

Галина М. Филюк¹, Василина В. Колоша²

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

У статті розкрито вагому роль туристичної індустрії в соціально-економічному розвитку національних економік у сучасних умовах. Виявлені тенденції розвитку туризму в Україні в допандемічний період та до повномасштабного вторгнення рф. Зроблений SWOT-аналіз туристичної індустрії в Україні. Висунуті гіпотези та сформульовані рекомендації щодо перспектив розвитку туризму в післявоєнний період.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, потенціал, бізнес, туристичний ринок, конкурентоспроможність.

Табл. 1 Літ. 18

DOI: 10.32752/1993-6788-2022-1-255-57-66

Halyna M. Filyuk, Vasylyna V. Kolosha

CURRENT TRENDS AND PROSPECTS OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article exposes an important role of the tourism in the socio-economic development of national economies under current conditions. Trends in the tourism development in Ukraine at the pre-pandemic period and before the full-scale invasion of the Russian Federation were identified. A SWOT analysis of the tourism industry in Ukraine was made. Hypotheses were proposed and recommendations were offered on the prospects of tourism development in the post-war period.

Keywords: tourism, tourism industry, potential, business, tourism market, competitiveness.

Peer-reviewed, approved and placed: 12.09.2022.

Постановка проблеми. Події останніх років негативно впливали на розвиток туристичного бізнесу практично в усьому світі. У період пандемії COVID-19 сфера туризму зазнала серйозної кризи. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), 2020 р. став найгіршим роком для світового туризму – кількість міжнародних туристів зменшилася на 74 % [1]. Втрати світового ВВП від спаду в туристичній галузі сягнули 4,5 трлн. дол., а 62 млн. працівників, зайнятих у туристичній сфері втратили роботу [2]. Експерти галузі зазначали, що туристична індустрія не відчувала подібної кризи з часів Другої світової війни. Разом з тим, за оцінками фахівців, у період пандемії Україна перебувала у відносно кращій ситуації, ніж більшість країн світу. Це пов'язано з тим, що частка внутрішнього та виїзного туризму в Україні значно перевищувала показники іноземного туристичного потоку. Туристичний бізнес в Україні розвивався відносно помірними темпами. Із початком повномасштабної війни в Україні, яку розв'язала росія 24.02.2022 р., перед туристичним бізнесом постали нові, масштабніші виклики, які поставили під загрозу його існування взагалі. Однак, із перемогою України, після завершення бойових дій наша країна має всі шанси стати ще більш привабливою для туристів – як внутрішніх, так і зовнішніх. З'являться нові

¹ Kyiv National University named after Taras Shevchenko. Kyiv. Ukraine.

² Kyiv National University named after Taras Shevchenko. Kyiv. Ukraine.

цікаві для туристів місця, зростатиме бажання відвідати нині тимчасово окуповані території і місця найбільших звірств проти українського народу – Херсон, Миколаїв, Харків, Бучу, Гостомель, Ірпінь, Бородянку, Маріуполь, Мелітополь, Ізюм, Чорнобаївку тощо, місця військової сили і слави ЗСУ. Водночас, високою є ймовірність того, що ще певний час після перемоги України зберігатимуться високі економічні, соціальні, екологічні, безпекові ризики, які здійснюватимуть стримуючий вплив на туристичний бізнес. Це актуалізує питання проблем і можливостей не тільки простого відновлення галузі, а й потенціалу його розширеного відтворення, виведення туристичного бізнесу на новий якісний рівень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду актуальність проблематики, зокрема на роль і вплив туризму на економічний розвиток країни, «близькість» проблеми практично для кожної людини, багато вітчизняних та зарубіжних науковців – теоретиків і практиків – присвятили свої дослідження питанням розвитку туристичної індустрії. Серед іноземних фахівців можемо відзначити праці П. Харріса, М. Монджелло, Б. Метью, Р. Каннана тощо. Ті чи інші питання розвитку туризму в Україні є предметом наукових розвідок М. Барвінок, М. Бойко, Н. Борецької, М. Босовської, В. Готри, Л. Завідної, О. Ключковського, В. Ключковської, В. Костинця, О. Любіцевої, А. Магалецького, А. Мельник, О. Ольшанської, А. Охріменко, С. Пасеки, І. Свида та інших. З'являється дедалі більша кількість наукових доробок, присвячених питанням розвитку туристичної індустрії в період війни в Україні та повоєнний період, серед яких можемо відмітити праці Баженової С., Бикової М., Бойко О., Далекської М., Деділової Т., Кириченко С., Корчевської Л., Недзвєцької О., Носирева О., Парфененко Г., Пологовської Ю., Роїк О., Токаря І. тощо. Разом з тим, зміна соціальної, економічної і політичної ситуації в нашій країні кардинально змінила умови функціонування туристичної індустрії, суперечливо вплинула на потенціал її розвитку в майбутньому.

Метою дослідження є розкриття сучасних тенденцій та виявлення перспектив і потенціалу розвитку туристичного бізнесу в Україні у перспективі.

Основні результати дослідження. Туристична індустрія є однією з важливих галузей економіки будь-якої країни й невід'ємною ланкою в системі міжнародного співробітництва та інтеграції. Протягом останніх десятиліть у світовій практиці туризм став соціально-економічною галуззю, яка динамічно розвивається, займає чільне місце серед інших галузей економіки, і її роль з кожним роком зростає. Для деяких країн, особливо Азійсько-Тихоокеанського регіону, туризм став двигуном економічного зростання.

Можемо констатувати, що туристична індустрія відіграє важливу роль у соціально-економічному житті кожної країни, а саме:

- займає значну частку в структурі ВВП країн, є одним із джерел надходження до бюджетів усіх рівнів у вигляді податків, зборів та інших платежів. Так, у європейських країнах на туризм в середньому припадає 10 % ВВП, а в країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону – майже 50,2 % [3];
- стимулює розвиток соціальної та економічної інфраструктури в країні та окремих її регіонах, сприяє розширенню мереж готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо;

- є потужним джерелом надходження іноземної валюти в країну та інвестиційних ресурсів не тільки в розвиток цієї галузі, а й багатьох інших галузей, особливо в інфраструктуру;

- сприяє регіональному розвитку, активізуючи підприємництво в усіх секторах економіки, капіталізацію активів, що забезпечує створення нових робочих місць, і таким чином — зростання доходів місцевого населення та підвищення рівня добробуту населення туристичних регіонів та населення країни загалом. Слід погодитися, що в невеличких населених пунктах туризм є єдиним засобом виживання для місцевого населення;

- стимулює розвиток суміжних галузей економіки — легкої, харчової, транспорту, роздрібної торгівлі, сфери послуг, особливо готельного та ресторанного бізнесу, спорту, будівельної галузі, страхування тощо. Загалом, за словами експертів, туризм — це цілий сектор економіки, який об'єднує понад 50 галузей [4];

- культурно-історичної спадщини;

- сприяє розширенню торгового, наукового та культурного співробітництва між різними країнами;

- є чинником зміцнення миру у світі. Про це свідчить хоча б той факт, що на початку березня 2022 р. всесвітня туристична організація (UNWTO) скликала позачергове засідання Виконавчої Ради і призупинила членство росії у UNWTO через її широкомасштабне вторгнення в Україну тощо.

Ці аргументи дають підстави стверджувати, що в останні роки туризм став сферою, значення якої вимірюється не лише суто економічними параметрами, а й соціальними та політичними.

Туризм став однією з небагатьох галузей економіки, що впродовж довгого періоду часу користувалася високим попитом серед населення і мала тенденцію до зростання [5, с. 177]. У зв'язку зі швидкими темпами розвитку світовий туризм визнаний економічним феноменом ХХ ст. Фахівці констатують, що «протягом багатьох років туризм незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки «приходити в себе» після економічних криз, а й сприяти більш широкому економічному і соціальному відновленню» [6, с. 4].

Щоправда, повномасштабна війна, яку розв'язала росія в Україні, є безпрецедентним явищем, який немає аналогів в історії сучасної Європи. Вона негативно вплинула не тільки на вітчизняний туристичний бізнес, але й на світовий, а особливо європейський туристичний ринок. Водночас у світовій практиці є чимало прикладів, коли після масштабних конфліктів країни поступово відновлювалися і знову ставали привабливими для туристів (Ізраїль, Кіпр, Боснія і Герцоговина, Хорватія тощо).

Сьогодні виникає ряд питань щодо перспектив розвитку туристичної галузі України, а саме: як вплинула війна на потенціал розвитку туристичного бізнесу в Україні; чи зможе туристична індустрія відновити свій потенціал після війни і як швидко; що потрібно зробити для того, щоб туристичний бізнес розвивався більш динамічними темпами і т.д.

Як свідчить аналіз історії розвитку галузі, то навіть до початку вторгнення рф в Україну спостерігалось істотне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставило під серйозну загрозу

конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку [7]. Це великою мірою визначило той факт, що протягом останніх років в Україні істотну перевагу мав внутрішній туризм. Так, частка іноземних туристів у 2019 р. становила лише 13 %, в той час як у країнах ЄС частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у середньому складає 90 % [6, с. 7]. Цей фактор можна було б назвати негативним, але саме завдяки цьому вітчизняний туристичний бізнес меншою мірою, ніж в інших країнах, постраждав у період пандемії COVID-19, яка спричинила безпрецедентну кризу в цьому секторі в світі. У цьому разі він певним чином нівелював імпульс зовнішніх негативних впливів на туристичну галузь нашої країни.

У 2021 р. спостерігалось відродження інтересу іноземних туристів до України, що спричинило зростання кількості зарубіжних мандрівників, які відвідали нашу країну. Сприяла цьому реалізація прийнятої на державному рівні програми залучення іноземних туристів. Так, влітку 2021 р. різко зросла кількість туристів із Саудівської Аравії (понад 50 000 осіб). Загалом, за даними опитування, проведеного ДАРТ на початку 2022 р., тобто до початку війни в Україні, рівень задоволеності іноземних туристів від перебування в нашій країні був доволі високим. 78 % опитаних респондентів вважали Україну привабливою та безпечною для туризму. Найбільше іноземцям сподобалася українська природа (85 %), національна кухня (82 %), архітектура (79 %), історичні та культурні пам'ятки (75 %) [8].

Загалом, є всі підстави вважати, що до повномасштабного вторгнення росії в Україну наша держава мала значний потенціал для розвитку туристичної галузі (хоча й далеко не повною мірою його використовувала), значна частина якого зберігається навіть за катастрофічних руйнувань. Загальновідомо, що Україна володіє рядом туристичних дестинацій — певними географічними територіями, що характеризуються особливим набором туристичних ресурсів. Причому, наявні національні туристичні ресурси (природні заповідники, старовинні пам'ятки архітектури, парки, гори, унікальні озера та водоспади, історичні міста та фортеці, автентичні музеї під відкритим небом з фестивалями, ярмарками, частуваннями) дають змогу розглядати Україну не тільки як важливу туристичну дестинацію [6, с. 25], а, на нашу думку, як унікальну атракцію Європи. Кожна з 24 областей України має чим свою унікальну історичну, природну спадщину. В Україні сконцентровано 47 % природних лікувальних ресурсів Європи, а така риса характеру як гостинність вбудована в ДНК українців [9].

Таким чином, за сприятливих умов для України туристичний бізнес може стати одним із найбільш прибуткових, а відповідно й одним з найпривабливіших, а вітчизняна туристична індустрія може стати вагомим джерелом наповнення бюджету країни і одним із драйверів економічного зростання.

Очевидно, що війна, яка розпочалася на теренах України 24 лютого 2022 року, мала негативний, а точніше — майже руйнівний вплив на туристичну індустрію в Україні. Частина туристичних компаній в Україні закрилася, інші переорієнтували свою діяльність на волонтерство — використовували власні автобуси для евакуації біженців, залучали зв'язки, щоб організовувати

закупівлю гуманітарної допомоги з-за кордону. Туристичні продукти зі сфери міжнародного туризму в Україні практично повністю заморожені. Незважаючи на часткове відновлення роботи галузі, за даними Державного агентства з розвитку туризму (ДАРТ), за перші шість місяців 2022 р. від туристичного бізнесу до бюджету надійшло на 25,7 % менше податків, ніж за аналогічний період 2021 р. [10].

Війна в Україні все ще триває і терміни її завершення перебачити наразі важко. Небаченими темпами здійснюється цілеспрямоване руйнування та знищення великих промислових, логістичних та інфраструктурних об'єктів. За даними досліджень Київської школи економіки (KSE), станом на 5 вересня 2022 р., сукупна вартість прямих збитків попередньо оцінюється на суму 114,5 млрд. дол. США. Крім того, мінімальні потреби на відновлення економіки, з урахуванням потреб розмінування територій становлять близько 270 млрд. дол. США. При цьому, прямі втрати галузей культури, спорту і туризму становлять 2 млрд. дол. США, непрямі – 4, а потреби на відновлення – 3,2 млрд. дол. США [11]. На жаль, усвідомлюємо, що до завершення війни ці витрати будуть ще більшими.

Війна також істотно збільшила загрози для функціонування вітчизняного туристичного бізнесу, значно загострила його слабкі сторони. Однак, на наше переконання, на тлі слабких сторін та загроз більш оптимістично виглядають сильні сторони та нові можливості для майбутнього розвитку туристичного бізнесу після перемоги України. На основі ряду наукових і аналітичних досліджень, а також власних розвідок нами зроблений SWOT-аналіз розвитку туристичної індустрії в Україні в післявоєнний період (табл. 1).

Тому, на допомогу держави щодо фінансування відновлення туристичних об'єктів та розвитку саме цієї галузі надіятися не варто, оскільки основні ресурси першочергово спрямовуватимуться на відновлення житлового фонду, промислових та інфраструктурних об'єктів. У проєкті Плану відновлення України на перше місце Урядом виноситься структурна перебудова економіки шляхом прискореного розвитку переробної промисловості та дерегуляція економіки [13]. Тому багато експертів схиляються до того, що динаміка розвитку туристичного бізнесу буде залежати від швидкості відновлення інфраструктури та загального рівня життя в країні [14].

Водночас, туристична індустрія – це сфера, яка швидко відновлюється. Експерти галузі переконують, що в перші роки після війни Україна буде входити до Топ-5 наивідвідуваніших країн світу [15]. Існує висока ймовірність того, що перемога України над рашизмом, не дивлячись на деякі загрози, які ще певний час зберігатимуться, позитивно вплине на розвиток туристичного бізнесу в Україні. Це може бути зумовлене рядом чинників, які стимулюватимуть зростання туристичних потоків як із близького та далекого зарубіжжя, так і внутрішніх.

Зокрема, нині до нашої країни прикута увага всієї міжнародної спільноти. Є підстави для оптимістичних настроїв: всупереч поширеній тезі, що іноземці ще довго оминатимуть Україну після закінчення війни, ми підтримуємо думку, що після перемоги лише зростатиме інтерес з боку іноземних туристів та інвесторів до України [16, с. 6]. Зарубіжних туристів уже зараз приваблює

історія нескореної України, героїзм і незламність українського народу, слава його збройних сил. А тому Україна може стати одним із найперспективніших напрямів у сфері воєнного туризму. Розвиток цього виду туризму в Україні буде приваблювати як тих осіб, які емоційно пов'язані з територіями військових дій чи військовими об'єктами (наприклад, родичів іноземних військових, які зараз захищають Україну чи представників української діаспори), так і звичайних туристів.

Таблиця 1. SWOT-аналіз туристичної індустрії в Україні, формовано авторам на основі [12;14]

Strengths (сильні сторони)	Threats (загрози)
• вигідне геоположення у центрі Європи, наявність багатьох туристичних дестинацій; • унікальна та дивовижно-мальовнича природа, багатство і розмаїття лікувальних та інших природно-рекреаційних ресурсів, що уможлиблює розвиток нових туристичних дестинацій; • наявність багатої культурно-історичної спадщини; • різноманіття і багатство етнокультурних традицій; • гостинність як риса ментальна характеру українців тощо.	• затягування в часі війни в Україні; • тривалий час на розмінування території; • погіршення якості автодоріг (подекуди – катастрофічне) внаслідок війни; • збільшення забрудненості пляжів та водойм, у багатьох областях – ризик наявності в них вибухових засобів; • фактор невизначеності через безпосереднє сусідство з росією; існує ймовірність того, що навіть після перемоги України вона зазіхатиме на нашу територіальну цілісність та незалежність; • різке скорочення доходів населення України за період війни; • модифікації вірусу COVID-19 та ризик появи нових інфекційних захворювань; • «кадрові втрати», тобто втрати професійних кадрів, які виїхали закордон, і можливо не повернуться в Україну; • Зростання вимог до об'єктів інфраструктури (готелів, ресторанів тощо на предмет наявності укриття чи бомбосховища) • збільшення попиту з боку українських громадян на відпочинок за кордоном у післявоєнний період через неможливість виїзду чоловіків у період війни
Weaknesses (слабкі сторони)	Opportunities (можливості)
• низький рівень облаштованості дорожньої інфраструктури в окремих регіонах, а також руйнація відремонтованих доріг на нині т.о., а пізніше звільнених територіях, ускладнення в окремих регіонах доступу до об'єктів туристичного призначення; • часто незадовільні санітарно-побутові умови в об'єктах туристичної інфраструктури та їх ймовірне погіршення за період війни через зниження можливостей фінансування; • незадовільний стан окремих туристичних об'єктів, зокрема, архітектурної і культурної спадщини, руйнація деяких з них внаслідок ; • недостатня кількість повноцінних туристичних маршрутів за різними видами туризму; • порушення логістичних та продуктових ланцюжків, здорожчання ресурсів, що спричинить підвищення цін на послуги; • відносно нижчий, порівняно зі світовими практиками, рівень туристичного сервісу, нерозвиненість готельної мережі; • невідповідність співвідношення «ціна-якість» туристичних та суміжних послуг (вищі ціни і нижчий рівень сервісу порівняно з зарубіжними конкурентами); • низький рівень туристичного іміджу України та брендування на міжнародній арені; • низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності; • дефіцит необхідного обсягу фінансових ресурсів для збереження, впорядкування, відновлення туристичних об'єктів.	• збільшення попиту з боку українських громадян на активний відпочинок задля зняття стресового навантаження внаслідок війни в Україні; • посилення інтересу іноземних громадян до історико-культурної спадщини України, їх прагнення до ознайомлення з наслідками російської агресії; • наявність можливостей для формування нових повноцінних туристичних маршрутів за існуючими і новими видами туризму; • розвиток воєнного туризму (численні оборонні споруди, місця битв, місця слави ЗСУ); • створення нових туристичних дестинацій на території України, формування нових видів туризму; • поява новітніх технологій у туризмі, діджиталізація галузі.

Внутрішній туризм у загальній структурі, за оцінками різних експертів, мав і так високий показник — 67 %. Тому відносне значення цього показника навряд чи збільшиться, але є підстави вважати, що зміняться абсолютні показники. На початковому етапі ймовірно попит на подорожі всередині країни може істотно впасти, що може бути зумовлено кількома чинниками:

- зменшення чисельності населення в Україні через еміграцію внаслідок війни, втрати під час війни тощо;
- за значного зниження доходів населення в період війни, зростання непередбачуваних витрат, звузили коло потреб до отримання матеріальних благ фізіологічного виживання та задоволення потреб організму;
- час на розмінування деяких територій буде тривалим, що унеможливить відпочинок у південних і східних областях України, зокрема на узбережжі морів;
- платоспроможні українці за найпершої можливості віддаватимуть перевагу зовнішньому туризму.

Однак, у середньостроковій перспективі ситуація може кардинально змінитися — дедалі більше українських громадян переорієнтовуватимуться на внутрішній туризм. Цьому сприятимуть, по-перше, прагнення до реабілітації і відновлення, насамперед, психічного, а відтак і фізичного здоров'я. Війна негативно вплинула на здоров'я та емоційний стан мешканців України. Багато людей, що тривалий час перебували у постійному стані напруження, страху та відчаю, доведені до критичного психологічного стану. Тому туристичні подорожі розглядатимуться як спосіб ефективної психологічної і фізичної реабілітації. Як уже зазначалося, в Україні є дуже багато, т.з. «місць сили», де зосереджені багаті природні лікувальні ресурси.

По-друге, зростання інтересу українців до глибшого пізнання своєї історії, збільшення відсотку українців, які відчули гордість за свою державу (75 %) [17] в контексті останніх подій, бажання підтримати вітчизняний бізнес і національну економіку.

По-третє, на нинішньому етапі розвитку подій в Україні продовжують утворюватися ресурси, які будуть основою для розвитку воєнного туризму в майбутньому [18, с. 209]. У кожного українця — патріота формуватиметься непереборне бажання відвідати місця ведення активних бойових дій в російсько-українській війні, вшанування пам'яті полеглих за волю і незалежність України, місця слави і сили українського народу.

Тому, існує висока ймовірність, що внутрішній туризм українці уже не розглядатимуть як «це крок відчаю», а як повноцінну альтернативу зарубіжному туризму.

Разом з тим, щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нових умов у післявоєнний період необхідно буде реалізувати ряд важливих заходів.

Зокрема, необхідно об'єднати зусилля центральних органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, наукової спільноти, представників бізнесу, громадських організацій та бізнес-асоціацій тощо. Важливою буде політична, інформаційна, організаційна, фінансова підтримка держави. Головним завданням держави має стати просування туристичного бренда за кордоном під назвою «Україна непереможна», в т.ч. через фінансування з

державного бюджету витрат на туристичний маркетинг, фінансування участі невеликих туристичних вітчизняних компаній у міжнародних туристичних виставках та форумах. Потрібно буде скористатися тим фактом, що Україну в усьому світі нарешті стали ідентифікувати як окрему державу – незламну, сильну, непереможну. До нашої країни сьогодні прикована увага всієї прогресивної міжнародної спільноти, і є надія, що ця увага буде ще більшою після перемоги України. Тому промоції України за кордоном на найвищому рівні лише посилюватимуть цей ефект.

Друге. Якісне відновлення та облаштування історичних та культурних пам'яток. Ще до війни в Україні нараховувалася значна кількість замків, маєтків та інших цікавих об'єктів, що руйнувалися, а під час військової агресії рф багато музеїв, пам'ятників було зруйновано свідомо чи випадково.

Третє. Впровадження новітніх технологій, діджиталізація туризму, в тому числі військового:

- розробка мобільних застосунків, які пропонуватимуть користувачам мапи, короткий опис чи відео щодо історії тієї чи іншої місцевості, військового об'єкту чи пам'яток архітектури;

- використання штучного інтелекту та віртуальної реальності для внесення елементів гейміфікації у розвиток туризму (наприклад, пропонуватимуть короткі тести для туристів до та після відвідин певної локації, відтворюватимуть певні бої, події у режимі реального часу або ж симулятор певних подій).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи викладене, можемо констатувати, що в післявоєнні роки Україна має реальні перспективи стати повноцінним гравцем на світовому ринку туристичних послуг і матиме для цього істотний потенціал. Ймовірно зміняться лише туристичні дистинації, які потребуватимуть ресурсів для свого розвитку. Для багатьох іноземних та вітчизняних туристів Україна буде привабливою не стільки вже з точки зору розвитку культурного, екологічного, релігійного та гірського туризму, як з погляду ознайомлення з новітньою історією боротьби нашого народу за власну незалежність.

1. 2020: Worst Year In Tourism History With 1 Billion Fewer International Arrivals. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewerinternational-arrivals>

2. Travel and Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future URL https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf

3. World Data Atlas. URL: <https://knoema.com/atlas>

4. Як розвивати туристичний бізнес// URL: <https://tyzhden.ua/Society/197532>

5. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання //Бізнес-інформ. 2021. №1. С. 117-184. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-1_0-pages-177_184.pdf

6. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії. Київ, 2020. С. 28. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>

7 Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документа «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>

8. Туристична статистика: результати дослідження внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів // URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya>
9. Як розвивати туристичний бізнес// URL: <https://tyzhden.ua/Society/197532>
10. Через війну надходження до держбюджету від тургалузі скоротилися майже на 26% // URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-tur-galuzi-skorotilysiya-mayzhe-na-26>
11. Загальна сума прямих збитків інфраструктури зросла до \$114.5 млрд. URL: <https://bit.ly/3SmcnFr>
12. Ключковський О., Ключковська В. Застосування SWOT-аналізу як базисної умови при формуванні стратегії розвитку туристичної сфери Вінницької області // Галицький економічний вісник, 2019. №5 (60). URL:
13. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розвиток економіки». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>
14. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>
15. День туризму 2022 разом з Visit Ukraine // URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine>
16. Бойко О., Далецька М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу // Управління змінами та інновації. 2022. №3. С. 5-10. URL: <https://bit.ly/3SCiF0w>
17. Сімнадцять загальнонаціональне опитування: ідентичність, патріотизм, цінності (17-18 серпня 2022) // URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/s_mnadcyate_zagalnonac_onalne_opituvannya_denticn_st_patr_otizm_c_nnost_17-18_serpnja_2022.html?fbclid=IwAR1ShITAR6jP3xDzvbZA-GBTvI2N9hP9mnCbsRIQ6bzzifwLJ0ab-LQ8au0
18. Барвінок М. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2022. Вип. 18. Т. 2. 302 с.

-
1. 2020: Worst Year In Tourism History With 1 Billion Fewer International Arrivals. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewerinternational-arrivals> [English]
 2. Travel and Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future URL https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf [English]
 3. World Data Atlas. URL: <https://knoema.com/atlas>. [English]
 4. Як розвивати туристичний бізнес// URL: <https://tyzhden.ua/Society/197532> [Ukrainian]
 5. Kulyniak I. Ya., Zhyhalo I. I., Yarmola K. M. Turystychna haluz v umovakh pandemii COVID-19: tendentsii ta zakhody pidtrymannia //Biznes-inform. 2021. №1. S. 117-184. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-1_0-pages-177_184.pdf. [Ukrainian]
 6. Vnuchko S., Tymoshenko T. COVID-19 ta sotsialnyi dialog v turystychnii haluzi: praktyka YeS ta ukrainskyi realiI. Kyiv, 2020. S. 28. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINS-KI-REALIYI.pdf>. [Ukrainian]
 7. Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini. Onovlennia do dokumenta «Dorozhnia karta konkurentospromozhnogo rozvytku sfery turyzmu v Ukraini». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> [Ukrainian]
 8. Turystychna statystyka: rezultaty doslidzhennia vnutrishnikh, v'iznykh ta vyiznykh turystiv // URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya>.
 9. Iak rozvyvaty turystychnyi biznes// URL: <https://tyzhden.ua/Society/197532> [Ukrainian]
 10. Cherez viinu nadkhodzhennia do derzhbiudzhetu vid turhaluzi skorotylysia maizhe na 26% // URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-tur-galuzi-skorotilysiya-mayzhe-na-26> [Ukrainian]
 11. Zahalna suma priamykh zbytkiv infrastruktury zrosla do \$114.5 mlrd. URL: <https://bit.ly/3SmcnFr>. [Ukrainian]

12. Klochkovskiy O., Klochkovska V. Zastosuvannya SWOT-analizu yak bazysnoi umovy pry formuvanni stratehii rozvytku turystychnoi sfery Vinnytskoi oblasti // Halytskyi ekonomichnyi visnyk, 2019. №5 (60). URL: [Ukrainian]
13. Proekt Planu vidnovlennia Ukrainy. Materialy robochoi hrupy «Vidnovlennia ta rozvytok ekonomiky». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>. [Ukrainian]
14. Kyrychenko S. Podorozhi ta viina: yakoiu bude turindustriia pislia peremohy. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>.
15. Den turizmu 2022 razom z Visit Ukraine // URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/927/den-turizmu-2022-razom-z-visit-ukraine> [Ukrainian]
16. Boiko O., Dalekska M. Rozvytok turizmu pislia zbroinykh konfliktiv u riznykh krainakh svitu // Upravlinnia zminyamy ta innovatsii. 2022. №3. S. 5-10. URL: <https://bit.ly/3SCIF0w>. [Ukrainian]
17. Simnadtsiate zahalnonatsionalne opytuvannia: identychnist. patriotyzm. tsinnosti (17-18 serpnia 2022) // URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/s_mnadcyate_zagalnonac_onalne_opituvannya_dentichn_st_patr_otizm_c_nnost_17-18_serpnia_2022.html?fbclid=IwAR1ShITAR6jP3xDzbvZAGBTvI2N9hP9mnCbsRIQ6bzzifwLJ0ab-LQ8au0. [Ukrainian]
18. Barvinok M. V. Perspektyvy rozvytku voiennoho turizmu na terytorii Ukrainy pislia zachenchennia rosiisko-ukrainskoi viiny // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu: naukovi zhurnal. Ivano-Frankivsk : Vyd-vo Prykarpatskoho natsionalnoho universytetu imeni Vasylia Stefanyka, 2022. Vyp. 18. T. 2. 302 s. [Ukrainian]