

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-78>

УДК 338.48-32-026.12]:33.021(477)(045)

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

ANALYSIS AND EVALUATION OF TOURIST ACTIVITY OF THE SUBJECTS OF EXCURSION TOURISM IN UKRAINE

Слатвінська Леся Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла тичини
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6747-2374>

Збиранник Оксана Миколаївна

старший викладач,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2039-8952>

Slatvinska Lesia

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Zbyrannyk Oksana

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

У статті досліджено потенціал туристичної активності суб'єктів екскурсійного туризму в Україні у період пандемії COVID-19 і у період до терористичного вторгнення РФ на суверенну Україну. У процесі аналізу встановлено, що у кризовий період на основі впровадження інновацій на рівні управління ресурсами підприємствам екскурсійного обслуговування вдалось отримати прибутки, а потенційний українських турист є активним споживачем екскурсійних послуг для якого найбільш популярним способом проводити час у подорожі Україною за згадками відвідування є екскурсійний туризм (платні/спеціально організовані екскурсії), його обирає третина споживачів. Обґрунтовано, що в Україні туризм може стати драйвером відновлення галузевих економік. Визначено напрями розвитку суб'єктів екскурсійного туризму у воєнний та післявоєнний періоди, що базуються на основі реалізації цілей сталого розвитку з метою імплементації загальноєвропейських стандартів розвитку суспільства, що інтегрується.

Ключові слова: екскурсійний туризм, туристичний продукт, туристична активність, сталий розвиток туризму.

The article examines the potential of tourist activity of excursion tourism entities in Ukraine during the COVID-19 pandemic and in the period before the Russian Federation's terrorist invasion of sovereign Ukraine. The analysis shows that during the crisis period, based on the introduction of innovations at the level of resource management, excursion service enterprises managed to make a profit, and a potential Ukrainian tourist is an active consumer of excursion services for whom the most popular way to spend time traveling in Ukraine, according to the mentions of visiting, is excursion tourism (paid/specially organized excursions), chosen by a third of consumers. It is substantiated that in Ukraine tourism can become a driver of sectoral economic recovery. The study identifies the directions of development of excursion tourism entities in the wartime and post-war periods, based on the implementation of sustainable development goals in order to implement pan-European standards for the development of an integrating society. It is substantiated that in adapting to the real conditions of development in the near future in Ukraine, the subjects of the tourism market, in particular, excursion tourism in terms of strategic planning and operational management should be guided by European and world standards. One of them is the goals of sustainable tourism development. Modern sustainable development goals set their own requirements for the subjects of tourism organization, including sightseeing, the goals fully take into account the current and future economic, social and environmental impacts of tourism, meeting the needs of consumers of sightseeing services, the industry, the environment and host communities, preserving their built and living cultural heritage and traditional values and promoting intercultural understanding and tolerance. It is substantiated that the achievement of sustainable development goals by farms in the organization of excursion tourism is a continuous process and requires constant monitoring of the impact, and the introduction of the necessary preventive and/or corrective measures, when necessary, contributes to maintaining a high level of tourist satisfaction and provides a meaningful experience, raising awareness of sustainable development issues and promoting sustainable tourism practices among them.

Keywords: excursion tourism, tourist product, tourist activity, sustainable development of tourism.



Постановка проблеми. В економіці незалежної України туризм посідає пріоритетне місце. Державні, регіональні програми розвитку економіки держави визначають його як сектор розвитку територій та покращення життя населення. Нині Україна переживає надзвичайно складний час – протистояння збройному, військовому тероризму з боку росії. Індустрія туризму як і багато інших секторів нашої держави: освіта, наука, культура, медицина, агропромисловий комплекс працюють на обороноздатність нашої держави, забезпечуючи громадян: продуктами харчування, можливістю навчатись, отримувати медичні послуги, здійснювати реабілітацію та рекреацію. Завдяки цим сферам народного господарства ми можемо популяризувати Україну у світі, демонструючи її величну історію та неймовірну любов до свободи. Україна продовжує нарощувати свій потенціал туристичного магніту і головну економічну роль у цьому відіграють суб'єкти туристичного ринку. Саме зараз, коли глобальний туризм демонструє унікальну можливість відновлюватись. Україна за підтримки країн партнерів бере приклад із їх досвіду та інвестуючи в людський капітал і проекти пов'язані з розвитком туризму може реалізувати потенціал туристичного сектора, щоб стимулювати зростання та можливості для всіх учасників ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема сталого розвитку туризму привернула увагу експертів Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), які розробили ряд рекомендацій [1].

Проблеми розвитку туризму, а саме вивчення можливостей унаочнення та розкриття того, яким чином саме у туристичній діяльності досягається взаємообумовленість зростання економічного, соціального і культурного, яким чином диверсифікація та оновлення видів туристичної діяльності, його локацій, та вдосконалення зв'язків адміністративного, економічного, культурного підпорядкування, можуть сприяти відновленню усієї системи суспільних практик у добу боротьби із біологічними загрозами (пандемія COVID-19, її наслідки), та продовженням системних кризових явищ у глобальному просторі світової економіки і геополітики, загостренням дестабілізації суспільного життя під впливом російської військової агресії досліджував колектив провідних українських вчених: В. К. Федорченко, П. В. Федорченко-Кутуєв Н. В. Федорченко, О. І. Василець [2], також колектив дослідників окреслив нові можливості розвитку туризму в

умовах надання Україні статусу кандидата до вступу в ЄС.

Постійний моніторинг та аналіз досліджень екскурсійного ринку здійснюється на рівні Державного агентства розвитку туризму України, результати досліджень оприлюднюються [3]. Питання щодо аналізу економічної діяльності суб'єктів екскурсійного туризму висвітлювались фахівцями громадської організації Національна туристична організація України [4].

К. А. Компанець [5] у своєму дослідженні приділяє увагу обґрунтуванню методів та принципів управління туристичними організаціями в умовах глобалізаційних викликів з метою формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та оцінка досвіду туристичної активності суб'єктів екскурсійного туризму в Україні у період до повномасштабного воєнного вторгнення росії на територію України, а також формування шляхів розвитку суб'єктів ринку екскурсійного туризму в умовах європейської інтеграції та реалізації цілей сталого розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному соціально-економічному просторі туризм – це впливове явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими сферами життя населення. Туризм як економічний драйвер має вплив на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт. Надання Україні статусу кандидата до вступу в ЄС відкриває нові можливості для розвитку різних секторів суспільної практики, водночас використання цих можливостей передбачає нове бачення діяльності різних структур, адже на транскордонну співпрацю зорієнтовані певні галузі народногосподарського комплексу, особливо – туристична. Туризм має унікальний об'єднуючий потенціал, що спрощує державний вибір між інвестиціями у пріоритетні та прибуткові галузі [1].

На думку провідних науковців України – туристична галузь, серед багатьох інших, має важливу функцію висвітлення та діагностики ресурсної спроможності інших сфер, вона здатна до окреслення перспектив їх розвитку та суголосності загальносуспільним інтересам. Корпорації та держава перебувають у просторі нових конфліктів сучасної глобальної доби. Конструктивне вирішення супереч-

ностей між ними передбачає нове бачення туристичної галузі, та креативність у використанні її можливостей. Як особливий вид діяльності, туризм також допомагає узгодити інтереси різних соціальних груп та різних видів їх активності, масштабувати їх позиціонування. Саме туризм надає нам шанс збагатитися синергією взаємодій, оновити бачення того, як ми сприймаємо результативність і як насправді, за сучасних умов, необхідно вимірювати ефективність того чи іншого виду, суб'єкту, осередку діяльності [1].

Організація екскурсійного туризму як пріоритетного напрямку туристичного ринку формує у визначених межах економічну, науково-культурну, освітню, екологічну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки. Сучасні цілі організації екскурсійного туризму орієнтовані на удосконалення і розвиток в першу чергу внутрішнього та міжнародного туризму, що у свою чергу вимагає якості виробничих і управлінських процесів, які мають бути відображені у гармонізації стандартів із світовими вимогами, в першу чергу з ЄС [7].

У наших попередніх дослідженнях ми обґрунтовували питання зростання обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму так як цей напрямок наукових і практичних досліджень отримав особливу увагу, що викликано різними причинами. По-перше, підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому. По-друге, розширення цілей самого туризму, так відправляючись у туристську подорож не завжди на перший план ставляться тільки рекреаційні цілі. Перебуваючи на відпочинку, сучасні споживачі туристичних послуг бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку. По-третє, пов'язане із тлумаченням самого поняття «туристичний продукт» як комплексу послуг надаваного туристові в ході подорожі. Зрозуміло, що типові туристські послуги представляють: розміщення, харчування й перевезення туристів. Але з огляду на історичний розвиток вітчизняного та міжнародного туризму, а також сучасної національної законодавчої бази екскурсії стають четвертою характерною туристською послугою, причому іноді граючи головну роль при виборі регіону подорожі. По-четверте, зростає пропозиція суто екскурсійних програм, тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону. І відповідно сформу-

вався окремий вид туризму – екскурсійний туризм [7].

Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристської організації (UNWTO) [1] даний комплекс повинен включати не менш, ніж три послуги у вільній комбінації. Згідно із Законом України «Про туризм», туристський продукт – це «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури відпочинку й розваг, реалізації сувенірної продукції й інше)» [8].

Екскурсійний туризм – подорож із пізнавальною метою. Це найбільш поширена форма туризму, якою займаються сучасні вітчизняні туристичні фірми, бажання громадян України ознайомитися з історичними, культурними, природними та іншими пам'ятками різних регіонів України та за кордоном, задовольняється великою кількістю пропозицій туристичних підприємств (фірм, організацій) [9].

За даними Zruchno.Travel за допомогою експертів Асоціації індустрії гостинності України в 2021 році серед українських туристів, які організовано відпочивали, екскурсійний туризм займав друге місце за видами відпочинку. Серед регіонів України лідером з організації екскурсійного туризму вважається Львівська область, яка приваблює туристів європейською атмосферою міст, гарною природою та розвиненою інфраструктурою, відповідно має найбільший туристичний збір [10].

К. А. Компанець [5] у своєму дисертаційному дослідженні виділяє такі основні принципи формування конкурентоспроможного туристичного продукту:

- соціально-культурного спрямування, що передбачає врахування соціальних та культурних уподобань споживачів туристичної галузі, вивчення статистичної, анкетної та інформативної доступності при створенні туристичного екскурсійного маршруту;

- соціально-економічного спрямування, що передбачає мінімізацію собівартості туристичного продукту щодо задоволення туристичних потреб споживача туристичною екскурсійною послугою;

- цілеспрямованості, що передбачає врахування цілей споживача туристичної екскурсійної послуги та вивчення попиту на тематичні екскурсії на туристичному ринку;

– ефективності, що передбачає врахування специфіки дій по реалізації туристичної екскурсійної послуги з максимальним задоволенням уподобань туриста, що веде до збільшення туристичних потоків;

– системності, що передбачає безперервний зв'язок при створенні нового конкурентного туристичного продукту, екскурсійної послуги між усіма інфраструктурними одиницями.

Сучасний екскурсійний туризм як економічне явище: має індустріальну форму; виступає у вигляді турпродукту і послуг, що не можуть накопичуватися і транспортуватися; створює нові робочі місця і виступає найчастіше інноватором освоєння нових районів і каталізатором прискореного розвитку національної економіки; слугує механізмом перерозподілу національного доходу на користь країн, що спеціалізуються на туризмі; є мультиплікатором зростання національного доходу, зайнятості і зростання місцевої інфраструктури і росту рівня життя місцевого населення; характеризується високою ефективністю і швидкою окупністю інвестицій; є ефективним засобом охорони природи і культурної спадщини, оскільки саме ці елементи становлять основу його ресурсної бази; пов'язаний практично з усіма галузями господарства і видами діяльності людини, оскільки саме їхня диференціація і дискретність створюють ту різницю потенціалів рекреаційного середовища, що спонукають людей до пізнання і зміни місць свого перебування [6].

За даними Національної туристичної організації України, що відображені у Туристичному барометрі ми провели аналіз економічної активності суб'єктів екскурсійної діяльності, за даними (табл. 1) ми спостерігаємо, що кількість суб'єктів екскурсійної діяльності у 2019 році порівняно із 2011 роком зменшилась на 43%, відповідно кількість екс-

курсійних працівників зменшалась на 68%, але загальна ефективність суб'єктів економічної діяльності зросла і становить 171 % у 2019 році порівняно із 2011 роком. Ми можемо стверджувати, що спад відбувся на фоні пандемії, а зростання відбулось за рахунок впровадження різних видів інновацій тими підприємствами які залишились на ринку, відповідно інновації стимулювали зростання доходу упродовж досліджуваного періоду [4].

Оцінюючи показники зростання економічної ефективності суб'єктів екскурсійного туризму, важливо дослідити фактори впливу та зростання попиту на екскурсійні послуги, і що саме стимулювало туристів споживати туристичний продукт до складу якого входила екскурсійна послуга, адже закриття кордонів через пандемію COVID-19, стимулювало розвиток внутрішнього туризму.

За даними дослідження яке проводилось на замовлення Державного агентства розвитку туризму України [3] проведемо аналіз та оцінку споживачів туристичного продукту та зокрема споживачів екскурсійної послуги. Як відомо, успіх людини вимірюється її туристичною активністю, адже люди, які подорожують країною, мають вищий показник середньомісячного доходу на одного члена домогосподарства в порівнянні з тими, хто не подорожує своєю країною або іншими країнами. Українці з вищою освітою частіше зазначали, що вони мають подорожі за кордон, при цьому респонденти з середньою повною та середньою спеціальною освітою частіше зазначали, що вони не подорожують за кордон. 38% українців у віці 15–70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік. Жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму, в той час як вік українців суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість туристичних мандрівок.

Таблиця 1

Аналіз економічної активності суб'єктів екскурсійної діяльності у 2011–2019 рр.

Кількість суб'єктів екскурсійної діяльності, од.									
2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2011,%
404	452	477	149	135	151	169	199	233	-43
Кількість екскурсійних працівників, осіб									
1143	1098	968	241	220	262	287	326	367	-68
Дохід екскурсійних підприємств, млн/грн									
62231,6	74340,7	85172,4	13762,9	20887,4	31509	56125,2	102011,2	106579,4	+171

Джерело: [4]

Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується.

На туристичну активність істотно впливає тип населеного пункту, де проживають українці. Частіше подорожують міські жителі, при цьому дещо частіше – мешканці великих міст (обласних центрів). Показники туристичної активності в різних регіонах України не мають великих розбіжностей. Певною мірою активніше подорожували у 2021 році жителі Сходу і Заходу України, дещо менше – жителі південних і центральних областей.

Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці – відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці, втім його називають в сім разів рідше, аніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше. Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Загалом вони схожим чином відповідають на це питання. Єдиною відмінністю зафіксовано те, що серед чоловіків є дещо більша частка тих, хто такою метою називає індивідуальні ділові візити (8% проти 3% серед жінок-респондентів).

Різні вікові групи доволі схожим чином відповідають про мету своїх подорожей Україною. Помітно відрізняються респонденти 55–70 років, як помітно рідше називають метою подорожей відпустку, дозвілля та відпочинок і водночас вдвічі частіше порівняно з молодшими респондентами в якості такої мети відвідування рідних або друзів. Таку відмінність можна пояснити тим, що значна частина цих респондентів належать до пенсіонерів, які мають доволі поганий матеріальний стан і не можуть задовольняти повною мірою свої рекреаційні потреби.

Абсолютна більшість жителів різних регіонів називають основною метою своїх подорожей – відпустки, дозвілля та відпочинок. Найбільша частка таких відповідей серед усіх регіонів у Києві, що пов'язано з порівняно кращим матеріальним станом респондентів-київчан. Загалом не тільки в Києві, а в обласних центрах дещо частіше називали метою подорожей Україною в цілому відпустки, дозвілля

та відпочинок. Це так само можна пояснити кращим матеріальним станом жителів великих міст, обласних центрів, порівняно з невеликими містами або селами.

Дані, які характеризують вибір виду відпочинку туристів відображено у (табл. 2.). Порівняно частіше опитані називали пляжний туризм в якості найбільш улюбленого виду відпочинку в Україні – його назвали близько половини опитаних (48%). На другому місці екскурсійний туризм про який згадала понад третина респондентів (36%). На третьому місці з великим відривом гірськолижні курорти (17%). Також респонденти порівняно часто називали найбільш улюбленими видами відпочинку в Україні лікувально-оздоровчий туризм (14%) та тури вихідного дня (10%).

В залежності від статі респондентів 32% чоловіків обирають екскурсійний туризм серед інших видів туризму та 40% серед опитаних жінок. В залежності від віку екскурсійний туризм (їздити по різних цікавим локаціям) обрали респонденти у віці 15–24 роки (33%), у віці 25–34 роки (35%), у віці 35–44 (36%), у віці 45–54 роки (39%), у віці 55–70 (38%).

Серед регіональних розбіжностей у відповідях на це питання, слід виділити, що у західних областях помітно рідше обирають пляжний туризм, аніж у інших регіонах і особливо на Сході України.

Водночас жителі західних областей та Києва частіше обирали екскурсійний туризм та гірськолижний туризм, порівняно з іншими регіонами. Останню розбіжність можна пояснити як фінансовими причинами, так і логістичними – жителям даних регіонів набагато зручніше діставатися до гір, порівняно з Півднем та Сходом країни.

Перевагу екскурсійному туризму в залежності регіону проживання респондентів надають 40% респондентів Західного регіону, м. Київ – 42%, Центрального – 34%, Північного – 35%, Південного – 34%, Східного – 33%.

Основною відмінністю у відповідях за поселенською ознакою можна виділити те, що сільські жителі загалом рідше дають множинні відповіді щодо улюблених видів відпочинку. Через це серед них явно менша частка згадок про цілу низку видів відпочинку порівняно з мешканцями міст і особливо обласних центрів, як-то про екскурсійний туризм, тури вихідного дня, розважальні тури, участь у відвідуваннях культурних заходів. В залежності від типу населеного пункту проживання екскурсійний туризм обирають 40% мешканців обласних центрів, 36% – міст, 31% – сіл.

Таблиця 2

Види відпочинку, яким надають перевагу в Україні (%) листопад-грудень 2021 р.

Види відпочинку	% опитаних
Пляжний туризм	48
Екскурсійний туризм – їздити по різних цікавим локаціям	36
Гірськолижні курорти	17
Лікувально-оздоровчий туризм	14
Тури вихідного дня	10
Розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів)	9
Участь або відвідування культурних заходів	8
Сільський туризм	7
Спортивний туризм, відвідання та участь у спортивних заходах	7
Шопінг (здійснення покупок)	5
Екстремальний туризм	4
Спа-курорти	4
Гастротуризм	3
Паломництво	2
Інше	1

Джерело: [3]

Двома найбільш популярними способами проводити час у подорожі Україною респонденти називають прогулянки, включаючи самостійне відвідування музеїв, пам'яток архітектури (39%) та відпочинок на пляжі (39%). Обидва способи набирають однакову кількість згадок і корелюють з відповідями громадян, щодо найбільш улюблених видів відпочинку. На другому місці за згадками відвідування платних/спеціально організованих екскурсій – його називає третина респондентів (32%). На третьому місці активний відпочинок, заняття спортом (23%), що також частково корелює з відповідями опитаних на попереднє питання. Також в цілому корелюють з ними решта відповідей щодо способів проводити час у подорожі країною: відвідування музеїв, оздоровлення тощо. Жінки-респонденти частіше за чоловіків називали такі активності під час подорожі, як відвідування екскурсій, прогулянки з самостійним відвідуванням музеїв та відпочинок на пляжі, а також шопінг та оздоровлення. Натомість чоловіки помітно частіше за жінок згадували про активний відпочинок під час подорожей, що включав катання на лижах, сноубордах, велосипеді тощо та заняття спортом. Перевагу серед різних видів активностей під час подорожі Україною, а саме відвідування платних, спеціально організованих екскурсій надають 27% чолові-

ків, 37% жінок. Серед різних видів активностей під час подорожі Україною, а саме відвідування платних, спеціально організованих екскурсій в залежності від віку надають у віці 15–24 роки (28%), у віці 25–34 роки (30%), у віці 35–44 (31%), у віці 45–54 роки (35%), у віці 55–70 (38%).

У західних областях та Києві набагато частіше, аніж у інших регіонах називають прогулянки, які включають самостійне відвідування музеїв, пам'яток архітектури. Крім того, жителі цих областей та столиці явно більше згадують про активний відпочинок, як-то катання на лижах, сноуборді, велосипеді тощо. Це корелює з відповідями цих респондентів на питання стосовно найулюбленіших видів відпочинку. Жителі Сходу країни більше за інших віддають перевагу пляжному відпочинку під час подорожей Україною, а також відвідуванню екскурсій. Відвідування платних, спеціально-організованих екскурсій охоче обирають мешканці Західного регіону – 31%, м. Київ – 32%, Центр – 31%, Північ – 33%, Південь – 31%, Схід – 36%. В залежності від типу населеного пункту проживання спеціально організовану, платну екскурсію серед інших видів туристичних активностей обирає 35% мешканців обласних центрів, 32% мешканців міст, 29% мешканців сіл.

Основним ресурсом, з якого опитані, які подорожують країною з різною частотою, дізнаються про туристичні об'єкти України, є соціальні мережі – про них згадує половина респондентів (50%). На другому місці поради родичів, знайомих та колег (40%). На третьому – мережа Інтернет загалом (33%). Також кожен п'ятий дізнається про українські туристичні об'єкти з Youtube та ще 12% за допомогою телебачення. Жінки помітно частіше за чоловіків називають соцмережі, в якості ресурсів, з яких дізнаються про туристичні об'єкти в країні. Натомість чоловіки порівняно більше згадують про Youtube, як таке джерело інформації. Окрім цих, респонденти з обох категорій не мають дуже великих розбіжностей у відповідях на питання щодо ресурсів, з яких вони дізнаються про туристичні об'єкти в Україні.

Джерела інформації про туристичні об'єкти України, які респонденти використовують в залежності від статі: соцмережі – жінки 56%, чоловіки 45%; поради друзів / родичів/ колег – жінки 41%, чоловіки 38%; в мережі інтернет – жінки 33%, чоловіки 33%; YouTube – жінки 18 %, чоловіки 24 %; телебачення – жінки 12%, чоловіки 12 %; історичні моменти – жінки 3%, чоловіки 4%; туристично-інформаційні центри (ТІЦ) – жінки 5 %, чоловіки 4 %; друковані видання – жінки 3%, чоловіки 3%; тревел-Блоги/Блогери – жінки 4%, чоловіки 3%; інше жінки 1%, чоловіки 2%.

Серед пріоритетів тих респондентів, які використовують соцмережі, для того аби дізнатися про туристичні об'єкти в Україні: Фейсбук – 69%, Інстаграм – 59%; Вайбер – 18%; Телеграм – 16%; Тік-ток – 12% Твіттер – 4%; Інше – 0,3%.

Абсолютна більшість респондентів серед тих, які мають подорожі Україною з різною частотою, стверджує, що планує подорожі Україною самостійно і не замовляє туристичні послуги 83%. Про те, що вони зазвичай замовляють туристичний пакет у туристичного оператора розповіли 12% опитаних.

Чоловіки та жінки віддають перевагу самостійному прокладанню маршрутів, подорожуючи країною. Можна відмітити, що чоловіки-респонденти навіть ще частіше аніж жінки-респонденти. Єдиною віковою групою, яка віддає перевагу відвідуванню популярних серед українців місць під час подорожей країною, є респонденти 55–70 років. Всі інші вікові групи радше люблять прокладати власні маршрути невідомими маршрутами. Полюбляють прокладати власні маршрути невідомими

місцями, в яких я раніше не був/ла 58%, відвідують лише популярні місця серед українців 42%.

З огляду на всі організаційні моменти щодо подорожі українці готові рекомендувати мандри Україною своїм знайомим, друзям, рідним. Половина опитаних не має з цього приводу жодних сумнівів, переважна більшість оцінює вірогідність таких рекомендацій, як високу (83% оцінюють за 10-бальною шкалою ймовірність своїх рекомендацій від 6 до 10 балів). Жінки у середньому оцінюють вірогідність рекомендації рідним, друзям, знайомим мандрувати Україною дещо вище за чоловіків. Найбільш ймовірно почути таку рекомендацію від молодих українців, найменш ймовірно – від жителів України у віці 65–70 років. Більшу готовність рекомендувати Україну для подорожей демонструють жителі західних та центральних областей, порівняно меншу – жителі сходу. Цікаво, що ті українці, які самі подорожують Україною, з більшою готовністю радять й іншим мандрувати нашою країною. А найбільше таких рекомендацій можна почути від тих, хто мандрував Україною протягом 2021 року.

З 2014 року на території Луганської, Донецької областей та АР Крим та з 24 лютого 2022 року Україна переживає надзвичайно складний період – терористичне вторгнення РФ на територію суверенної, незалежної, демократичної, соціальної, правової держави Україна. Багато регіонів України через військову агресію втратили туристичні ресурси, тому велику частку туристично-рекреаційних в тому числі екскурсійних послуг надають центральні та західні регіони. Використовуючи потенціал туризму у період війни суб'єкти туристичного ринку акумулюють синергетичний ефект на інші сфери. Сьогодні Україну підтримують всі країни лідери та розвинені держави, навіть у воєнний стан країну відвідують багато іноземних гостей.

У ситуаціях суспільного дистресу саме туризм може стати драйвером відновлення економік країн та і усього простору світових обмінів на загал, адже комплексний характер задіяних у його (туризму) функціонуванні практик, розмаїття інтересів соціальних акторів та необхідність узгодження цих інтересів шляхом комодифікації суспільного простору через туристичну діяльність, зокрема, окреслює можливості туристичної галузі як справді інноваційні [2].

Адаптуючись до реальних умов розвитку в 2023 році в Україні суб'єкти туристич-

ного ринку, зокрема, екскурсійного туризму в аспекті стратегічного планування та операційного управління повинні орієнтуватись на загальноєвропейські та світові стандарти. Одними із таких є цілі сталого розвитку туризму. Сучасні цілі сталого розвитку ставлять свої вимоги до суб'єктів організації туризму в тому числі й екскурсійного, цілі повністю враховують поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки туризму, задовольняючи потреби споживачів екскурсійних послуг, галузі, навколишнього середовища та приймаючих громад.

Суб'єктам туристичного ринку в тому числі господарствам екскурсійного туризму варто враховувати рекомендації UNWTO [1] щодо сталого розвитку туризму та практики управління, які полягають у дотриманні принципів сталого розвитку та стосуються екологічних, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму, і між цими трьома вимірами господарствам необхідно встановити відповідний баланс, щоб гарантувати довгострокову стійкість екскурсійного туризму.

Таким чином, розвиваючись на принципах сталого туризму господарства екскурсійного туризму повинні: оптимально використовувати ресурси навколишнього середовища, які є ключовим елементом розвитку туризму, підтримуючи важливі екологічні процеси та допомагаючи зберегти природну спадщину та біорізноманіття; поважати соціокультурну автентичність приймаючих громад, зберігати їх збудовану та живу культурну спадщину та традиційні цінності та сприяти міжкультурному розумінню та толерантності; забезпечити життєздатні, довгострокові економічні операції, забезпечуючи соціально-економічні переваги для всіх зацікавлених сторін, які справедливо розподілені, включаючи стабільну роботу та можливості отримання доходу та соціальні послуги для приймаючих громад, а також сприяючи зменшенню бідності; сталий розвиток екскурсійного туризму вимагає інформованої участі всіх відповідних зацікавлених сторін, а також сильного політичного лідерства для забезпечення широкої участі та досягнення консенсусу. Досягнення сталого розвитку господарствами при організації екскурсійного туризму є безперервним процесом і вимагає постійного моніторингу впливу, запровадження необхідних профілактичних та/або коригувальних заходів, коли це необхідно; сталий екскурсійний туризм також має підтримувати високий рівень задоволеності туристів і забезпечувати значущий досвід для

туристів, підвищуючи їхню обізнаність щодо питань сталого розвитку та просуваючи практику сталого туризму серед них.

Висновки. У статті досліджено потенціал туристичної активності суб'єктів екскурсійного туризму в Україні у період пандемії COVID-19 і у період до терористичного вторгнення РФ на суверенну Україну. У процесі аналізу встановлено, що у кризовий період на основі впровадження інновацій на рівні управління ресурсами підприємствам екскурсійного обслуговування вдалось отримати прибутки, а потенційний українських турист є активним споживачем екскурсійних послуг для якого найбільш популярним способом проводити час у подорожі Україною за згадками відвідування є екскурсійний туризм (платні/спеціально організовані екскурсії), його обирає третина споживачів. Обґрунтовано, що в Україні туризм може стати драйвером відновлення галузевих економік. У процесі дослідження визначено напрями розвитку суб'єктів екскурсійного туризму у воєнний та післявоєнний періоди, що базуються на основі реалізації цілей сталого розвитку з метою імплементації загальноєвропейських стандартів розвитку суспільства, що інтегрується.

Обґрунтовано, що адаптуючись до реальних умов розвитку в найближчій перспективі в Україні суб'єкти туристичного ринку, зокрема, екскурсійного туризму в аспекті стратегічного планування та операційного управління повинні орієнтуватись на загальноєвропейські та світові стандарти. Одними із таких є цілі сталого розвитку туризму. Сучасні цілі сталого розвитку ставлять свої вимоги до суб'єктів організації туризму в тому числі й екскурсійного, цілі повністю враховують поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки туризму, задовольняючи потреби споживачів екскурсійних послуг, галузі, навколишнього середовища та приймаючих громад, зберігаючи їх збудовану та живу культурну спадщину та традиційні цінності та сприяючи міжкультурному розумінню та толерантності.

Обґрунтовано, що досягнення цілей сталого розвитку господарствами при організації екскурсійного туризму є безперервним процесом і вимагає постійного моніторингу впливу, а запровадження необхідних профілактичних та/або коригувальних заходів, коли це необхідно сприяє підтримці високого рівня задоволеності туристів і забезпечує значущий досвід, підвищуючи їхню обізнаність щодо питань сталого розвитку та просуваючи практику сталого туризму серед них.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Сталий розвиток. Офіційний сайт UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
2. Федорченко В. К., Федорченко-Кутуєв П. В., Федорченко Н. В., Василюк О. І. Туризм – потенціал відновлення та модернізації українського суспільства. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2022. Випуск 4(56). С. 17–29.
3. Державне агентство розвитку туризму України. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>.
4. Національна туристична організація України. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
5. Компанець К. А. Організаційно-економічне обґрунтування принципів та методів управління підприємством (на прикладі туристичних організацій) : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 20 с.
6. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 554 с.
7. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5596>.
8. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посібн. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
10. Лідери екскурсійного туризму. *Travel–Журнал. Zruchno. Travel*. URL: https://zruchno.travel/Publications/Entry/3714?lang=ua&fbclid=IwAR28Rn8Qrr6BI4j0PJYS3tISi_Fib8Xk6BvcAEU7gSbV9zXrnb7x0goRIFw.

REFERENCES:

1. Sustainable development. Official website of the UNWTO. Retrieved from: <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
2. Fedorchenko V. K., Fedorchenko-Kutuev P. V., Fedorchenko N. V., & Vasilets O. I. (2022). Turyzm – potentsial vidnovlennia ta modernizatsii ukrainskoho suspilstva [Tourism – the potential for restoring and modernizing Ukrainian society]. *Bulletin of NTUU "KPI". Political science. Sociology. Law*. Issue 4(56). P. 17–29. [in Ukrainian]
3. State Agency for Tourism Development of Ukraine. Report on the results of the survey "Conducting a study of domestic and outbound tourism of Ukrainians". Retrieved from: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>.
4. National Tourist Organization of Ukraine. Retrieved from: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
5. Kompanets K. A. Orhanizatsiino-ekonomichne obgruntuvannia pryntsyypiv ta metodiv upravlinnia pidpriemstvom (na prykladi turystychnykh orhanizatsii) [Organizational and economic substantiation of the principles and methods of enterprise management (on the example of tourist organizations)]. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv. [in Ukrainian]
6. Malska M. P., Rutynsky M. Y., & Bilous S. V. (2016). Ekonomika turyzmu: teoriia ta praktyka [Economics of tourism: theory and practice]. Kyiv: Center for Educational Literature. [in Ukrainian]
7. Slatvinskaya L. (2017) Orhanizatsiia ekskursiinoi diialnosti: ekonomichniy vektor [Organization of excursion activity: economic vector]. *Effective economy*. № 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5596>.
8. The Law of Ukraine "On Tourism". Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
9. Kifiak V. F. (2003). Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini [Organization of tourist activity in Ukraine]. Chernivtsi: Books-XXI. [in Ukrainian]
10. Leaders of excursion tourism. *Travel-Journal. Zruchno. Travel*. Retrieved from: https://zruchno.travel/Publications/Entry/3714?lang=ua&fbclid=IwAR28Rn8Qrr6BI4j0PJYS3tISi_Fib8Xk6BvcAEU7gSbV9zXrnb7x0goRIFw.