об'єктами і можуть стати великою підтримкою для економіки держави в сучасних умовах. Внаслідок значних втрат і збитків у всіх сферах зменшилися податкові надходження до державного бюджету. Дані наведені на рис. 1.1 та рис. 1.2.

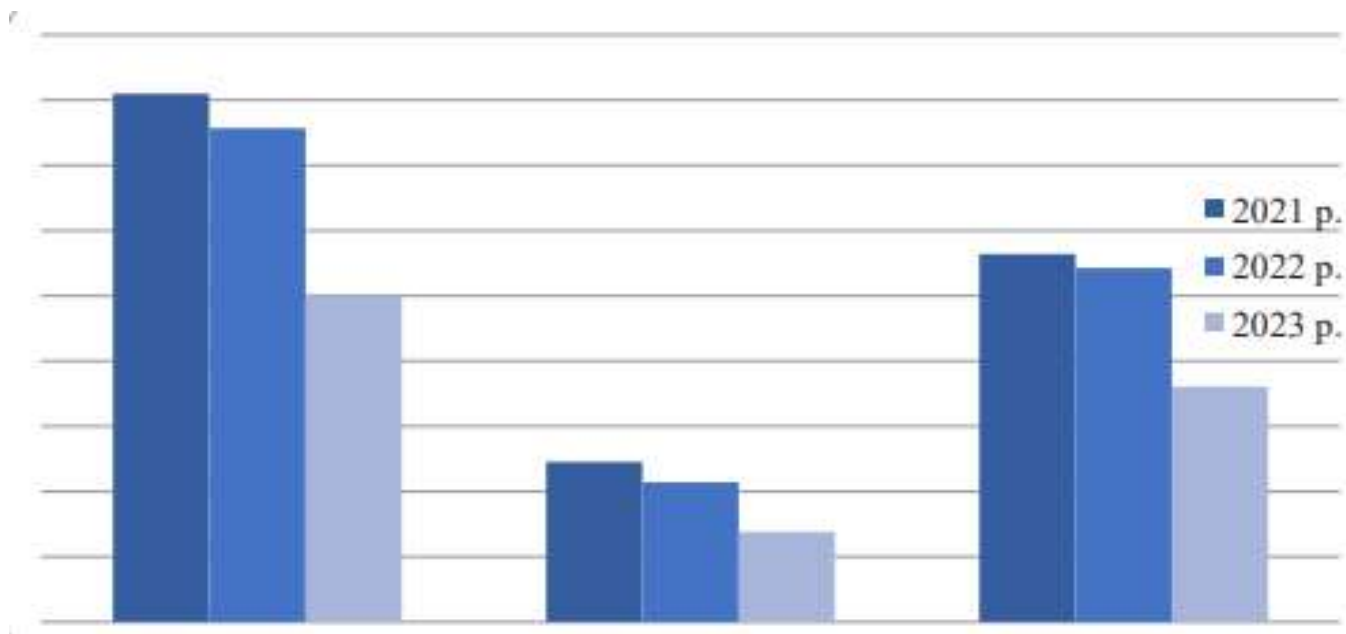


Рис.1.1. Кількість платників податків з 2021 до 2023 року (за I квартал) Джерело: складено автором за матеріалами [31]

Дані показують, що кількість платників податків зменшується. Порівняно з 2021 роком, загальна кількість платників податків у 2023 році зменшилася на 38%, юридичних осіб - на 44%, а фізичних осіб - на 36%.

На рис. 1.2 видно, що представники туристичної галузі сплатили на 29% менше податку в першому кварталі 2023 року, ніж у 2022 році, і на 39% менше, ніж за аналогічний період 2021 року.

Щодо аналізу податкових надходжень до державного бюджету за видами діяльності, то готелі та аналогічні засоби розміщування були лідерами у першому кварталі 2023 року з 233 693,5 тис. грн (61%), але сплатили на 22% менше, ніж у 2022 році та на 41% менше, ніж у 2021 році. Крім того, за аналогічний період 2023 року туроператори сплатили 44. 854,6 тис. грн (11,7%), інші засоби тимчасового розміщування - 44 667,3 тис. грн (11,6%), турагентства - 33 843,7 тис. грн (8,8%), оренда житла та інші засоби тимчасового розміщування - 25 652,9 тис. грн (6,8%), кемпінги та автостоянки для караванів і причепів - лише 499,1 тис. грн (0,1%). Динаміка зменшення сплати податку спостерігається у кемпінгах та дитячих таборах, де сплачено 25 652 тис. грн, що на 48% менше, ніж у попередньому році [31].

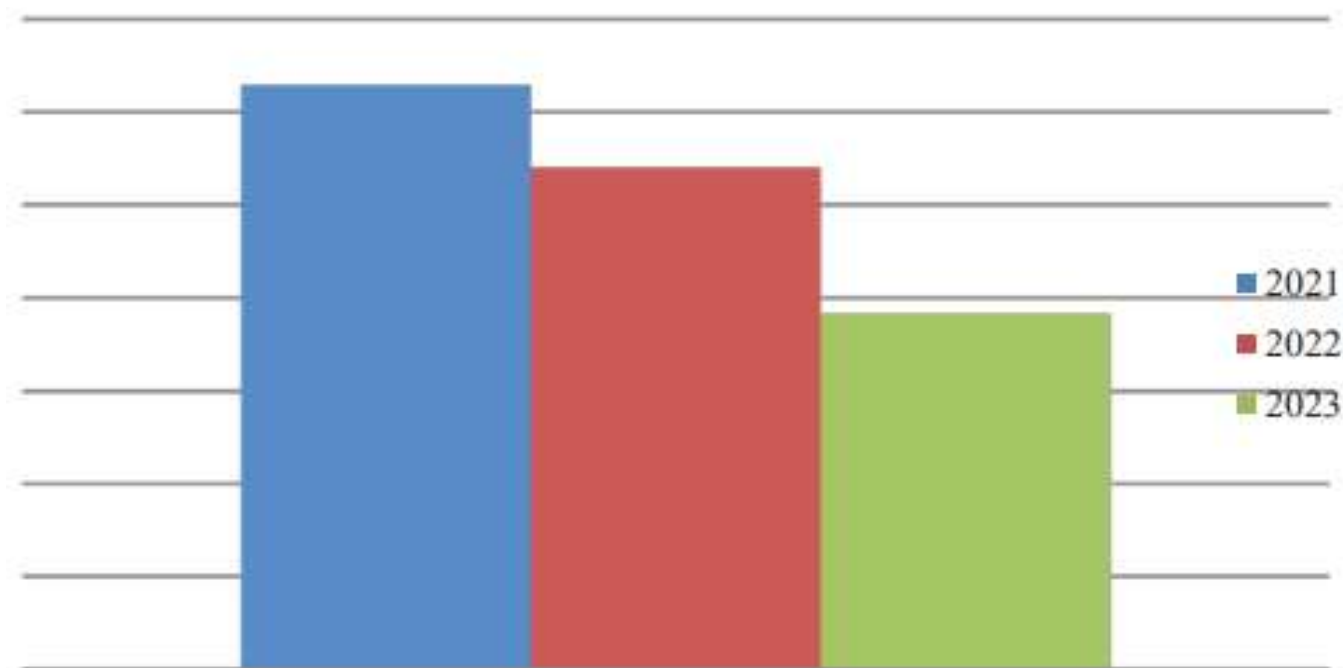


Рис. 1.2. Кількість платників податків з 2021 до 2023 року (за I квартал)

Джерело: складено автором за матеріалами [31]

Однак в 2023 році ситуація почала покращуватися, можливо, завдяки розвитку внутрішнього туризму, відкриттю нових безпечних маршрутів та активному впровадженню діджиталізації. Цифрові платформи для бронювання та просування туристичних послуг оптимізували взаємодію між постачальниками та споживачами, сприяючи швидкому відновленню сектору навіть у складних умовах (рис. 1.3).

Використання мобільних туристичних додатків та інструментів цифрового маркетингу допомогло залучити більше внутрішніх туристів, пропонуючи практичні послуги та персоналізовані маршрути. Впровадження цифрових рішень також підвищило ефективність управління туристичними об'єктами та забезпечило гнучку адаптацію бізнесу до нових викликів. У 2023 році найвищі податкові надходження були зафіксовані в таких регіонах: Київ - трохи більше 499 млн грн, Львівська обл. - майже 345,5 млн грн, Київська обл. - 239 млн грн, Івано-Франківська обл. - близько 139 млн грн, Одеська обл. - близько 345,5 млн грн. 99 мільйонів. З огляду на ці цифри, саме ці регіони слід вважати пріоритетними для розвитку туристичної діяльності, зосередивши зусилля на створенні нових безпечних туристичних маршрутів.

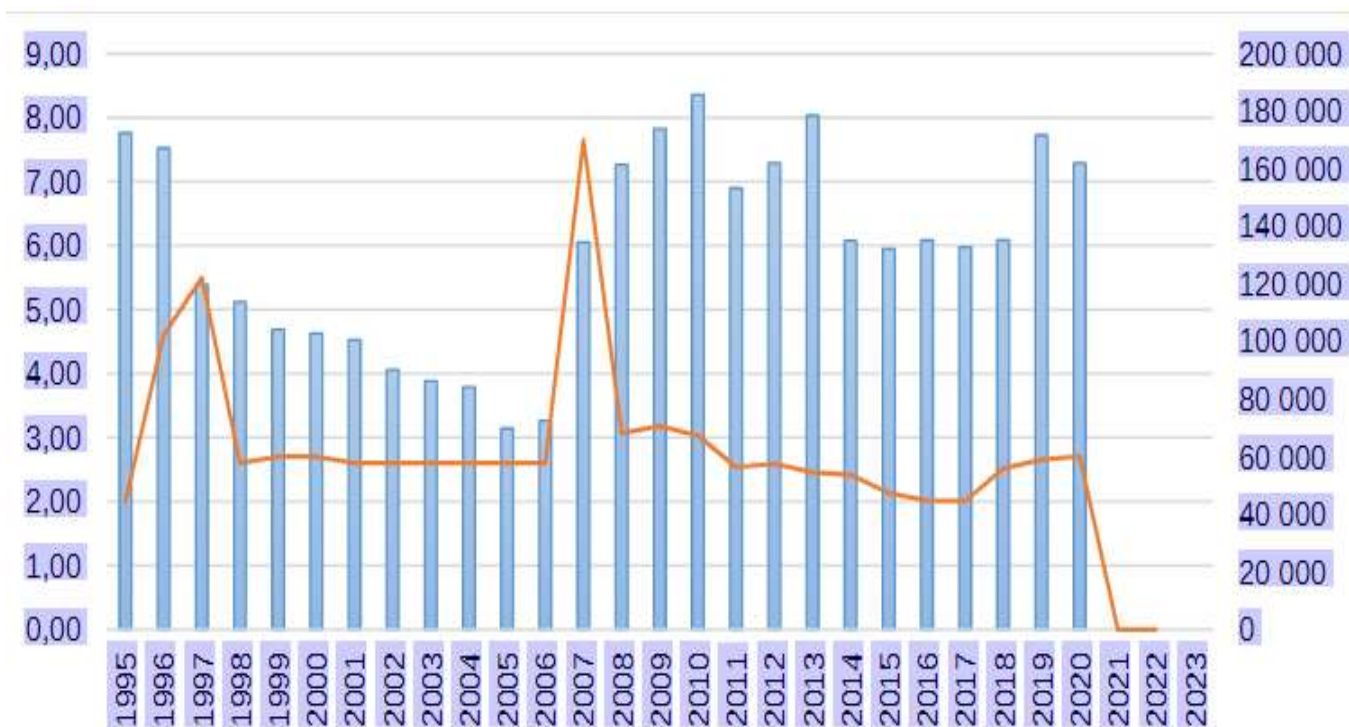


Рис.1.3. Взаємозв'язок між туристичною інфраструктурою та тривалістю перебування туристів в Україні

Джерело: складено автором на основі[32,33]

З початком війни Львів став містом переселенців зі Східного та Центрального регіонів, а також більшості західних обласних центрів. Навесні 2023 року іноземці становили 11,4% усіх туристів, які відвідали Львів, порівняно з лише 4% роком раніше. Сектор гостинності міста був змушений реструктурувати свою діяльність. Деякі готелі та хостели зачинили свої двері, інші зосередили свою діяльність на внутрішньо переміщених громадянах та військовослужбовцях, які проходять реабілітацію в західних областях.

Туристичні фірми Львова почали організовувати екскурсійні програми «Прогулянки містом». Такі прогулянки особливо цікаві тим, хто приїжджає до міста вперше і хто не лише ніколи не був у Львові, але й ніколи не бував у старовинних містах Західної України. У цих екскурсіях взяли участь майже 5 тисяч тимчасово переміщених осіб. Головною метою цих екскурсій було психологічне розвантаження людей. Які прибули до Львова, оскільки більшість із них приїхали з регіонів, які знаходяться в зоні активних бойових дій. Таке психологічне розвантаження дозволяє людині легше інтегруватися в міські реалії. Значна кількість проектів у сфері

гостинності та туризму базується на традиціях і звичаях, гастрономічній культурі місця, куди прибувають туристи. Львів та Львівська область завжди були лідерами цього напрямку. Одним із таких проектів став «В гостях у нас», який дозволяє переселенцям познайомитися з традиціями та культурою Львівщини. До створення таких проектів залучаються місцеві громади та бізнес по всій Україні. Благодійним елементом цих презентацій є волонтерська допомога Збройним Силам України з боку малого та середнього бізнесу, а також усіх бажаючих. Ще одна категорія туристів – військовослужбовці, які проходять реабілітацію у Львові після поранень під час війни. У січні 2023 року стартувала перша в Україні програма соціокультурної реабілітації військовослужбовців «Місто лікує», спільно розроблена управліннями туризму, культури та охорони здоров'я ЛМР та громадською організацією «Розумна Україна». Основа проекту – психологічна релаксація тих, хто повернувся із зони бойових дій і має труднощі соціальної комунікації та посттравматичний синдром. Розробка маршрутів таких екскурсій не лише у Львові, а й в інших містах України вже ставить перед міською владою питання доступності, коли необхідно мінімізувати зовнішні перешкоди для людини, яка користується інвалідним візком чи протезами[34]. Саме війна підштовхнула українську туристичну спільноту до перегляду структури безпеки готельно-ресторанного господарства та до радикальних змін. Ще одна ініціатива, спрямована на ветеранів, – альпінізм. Інваліди їздять у гори на кріслі «Джульєтка», яке возять волонтери. У вересні цього року ветерани піднялися на найвищу вершину Львівської області гору Пікуй [35]. Ідея психічної реабілітації через туристичні поїздки для військовослужбовців була втілена в життя шляхом опитування військовослужбовців. Шляхом анкетування було виявлено їх уподобання щодо ознайомлення із архітектурою міста і гастрономічними смаками. До роботи над програмою долучились і психологи та психотерапевти організації «Сильна Україна», які упродовж року проводять тренінги для гідів, які вестимуть екскурсії для військових. Насамперед, це робота із людьми, які мають посттравматичний стресовий розлад, який часто виявляється в агресивній поведінці чи стресовій реакції на зовнішні подразники, що наявні у місті, яке знаходиться далеко від фронту. Такі екскурсії несуть в собі стабілізуючу складову для психологічного

стану людини. Отже, в організації таких екскурсій беруть участь не лише туристичні гіді, але і професійні психологи. Це ще один маркер військового часу. Під час реконструкції Галицької площі Львівська міська адміністрація остаточно облаштувала меморіал пам'яті Героїв Небесної сотні, який є другим найвідвідуванішим туристичним місцем у Львові після ратуші. На реконструйованій площі розмістили фонтан пам'яті загиблих добровольців, облаштували місця для відпочинку, є зелені зони. Громада міста пішла далі здійснивши меморіалізацію та створивши громадський простір на площі Коліївщини та біля Синагоги.

Озираючись на досвід післявоєнної Хорватії, Боснії, Ізраїлю та Грузії після закінчення воєн, інтерес до цих країн зростає в усьому світі. Тому туристи з різних країн будуть мати бажання побачити місця героїзму та трагедій українців, які виборювали незалежність. Немає сумніву, що регіони, де велися активні бойові дії, ще багато років не зможуть приймати гостей. Близько 5% території України заміновано. Транспортна інфраструктура на сході та півдні країни пошкоджена або повністю зруйнована та потребує тривалого періоду відновлення та значних фінансових вливань. Проте представники державних органів та громадських організацій уже працюють над вшануванням пам'яті російсько-української війни, зокрема створенням «Шляхів пам'яті» на неокупованих територіях Київської, Чернігівської, Харківської, Сумської, Запорізької та Херсонської областей. Такі «маршрути пам'яті» важливі для сучасників і допомагають майбутнім поколінням молодих українців не забувати ціну, якою Україна платить за свою свободу та незалежність. Ірпінь і Буча – це вже такі шляхи пам'яті, можливо, такими стануть Гостомель, а в майбутньому – Донецький аеропорт із Савур-Могилою. І найголовнішою серед усіх «меморіальних доріг» цієї війни буде повністю зруйноване російською армією місто Маріуполь. Водночас необхідно сформулювати чіткі правила відвідування місць пам'яті. Поблизу цих місць не повинно бути розважальних закладів і атракціонів. На майбутніх меморіалах не повинно бути елементів радянської історії чи подібної символіки.

Вже зараз Західна Україна активно розвиває екологічний (Карпатський, Шацький, Синеварійський національні парки) та гастрономічний туризм (сироварінні

та винні тури у Львівську, Закарпатську та Івано-Франківську області, дегустація вареників у Полтавській області, відвідування єврейського пабу та грецької таверни в Одесі та кавово-пивні тури в Івано-Франківськ та Львів). Інтерес до таких екскурсій зріс у зв'язку з тим, що багато українців, не маючи можливості надовго покинути регіон проживання, вдаються до коротких гастрономічних поїздок.

Багато українських місцевих органів влади почали розвивати власні туристичні проекти, наприклад Синевирська ТГ розробила та реалізувала концепцію нового цифрового рішення для туристичної галузі в рамках програми «Громада 4.0». Використовуючи ідею «Інтерпретаційної, культурно-пізнавальної подорожі». Цифрування туристичних об'єктів збільшило кількість відвідувачів НПП «Синевир» у 2023 році майже вдвічі. Ресурс містить дані про туристичні об'єкти, об'єкти та послуги, зокрема 100 різноманітних атракцій, 120 закладів розміщення, 26 закладів громадського харчування, 150 суб'єктів туристичного обслуговування, які залучають понад 800 місцевих жителів [36].

Аналізуючи сучасний стан і розвиток індустрії туризму в Україні, було проведено SWOT-аналіз і визначено слабкі й сильні сторони, можливості й загрози (табл. 1.2.).

Провівши SWOT-аналіз, було висвітлено можливості, сильні та слабкі сторони української туристичної галузі та проаналізовано можливі загрози для неї. Важливим завданням є переосмислення та реалізація існуючої стратегії розвитку українського туризму з урахуванням світового досвіду. Виявлено, що в Україні в період післявоєнного відновлення важливо активно розвивати туристичний потенціал, реалізовувати нові ініціативи та залучати до цього процесу партнерів і спеціалістів з інших країн.

SWOT-аналіз туристичної галузі в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
– розмаїття ландшафту, помірний клімат (субтропічний – південна частина), який комфортний для туристів; – вдале геополітичне й географічне розташування, що сприяє збільшенню іноземних туристів; – велика культурна спадщина й багата історія; – особливий рекреаційний потенціал; – наявні ресурси для створення оздоровчих приміщень і комплексів; – наявні стратегічні програми для розвитку кожної області.	– військові дії в Україні; – відносно висока вартість обслуговування; – знищення інфраструктури сфер туризму, культури й релігії; – недостатньо розвинена ринкова інфраструктура й неякісна дорога; – нестабільність рівня обслуговування; – неефективність політики держави у сфері туризму; – не всі готелі надають послуги, які відповідають світовим стандартам; – відсутній сформований цілісний бренд України.
Можливості	Загрози
– освоїти й створити новітні рекреаційні території; – освоїти нові види туризму; – відновлювати й розвивати туристичні інфраструктури; – розширити й підвищити якість надання послуг; – сформувати позитивний імідж країни як безпечної й стабільної.	– можливе підвищення цін, що стосується відпочинку; – нестабільність політичної й економічної ситуації; – збільшення на ринку туристичної галузі конкуренції; – невідповідність й недосконалість світовим стандартам законодавства; – нестабільність воєнних дій на території України; – активний розвиток туризму закордоном, що розташовані біля країни.

Джерело: складено автором на основі[37,с.79-87]

Незважаючи на всі виклики, туристичний сектор продемонстрував стійкість і зростання навіть у складних умовах, підтверджуючи його важливість для національної економіки та підкреслюючи наявний потенціал для подальшого розвитку. Український туристичний сектор демонструє велику вразливість до зовнішніх криз, таких як пандемія Covid-19 і російсько-українська війна. Відновлення туристичної інфраструктури та збільшення тривалості туристичного перебування вимагатиме не лише інвестицій, а й підвищення безпеки та якості обслуговування. Цифровізація може полегшити цей процес, надаючи зручний доступ до туристичних послуг через мобільні додатки та онлайн-платформи. Для заохочення тривалого перебування туристів в Україні необхідно розвивати нові туристичні продукти та маршрути та покращувати рівень сервісу, у тому числі шляхом впровадження цифрових рішень для персоналізації пропозицій та спрощення комунікації між туристами та операторами туристичного ринку.

Незважаючи на всі труднощі, у 2023 році були помітні деякі позитивні зміни завдяки розвитку внутрішнього туризму та відкриттю безпечних маршрутів. Значні податкові надходження окремих регіонів свідчать про важливість інвестування в туристичну сферу як одного з чинників відновлення економіки. Туристична інфраструктура зазнала значних втрат; однак досвід попередніх років свідчить про здатність галузі відновлюватися навіть у складних умовах. Впровадження цифрових рішень допомагає адаптуватися до мінливих ринкових умов, підвищити якість послуг і залучити більше туристів, що важливо для стабілізації сектора. Важливо вивчити можливості для розширення туристичних продуктів у безпечних регіонах України та визначати, які напрямки можуть залучити внутрішніх та міжнародних туристів.

1.3. Дослідження проблем та перспектив післявоєнного відновлення туристичної індустрії України з урахуванням принципів концепції сталого розвитку туризму

Важливість туристичного сектору для економіки країни з урахуванням його мультиплікативного впливу на сусідні сектори (заповнюваність об'єктів розміщення та харчування, зростання роздрібного товарообігу та обсягів продажів у сфері послуг, розширення будівництва та транспортного сполучення тощо) та стан туристичного сектору в роки війни.) логістики, зростання кількості робочих місць та доходів місцевого населення, вторинний попит на товари та послуги, надходження податків до бюджетів усіх рівнів тощо) та станом туристичного сектору в роки війни Компаніям слід переглянути існуючі практики та вдосконалити існуючі бізнес-процеси на основі сучасних підходів та принципів, насамперед принципів концепції сталого розвитку. У нових туристичних дестинаціях зазвичай реалізуються великі проекти з будівництва готелів, які генерують більше відходів і забруднення, ніж місцеві громади. Надмірне споживання туристами таких ресурсів, як вода, енергія та паливо, відбувається за рахунок місцевого населення. В умовах вичерпання можливостей саморегулювання туристичної галузі та з огляду на те, що екологічний

фактор практично стає економічною категорією, забезпечити її розвиток без державної підтримки та заходів щодо стримування стихійного розвитку туризму дуже складно. Вирішення існуючих негативних проблем, створення комплексних умов для сталого розвитку туризму є одним із пріоритетних напрямів забезпечення сталого розвитку суспільства. Останніми роками в усьому світі поширилася тенденція до сталого туризму, який не тільки мінімізує вплив на навколишнє середовище, а й захищає довкілля. Сталий розвиток туризму базується на концепції сталого розвитку, яка являє собою серію ідей, припущень і постулатів, що включає різні науки і, отже, спрямована на зміну відносин між людиною та природою. Вивчати можливості зростання та розробляти глобальну стратегію розвитку, спрямовану на максимальне збереження та відновлення біосфери [38]. Концепція сталого туризму включає такі напрямки:

- екотуризм (велосипедні прогулянки, піші прогулянки, спостереження за флорою та фауною, активний відпочинок на природі, який не впливає на природне середовище; відповідальний винний та гастрономічний туризм з місцевими та сезонними продуктами);
- діяльність, яка сприяє розвитку місцевої економіки та культури (використання місцевих продуктів і послуг для підтримки туристів у вибраній місцевості, інтерес до культурної спадщини через освіту та повагу з розумінням місцевої культури та культури Люди);
- шанобливе ставлення до природи (повага до природи та мінімізація впливу на екосистему, внесок у збереження екосистеми, де це можливо: вибирайте громадський транспорт, користуйтеся автомобілем, уникайте непотрібних поїздок, зменшіть кількість транспорту тощо);
- участь у місцевих екологічних проектах;
- екологічне житло (Еко-готелі, кустарні еко-готелі, а також подібні об'єкти розміщення, такі як Bauernhöfe, філософія якого базується на глибокому зв'язку з природою та турботі про довкілля)[39].

Суб'єкти господарювання у сфері туризму вимушені переглянути власні підходи до забезпечення безпеки.

Перший напрямок з забезпечення безпеки туристів стосується оновлення стандартів безпеки, наприклад, всередині готелю. Надалі всі заклади розміщення мають бути оснащені охоронюваними кімнатами, надійним джерелом живлення, запасами води та їжі на певний період. У перші роки після війни особиста безпека буде мати першочергове значення при бронюванні готелів, особливо для іноземців. Крім того, для вітчизняних туристів і відпочиваючих важлива наявність укриттів, а коворкінг в укриттях дозволяє вже зараз проводити навіть скромні івенти.

Другий напрямок – розробка безпечних маршрутів. В Україні будуть користуватися попитом відвідування місць битв і меморіалів. Тому маршрути необхідно правильно розробляти, максимально дотримуючись правил безпеки та видаючи відповідні ліцензії гідам. Для відновлення туристичної галузі України після війни необхідно врахувати досвід інших країн, які пережили кризові ситуації, особливо військові дії на своїх територіях, де майже було зруйновано туристичний сектор, але сьогодні ці країни успішно розвиваються завдяки туризму.

Одним із наслідків тотальної війни стало визнання України у світі. Це створює можливості для розвитку потужного туристичного бренду. Питання репутації та іміджу завжди важливі, але під час кризи вони стають особливо актуальними.

Аналізуючи результати післявоєнного відновлення туристичної галузі Хорватії, Боснії, Ізраїлю та Грузії можна стверджувати, що інтерес до цих країн збільшився в усьому світі. У цьому сенсі показовим є досвід Хорватії, де сильний туристичний бренд країни як головної туристичної дестинації на Адріатичному узбережжі сприяв швидкому відновленню туризму в країні після війни в 1990-х роках. Схожим прикладом є Туреччина, де час від часу загострюється турецько-курдський конфлікт. Для підтримки стабільного потоку туристів країна виділяє значні кошти на рекламу своїх рекреаційних та туристичних центрів. Тому для просування туристичного потенціалу України необхідно брати активну участь у міжнародних туристичних заходах та залучати партнерів і профільні організації до створення та реалізації програми відновлення туризму[40].

Звичайно, регіони, де ведуться активні бойові дії, ще багато років не зможуть примати туристів. Близько 5% території України заміновано. Транспортна інфраструктура на сході та півдні країни пошкоджена або повністю зруйнована і потребує тривалого періоду відновлення та значних фінансових інвестицій. Культурні пам'ятки зазнали ще більших руйнувань, деякі з них неможливо відновити. Проте представники державних органів та громадських організацій уже працюють над вшануванням пам'яті героїв російсько-української війни, зокрема створенням «маршрутів пам'яті» на деокупованих територіях Київської, Чернігівської, Харківської, Сумської областей, Запорізької та Херсонської областей. Ці «маршрути пам'яті» важливі для сучасників і допомагають майбутнім поколінням молодих українців не забувати ціну, якою Україна заплатила за свою свободу та незалежність. Україна ще далеко не вичерпала свій туристичний потенціал. Лихоліття війни лише посилили інтерес інших народів до країни, яка протистоїть і відбиває напади агресора, у багато разів могутнішого за себе, демонструючи приклади героїзму та незламності. Туризм – найкращий спосіб пізнати культурний код нації. Війна призвела до руйнування туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України, втрати іноземних туристів, заборони на використання повітряного простору (відновлення цивільного авіасполучення очікується не раніше 2029 року) та інших негативних наслідків. Сьогодні туризм в Україні розвивається завдяки онлайн-формуванню туристичних маршрутів у регіонах, де ризик бомбардувань мінімізований. Ці маршрути передбачають врахування наявності бомбосховищ, планування закінчення туристичних поїздок до комендантської години, дотримання заборон на відвідування та перебування поблизу об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення галасливих масових заходів, відвідування лісів, водойм і гірських маршрутів, які близько до кордонів Євросоюзу. Після закінчення війни, спираючись на практику країн Європи та Близького Сходу, розробляючи та впроваджуючи стратегію економічного відновлення та залучаючи іноземні кошти та репарації, слід враховувати, що функціонування вітчизняного сектору туризму, відпочинку та гостинності буде мати вирішальне значення для збереження інтересу іноземних інвесторів до України.

Готельні мережі повинні повернутися в Україну, і не лише в столицю, а й у головні регіональні історичні та культурні центри держави. Майбутня відбудова України має включати відновлення інфраструктури, а архітектурні проекти у сфері туризму мають відповідати потребам часу та вимогам безпеки. Нестандартні туристичні формати, що виникли під час війни, мають поступово охопити всі звільнені від окупації території. Національна маркетингова стратегія має включати створення національних туристичних офісів в інших країнах, як це відбувається в Туреччині, Греції, Єгипті та Іспанії. Відвідування країни буде особливо цікавим для туристів з тих частин світу, які зараз допомагають Україні боротися за свою незалежність. Варто розвивати азійський напрямок, оскільки сьогодні там живуть найбагатші туристи. Час покаже, який напрямок оберуть національні туристичні компанії, чи сконцентруються вони на внутрішньому туризмі, чи обиратимуть своє місце у складному конкурентному зовнішньому середовищі.

Під час війни готельній індустрії дуже важко втриматися на плаву, і особливо страждають готелі з великою кількістю номерів, оскільки нинішнє навантаження часто не дає можливості залишатися хоча б на рівні беззбитковості. Повернутися в бізнес без значних інвестицій чи прибутків (наприклад, для газового опалення) буде досить складно. За таких умов підтримка та розвиток малих структур розміщення на початковому етапі може бути варіантом відновлення туристичної інфраструктури. Іспанія та Чорногорія продемонстрували успішний розвиток малих готелів, вілл, бунгало та дизайнерського житла. Тому інвестиції в малі та середні підприємства разом зі спрощенням оподаткування сприятимуть розвитку підприємництва у сфері туризму та гостинності та економіці країни в цілому [41].

Висновки до 1 розділу

В першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретико-методичні основи дослідження туристичної діяльності під час війни. Зроблений аналіз особливостей впливу російсько-української війни на розвиток туризму в світі та

особливо в ЄС свідчить, що туристична індустрія країн зазнала значного потрясіння внаслідок повномасштабного вторгнення країни агресора на територію України. Однак, сьогодні туристична індустрія ЄС починає відновлюватися але не у кожній країні однаковими темпами.

Дослідження стану та перспектив розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах глобальних викликів показало, що туристичний сектор країни надзвичайно вразливий до зовнішніх та внутрішніх викликів, таких як пандемія COVID-19 та російсько-українська війна. Інфраструктура туризму зазнала значних втрат; однак досвід попередніх років демонструє здатність галузі відновлюватися навіть у складних умовах. Цифровізація, зокрема, відіграє ключову роль у цьому процесі, надаючи нові можливості для управління ресурсами та покращуючи взаємодію з туристами. Це підкреслює його роль як важливого елемента економіки України, який може сприяти економічному розвитку та створенню нових робочих місць у посткризовий період. Впровадження цифрових рішень дозволяє адаптуватися до мінливих ринкових умов, підвищити якість послуг і залучити більше туристів, що є критично важливим для стабілізації галузі. Виявлено, що в Україні під час повоєнного відновлення важливо активно просувати туристичний потенціал, застосовувати нові ініціативи й залучати до цього процесу партнерів і спеціалістів з інших країн.

Доведено, що сталий розвиток туризму базується на концепції сталого розвитку, яка являє собою сукупність ідей, положень та постулатів різних наук, і спрямована на зміну взаємовідносин людини і природи для розширення можливостей економічного росту та розробки глобальної стратегії розвитку, орієнтованої на максимальне збереження і відновлення біосфери. Одним з наслідків повномасштабної війни стало визнання України у світі. У зв'язку з цим з'являються можливості для розвитку сильного туристичного бренду. Питання репутації та іміджу важливі завжди, але у кризові часи вони набувають особливої актуальності. Після закінчення війни, спираючись на практику європейських країн та країн Близького сходу, розробляючи і впроваджуючи стратегію економічного відновлення та залучаючи для цього іноземні кошти та репарації, слід пам'ятати, що саме від того

як буде функціонувати національна сфера туризму, рекреації та гостинності, залежатиме підтримка незгасаючого інтересу іноземних інвесторів до України.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ДЕРЖАВИ

2.1. Дослідження європейського історичного досвіду відновлення економіки після Другої світової війни

Військова агресія Росії проти України триває, але всі експерти одностайні в планах відновлення української економіки вже сьогодні. Процесам структурної перебудови економіки після воєн і військових конфліктів, особливо в європейських країнах після Другої світової війни, присвячено багато глибоких досліджень. Наприклад, Е. Рейнерт стверджує, що всі багаті європейські країни сьогодні використовували ту саму стратегію відбудови своїх економік після війни – вони відмовилися від орієнтації на сировину на користь переробної промисловості та обов'язково пройшли через період, коли змагання – бажання і прагнення бути рівними чи вищими – було для них головним пріоритетом. Зокрема, «Німеччину врятувала», зазначає він, «стратегія виробництва, свідомий розвиток торгівлі та промисловості, відокремлений від сільського господарства та виробництва сировини»[42]. За його словами, план Маршалла (план реіндустріалізації післявоєнної Європи) є найуспішнішим проектом розвитку в історії людства, враховуючи кількість країн, яким вдалося вирватися з бідності завдяки його допомозі [42]. Прогресивність і важливість плану Маршалла для перебудови Європи підкреслює також Т. Джадт, який зазначає, що найважливішим досягненням плану було блокування причин занепаду європейської економіки та її повернення до стану між війни: дефіцит виробництва товарів, взаєморуйнівний протекціонізм і занепад торгівлі[43]. Післявоєнне європейське економічне зростання, яке тривало до 1973 року, вивчає Б. Айхенгрін, який стверджує, що головними компонентами європейського дива зростання в цей період були значне зростання інвестицій та експорту, а також національні та міжнародні угоди, зокрема створення Європейського платіжного союзу та Європейського об'єднання вугілля та сталі, що вирішило проблеми міждержавного співробітництва[44].

М. Келлі вважає, що одним із найуспішніших прикладів в історії ліквідації наслідків війни є метод післявоєнної реконструкції у Франції. Дослідник підкреслює, зокрема, ключову роль культурної та інтелектуальної реструктуризації французької національної ідентичності, зазначаючи, що міцний громадський консенсус щодо відновлення національної ідентичності в 1944-1947 роках значною мірою сприяв забезпеченню майбутнього Франції, яка є процвітаючою. сьогодні [45].

Причини швидкого відновлення Бельгії після війни (1944-1960 рр.) вивчає І. Кассієрс, який переконаний, що «бельгійське економічне диво» післявоєнного періоду пов'язане зі сміливими інституційними реформами в соціальних і фінансових сферах. У той же час вона зазначає, що в 1950-х роках економічне зростання країни сповільнилося, що, на її думку, сталося через витрати на оборону та відсутність реструктуризації промисловості.[46]

Браун С. і Квасніцка М. аналізують, як масова імміграція мільйонів німецьких вигнанців до Західної Німеччини після Другої світової війни вплинула на структуру її економіки, і підкреслюють, що ця потужна міграційна хвиля значною мірою сприяла швидкому відновленню економіки та становлення високопродуктивної промисловості в Західній Німеччині.

Рако Д. досліджує категорію «ключові працівники» як елемент соціально-економічної сталості територій. На основі архівних матеріалів аналізується, як урядові програми підтримки ключових працівників вплинули на вирішення післявоєнних економічних проблем у Великій Британії, і робиться висновок, що ці програми сприяли цілеспрямованій підготовці різних категорій спеціалістів і робітників необхідної кваліфікації[47].

На рисунку 2.1 показано рівень допомоги, наданої різним країнам у період з 1948 по 1953 рік згідно з планом Маршалла, з урахуванням інфляції у 2023 році. Наприклад, на відбудову Німеччини після війни було витрачено суму, еквівалентну 18 мільярдам доларів. Детальне дослідження факторів швидкого економічного зростання Німеччини показує, що ефективні та своєчасні економічні реформи, здійснені разом із міжнародною допомогою, відіграли важливу роль в повоєнній відбудові країни.

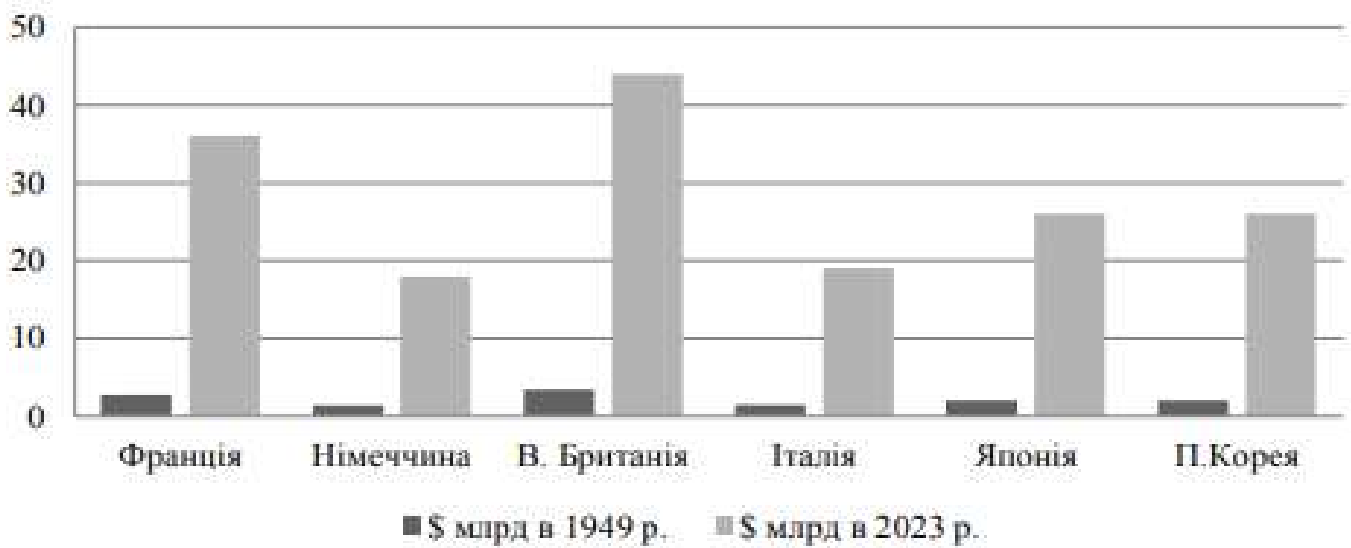


Рис.2.1. Допомога за планом Маршала для відновлення країн після Другої світової війни

Джерело: складено автором за матеріалами [48,49]

Сучасна історія часто показує, що закінчення війни також може вплинути на глобальні туристичні тенденції. Наприклад, після Другої світової війни, в середині 1950-х років, зародився організований туризм у його нинішньому розумінні, ставши повноцінним сектором світової економіки. Сталося це, в тому числі, завдяки масовій відбудові європейських міст. Автор британського бестселера «Архітектори без кордонів» (Charlesworth E. Architects without frontiers: war, reconstruction and design response), стверджує, що всі суперечки щодо оновлення міст можна розділити на два основні підходи [50, с.65 -66].

Перший — «факсимільний метод». Він полягає у достовірному відтворенні образу міста за принципом «що було, як було, де було». Такий підхід припускає, що відновлення точної копії фасадів будинків схоже на психологічну терапію травмованого суспільства, щоб повернути життя в нормальне русло та відновити історично важливі та сакральні місця. Багато зруйнованих війною польських міст (наприклад, Варшава, Гданськ) або німецьких міст, таких як Мюнхен і Дрезден, пішли цим шляхом.

Другий спосіб – «комбінований». Він передбачає реконструкцію міст із часто радикальними змінами їх характеру та архітектури. Яскравий приклад – післявоєнний розвиток голландського Роттердама, британського Ковентрі та німецького Берліна. Важливо відзначити, що, наприклад, різні міста Німеччини по-різному підходили до реконструкції – одні намагалися максимально зберегти довоєнну архітектуру, хоча б у центрі, а інші будували за новим зразком. На такий підхід вплинуло кілька факторів: ступінь зруйнованості міста, історична цінність його архітектури, фінансова підтримка [50].

Очевидно, що перший метод, метод факсиміле, більш застосовний до міст, які мають давню історію і туристична привабливість яких у довоєнний період полягала саме в архітектурі. З іншого боку, «комбінований» підхід ефективніший для міст, які мали багато інфраструктурних проблем ще до війни, містобудівне планування яких не було особливо вдалим і тому не було особливо привабливим для туристів.

Після Другої світової війни Європа була в руїнах. Зокрема, усі міста центральної Польщі були зруйновані більш ніж наполовину. Але навіть у цьому контексті Варшава та Гданськ виділялися своєю особливо критичною ситуацією. Проте згодом ці міста стали прикладами повоєнного відновлення. Ситуація у Варшаві наприкінці війни була катастрофічною. За різними оцінками, зруйновано понад 80% будівель. Постраждали пам'ятки історії та культури, а також житлові будинки. Більшість жителів були змушені покинути місто. У Варшаві залишилося лише 20% населення, та й то вони були змушені жити серед руїн, без елементарних зручностей. Виникла ідея перенести столицю в більш ціле місто. Але ситуацію врятували жителі Варшави, які після закінчення боїв почали повертатися до міста. Люди самі будували тимчасові притулки та відновлювали пошкоджені будівлі. Це явище набуло таких масштабів, що місцева влада вирішила відбудовувати Варшаву. Для цього було створено Управління капітальної реконструкції, до складу якого увійшли як фахівці з містобудування, так і волонтери, які брали участь у відбудові міста[51] (Додаток А).

Величезних руйнувань зазнало також портове місто Гданськ. Усі основні будівлі в центрі міста було зруйновано та спалено. Також постало питання, чи доцільно його відбудовувати. Була висунута ідея перенести порт в інше місто. Однак

Гданськ було вирішено відбудувати. У Гданську відреставрувати найважливіші пам'ятки, а всі інші будівлі було вирішено зробити більш практичними. Тобто не намагалися повернути будинки до довоєнного вигляду, а будували їх за сучасним планом, але робили це таким чином, щоб будинки передавали дух історичної епохи. Після обговорення було вирішено відновити місто таким, яким воно було у 18 столітті, тобто романтично-хімерне сприйняття міста того часу. Але при цьому модернізувалися будинки, вулиці, двори та всю інфраструктуру (Додаток Б).

Німецькі міста також зазнали значних руйнувань. Наприклад, Дрезден багато років був відомий як культурний центр Німеччини з його бароковою архітектурою та мальовничими парками. Але після війни всі пам'ятки історії та культури були зруйновані. Дрезден мав величезну спадщину: архітектурну, історичну та мистецьку. В даному випадку влада також більш прагматично підійшла до реставрації найважливіших пам'яток, було розроблено новий генплан, з'явилися нові вулиці, проспекти, місто стало сучаснішим (Додаток В).

Наприклад, близько 40% будівель Таллінна було зруйновано під час війни. Але історичний центр не зазнав серйозних руйнувань і сьогодні це одне з найкраще збережених середньовічних міст.

В Лондоні також було прийнято рішення по частковій відбудові, особливу увагу було приділено відновленню найбільш значних історичних пам'яток і акцент було зроблено на будівництві нових кварталів, для мешканців Лондону, які опинилися без даху над головою. Саме тому було прийнято рішення зосередитися на висотних будівлях і почали будувати нові міста-супутники. Під час реконструкції в центрі Лондона було створено багато зелених парків (Додаток Г).

Роттердам також зазнав серйозних руйнувань під час Другої світової війни. Історичний центр перетворився на пустку, зберіглося лише кілька будівель. Відбудова Роттердама почалася після звільнення. Місцева влада вирішила не відбудовувати десятки мікрорайонів з цегляними будинками з гострими дахами. Натомість центру міста надали більш сучасного та модерного вигляду. Вулиці стали більш просторими, а згодом в Роттердамі побудували кілька хмарочосів. Тепер

знамениті «пряникові будиночки», яким пощастило вціліти, красуються поряд з сучасними будинками, готелями та бізнес-центрами[51].

Рівень допомоги близько \$150 млрд, яку партнери по блоку НАТО надали Україні за перший рік другої фази агресивної війни РФ проти України, свідчить про серйозність намірів антиросійської коаліції [52]. Але, для продовження підтримки після війни, одних тільки намірів може виявитись недостатньо. Ключовим фактором для створення та реалізації плану повоєнного відновлення України стане геополітичний результат завершення збройного конфлікту. Для зміцнення позицій України в регіоні і ефективного запобігання можливої збройної агресії зі сходу в майбутньому, необхідно розроблення стратегії інтеграції країни в ЄС та НАТО, що передбачатиме фінансування відновлення в післявоєнний період та реформування економіки згідно запропонованих партнерами планів.

Повоєнний розвиток туристичної галузі в аспекті сучасних цифрових можливостей, полягає в поглибленні взаємодії суб'єктів туристичного бізнесу та споживачів туристичного продукту, диверсифікації туристичної пропозиції та каналів її збуту за допомогою сучасних цифрових можливостей та з урахуванням подальшої цифровізації суспільства. При достатньому рівні фінансування відновлення економіки з врахуванням таких мультиплікаційних факторів, як програми відновлення зруйнованого житла та інфраструктури, прискореної реалізації довоєнних та запровадження нових проектів інфраструктурного розвитку, збільшення інвестиційної привабливості, рівень щорічного зростання може перевищити довоєнні показники в декілька разів.

2.2. Аналіз повоєнного відновлення туристичної галузі на прикладі Хорватії, Грузії, Боснії та Герцеговини

Хорватія є прикладом успішного відновлення туризму після війни. Під час громадянської війни 1990-х років туризм у країні практично припинився. Однак після запуску масштабної рекламної кампанії з популяризації Хорватії та її раніше маловідомих туристичних перлин, таких як понад тисяча островів, з яких 66 заселені, ці географічні об'єкти стали привабливими для туристів. Крім того, хорватські пляжі стали нагороджуватися Блакитним прапором за чистоту та екологічність, що приваблювало туристів відвідувати країну[53]. Ринок бюджетних авіакомпаній, бюджетного розміщення та круїзів також виріс. У Хорватії більше тисячі островів, 66 з яких заселені. Ця географічна особливість приваблює туристів, які раніше віддавали перевагу грецьким островам. Зарубіжні видання розповідали про курортні напрямки Хорватії, інформація поширювалася в соцмережах. Країною зацікавилися готельні мережі, круїзні компанії та міжнародні туроператори. Швидке зростання туризму мало значний вплив на економіку Хорватії. Близько десяти мільйонів відвідувачів на рік приносять значний дохід і створюють близько 15% ВВП Хорватії. Наприклад, у 2017 році тільки з січня по серпень країну відвідало 15 мільйонів туристів. Це сприяло збільшенню інвестицій у розвиток прибережних готелів, ресторанів та рекреаційної інфраструктури. За даними Хорватського бюро статистики, до пандемії коронавірусу дохід країни від туризму зростав на 11% на рік.[54]

Післявоєнна відбудова Хорватії, де було зруйновано 30% економіки, відрізняється:

- меншим територіальним масштабом пошкоджених територій (лише 20% території країни).;
- впровадженням власної стратегії відновлення;
- диверсифікацією джерел фінансування.

Важливу роль мав Проект соціального та економічного відновлення Хорватії (CSERP), пріоритетами якого стало інвестування громад, забезпечення соціальної

згуртованості, розбудова потенціалу центральних, регіональних і місцевих органів влади, а також прийняття необхідних нормативно-правових актів для забезпечення прозорості процесу використання коштів міжнародної допомоги та прийняття ефективних рішень щодо їх цільового використання;

Наприклад, для післявоєнної відбудови країни були використані такі кошти: програми ЄС, Світового банку та ЄБРР; надходження до бюджету у вигляді податку, сплаченого фізичними та юридичними особами, які здійснювали господарську діяльність на територіях, де не велися активні бойові дії; кошти неурядових організацій (наприклад, Arbeiter-SamariterBund Deutschland).

Будівництво доріг, відновлення туризму та суднобудування були визнані структурними пріоритетами для відновлення хорватської економіки. Основною статтею хорватського експорту була суднобудівна промисловість, яка у 2000 році експортувала 7 мільярдів доларів США. Інші сектори економіки також активно кредитувалися, включаючи сировинну, паливно-енергетичну, будівельну галузі та виробництво споживчих товарів [55].

Для ефективного функціонування та розвитку туризму в країні створено потужну систему органів управління. Вищим законодавчим органом у сфері туризму є Міністерство туризму, яке відповідає за національну стратегію і політику розвитку туризму та регулює туристичну діяльність в цілому. Вищим виконавчим органом є Комітет з питань туризму, діяльність якого спрямована на прийняття законодавчих та інших нормативних актів, а також контроль за виконанням завдань у різних аспектах туристичної діяльності. Хорватська туристична асоціація відповідає за просування туристичного продукту країни на світовому ринку. На регіональному та місцевому рівнях існує велика кількість департаментів та рад, відповідальних за питання туризму, до компетенції яких входить забезпечення розвитку туризму та готельного господарства, наприклад, шляхом вирішення проблем, пов'язаних з класифікацією готелів. Міністерство туризму також співпрацює з низкою некомерційних організацій та професійних асоціацій (наприклад, асоціацією туристичних агентств, готелів, кемпінгів), які регулюють діяльність приватного сектору в сфері туризму [56, с.145-158].

Туризм є дуже важливою частиною хорватської економіки. За даними Національного бюро статистики, у 2019 році на нього припадало майже три чверті всіх експортних надходжень країни від послуг (86%). Прямий внесок туристичної галузі у ВВП країни у 2019 році склав 329 млн. HRK (хорватських кун), або 11% від загального ВВП Хорватії. За прогнозами, цей показник зростатиме на 4,7% на рік і досягне 54,461 млн. Пряма зайнятість у туризмі у 2019 році становила 138 000 робочих місць (12,3% від загальної кількості). Основними джерелами фінансування туризму в Хорватії є державний бюджет та кошти приватних і державних компаній. Значна частина цих коштів спрямовується на рекламну діяльність. За даними WTTC, обсяг інвестицій у туризм у 2019 році склав 9 млн. HRK, або 13% від його загального обсягу. У 2019 році Хорватія отримала 92% (65 млн. хорватських кун) і 11% (7,5 млн. хорватських кун) доходів від подорожей з метою відпочинку та ділового туризму (за даними WTTC). За даними Національного статистичного управління, після подолання пандемії COVID-19 у Хорватії спостерігається стабільне зростання кількості іноземних туристів, середньорічний приріст становить 3,3%. У рейтингу країн світу за Індексом конкурентоспроможності подорожей та туризму 2023, опублікованому аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), Хорватія посідає 76 позицію[57] (рис. 2.2).

Серед факторів конкурентоспроможності, за якими у звіті оцінюються країни, сильними сторонами Хорватії є можливість швидко відкрити бізнес, якість інфраструктури, зокрема доріг та телекомунікацій, доступність новітніх технологій, охорона здоров'я та якість початкової освіти. У свою чергу, значний негативний вплив мають вага державного регулювання та ефективність правової системи, відтік мізків за кордон, рівень підготовки кадрів та все ще низький рівень цінової конкурентоспроможності.

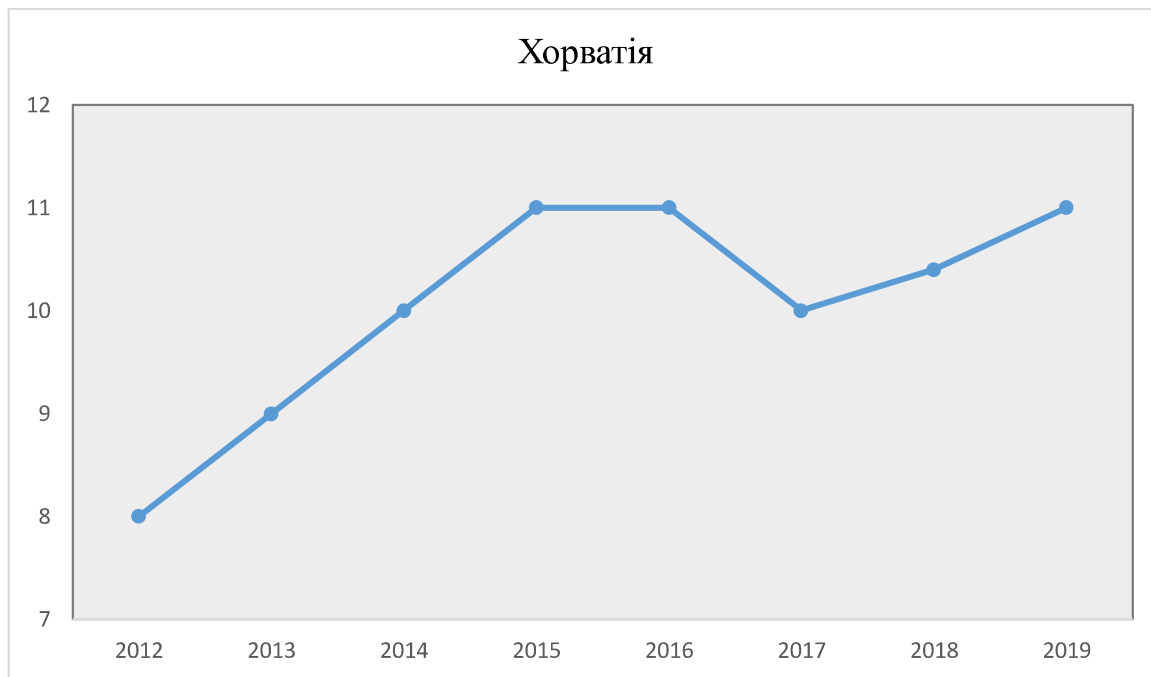


Рис.2.2. Туристична галузь у структурі ВВП Хорватії 2016-2019рр.

Джерело: складено автором на основі[57]

Сьогодні на індустрію туризму Хорватії припадає майже три чверті загальних доходів країни від експорту послуг. Головною метою туристичної політики Хорватії є підвищення якості туристичних послуг і просування національного продукту на міжнародному туристичному ринку. Цьому сприяє раціональна організаційна структура управління туризмом, зокрема на регіональному та місцевому рівнях, а також активна співпраця державних органів та громадських організацій. Загалом Хорватія є дуже перспективною з точки зору розвитку туризму, оскільки її уряд орієнтується на сталий розвиток туризму і розуміє, що це можливо лише за планомірного підходу та координації діяльності всіх суб'єктів господарювання в цьому секторі економіки країни. Таким чином, до 2003 року Хорватія відновила свій ВВП до рівня 1990 року, а завдяки ефективній реалізації програм післявоєнної реконструкції країна виконала умови для членства в ЄС і стала членом у 2013 році.

Досвід Грузії є прикладом специфічної антикризової стратегії відродження туристичної галузі після збройного конфлікту. Російсько-грузинський військовий конфлікт 2008 року негативно вплинув на всі сектори грузинської економіки,

причому найбільші втрати зафіксовані в сегменті подорожей, гостинності та туризму. Після війни загальна кількість іноземних відвідувачів зросла на 23% порівняно з минулим роком і склала понад 1,3 мільйона завдяки впровадженню стратегічного планування в індустрії туризму. До конфлікту лише від 2 до 3% населення світу знали про туристичний потенціал Грузії, але незабаром після закінчення війни в Грузії зросли туристичні потоки та зросла її помітність у міжнародному туристичному просторі [58].

Туризм є однією з основних експортних галузей Грузії і приносить значні доходи державній бюджет. До пандемії COVID-19 близько 72% доходів Грузії від експорту послуг надходили від туризму. Доходи від міжнародного туризму зросли й у 2018 році досягли 3,2 мільярда доларів США. У 2018 році туризм склав 7,6% від загального ВВП [59]. Після війни держава почала активно працювати над створенням свого туристичного бренду з метою виходу на новий якісний рівень. Перш за все, було розгорнуто масштабне будівництво та реконструкцію туристичних центрів і об'єктів у різних регіонах Грузії: Кахетії, Сванетії та Аджарії. Кілька важливих туристичних проектів реалізовано в Тбілісі, Мцхеті, Батумі, Кварелі, Кобулеті та Гудаурі. У 2010 році Грузія розробила стратегію регіонального розвитку до 2017 року, яка визначає пріоритетними напрямками туризм і охорону навколишнього середовища. Для залучення інвесторів і туристів було прийнято низку законів, таких як Закон «Про підтримку розвитку вільних туристичних зон Кобулеті та Анаклія» [60], метою якого є заохочення розвитку готельного господарства. Цей закон визначає права, обов'язки, пільги та переваги інвесторів, а також порядок передачі земельних ділянок інвесторам. З ініціативою створення туристичного бренду Грузії виступила Національна адміністрація туризму Грузії (GNTA), заснована в 2010 році як структурний підрозділ Міністерства економіки та сталого розвитку Грузії[61].

Основними завданнями GNTA стали:

- формування й реалізація державної політики розвитку туризму Грузії;
- сприяння сталому розвитку туризму;
- сприяння високому зростанню експортного доходу та створенню робочих місць у сфері туризму;

- підвищення пізнаваності Грузії як унікального туристичного напрямку.

Стратегія розвитку туризму на 2015-2025 роки була розроблена урядом Грузії за підтримки Світового банку та інших зацікавлених сторін туристичної галузі. Розробка цієї стратегії передбачала консультації та широкий діалог із широким колом зацікавлених сторін туристичної індустрії, включаючи національні та місцеві органи влади, туроператорів, інвесторів, представників адміністрацій територій, які особливо охороняються, та об'єктів культурної спадщини, власників готелів та громадян із усіх верств суспільства. Стратегія визначає бачення розвитку галузі на наступні десять років, а також стратегічний план дій, спрямований на підвищення важливості туризму для економіки країни та, зрештою, на користь її громадян.

Стратегія спрямована на досягнення наступних цілей (рисунок 2.3):

- 1) розвивати повагу, відродження та збереження культурної та природної спадщини Грузії;
- 2) створити унікальний автентичний досвід для туристів на основі ознайомлення з об'єктами природної та культурної спадщини;
- 3) підвищення конкурентоспроможності галузі шляхом надання туристам послуг світового рівня;
- 4) диверсифікація країн-генераторів туристичних потоків до Грузії, залучення туристів з країн Європейського Союзу, Північної Америки та Східної Азії, які мають найвищий рівень витрат, шляхом розширення та підвищення ефективності маркетингу та просування туристичних послуг;
- 5) розвивати можливості для збору та аналізу даних про туристичну діяльність та оцінки ефективності туристичної галузі;
- 6) збільшення державних і приватних інвестицій у туристичний сектор;
- 7) формування партнерства між владою, індустрією туризму, неурядовими організаціями та громадськістю, необхідного для досягнення всіх вищезазначених цілей [62].



Рис.2.3. Головні цілі стратегії розвитку туризму Грузії на 2015–2025 рр.

Джерело: складено автором на основі[62]

Гасло «Грузія — країна життя» та логотип, який зараз використовує GNTA, натхненний грузинським прапором — червона форма, що нагадує квітку з чотирма листками на білому тлі — покликані підкреслити унікальність, багатство та різноманітність країни та заохочувати туристів повернутися в країну. Важливим досягненням у реалізації стратегії брендингу є участь Грузії в різноманітних заходах. Так, у 2018 році GNTA взяла участь у 24 міжнародних та національних туристичних ярмарках і здійснила 150 прес-поїздок. Крім того, Національна туристична адміністрація провела рекламну кампанію на міжнародній онлайн-платформі Tripadvisor.com у 15 країнах, на Expedia у чотирьох країнах, на Lonely Planet у країнах Європи та на National Geographic у Європі та на Близькому Сході. Крім того, онлайн-

кампанія «Емоції – це Грузія» була запущена у Facebook та Instagram в 11 країнах та на YouTube. Рекламні кампанії транслювали найбільші світові канали, зокрема CNN, Euronews та BBC. Щоб забезпечити присутність туристичного бренду Грузії під час пандемії COVID-19, Національна туристична адміністрація запропонувала громадянам 95 країн інноваційну програму дистанційної роботи під назвою «Робота з Грузії»[63].

Туристична галузь також створює значну кількість робочих місць (особливо на околицях, де вони найбільше потрібні). Зростання туризму також стимулює розвиток бізнесу в багатьох суміжних секторах економіки, таких як сільське господарство, транспортні послуги, зв'язок тощо. Грузія реалізувала активну стратегію розвитку туризму, щоб перетворити країну на привабливий і популярний напрям для туристів. Уряд вжив заходів для залучення іноземних інвестицій у туристичний сектор країни, і виділення ЄС коштів на розвиток туризму в Грузії вважається помітним успіхом у цій сфері. Саме за підтримки ЄС та австрійського уряду в Грузії реалізовано проект на 900 тис. євро з розвитку туристичного сектору. Цей проект мав на меті розвиток туризму на регіональному рівні та вдосконалення законодавчої бази у туристичній сфері.

Конфлікт у Боснії та Герцеговині тривав з 1992 по 1995 рік, але мир в країні часто характеризувався простою відсутністю збройного конфлікту, а не справжнім примиренням між різними громадами. Згідно з офіційними даними, починаючи з 1995 року кількість туристів в країні зростає на 24% щорічно, а Всесвітня туристична організація прогнозувала, що до 2020 року Боснія і Герцеговина вийде на третє місце в світі за рівнем розвитку туризму. У 2010 році Сараєво увійшло до 10 найкращих міст для відвідування Lonely Planet.

У 2019 році загальний внесок туризму в економіку Боснії і Герцеговини склав 10,5%(рис.2.4).

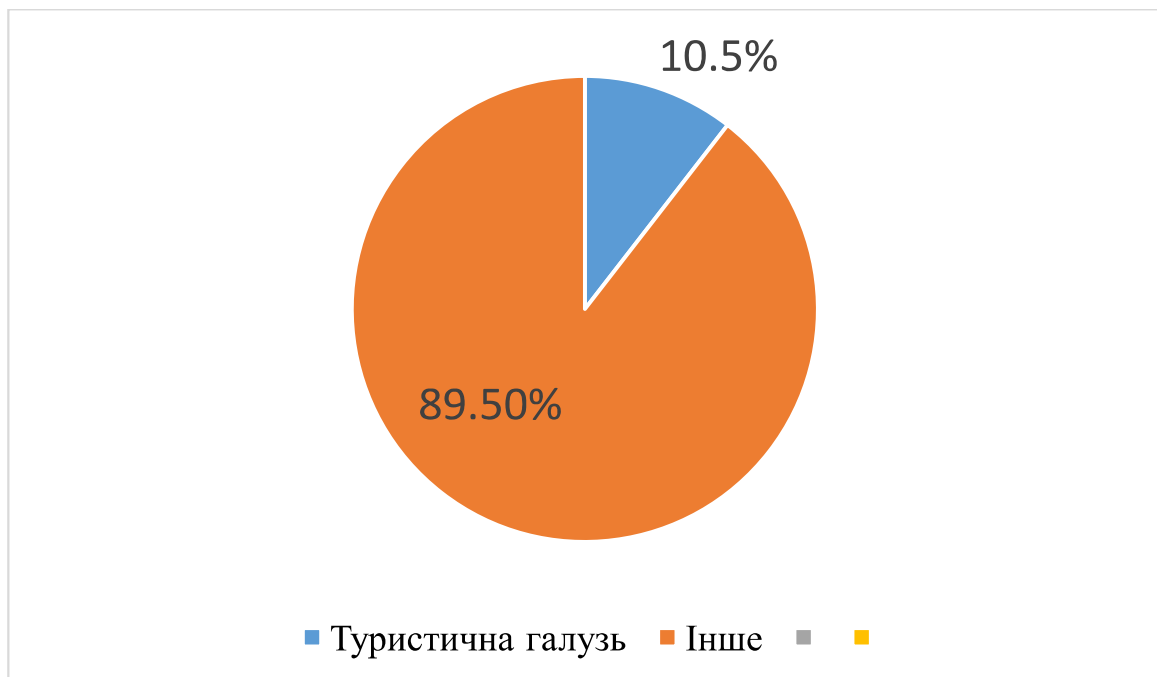


Рис.2.4 Доля сфери туризму у ВВП Боснії і Герцеговини станом на 2019 рік
Джерело: складено автором на основі[65]

Міста Сараєво та Мостар у Боснії та Герцеговині можуть слугувати прикладом того, як країнам вдається відновлювати індустрію туризму після війни. Міський ландшафт обох міст має багато схожості: в обох містах відновлено історичний центр і центральну туристичну зону, хоча сліди конфлікту залишилися. Туристи мали змогу ознайомитися з приватними виставками фотографій із конфлікту. Потрясіння, викликані збройними конфліктами, кардинально змінюють туристичний ландшафт країн. Створюється нова спадщина, а постконфліктний «туризм пам'яті» змішується з іншими сферами, такими як культурний або морський туризм. В обох історичних центрах сувенірні крамниці пропонують речі, пов'язані з війною. У Сараєво організовують пам'ятні заходи. У місті є військові меморіали, пам'ятник дітям, які загинули під час облоги міста, і Роза Сараєва (залиті червоною смолою воронки від снарядів, що вбивали людей). Проте з точки зору «класичного» туризму місто все одно приваблює своїм історичним центром у османському стилі та численними музеями. У центрі панує святкова атмосфера. Тут багато кафе, барів і ресторанів, а також готелів, які користуються популярністю серед іноземних туристів. Водночас місто вже давно вважається «гарячою точкою темного туризму» – фасади багатьох

будівель пошкоджені кулями чи снарядами. Однак ці місця «розбавлені» великою кількістю відреставрованих християнських церков, мечетей і синагог, що створює у туристів імідж духовного центру – «Єрусалиму Балкан». Натомість у Мостарі, розділеному між боснійською та хорватською громадами, слідів війни проти туристів набагато менше. Історичний центр з османськими пам'ятниками знаходиться в боснійській частині міста. Враховуючи бум туризму в Мостарі, боснійська сторона має ще більше переваг [65].

Але, незважаючи на всю позитивну динаміку Боснії і Герцеговини після війни, низка проблем потребує вирішення. У випадку післявоєнної реконструкції Боснії та Герцеговини (БіГ) міжнародні сили сприяли більшому відновленню державного суверенітету та реконструкції, ніж національний уряд. Дейтонська угода була міжнародним договором, який штучно змінив етнічно розділену країну. Основною проблемою цього договору була його стратегія «згори донизу», яка надавала пріоритет зовнішнім ініціативам над ініціативами внутрішніх гравців. Навіть значна міжнародна фінансова допомога не змогла перетворити Боснію та Герцеговину на справжню демократичну країну з багатообіцяючою економікою. Відбудова Боснії та Герцеговини після війни є гарним прикладом того, що гроші не вирішують усіх проблем. Хоча результати фізичної реконструкції були вражаючими, результати економічних реформ і переходу до ринкової економіки були невтішними порівняно з зусиллями та ресурсами, задіяними міжнародним співтовариством. Сталого економічного відновлення не відбулося, приріст ВВП з 1995 року був незначним, досягнувши 89% у 1996 році. У 2021 році більше 27% економіки країни залишатиметься в тіні. Приватизація залишається незавершеною. Крім того, кількість працівників у неформальному секторі та рівень безробіття 20% (2019) залишаються високими[66].

Тому ми можемо стверджувати, що реконструкція має бути стратегічною, а не випадковою. Проблема відновлення індустрії туризму в Боснії та Герцеговині полягала в поганому визначенні пріоритетів. Зокрема, спочатку Світовий банк виділив кошти на відновлення економіки в цілому, тоді як увага була зосереджена на зміцненні державного режиму після того, як економічне відновлення не дало

позитивних довгострокових результатів. Так що реконструкція не може розглядатися просто як технічне питання реабілітації життєвого простору, вона має мати довготривалий ефект для низки галузей.

2.3. Дослідження переваг повоєнного відновлення туристичної галузі Кіпру та Ізраїлю

Після проголошення Кіпром незалежності в 1960 році етнічний конфлікт між двома групами - турками і греками, - які проживають на острові, загострився. Кульмінацією етнічних суперечок стало збройне протистояння в 1974 році, коли люди, які прагнули приєднати острів до Греції, захопили владу на Кіпрі. Туреччина, у свою чергу, ввела війська під приводом захисту турецького населення. Дії Греції були повторені, і острів був втягнутий у війну. У 1975 році Кіпр був остаточно розділений на південну грецьку частину та північну турецьку. Взаємне переселення греків-кіпріотів і турків-кіпріотів відбувалося під контролем миротворчих сил ООН. У післявоєнний період Кіпр зосередив свої зусилля на відновленні потоку туристів. У результаті в 1976 році кількість туристів зросла порівняно з 1975 роком на 300%, а через три роки потік туристів перевищив довоєнний. Кошти від туризму були використані для відновлення цивільної інфраструктури, аеропортів і готелів для вимушених мігрантів. У 1995 році туризм становив 20% ВВП, а зібрані кошти становили 40% від загального обсягу експорту товарів і послуг. Ще в 1972 році Кіпр підписав угоду про асоціацію з ЄС, подав заявку на членство в 1990 році і став повноправним членом Європейського співтовариства в 2004 році. Цей факт зміцнив міжнародну довіру до Республіки Кіпр і відкрив їй широкі можливості в сферах торгівлі та туризму. Проте гарантії членства в ЄС не поширюються на територію, окуповану ТРПК. Різниця в якості життя по той і інший бік зеленої лінії стає все помітнішою. У північній частині Кіпру туризм відновився не швидко - у 1994 році його внесок в економіку становив 4% ВВП північної частини Кіпру. Через обмеження туристи приїжджали в основному з Туреччини, і гроші, які вони привозили, не можна

порівняти з туристичним доходом Республіки Кіпр.[67] Спосіб просування туризму на Кіпрі подібний до хорватського: визначено основні переваги туристичного просування - масова реклама в інших країнах та чітка політика уряду в туристичній галузі. У 2018 році острів Кіпр прийняв рекордну кількість туристів - 3,8 мільйона, тоді як постійне населення острова становило 1,22 мільйона. На частку туризму припадає близько 18% економіки країни, а туристичні потоки в піковий місяць 2021 року зросли на 300% порівняно з 2020 роком[67] (рис.2.5). Одним із ключових факторів відновлення туризму на Кіпрі стало встановлення дисципліни у фінансовому секторі, що підвищило довіру інвесторів і залучило нові інвестиції в туристичну інфраструктуру країни. Крім того, країна змогла посилити свою безпеку та зробити все можливе для забезпечення безпеки туристів, що допомогло залучити більше туристів. Кіпрський туризм рухається до сталого розвитку.

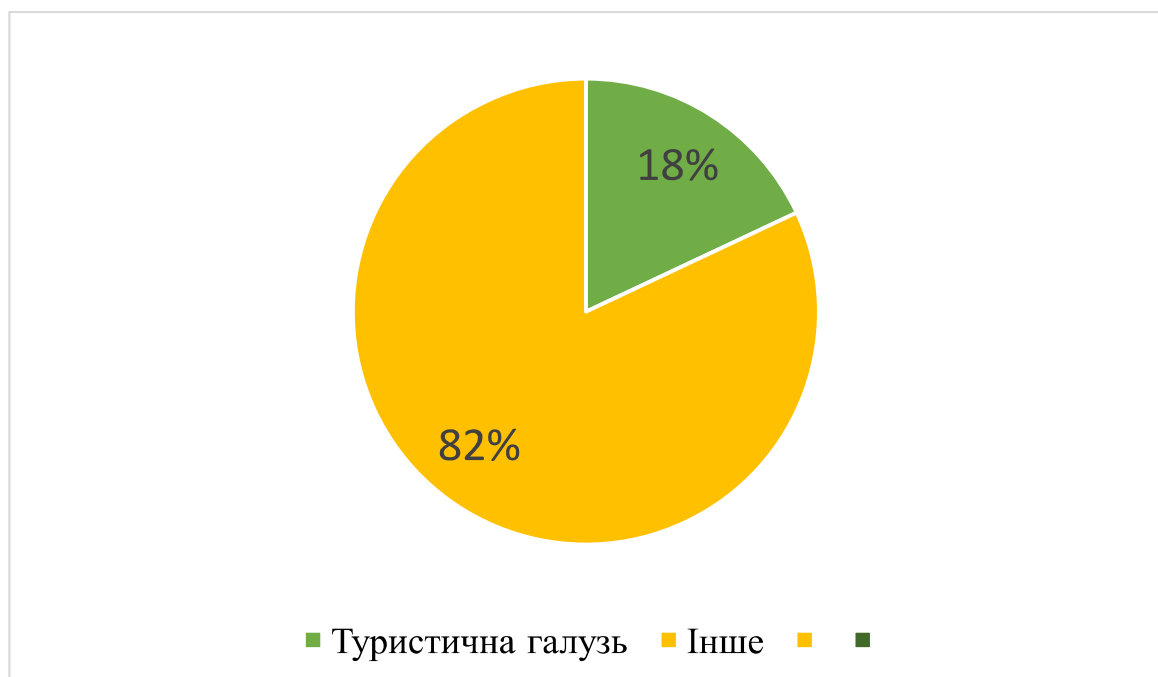


Рис.2.5.Доля туристичної галузі у ВВП Кіпру станом на 2021 рік

Джерело: складено автором на основі[67]

Країна більше не орієнтована на збільшення кількості відвідувачів. Натомість він зосереджений на розвитку агротуризму, екотуризму та гастротуризму, а також занурення в місцеву культуру. Кіпр давно зарекомендував себе як одне з

найпопулярніших місць відпочинку на узбережжі. В країні 74 пляжі (включаючи прекрасні пляжі Ларнаки та Лімасола) і дві пристані, відзначені Блакитним прапором, а морська вода вважається найчистішою в Європі.

Кіпру також вдалося посилити туристичну пропозицію та привабливість країни. Окрім пляжного та сонячного відпочинку, Кіпр пропонує багато інших цікавих напрямів, таких як гольф, винний туризм, еко туризм, релігійний туризм та багато іншого. Також Кіпр почав активно співпрацювати з туроператорами, що дозволило залучити більше туристів з різних країн. Завдяки цим заходам Кіпр зміг відновити туризм і збільшити кількість туристів, які відвідують країну. В останні роки туризм став ключовим сектором економіки Кіпру, на нього припадає понад 20% ВВП країни [8].

Також завдяки обраному шляху європейської інтеграції, членству в ЄС Кіпр підтверджує свій статус демократичної, правової країни з ринковою економікою. Україна також перебуває в процесі набуття членства в ЄС і тим самим підтверджує, що поділяє його принципи життя. Таким чином, структурні реформи в різних секторах дадуть громадянам більше впевненості у своїх інституціях, а інвесторам – більше впевненості в безпеці своїх інвестицій. Реформи, які спрацюють, стимулюватимуть економіку та дозволять їй залучити більше коштів, у тому числі на відновлення.

Ізраїль – відносно молода країна на туристичній карті світу. Тим не менш, ця країна давно стала центром інтересу іноземців. Ще в третьому столітті нашої ери паломники подорожували до Палестини. У четвертому столітті в Єрусалимі була побудована церква Гробу Господнього, яка стала найбільшою святинею для паломників у всьому християнському світі. У VI столітті з Франції був встановлений пішохідний паломницький шлях (від Рони до річки Йордан). Протягом багатьох років паломництво стало головною причиною подорожей до Святої Землі для європейських гостей. Паломництво залишається одним із найпопулярніших напрямків для мандрівників до Ізраїлю і сьогодні, на нього припадає 19% туристичних прибуттів. Офіційна реєстрація іноземних відвідувачів почалася в 1948 році, лише 4500 осіб в'їхали в країну. У 1950 році Ізраїль прийняв 33 тисячі туристів. За 10 років кількість

туристів зросла до 117,7 тис. У 1970 році в країну з метою туризму прибуло 441 тис. осіб, а в 1980 році ця цифра досягла 1,18 млн. чоловік. Через десять років, у 1990 році, кількість відвідувачів Ізраїлю становила 1,063 мільйона [68]. У 2000 році кількість відвідувачів досягла 2,41 мільйона, але в 2005 році впала до 1,9 мільйона. Однак у 2010 році Ізраїль прийняв 2,8 мільйона відвідувачів [3]. У 2015 році кількість відвідувачів повернулася до 2,8 мільйона після подальшого зниження через ескалацію конфлікту в Газі. Однак у 2019 році країну відвідало 4,55 млн відвідувачів [69] (рис. 2.6).

За даними Центрального статистичного бюро Ізраїлю, у сфері в'їзного туризму спостерігаються постійні коливання. Зміни в секторі безпеки фіксуються через постійне протистояння між арабським та ізраїльським населенням, економічну ситуацію в світі та пандемію COVID-19. На початку 21 століття, незважаючи на збільшення туристичних прибуттів у 2000 році порівняно з 1999 роком у зв'язку з початком другої інтифади, результати вирівнялися. Було зафіксовано трирічний період спаду, який досяг найнижчої точки в 2002 році. Після цього цифри постійно зростали до 2006 року, коли почалася Друга Ліванська війна. У 2007 і 2008 роках кількість іноземних відвідувачів знову почала збільшуватися, досягнувши піку в 2008 році. Ізраїль продемонстрував стійкість перед обличчям коливань напруженості як під час війни з ліванською Хезболлою в 2006 році, так і під час конфлікту в Газі в 2014 році. Розвиток туризму обмежена постійним протистоянням між єврейським і арабським населенням країни та терористичною діяльністю. Кожен випадок ескалації військового конфлікту, як у травні 2021 року в Газі та початок війни 7 жовтня 2023 року, позбавляє Ізраїль кожного четвертого туриста та понад півмільярда доларів доходу. Проте туризм протягом багатьох років залишається важливим сектором економіки, на нього припадає 5% загального експорту та 6% робочих місць [70]. У 2019 році кількість відвідувачів Ізраїлю досягла рекордних 4,55 мільйонів осіб.

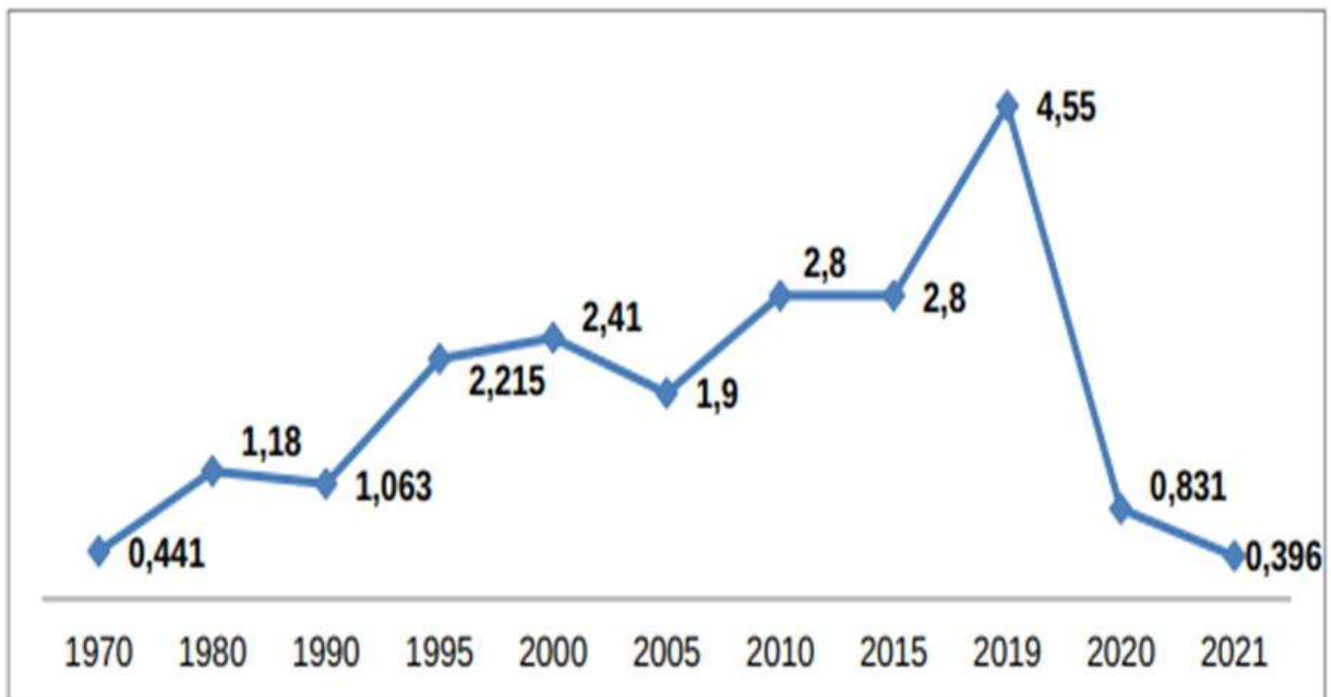


Рис.2.6. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів Ізраїлю за 1970–2021 рр. (в млн осіб)

Джерело: складено автором на основі[68,69]

Для реалізації державної політики у сфері туризму, координації основних напрямків його розвитку та підтримки туристичного підприємництва в країні створено спеціальну державну структуру — Міністерство туризму. Основними завданнями є визначення національних туристичних пріоритетів, планування та розробка перспективних проектів розвитку туризму, надання фінансової підтримки інвесторам для нового будівництва та реконструкції, проведення ринкових досліджень у сфері туризму, збір та аналіз туристичної статистики, координація всіх публікацій щодо питань туристичної галузі та розробки нових турів[71].

Активному відновленню туристичної сфери Ізраїлю сприяє наявність унікального туристичного потенціалу, проведення державою цілеспрямованої туристичної політики, безпрецедентних заходів безпеки та реалізації інноваційних проектів для залучення туристів на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Слід зазначити, що геотуристична ситуація в країні складна, оскільки країна

підтримує нестабільні відносини з оточуючими її арабськими країнами (збройні зіткнення та висока ймовірність терактів), тому в'їзні туристичні потоки постійно коливаються, але кількість туристів залишається доволі значною для країни яка знаходиться в таких складних умовах.

Висновки до 2 розділу.

У другому розділі кваліфікаційної роботи розглядаються процеси структурної перебудови економіки та туристичної галузі після воєн і військових конфліктів, особливо в країнах Європи після Другої світової війни. Детальне вивчення факторів, що сприяли стрімкому економічному зростанню європейських країн після Другої світової війни, свідчить про значну роль ефективних і своєчасних економічних реформ, здійснених разом із міжнародною підтримкою. Сучасна історія часто демонструє, що закінчення війни також може вплинути на світові туристичні тенденції. Таким чином, після Другої світової війни, в середині 1950-х років, зародився організований туризм у його нинішньому розумінні, який став повноцінним сектором світової економіки.

Проаналізовано досвід післявоєнного відновлення економіки і, зокрема, туристичної індустрії Хорватії, доводячи, що до 2003 року країна відновила свій ВВП до рівня 1990 р. і завдяки ефективному виконанню програм післявоєнного відновлення виконала умови для членства в ЄС, членом якої вона стала в 2013 році. Сьогодні індустрія туризму Хорватії представляє майже три чверті загального доходу країни від експорту послуг. Головною метою туристичної політики Хорватії є підвищення якості туристичних послуг і просування національного продукту на міжнародному туристичному ринку. Цьому сприяє раціональна організаційна структура управління туризмом, особливо на регіональному та місцевому рівнях, а також активна співпраця державних органів та громадських організацій.

Доведено, що досвід Грузії є прикладом специфічної антикризової стратегії відновлення туристичної галузі після закінчення збройного конфлікту. Російсько-

грузинський військовий конфлікт 2008 року негативно вплинув на всі сектори грузинської економіки, причому найбільші втрати зафіксовані в сегменті подорожей, гостинності та туризму. Після війни загальна кількість іноземних відвідувачів зросла на 23% порівняно з минулим роком і склала понад 1,3 мільйона завдяки впровадженню стратегічного планування в індустрії туризму. До конфлікту лише 2-3% населення світу знали про туристичний потенціал Грузії, але незабаром після закінчення війни Грузія відчувала збільшення туристичних потоків і визнання в міжнародному туристичному просторі.

Проаналізовано позитивну динаміку післявоєнного відновлення Боснії та Герцеговини та визначається низка проблем, зокрема той факт, що міжнародні сили сприяли більшому відновленню державного суверенітету та відбудові всіх секторів економіки, ніж національний уряд, що в свою чергу впливає на доволі повільний розвиток туристичної сфери в реаліях сьогодення.

З'ясовано, що одним із ключових факторів відновлення туризму на Кіпрі стало встановлення дисципліни у фінансовому секторі, що сприяло зміцненню довіри інвесторів та залученню нових інвестицій у туристичну інфраструктуру країни. Крім того, країна змогла посилити свою безпеку та зробити все можливе для забезпечення безпеки туристів, що допомогло залучити більше туристів. Кіпрський туризм рухається до сталого розвитку, країна більше не орієнтована на збільшення кількості відвідувачів, а зосереджена на розвитку агротуризму, екотуризму та гастротуризму і т.п, а також занурення в місцеву культуру.

Доведено, що розвиток туризму в Ізраїлі обмежений постійним протистоянням єврейського та арабського населення країни та діяльністю терористів. Кожен випадок загострення військового конфлікту, як у травні 2021 року в секторі Газа та початок війни 7 жовтня 2023 року, позбавляє Ізраїль кожного четвертого туриста та понад півмільярда доларів на рік. Однак туризм протягом багатьох років залишається важливим сектором економіки, на нього припадає 5% загального експорту та 6% робочих місць. У 2019 році кількість відвідувачів Ізраїлю досягла рекордних 4,55 мільйонів осіб. Активному відновленню туристичної сфери Ізраїлю сприяє унікальний туристичний потенціал, цілеспрямована туристична політика держави,

безпрецедентні заходи безпеки та реалізація інноваційних проектів із залучення туристів на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

3.1. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у повоєнний період

В перспективі відновленням туристичної галузі очікується динамічне зростання інтересу до історії, культури та визвольної боротьби України, минулого та сьогодення. Тенденція має бути спрямована на меморіальний, військово-патріотичний, лікувально-оздоровчий, рекреаційний та психологічний туризм [72]. Слід зазначити, що завданнями відродження повоєнної туристичної галузі мають бути:

- Аудит та збір даних про руйнування туристичних об'єктів за регіонами;
- відбудова туристичної інфраструктури;
- впровадження субсидій для представників туристичного сектору, які постраждали внаслідок військових дій на території України;
- відновлення туристичних DESTINATION та об'єктів на національному та регіональному рівнях;
- підтримка інтересу до України через онлайн та офлайн рекламу, туристичні та культурні заходи;
- підвищення якості послуг, включаючи витрати на навчання персоналу;
- національна програма створення робочих місць;
- створення механізмів для забезпечення сталої фінансової підтримки туристичного сектору (включаючи національні туристичні фонди, регіональні туристичні фонди, інвестиційні центри, акселератори, державно-приватне партнерство тощо);
- забезпечення формування нормативно-правової бази з урахуванням поточної ситуації та реалій туристичного ринку;
- розробка Стратегії розвитку туризму до 2040 року з урахуванням реалій туристичного ринку;

- впровадження нормативно-правових документів та участь в іноземних програмах економічної допомоги Україні після закінчення війни (за аналогією з Планом Маршалла)[73].

Відповідно до проекту плану відновлення України, розробленого Національною радою з питань відновлення України від наслідків війни, передбачається поступове відновлення та модернізація туризму та курортів у період з 2022 по 2032 рр. У разі затяжних військових дій план буде скориговано. Основним завданням, визначеним для сфери туризму та курортів у вищезгаданому проекті плану, є реконструкція туристичної інфраструктури, яка включає наступні організаційні та економічні заходи [74] :

- Пошук суб'єктів, зацікавлених у реконструкції;
- Створення архіву пам'яті та розробка проектів маршрутів, які будуть готові до реалізації;
- Створення концепції відновлення легкої туристичної інфраструктури під час відбудови постраждалих регіонів;
- Залучення інвесторів до процесу відновлення туристичної інфраструктури та початку відновлювальних робіт;
- Програма розвитку туристичної інфраструктури в національних природних парках України;
- Створення «Маршрутів пам'яті війни»;
- Створення туристичної інфраструктури, зручної для подорожей в Україні;
- Розробка та реалізація концепції розвитку морських курортів на півдні України та «маршруту розмаїття»;
- Розробка та впровадження системи туристичної орієнтації та навігації, в тому числі з використанням інклюзії;
- Підготовка законопроекту «Про спеціальні туристичні зони»;
- Завершення та введення в експлуатацію всіх зруйнованих або частково пошкоджених туристичних об'єктів, а також реставрація історичних пам'яток.

Виходячи з вищезазначеного, зрозуміло, що політика держави спрямована як на «фундаментальний», так і на «комбінований» метод відновлення туристичної

інфраструктури, що, як показує практика європейських держав у післявоєнний період, дало ефективний результат для туристичного сектору.

Другим і не менш важливим етапом Плану є розвиток внутрішнього та в'їзного туризму. Реалізація комунікаційної стратегії, спрямованої на популяризацію туристичного потенціалу України, передбачає наступні заходи:

- розробка стратегії маркетингового бачення туризму до 2032 року;
- проведення інформаційних кампаній Ukraine NOW та Travel Ukraine (онлайн та офлайн);
- організація низки заходів у готелях та туристичних об'єктах Європи з метою популяризації України шляхом розкриття її туристичного потенціалу на міжнародній арені та формування постійного бажання відвідати Україну після перемоги;
- підтримка інтересу до України через промоційні, туристичні та культурні заходи;
- створення стратегії безпеки для відновлення туристичних поїздок, збільшення кількості охоплених користувачів;
- впровадження маркетингової стратегії, регулярні промо-кампанії туристичних продуктів для цільових сегментів;
- виробництво промо-контенту (відео, фото, графіки, рекламних текстів тощо) та розміщення промоційних рекламних постів (соціальні мережі, телебачення, спеціалізовані сайти, зовнішня реклама тощо);
- участь у міжнародних туристичних виставках, форумах тощо (в т.ч. членство в міжнародних галузевих асоціаціях);
- створення єдиного інформаційно-контентного порталу для туристів, які цікавляться місцями активних бойових дій;
- створення мережі туристично-інформаційних центрів;
- створення національного конференц-бюро для залучення та підтримки великих міжнародних заходів в Україні;
- організація промо-турів меморіальними стежками для іноземних та українських ЗМІ та лідерів громадської думки;
- програми допомоги у подорожах для дітей, молоді та людей похилого віку;

- проведення щорічних опитувань в'їзних та виїзних внутрішніх туристів відповідно до рекомендацій ЮНВТО;
- отримання Big Data для туризму;
- реалізація стратегії просування України як безпечної туристичної дестинації на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- проведення національних та міжнародних масових заходів (фестивалів, концертів, спортивних подій, конференцій, форумів, виставок тощо).

І останній крок, передбачений проектом плану, - інституційна підтримка суб'єктів туристичної діяльності та подальший розвиток бізнесу:

- прийняття у другому читанні Закону України «Про туризм» з урахуванням норм директиви ЄС;
- підготовка законопроекту «Про національну туристичну організацію»;
- програма відновлення та реабілітації осіб, які постраждали внаслідок військових дій в Україні (військовослужбовці, члени їхніх сімей, тимчасово переміщені особи, жінки та діти з окупованих/переміщених територій тощо);
- пільгові/спрощені кредити на відновлення зруйнованої інфраструктури; - зміна критеріїв категоризації готелів;
- подання заявки до Виконавчої ради Всесвітньої туристичної організації (ВТО);
- подання заявки на проведення Європейської зустрічі Всесвітньої туристичної організації (ВТО) в Україні;
- створення місцевих програм розвитку туризму та цільових туристичних фондів на місцевому рівні, куди буде перенаправлятися туристичний збір;
- створення механізмів фінансування галузі через туристичні фонди та інші інструменти залучення інвестицій;
- створення ефективної національної туристичної організації та місцевих управлінських і маркетингових організацій у формі державно-приватного партнерства на основі принципу співфінансування;
- розробка якісних освітніх програм у сфері туризму;

- удосконалення та запуск Єдиного туристичного реєстру відповідно до законодавчих змін;
- розробка Державної програми створення та розвитку робочих місць;
- створення сателітного рахунку туризму та розрахунків внеску туризму у ВВП країни;
- регулярний збір статистичних даних про ринок, даних, які є у вільному доступі[74].

Ми вважаємо, що багато іноземних туристів будуть зацікавлені у відвідуванні місць бойової слави Збройних Сил України. Однак цього недостатньо. Насамкінець, ми маємо висувати аргументи, що, наприклад, гірськолижні курорти в Україні нічим не гірші, ніж у Словаччині та Австрії, і при цьому вони дешевші. Створення образу України як країни середньовічних замків, яких багато на Закарпатті та Поділлі. Для любителів урбаністичної культури- Київ, Одеса та Львів можуть стати містами муралів всесвітньо відомих художників. Майстерність багатьох з них не поступається майстерності муралів Берліна чи Нью-Йорка. Карпати та Закарпаття зацікавлять любителів екотуризму, крафтових турів та унікальних виноградників. Для любителів дикої природи є багато унікальних місць, таких як Полісся, Національний парк «Прип'ять-Стохід» та озеро Світязь, а також закарпатське озеро Синевир. Для європейських та американських туристів, захоплених популярною нині «урбаністичною розвідкою» (тури, метою яких є вивчення територій та об'єктів, галузей промисловості або спеціального використання, можливих покинутих будівель), буде цікавим не лише Чорнобиль, а й інші міста України, в яких, на жаль, зараз є багато місць такого типу. Українські туристичні офіси мають бути відкриті в багатьох розвинених країнах світу. Важливо не зациклювати туристичний імідж України на одному напрямку - наприклад, на військовому туризмі, наприклад, проблема єдиного іміджу наздогнала Словаччину, яку роками презентували як країну із замками та гірськолижними курортами. З цієї причини європейці сприймають свого сусіда як країну, де немає великих міст - лише гори і замки. Сьогодні всі спроби переконати туристів, що словацьке місто заслуговує на таку ж увагу, як і будь-який інший центральноєвропейський мегаполіс, поки що не увінчалися успіхом [75].

Виконання завдання інноваційно-інвестиційного забезпечення економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу держави можливе за умови формування ефективної національної та регіональної науково-технічної, соціально-економічної та екологічної політики щодо стимулювання інноваційної діяльності та залучення інвестицій. Візуалізація концептуальної моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу представлено на рис. 3.1.

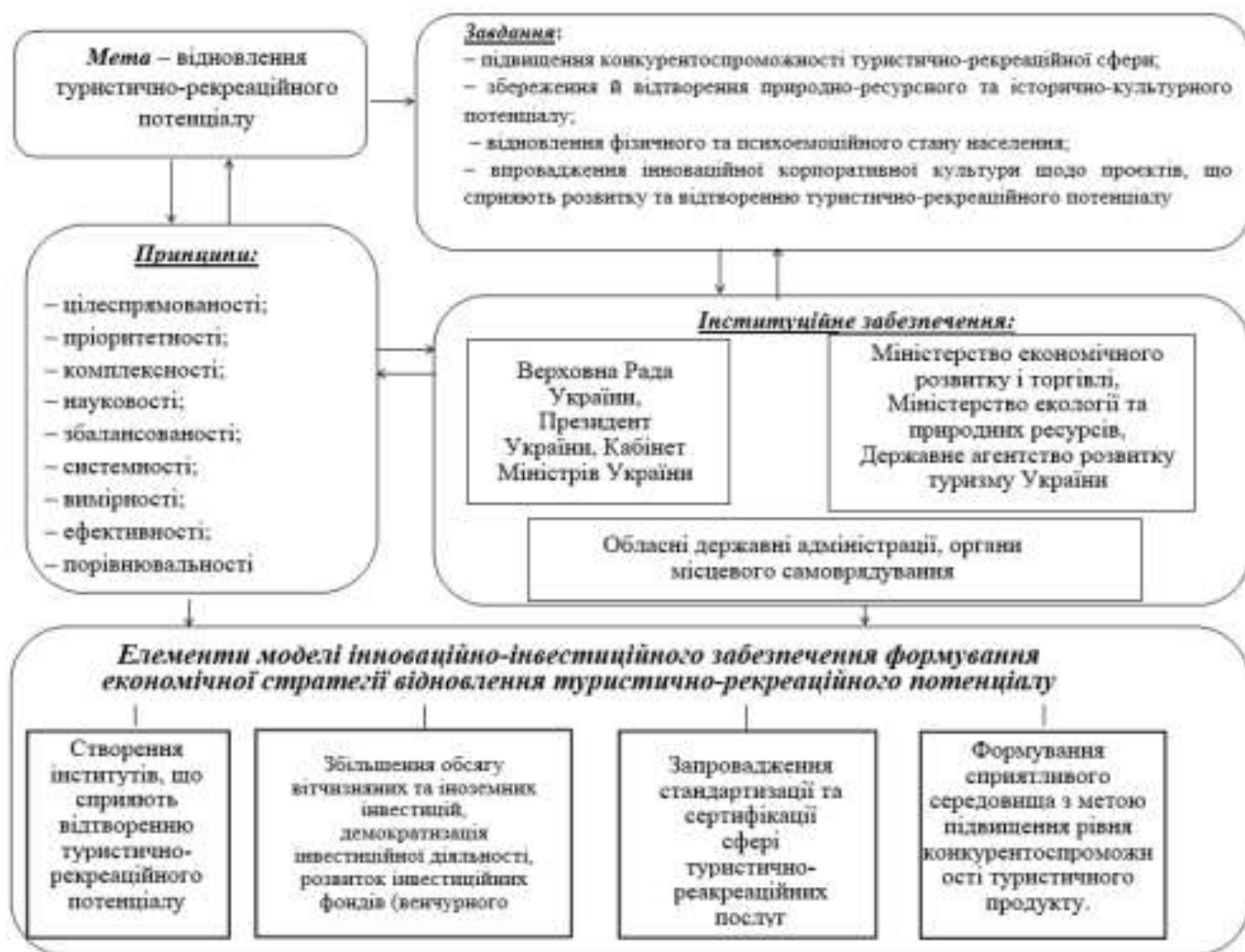


Рис.3.1. Концептуальна модель інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу

Джерело: складено автором на основі[76]

Стратегія сталого розвитку туристичної діяльності як складової економічного середовища георегіональної системи України буде спрямована на підвищення зайнятості місцевого населення, створення додаткових робочих місць, завантаження готелів і ресторанів, організацію розважальних заходів та створення сприятливих умов для залучення іноземного капіталу[77]. Необхідно використовувати системний підхід до аналізу особливостей застосування інноваційних технологій у регіональному туризмі, що дасть змогу сформувати низку можливостей та пріоритетних напрямів розвитку туризму, які можуть бути реалізовані з урахуванням особливостей геотериторіальної системи певного регіону. Запровадити механізм створення висококонкурентного регіонального кластеру, який реалізовуватиметься через стратегічне партнерство між владою, громадами та туристичним бізнесом усіх форм власності, що об'єднає виробників у затребуваному, високотехнологічному секторі. Метою партнерства є розвиток комплексу якісних послуг (туристичних агентств, засобів розміщення, транспорту, харчування, екскурсій, торгівлі, освітніх та наукових закладів) з метою об'єднання зусиль для перетворення туристичної індустрії на прибуткову та високоефективну галузь економічного та соціокультурного середовища геоісторичної системи України в післявоєнний період [75]. В умовах, коли переважає внутрішній туризм, цифрові технології дають змогу повніше використовувати туристичний потенціал регіону та створювати нові можливості для його зростання. Модель інтелектуальних туристичних дестинацій на регіональному та місцевому рівнях адаптована до сучасних потреб територіального розвитку, управління та маркетингу туристичних дестинацій з метою більш повного задоволення потреб сучасних туристів. Окрім відповідної цифрової інфраструктури, ще одним важливим напрямком діджиталізації туризму, за прикладом ЄС, є створення веб-сайтів з 3-D контентом, адаптованим до потреб туристів; збір та аналіз статистики в режимі реального часу завдяки Big Data; створення віртуальних турів, реконструкцій з використанням технологій віртуальної, доповненої та змішаної реальності маршрутів «пам'яті», 3D-моделювання, оснащення туристичних об'єктів веб-камерами, встановлення QR-кодів, міток RFID (радіочастотної ідентифікації), розрахункових безготівкових систем; запровадження програм лояльності та

електронних карток для туристів; створення мобільних туристичних додатків (з картами маршрутів, аудіогідами, геолокацією); електронних квитків на туристичні об'єкти та об'єкти дозвілля; оцифрування музеїв (електронні багатомовні каталоги), аудіо- та електронні путівники [78].

Слід зазначити, що впровадження інноваційних процесів у туристичній галузі потребує постійного управління з самого початку. Впровадження інновацій як основоположного елементу розвитку туристичної галузі призведе скорішого відновлення економічної активності в галузі туризму та підвищить конкурентоспроможність на світовому туристичному ринку[79].

3.2. Обґрунтування організаційно-економічних заходів відновлення туристичної галузі України у повоєнний період

Необхідність реалізації стратегії сталого розвитку України до 2030 року підвищила актуальність наукових досліджень шляхів вирішення проблем створення моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристичної галузі України. Це буде зроблено з урахуванням досвіду післявоєнного відновлення провідних країн світу. Для розробки моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування стратегії відновлення екологічно безпечного туризму та рекреації вважаємо за доцільне використати індикатори моніторингу туристично-рекреаційного потенціалу. Застосування цієї моделі з використанням соціально-економічного, інноваційно-інвестиційного, природно-екологічного, культурно-історичного та інфраструктурного потенціалів дасть можливість оцінити фактори впливу на конкурентоспроможність всієї туристично-рекреаційної сфери країни. Основною метою даної моделі є підвищення конкурентоспроможності галузі як на регіональному рівні, так і в Україні в цілому. Для проведення аналізу загальний дохід від туристичного збору можна представити у вигляді цільової функції, аргументами якої є кількість туристів, загальна кількість днів їх перебування в туристичних локаціях[80, с.100-104]). З точки зору децентралізації, основним завданням місцевої влади є максимізація цільової функції

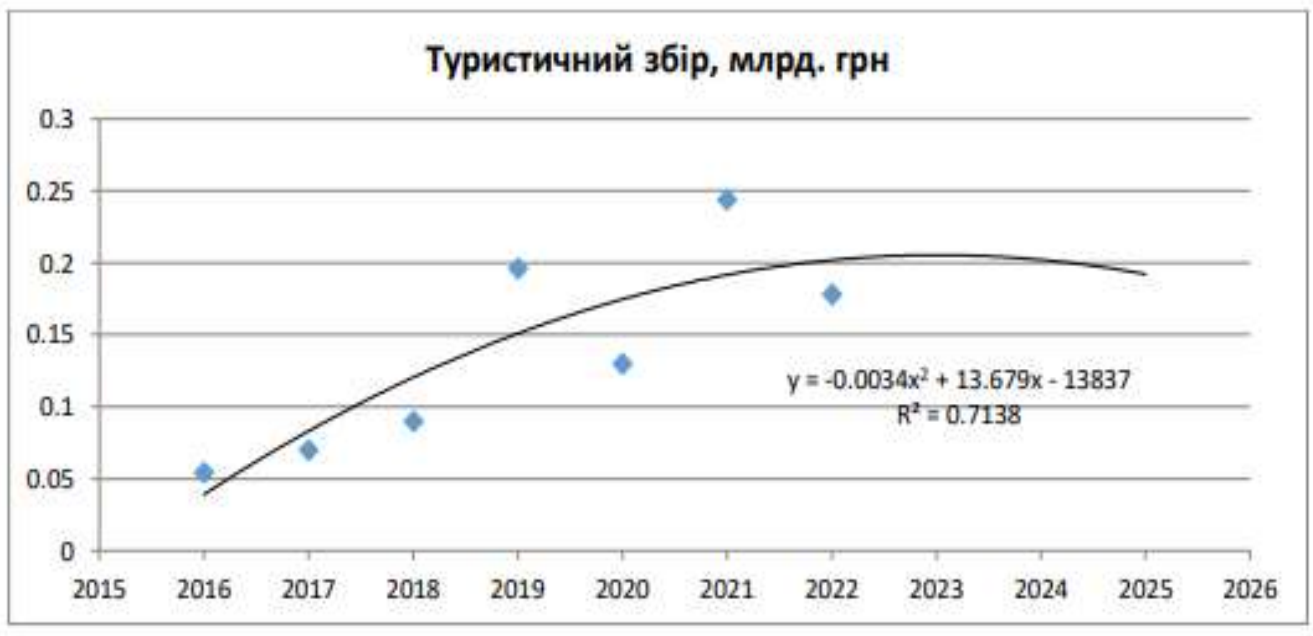
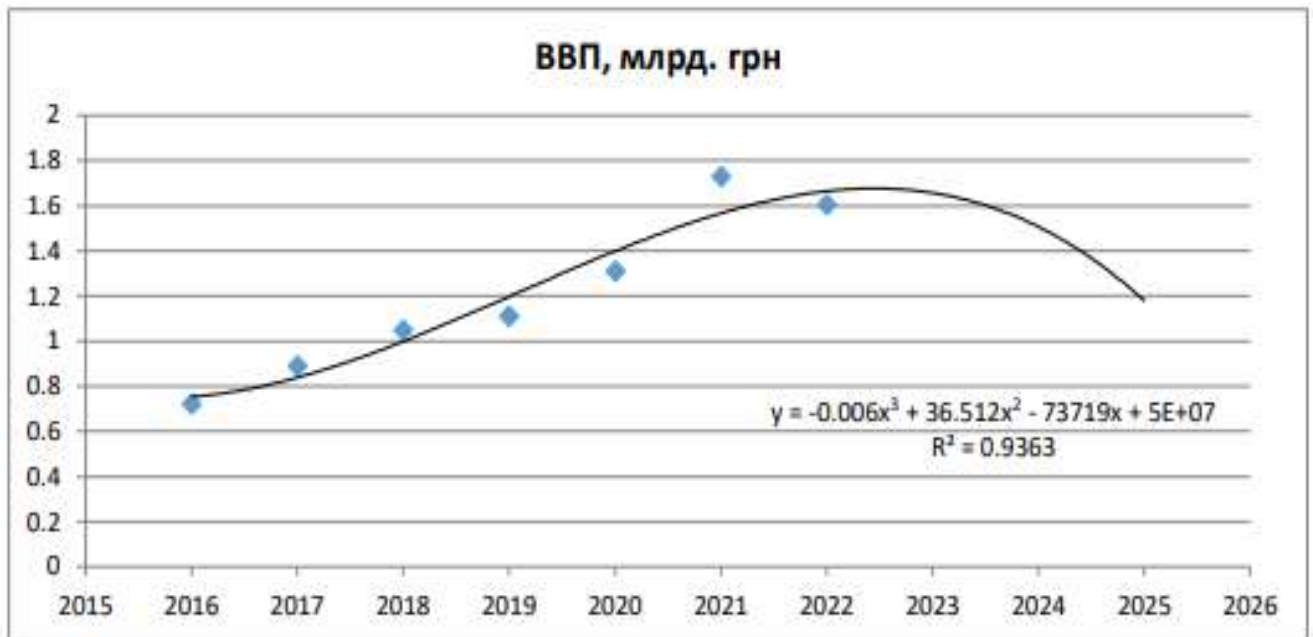
шляхом модифікації факторів, що впливають на кількість туристів; аналогічне завдання має виконувати і держава - однак, через можливу модифікацію ставки податку та особливостей податкового законодавства з урахуванням глобалізаційних тенденцій. Як місцеві органи влади, так і держава повинні зосередитися на логічному ланцюжку збільшення цільової функції: підвищення привабливості держави як туристичної дестинації (з точки зору туристичної інфраструктури та простоти сплати туристичного збору)

- збільшення кількості туристів ;
- збільшення бази оподаткування;
- збільшення загальних надходжень від збору туристичного збору [81, с.64-70].

Нижче наведено аналіз впливу туристичного збору на ВВП країни в цілому, оскільки він може бути досягнутий виключно шляхом державного втручання, тоді як регулювання туристичної інфраструктури здійснюється відповідно до економічних законів, спрямованих на збалансування попиту та пропозиції без необхідності державного регулювання. Туристичний збір повинен розглядатися як частина державної системи туризму. Основним завданням місцевої влади та держави, з точки зору туристичного сектору, є максимізація загальних надходжень від туристичного збору.

Кореляційно-регресійна модель інноваційно-інвестиційної діяльності сприяє створенню економічних стратегій відновлення туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України. Ми пропонуємо дослідити ефективність туристично-рекреаційної діяльності в Україні за допомогою регресійного аналізу та моделі Scatter Plot. Ця модель дозволить дослідити, як туристичний збір та загальні інвестиції впливають на регіональні бюджети. Регресійний аналіз використовується для відображення стану взаємозв'язку між досліджуваними економічними показниками. Для цього будується графік у прямокутній системі координат, де на осі Y відкладається значення результативної ознаки Y, а на осі X - значення факторної ознаки X. Сукупність точок для результуючої та факторної ознак є кореляційним полем. На основі кореляційного поля висувається гіпотеза про зв'язок між усіма можливими значеннями X та Y [82, с. 66-72]. Для аналізу використано річні дані з 2016 по 2022 роки. Державна служба

статистики України, Національне агентство розвитку туризму, МВФ та Національне антикорупційне бюро. Розглянемо динаміку досліджуваних показників та визначимо їх тренд за допомогою конструктора трендів Excel (рис. 3.2). З рис. 3.2 видно, що тренди та тенденції досліджуваних показників найкраще описуються многочленами другого та третього ступенів.



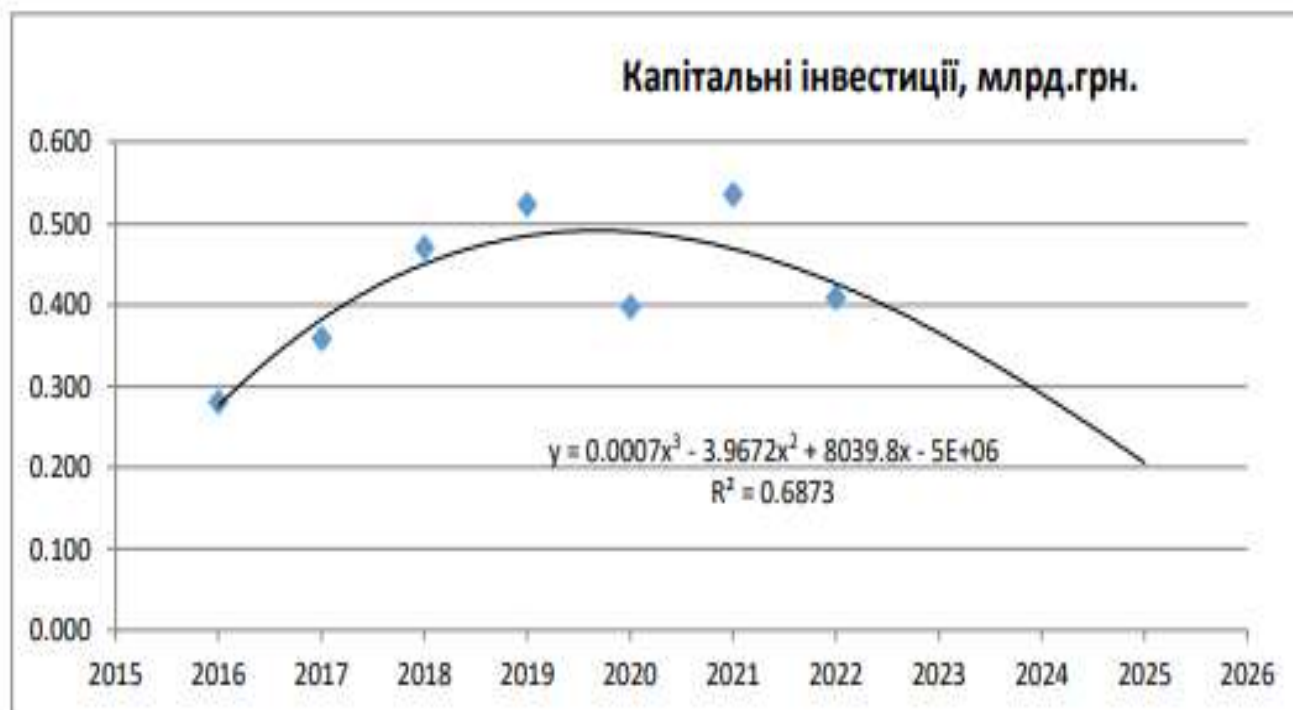


Рис.3.2. Тренди 2016–2022рр. та тенденції 2023–2026 рр. (прогноз) зміни ВВП, туристичного збору та капітальних інвестицій за роки

Джерело: складено автором на основі[83,84,85]

Вплив туристичного збору та капітальних інвестицій на бюджет регіонів та на ВВП України в цілому представлено поліномами четвертого ступеня і показано на рис. 3.3 та 3.4 відповідно. Коефіцієнт детермінації моделі ВВП/податок на резидентність підтверджує її адекватність, оскільки 0,8759 (R^2) (рис. 3.4), тобто у 87,6% випадків зміна податку на резидентність, та 0,954 (R^2) (рис. 3.5), тобто у 95,4% випадків зміна розміру капітальних інвестицій призводить до зміни ВВП. Іншими словами, R^2 свідчить про тісний зв'язок між показниками. Таким чином, у досліджуваній ситуації майже 88% загальної варіації ВВП пояснюється зміною туристичного збору, тоді як 95% - зміною інвестицій. Отже, можна сказати, що зростання туристичного збору та інвестицій значно покращує ВВП держави.

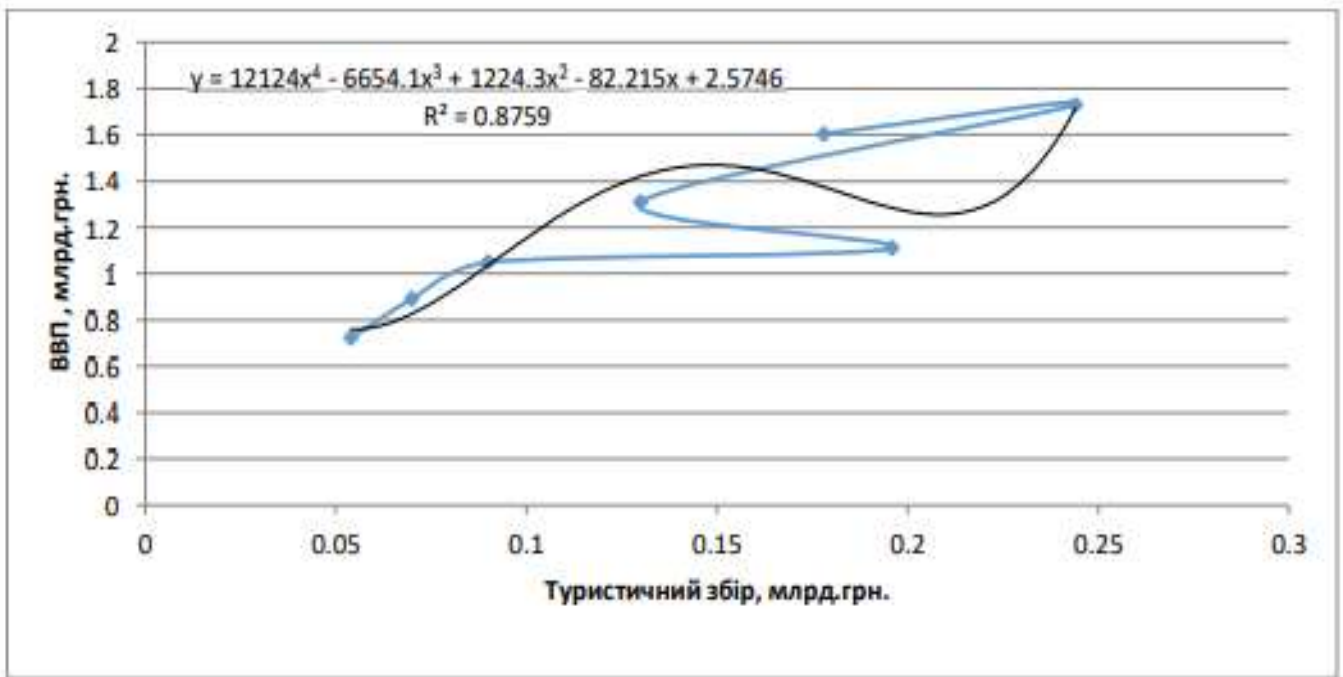


Рис.3.3. Вплив туристичного збору на ВВП України

Джерело: складено автором за матеріалами: [85]

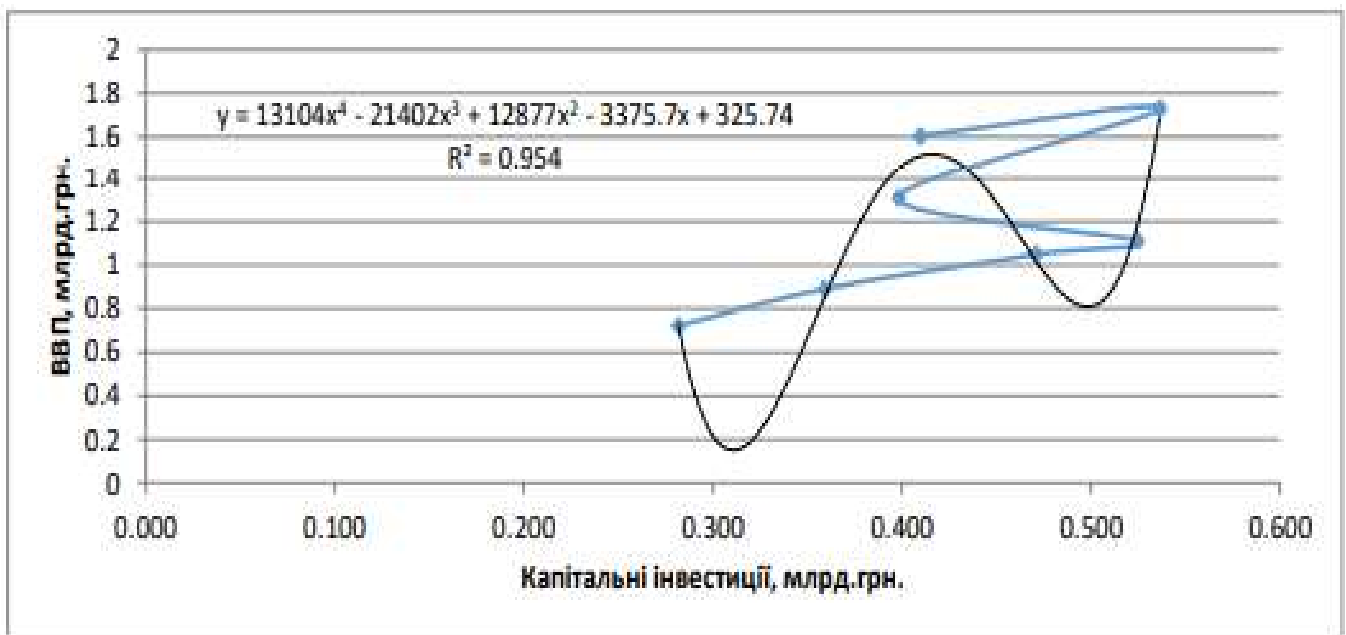


Рис.3.4. Вплив капітальних інвестицій на ВВП України

Джерело: складено автором на основі:[85,86]

Прогнози щодо динаміки туристичного збору та інвестицій в туристичну сферу України до 2025 року відображені на рис. 3.5. та 3.6.



Рис.3.5. Прогноз туристичного збору

Джерело складено автором на основі[85,86]



Рис.3.6. Прогноз інвестицій в туристичну сферу

Джерело: складено автором на основі:[86,87]

Відповідно до прогнозу та високої ймовірності, спостерігатимемо зростання обох показників (прогноз демонструє нижчі темпи зростання порівняно із високою ймовірністю). За прогнозом низької ймовірності динаміка туристичного збору та інвестицій у 2023–2025 рр. спостерігатимемо зростання цих показників, але при розробки будь яких прогнозів необхідно враховувати ситуацію з війною в Україні і з високою імовірністю можна стверджувати, що вірогідність запропонованих прогнозів може бути перенесена по роках.

Висновки до 3 розділу.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи показано, що в перспективі відновлення туристичної галузі очікується динамічне зростання інтересу до історії, культури та визвольної боротьби України, минулого та сьогодення. Очікується тенденція до розвитку меморіального, військово-патріотичного, лікувально-оздоровчого, рекреаційного та психологічного туризму. Визначено, що інноваційно-інвестиційне забезпечення економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу держави можливе за умови формування ефективної національної та регіональної науково-технічної, соціально-економічної та екологічної політики, спрямованої на стимулювання інноваційної діяльності та залучення інвестицій. Використання системного підходу до аналізу особливостей застосування інноваційних технологій у регіональному туризмі, дозволить сформулювати низку пріоритетних можливостей та напрямів розвитку туризму, які можуть бути реалізовані з урахуванням особливостей геотериторіальної системи певного регіону. В результаті реалізації стратегії будуть підкріплені засоби ефективного використання наявного туристичного потенціалу певного регіону на основі принципів сталого розвитку шляхом організаційного та інформаційного забезпечення розвитку туристичної галузі та проведення наукових досліджень з вивчення попиту на туристичні послуги, виявлення основних споживачів туристичних послуг, у тому числі іноземних.

Доведено необхідність реалізації стратегії сталого розвитку України до 2030 року, що підвищує актуальність наукових досліджень щодо шляхів вирішення проблем створення моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристичної галузі України з урахуванням досвіду післявоєнного відновлення провідних країн світу. Для розробки моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування стратегії відновлення екологічно безпечного туризму та рекреації вважаємо за доцільне використати показники моніторингу туристично-рекреаційного потенціалу. Здійснено прогнозування динаміки туристичного збору та інвестицій у туристичний сектор України до 2025 року з урахуванням світового досвіду. За прогнозами з низькою ймовірністю у 2023-2025 роках ми спостерігатимемо зростання цих показників, але при складанні прогнозів необхідно враховувати ситуацію війни в Україні, і з високою ймовірністю можна стверджувати, що ймовірність запропонованих прогнозів може бути перенесена за роками.

ВИСНОВКИ

У першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито теоретико-методологічні засади дослідження туристичної діяльності в умовах війни. Аналіз специфіки впливу російсько-української війни на розвиток туризму у світі та, зокрема, в країнах ЄС показує, що туристична галузь країн зазнала значного впливу через масштабне вторгнення країни-агресора на територію України. Однак сьогодні європейська туристична галузь починає відновлюватися, але не однаковими темпами в усіх країнах.

Дослідження стану та перспектив розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах глобальних викликів показало, що туристичний сектор країни є надзвичайно вразливим до зовнішніх та внутрішніх викликів, таких як пандемія COVID-19 та російсько-українська війна. Туристична інфраструктура зазнала значних втрат, однак досвід попередніх років демонструє здатність сектору відновлюватися навіть у складних умовах. Діджиталізація, зокрема, відіграє ключову роль у цьому процесі, пропонуючи нові можливості для управління ресурсами та покращення взаємодії з туристами. Це підкреслює його роль як важливого елемента української економіки, здатного сприяти економічному розвитку та створенню нових робочих місць у посткризовий період. Впровадження цифрових рішень дозволяє галузі туризму адаптуватися до мінливих ринкових умов, підвищити якість послуг та залучити більше туристів, що є важливим для стабілізації сектору. З'ясовано, що в Україні в період післявоєнного відновлення важливо активно просувати туристичний потенціал, впроваджувати нові ініціативи та залучати до цього процесу партнерів і фахівців з інших країн.

Доведено, що сталий розвиток туризму базується на концепції сталого розвитку, яка є сукупністю ідей, положень і постулатів різних наук і спрямована на модифікацію взаємовідносин між людиною і природою з метою розширення можливостей для економічного зростання та розробки глобальної стратегії розвитку, орієнтованої на максимальне збереження і відновлення біосфери. Одним із наслідків цієї масштабної війни стало визнання України у світі. У зв'язку з цим з'явилися

можливості для розвитку потужного туристичного бренду. Питання репутації та іміджу завжди важливі, але під час кризи вони стають особливо актуальними. Після закінчення війни, спираючись на практику європейських та близькосхідних країн, розробляючи та впроваджуючи стратегію відновлення економіки та залучаючи для цього іноземні кошти та репарації сфера туризму, дозвілля та гостинності буде слугувати підтримці постійного інтересу іноземних інвесторів до України.

У другій частині кваліфікаційної роботи було досліджено процеси реструктуризації економіки після воєн та військових конфліктів, зокрема в європейських країнах після Другої світової війни. Детальне вивчення факторів, які стали основою для стрімкого економічного зростання європейських країн після Другої світової війни, свідчить про важливу роль ефективних та своєчасних економічних реформ, запроваджених паралельно з отриманням міжнародної підтримки. Сучасна історія часто демонструє, що закінчення війни також може вплинути на світові тенденції розвитку туризму. Так, після Другої світової війни, в середині 1950-х років, зародився організований туризм в його сучасному розумінні, який став повноцінною галуззю світової економіки.

Проаналізовано досвід післявоєнного відновлення економіки і, зокрема, туристичної галузі Хорватії, показано, що вже до 2003 року країна відновила свій ВВП до рівня 1990 року, а завдяки ефективній реалізації програми післявоєнного відновлення виконала умови для вступу в ЄС і стала його членом у 2013 році. Сьогодні хорватська туристична галузь забезпечує майже три чверті загального обсягу експортних надходжень від послуг країни. Основною метою туристичної політики Хорватії є підвищення якості туристичних послуг та просування національного продукту на міжнародному туристичному ринку. Цьому сприяє раціональна організаційна структура управління туризмом, особливо на регіональному та місцевому рівнях, а також активна співпраця між державними та громадськими органами.

Досвід Грузії є прикладом антикризової стратегії відродження туристичної галузі після завершення збройного конфлікту. Слід зазначити, що російсько-грузинський військовий конфлікт 2008 року негативно вплинув на всі сектори

грузинської економіки, при цьому найбільших втрат зазнав сегмент подорожей, готельного та туристичного бізнесу. Після війни загальний обсяг в'їзного туризму збільшився на 23% порівняно з попереднім роком і досяг позначки в 1,3 мільйона іноземних відвідувачів завдяки впровадженню стратегічного планування в туристичній галузі. До початку війни лише 2-3% населення світу знали про туристичний потенціал Грузії, але незабаром після закінчення війни Грузія досягла збільшення туристичних потоків і визнання на міжнародній туристичній арені.

Проаналізовано позитивну динаміку післявоєнної відбудови Боснії і Герцеговини та з'ясовано низку питань, зокрема те, що міжнародні сили зробили більше для відновлення державного суверенітету та здійснення відбудови всіх галузей економіки, ніж національний уряд.

Доведено, що одним з ключових факторів відновлення туризму на Кіпрі стало встановлення дисципліни у фінансовій сфері, що підвищило довіру інвесторів та залучило нові інвестиції в туристичну інфраструктуру країни. Крім того, країна змогла посилити свою безпеку і зробити все можливе для забезпечення безпеки туристів, що стало фактором, який привабив більше туристів. Кіпрський туризм рухається в напрямку сталого розвитку. Країна більше не концентрується на збільшенні кількості відвідувачів. Замість цього вона спрямовує свої зусилля на розвиток агротуризму, екотуризму та гастротуризму, занурення в місцеву культуру.

Зазначається, що розвитку туризму в Ізраїлі перешкоджає постійне протистояння між єврейським та арабським населенням країни, а також терористична діяльність. Кожна ескалація військового конфлікту, подібна до тієї, що сталася у травні 2021 року в Секторі Гази та початку війни 7 жовтня 2023 року, позбавляє Ізраїль кожного четвертого туриста та понад півмільярда доларів доходу. Тим не менш, туризм залишається важливою частиною економіки протягом багатьох років, забезпечуючи 5% всього експорту і 6% зайнятості. За 2019 рік кількість відвідувачів Ізраїлю досягла рекордних 4,55 мільйона. Активному відновленню туризму в Ізраїлі сприяє наявність унікального туристичного потенціалу, реалізація державою цілеспрямованої туристичної політики, безпрецедентні заходи безпеки та

впровадження інноваційних проектів для залучення туристів на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

У третій частині кваліфікаційної роботи показано, що в перспективі відновлення туристичної галузі очікується динамічне зростання інтересу до історії, культури та визвольної боротьби України, минулого та сьогодення. Очікується тенденція до розвитку меморіального, військово-патріотичного, лікувально-оздоровчого, рекреаційного та психологічного туризму. Визначено, що інноваційно-інвестиційне забезпечення економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу держави можливе за умови формування ефективної національної та регіональної науково-технічної, соціально-економічної та екологічної політики, спрямованої на стимулювання інноваційної діяльності та залучення інвестицій. Системний підхід до аналізу особливостей застосування інноваційних технологій у регіональному туризмі, дозволить сформувати низку пріоритетних можливостей та напрямів розвитку галузі, які можуть бути реалізовані з урахуванням особливостей певного регіону. В результаті реалізації стратегії будуть підкріплені засоби ефективного використання наявного туристичного потенціалу певного регіону на основі принципів сталого розвитку шляхом організаційного та інформаційного забезпечення розвитку туристичної галузі та проведення наукових досліджень з вивчення попиту на туристичні послуги, виявлення основних споживачів туристичних послуг, у тому числі іноземних.

Доведено необхідність реалізації стратегії сталого розвитку України до 2030 року, що підвищує актуальність наукових досліджень щодо шляхів вирішення проблем створення моделі інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристичної галузі України з урахуванням досвіду післявоєнного відновлення провідних країн світу. Здійснено прогнозування динаміки туристичного збору та інвестицій у туристичну галузь України до 2025 року з урахуванням світового досвіду. Згідно з прогнозами з низькою ймовірністю у 2023-2025 роках ми спостерігатимемо зростання цих показників, але при складанні прогнозів необхідно враховувати ситуацію війни в Україні, і можна стверджувати, що ймовірність запропонованих прогнозів може бути перенесена за роками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Машикіна Г.В., Грабар М.В. та Кашка М.Ю. (2023). Вплив російсько-української війни на розвиток туристичної індустрії країн ЄС. № 79. Причорноморські студії. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/50731/1/.pdf>. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-36>. (дата звернення 13.09.2024).
2. Парфененко Г. Стало відомо, як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США: озвучено невтішні прогнози. DIP. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuuli-naturizmnimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/> (дата звернення: 13.09.2024).
3. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. (2022). Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>
4. Федорченко, Н.В., Федорченко, В.К. (2022). Туризм доби епідеміологічних небезпек і воєнного часу та перезавантаження глобального простору / Н.В. Федорченко, В.К. Федорченко // Нове українське право. № 2. 120–126. URL: <http://newukrainianlaw.in.ua/index.php/journal/article/view/242/220/> DOI: <https://doi.org/10.51989/NUL.2022.2.17>
5. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. (2022). Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 62. С. 178–196. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya22.pdf DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6214>
6. Барвінок Н. В. (2022). Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. Вип. 18(2). – С. 206- 217. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/12643/> Doi: 10.15330/apred.2.18.206-217

7. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди/ Л.К. Корчевська// Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 337–341. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm (дата звернення: 13.09.2024).
8. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? Liga.net, 2022. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>. (дата звернення: 13.09.2024).
9. Моца А. А., Шевчук С. М., Середа Н. М. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. Вип. 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560/>. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>
10. International Tourism Highlights, 2020 Edition. 24 p. URL: <https://www.e-unwto.org> (дата звернення: 24.09.2024).
11. Strong outlook for European tourism recovery but staff shortages and cost of living crisis loom. URL: <https://etc-corporate.org/news/strong-outlook-for-european-tourism-recovery-but-staff-shortages-and-cost-of-livingcrisis-loom/> (дата звернення: 24.09.2024).
12. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-v-ukrayini-vplinu-na-ievropeyskiy-turizm> (дата звернення: 22.09.2024).
13. Висновки ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-v-ukrayini-vplinu-na-ievropeyskiy-turizm> (Дата звернення: 25.09.2024).
14. How the war in Ukraine will affect European tourism. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/howthe-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism>.
15. Сайт ЮНВТО. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
16. European Tourism 2022 – Trends & Prospects (Q4/2022). URL: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2022-trends-prospects-q4-2022>.

17. Ханенко А., Бобко Н. Туризм і російсько-українська війна: проблеми сьогодення та перспективи післявоєнного відновлення. Економічний аналіз. 2024. Том 34. № 3. С. 558-567. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.558>
18. Барвінок Н.В., Барвінок М.В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти : монографія. 2022. С. 24–34. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4>
19. Грищенко С.І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-294>. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 11.08.2023).
20. Цупка І.М., Кривенкова Р.Ю. Пріоритети функціонування туристичної індустрії під час війни в Україні. Причорноморські економічні студії. 2023. Вип. 79. С. 247–250. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-38>
21. Філюк С.М. Вплив кризових процесів на туристично-рекреаційний потенціал України: ретроспективний аналіз даних 2014–2022 рр. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Вип. 33. С. 296–305. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7220110>
22. Малярчук Н.М., Чирва О.Г. Проблеми та перспективи розвитку незвичних видів туризму на території України після закінчення російськоукраїнської війни на прикладі військового туризму. Економічні горизонти. 2022. № 4(22). С. 34–42. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/267014>
23. Олексюк Г.В., Подольський О.С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. Регіональна економіка. 2022. № 3. С. 95–105. URL: http://re.gov.ua/re202203/re202203_095_OleksyukHV,PodolskyuOS.pdf
24. Растворова М. Підходи до позиціонування туристичних дестинацій в умовах викликів війни: аналіз досвіду країн балканського півострову. Вчені записки

Університету «Крок». 2022. № 3 (67). С. 83–91. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-83-91>

25. Фастовець О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. Development of management and entrepreneurship methods on transport. 2022. № 3 (80). С. 87–97. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-87-97> 87 Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі № 8, 2023
26. Захарова Т.В. Напрями розвитку туристичного бізнесу України. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>
27. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 4. С. 229–240. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/09/2022-308-36.pdf>
28. Звіт про прямі збитки інфраструктури, непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України, та попередня оцінка потреб України у фінансуванні відновлення. 2022. URL: <https://kse.ua/ua/russiawill-payl> (дата звернення: 11.10.2024).
29. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати на напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Вип. 62. С. 178–196. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6214>
30. Рейманн М., Корнус О., Венгерська Н., Холодок В., Пацюк В., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. Регіональна економіка. 2023. № 1. С. 136–144. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>
31. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 11.10.2024).
32. Публічний звіт Голови Державного агентства розвитку туризму України Мар'яни Олеськів за 2023 рік.
URL: <https://drive.google.com/file/d/1ixkNelbBVc7vyV3buYUyS29sCkvam-Tk/view>

33. 145 key tourism statistics.UN Tourism Bringing the world closer. URL: <https://www.unwto.org/tour-ism-statistics/key-tourism-statistics>
34. Шиян О. Не забувати і не травмувати. Як змінюється туризм в Україні і створюються маршрути пам'яті війни. (16.09.2023). URL: https://zaxid.net/ne_zabuvati_i_ne_travmuvati_pro_turizm_v_ukrayini_i_zmini_n1570323 (дата звернення 13.11.2023).
35. У кріслі «джульєтка» ветеран війни піднявся на гору Пікуй. (3.09.2023). Рубрика. URL: <https://rubryka.com/2023/09/03/u-krisli-dzhulyetka-veteran-vijny-pidnyavsyana-goru-pikuj/> (дата звернення 13.11.2023).
36. Шабанова Я. Як розробити цифровий проєкт у сфері туризму: історія успіху Синевирської громади. (15.09.2023). Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?library=yak-rozrobyty-tsyfrovyj-projekt-u-sferituryzmu-istoriya-uspihu-synevyrskoji-hromady> (дата звернення 13.11.2023).
37. Кізюн, А. Г., Гуцал, Л. А., & Цуркан, І. М. (2023). Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (8), 79-87. <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-11>
38. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> (дата звернення: 26.10.2024)
39. Сталий розвиток українського туризму: що маємо створити для майбутнього. URL: <https://ukraine-oss.com/stalyj-rozvytok-ukrayinskogo-turyzmu-shho-mayemo-stvoryty-dlya-majbutnogo/> (дата звернення: 25.10.2024)
40. Відродження туризму після війни. Чого повчитися в Ізраїлю та Хорватії. URL: <https://biz.liga.net/ua/ekonomika/all/opinion/vozrojdienie-turizma-posle-voyny-chemu-pouchitsya-u-izrailya-i-horvatii> (дата звернення: 26.10.2024)
41. Роїк О., Недзвецька О. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022. № 46. С. 11–30. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>

42. Reinert, E. S. (2019). How rich countries got rich... and why poor countries stay poor. Hachette UK.
43. Judt, T. (2006). Postwar: A history of Europe since 1945. Penguin.
44. Eichengreen, B. (1994). Institutional prerequisites for economic growth: Europe after World War II. *European Economic Review*, 38(3-4), 883–890. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)90124-4](https://doi.org/10.1016/0014-2921(94)90124-4)
45. Kelly, M. (2008). War and culture: The lessons of post-war France. *Synergies Royaume – Uni et Irlande*, 1, 91–100. <https://gerflint.fr/Base/RU-Irlande/kelly.pdf>
46. Cassiers, I. (1994). Belgium's postwar growth and the catch-up hypothesis. *European Economic Review*, 38(3-4), 899–911. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)90126-0](https://doi.org/10.1016/0014-2921(94)90126-0)
47. Braun, S., & Kvasnicka, M. (2014). Immigration and structural change: Evidence from post-war Germany. *Journal of International Economics*, 93(2), 253–269. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2014.03.006>
48. Morgenthau Plan. Oxford Reference.
URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100209776>.
49. Knapp, M., Stolper, W. F., & Hudson, M. (1981). Reconstruction and WestIntegration: The Impact of the Marshall Plan on Germany. *Zeitschrift Für Die Gesamte Staatswissenschaft / Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 137(3), 415–433. URL: <https://www.jstor.org/stable/40750368> (дата звернення 27.10.2024)
50. "Architects without Frontiers: War, Reconstruction and Design Responsibility - Edited by Esther Charlesworth." *Journal of Architectural Education*, 61(3), pp. 65–66
51. Медіа великих історій. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/pislyavoyenna-rozruha-yak-vidnovlyuvaly-mista-yevropy-pislya-drugoyi-svitovoyi/>
52. Економічна правда. Генсек НАТО: союзники сукупно надали Україні допомогу на 150 млрд євро. Економічна правда.
URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/03/8/697816/> (дата звернення 27.10.2024)

53. Дворська І.В. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління?. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
54. . International Tourism Highlights, 2020 Edition. 24 p. URL: <https://www.e-unwto.org> (дата звернення: 24.10.2024).
55. Strong outlook for European tourism recovery but staff shortages and cost of living crisis loom. URL: <https://etc-corporate.org/news/strong-outlook-for-european-tourism-recovery-but-staff-shortages-and-cost-of-livingcrisis-loom/> (дата звернення: 24.10.2024).
56. Letcher P. Croatia / P. Letcher //USA: The Globe Pequot Press In., 2010. 393 p
57. World Travel and Tourism Council (2019), Travel and Tourism Economic Impact 2017/ Ukraine/Turkey/Georgia/Croatia/Israel, official site. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2019/ukraine2019.pdf>.
58. Georgian Tourism In figures (2018). Georgian National Tourism Administration. URL: <https://gnta.ge/publication/georgian-tourism-in-figures-2018/>
59. Lekashvili, E., Dodashvili, V. (2017). Legal Regulation of Tourism Business in Georgia. Copernican Journal of Finance & Accounting, 6 (1), 67–76. URL: https://www.researchgate.net/profile/Eka-ekashvili/publication/318732088_LEGAL_REGULATION_OF_TOURISM_BUSINESS_IN_GEORGIA/links/5a09751eaca272ed27a02199/LEGALREGULATION-OF-TOURISM-BUSINESS-IN-GEORGIA.pdf
60. About Us. Georgian National Tourism Administration. URL: <https://gnta.ge/about-us/>
61. Georgia Bets on Mountains and Toilets for Post-War Tourism Comeback. URL:<https://eurasianet.org/georgia-bets-on-mountains-and-toilets-for-post-wartourism-comeback>
62. We offer the Work from Georgia program to more than 95 countries. 27.08.2020. URL: http://gov.ge/index.php?lang_id=ENG&sec_id=288&info_id=77151
63. Evrosouz vydelil Gruzii 900 tysyach evro na razvitie turizma: official site. URL: <http://dagestan.kavkaz-uzel.ru/articles/200973>
64. Сінгуцький О. В. Державна політика розвитку туризму: зарубіжний досвід. Публічне управління та митне адміністрування, № 4 (23), 2019 С.79-89

65. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів: назва з екрану. РБК-Україна. Travel. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>
66. Післявоєнна відбудова Боснії і Герцеговини.
URL: <https://dc.org.ua/news/reconstruction-bosnia>
67. Кіпр. Інститут аналітики та адвокації. URL: <https://iaa.org.ua/articles/doslidzhennya-praktyk-vidnovlennya-krayin-pislya-rujnacziyi-kipr/>
68. International Tourism Highlights, 2001 Edition. P. 7. URL: <https://tourlib.net/wto.htm>
(дата звернення: 28.10.2024)
69. International Tourism Highlights, 2020 Edition. P. 18. URL: <https://tourlib.net/wto.htm>
(дата звернення: 28.10.2024)
70. Калмиков Олексій. Скільки коштує Ізраїлю конфлікт з палестинцями. Чи може він розорити країну. РБК-Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57335692>. (дата звернення: 28.10.2024).
71. Национальная тропа Израиля – Israel National Trail. Енциклопедія. URL: https://wikicsu.ru/wiki/Israel_National_Trail (дата звернення: 28.10.2024).
72. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. РБК-Україна. URL: www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html (дата звернення: 02.11.2024).
73. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>
74. Аналітичний портал «Економічне відновлення України після війни». URL: <http://surl.li/bzqji>
75. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.
75. Паньків Н.Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. Науковий вісник НЛТУ України. 2020, т. 30, № 3. С. 71–76

76. Філюк С.М., Зарічняк А.П. Розвиток туристичного потенціалу у воєнний час: міжнародний досвід і перспективи України. Академічні візії. 2022. Вип. 14. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/129/118> (дата звернення: 05.11.2024).
77. Модель туризму за Жафаром Жафарі. URL: http://pidruchniki.com/14980812/turizm/model_turiymu_zhafari/
78. Top funded digital health categories worldwide in 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/736163/top-funded-health-it-technologies>
79. Повоєнне відновлення України. Стати кращими, ніж були. URL: <https://ukrainer.net/povoienne-vidnovlennia-ukrainy/>
80. Калінічев А. А. Туристичний збір у податковій системі України (таксіологічний аспект). Науковий вісник приватного та публічного права. 2018. Вип. 5. Т. 2. С. 100–104.
81. Мельниченко С. Туристичний збір: вплив на економіку регіону. Вісник КНТЕУ. 2020. Вип. 4. С. 64–73.
82. Ейтутіс Г., Клецька Т., Крищенко С., Зіць О. Стратегічний аналіз ключових показників бізнес-процесів інфраструктури ПАТ «Укрзалізниця». Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер. : Економіка і управління. 2016. Вип. 37. С. 64–75.
83. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.11.2024).
84. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 10.11.2024)
85. Зарічняк А.П. Напрями стратегії відновлення та розвитку туристично-рекреаційного потенціалу України із залученням інвестицій. Академічні візії. 2023. Вип. 18. URL: <https://www.academyvision.org/index.php/av/article/view/875/790> (дата звернення: 10.11.2024).
86. Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів (2016–2018 роки) (за даними Державної фіскальної служби України). URL:

<https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=82f4f7d1-0860-49d3-b2b5-d0fe365cd886> (дата звернення: 10.11.2024).

87. Національна туристична інвестиційна платформа: URL: https://www.ntoukraine.org/investmentwhyukraine_ua.html (дата звернення: 11.11.2024).

ДОДАТКИ

Зруйнована та відбудована Варшава



Відновлений Гданськ



Сучасний вигляд центру Дрездена



Лондон під час бомбардувань



Лондон, сучасний вигляд

