

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МУЗЕЙНО-
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему :

**РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ МІСТА
ХАРКІВ ПІСЛЯ ВОЄННОГО СТАНУ**

здобувача вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

ГУРІЄЛІ ЄЛИЗАВЕТИ ЕЛГУДЖАЇВНИ

Допущено до захисту:
Завідувачка кафедри, доктор
Культурології, доцент

**БОЖКО
ЛЮБОВ
ДМИТРІВНА**

Науковий керівник:
доктор наук з державного
управління, професор

**СТЕПАНОВ
ВІКТОР
ЮРІЙОВИЧ**

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.ХАРАКТЕРИСТИКА ХАРКІВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ.....	5
1.1 Особливості розвитку туризму на Харківщині.....	5
1.2 Управління сферою туризму в Харківському регіоні.....	9
Висновки до 1 розділу.....	12
РОЗДІЛ 2.АНАЛІЗ ДОСВІДУ ВІДНОВЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИЗМУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД У КРАЇНАХ СВІТУ.....	13
2.1 Досвід функціонування сфери туризму під час воєнного стану	13
2.1 Розвиток туристичної сфери в післявоєнний період на прикладі ряду країн Світу.....	16
Висновки до 2 розділу.....	21
РОЗДІЛ 3.РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ МІСТА ХАРКІВ ПІСЛЯ ВОЄННОГО СТАНУ.....	23
3.1 Зміна контексту туристичної пропозиції Харкова післявоєнного стану	23
3.2 Методи залучення іноземних інвестицій у сферу туризму з ціллю відновленняміста Харків та регіону	26
3.3 Туризм як спосіб психологічної реабілітації для громадян України.....	30
Висновки до 3 розділу.....	33
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38

ВСТУП

Актуальність теми. З початком воєнного стану в Україні все змінилося, це відчув кожен громадянин країни. Постраждали всі сфери та галузі, включно з туристичним сектором. На даний момент відомо, що м. Харків та харківський регіон сильно постраждали від воєнних дій. Проте дуже важливо розглядати всі реальні перспективи для відновлення міста.

Україна вже має позитивний імідж у всьому світі, відповідно, існує велика кількість людей, що хотіли б відвідати нашу країну після війни. Організація їх безпечного перебування – одна з задач перед туристичним сектором. Інша – запрошення та привернення уваги до м. Харкова іноземних інвесторів, благодійних організацій та бізнесів. З одного боку, ми маємо справу із серйозним руйнуванням інфраструктури м. Харкова, що впливає на рівень життя громадян. З іншого боку, створюється інтерес ЗМІ до України, яка після війни може перетворитися на туристичний бренд.

Ступінь розробленості теми. Тематика туризму знайшла своє відображення в різнопланових працях зарубіжних і вітчизняних вчених [9, 11–16, 18, 19, 20, 21, 22–24]. Зокрема, питання про використання туризму як засобу рекреації та психологічної реабілітації привернуло увагу багатьох науковців і дослідників, серед яких: Балабанова І., Бейдик О., Божко Л., Горобець О., Подмаркова І., Степанов В., Мазаракі А., Терехуха А., Холодок В., Аніщенко А., Харріс Г, Чабан М. й інші. При цьому, розвиток туризму, в контексті відновлення м. Харків після воєнного стану, потребує уточнення.

Мета роботи: прогнозування перспектив розвитку туризму в контексті відновлення м. Харкова та регіону після воєнного стану.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

– розглянути розвиток туризму в м. Харків за останні роки;

- визначити особливості управління сферою туризму в Харківському регіоні;
- дослідити функціонування сфери туризму під час воєнного конфлікту у країнах світу та в Україні;
- проаналізувати досвід розвитку туристичної сфери в післявоєнний період на прикладі ряду країн : Єгипет, Хорватія, Боснія та Герцоговина;
- охарактеризувати вірогідну зміну контексту туристичної пропозиції Харкова після воєнного стану;
- визначити методи залучення іноземних інвестицій у сферу туризму з ціллю відновлення економіки міста Харків та регіону;
- розглянути туризм як спосіб психологічної реабілітації для громадян України після воєнного стану.

Об'єкт дослідження – туристична діяльність в м. Харкові.

Предмет дослідження – розвиток туризму в м. Харкові після воєнного стану.

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи використовувалося наступні методи дослідження: спостереження, класифікації та синтезу, структурно-логічного методу, розрахунково-конструктивного та прогностового методів, системного аналізу і синтезу.

Теоретичне та практичне значення даного дослідження заключається у висвітленні перспективних способів реставрації сфери туризму в м. Харкові після воєнного стану та впливу даних заходів на покращення функціонування всієї економічної структури міста. Отримані результати можуть бути використані для подальшого вивчення визначеної тематики відповідно до розвитку туризму в м. Харкові після воєнного стану.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота містить вступ, три розділи, висновки, перелік використаних джерел. Загальний обсяг 39 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ХАРКІВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

1.1 Особливості розвитку туризму Харківського регіону

Однією з оригінальних особливостей розвитку туризму в Харківському регіоні є акцент на розвиток екологічного та здорового туризму. У регіоні численна кількість заповідників, природних парків та ландшафтних заказників. Це місця, де можна насолоджуватися красою природи, проводити активний відпочинок та відновлювати здоров'я. Також варто зазначити, що досліджуваний регіон є важливим транспортним вузлом України. Харківська туристична інфраструктура постійно розвивалася та модернізувалася, що дозволяло забезпечувати комфортне перебування туристам. Всі ці фактори вказують на потужний потенціал для розвитку туризму в регіоні. Щодо видів туризму, то найбільшого розвитку у Харкові досягли наступні [19]:

- Історико-культурний. Заснований на інтересі до екскурсій по місту, як для внутрішнього українського споживача (переважно у формі пізнавальних поїздок, турів вихідного дня), так і для іноземних гостей.

- Діловий туризм. Пов'язаний з функціонуванням адміністративно-ділових центрів міста, розвиненою мережею автомобільних і залізничних магістралей та наявністю міжнародного аеропорту. Як діловий, так і культурний туризм — це види бізнесу, які приносять дохід не лише з внутрішнього ринку, а й з міжнародного. Як доповнення, конгреси та ярмарки дозволяють усунути серйозну проблему – сезонний фактор у туризмі. Адже пік подібної подієвої активності припадає на осінь та весну, тобто у «низький сезон» [15].

- Шопінг, подієвий туризм та розваги. Переважно популярний серед жителів області та внутрішніх туристів.

Можна описати загальну картину туристичної привабливості Харкова. Тут континентальний клімат з чотирма сезонами: жарке літо, прохолодна та

дощова осінь, холодна та суха зима та тепла весна. Варто враховувати, що температура в місті нестабільна і потрібно уважно стежити за прогнозом погоди. У середині травня в місті проходить фестиваль «Ніч музеїв», під час якого можна безкоштовно відвідати практично всі музеї міста. Також цього вечора відбуваються концерти, лекції та майстер-класи. У серпні за містом, в аеропорту Коротич, можна відвідати «KharkivAVIAfest». Тут можна побачити авіашоу, арт-інсталяції та різноманітні літаки. Кожен бажаючий може зайнятися стрибком з парашутом і керувати невеликим літаком разом з інструктором. У грудні та січні на площі Свободи відкривається новорічний ярмарок, де можна зігрітися глінтвейном і поласувати м'ясом на грилі. Також тут встановлено ковзанку, яка зазвичай працює до весни. Родзинка – найкрасивіша ялинка, яка сяє всіма кольорами веселки. У цей святковий період весь центр міста перетворюється в яскраву ілюмінацію[9].

Таблиця 1

Туристичні потоки у Харківській області (осіб), 2010-2020 рр.

Рік	Кількість туристів, обслужених суб'єктами турдіяльності Харківської області	Іноземні туристи	Внутрішні туристи	Виїзні туристи
2010	138 440	12 951	50 253	75 236
2011	74 038	550	15 636	57 852
2012	105 663	1701	16 148	87 814
2013	91 648	591	37 226	53 831
2014	71 437	-	3391	68 046
2015	31 233	6	5281	25 946
2016	40 429	1	6712	33 716
2017	51 929	16	8287	43 626
2018	62 232	273	8326	53 633
2019	76 211	223	11 077	64 911
2020	43 989	4	7803	36 182

Джерело: складено автором за даними[4].

До воєнного стану в Харкові нараховувалося близько 300 ліцензій організацій туристичного сектору. Попередні аналізи послуг туристичних компаній Харкова показав, що більшість із них пропонують послуги з

організації виїзного туризму. Пропозиції відпочинку та екскурсійних турів по Україні надходять від 33% компаній. Популярними є такі : катання на лижах у Карпатах, пляжний відпочинок на узбережжі Азовського та Чорного морів, відпочинок та лікування в санаторіях. Цей бізнес переважно сезонний. Менше 10% спеціалізуються самена турах, екскурсіях по Харкову та області.

Навіть серед лідерів галузі в'їзний туристичний продукт займає незначну частку в структурі бізнесу і не відіграє вирішальної ролі в прибутках турпідприємств. Особливо порівнюючи зі збутом в іноземному туризмі. Причинами недостатнього розвитку внутрішнього та в'їзного туризму в Харкові є, по-перше, недостатньо вдосконалена туристична інфраструктура міста відповідно міжнародних стандартів. Друге – недостатнє просування на міжнародному та українському ринку турпослуг[7].

Аналізуючи туристичні пропозиції, можна визначити, які саме ніші ще не зайняті, що особливо цікавить туристів під час пошуку місця до відпочинку і яку мету вони переслідують(рис.1.1).



Рисунок 1.1 – Парк ім. М. Горького м.Харкова

Відзначимо, що туристи віддають перевагу відпочинку та розвагам (91,43%), лікуванню – 4,25%, спортивному туризму – 1,18%. Спеціалізований туризм в свою чергу становить лише 0,28%. Пізнавальні подорожі мають значний відсоток (24,46%) серед туристів Харківщини [11].

Звичайно, Харків може стати популярним серед туристів після воєнного стану, адже місто має багату історію, культуру, архітектуру та розвинуту інфраструктуру. Більшість туристів, які відвідують Харків, захоплюються його архітектурними пам'ятками, такими як монументальні будівлі, різноманітні парки та сквери, а також музеї та галереї.

Харків має добре розвинену інфраструктуру, яка дозволяє зручно та комфортно переміщуватися по місту. Тут є багато готелів різного рівня комфорту та послуг, ресторани з національною та європейською кухнею, а також величезні торговельні центри та ринки, де можна придбати різноманітні сувеніри та товари. До того ж, Харків має дуже зручне розташування в центрі Східної Європи, що дозволяє зручно дістатися до міста з будь-якої точки світу. Тому, з правильною рекламною стратегією та розвитком туристичної інфраструктури, Харків може стати популярним серед туристів після воєнного стану.

1.2 Управління сферою туризму в Харківському регіоні

У Харкові існує декілька інституцій, які займаються управлінням туризмом у місті. Наприклад, при Харківській облдержадміністрації діє Департамент культури і туризму. Його основні завдання виглядають наступним чином[19]:

1. Дозвіл на передачу чи надання в оренду пам'яток місцевого значення їх власниками або уповноваженими ними органами іншим особам до володіння, користування чи управління.

2. Погодження проведення робіт на територіях пам'яток місцевого значення та в охоронних зонах, на нововиявлених об'єктах культурної спадщини. Оформлення дозволів на проведення археологічних досліджень і розкопок.

3. Затвердження містобудівних, архітектурних програм і проєктів ландшафтних перетворень, будівельних робіт, благоустрою, дорожніх і територіальних ремонтів. Зокрема, якщо їх реалізація може тим чи іншим чином вплинути на стан пам'яток місцевого значення, їх територій та заповідних зон.

4. Затвердження наукової і проєктної документації у проведенні консервацій, реставрацій, реабілітацій, музеєфікацій, ремонту пам'яток місцевого значення. Видання відповідних дозволів на роботу з пам'ятками.

Також у місті діє Громадська рада з розвитку туризму, яка забезпечує зв'язок між місцевою владою та туристичними громадськими організаціями. ГРТ – це орган, який був сформований з метою залучення громадськості до управління розвитком туризму в Харкові. Ця рада діє з 2017 року з ініціативи міської влади та підтримки Міністерства культури України. Головна мета ГРТ полягає у підтримці розвитку туризму в Харкові, просуванні міста як туристичного напрямку, розробці туристичних маршрутів, просуванні культурної спадщини міста та залученні інвестицій у туристичну галузь[17].

У склад ГРТ входять представники громадських організацій, експерти з туризму, підприємців, які займаються туристичним бізнесом та представники міської влади. Рада проводить різноманітні заходи, конференції, зустрічі, обговорення, презентації тощо з метою підвищення інтересу до туризму в Харкові та покращення умов для туристів[3].

Крім того, в Харкові є ряд неурядових організацій, які займаються просуванням туристичного потенціалу міста та покращенням якості туристичних послуг. Наприклад, Харківська туристична асоціація працює над розвитком нових туристичних продуктів та забезпеченням маркетингу туристичних послуг у місті та регіоні.

Харківська туристична асоціація (ХТА) - це некомерційна організація, створена з метою підвищення рівня розвитку туризму в Харкові та Харківській області. Її основні завдання полягають у підтримці туристичної індустрії та розвитку туризму в регіоні, а також у створенні сприятливих умов для просування туристичних послуг[14].

Однією з головних діяльностей ХТА є підготовка нових туристичних продуктів та розвиток наявних. Асоціація співпрацює з туристичними компаніями та громадськими організаціями, зокрема з Громадською радою з розвитку туризму Харкова, для розробки та просування нових туристичних маршрутів, подій та акцій.

Також ХТА займається розробкою та проведенням рекламних кампаній, які мають на меті залучення туристів до Харкова та Харківської області. Асоціація підтримує активну присутність у соціальних мережах та на туристичних порталах, що сприяє просуванню туристичних послуг та збільшенню їх популярності серед потенційних відвідувачів. ХТА також співпрацює з міською владою та іншими зацікавленими сторонами з метою покращення інфраструктури для туристів, у тому числі підвищення рівня обслуговування та безпеки туристів в місті[10].

Харків активно співпрацює зі світовими туристичними організаціями та містами з метою підвищення привабливості міста та розвитку

туристичного потенціалу. Деякі з міжнародних партнерів Харкова у сфері туризму на сьогоднішній день наступні[14]:

1. Європейська асоціація історичних міст та регіонів. Харків є членом даної асоціації, яка об'єднує міста та регіони, що мають багату історію та культурний спадок.

2. Європейська мережа гастрономічних міст – Харків входить до складу цієї мережі. Вона об'єднує міста з найкращими гастрономічними традиціями.

3. Мережа Європейських балнеологічних курортів. Вона об'єднує курорти з унікальними балнеологічними властивостями. І харківські гарячі джерела та курортні заклади входять до складу цієї мережі.

4. Мережа Східної Європи «Greenway». Харків є членом мережі, яка об'єднує туристичні маршрути в країнах Центральної та Східної Європи.

5. Клуб міст-побратимів Харкова. У рамках даного клубу Харків співпрацює зі своїми побратимами з різних країн у розвитку туризму та культурного обміну.

6. Міжнародний фестиваль «Туризм і гостинність». Харків є постійним учасником фестивалю, де висвітлює свій туристичний потенціал та активно співпрацює з іншими представниками.

Реалізація туристичних проєктів у Харкові фінансується з різних джерел. Наприклад, деякі проєкти здійснюються за кошти міського бюджету або за рахунок державних програм. Інші – за підтримки міжнародних організацій. Також можлива приватна інвестиційна підтримка туристичних проєктів від бізнесів та будь-яких зацікавлених сторін. Крім того, у Харкові діє міська програма підтримки туризму. За допомогою якої можуть отримати фінансову підтримку туристичні проєкти, які відповідають вимогам програми та мають потенціал залучення туристів до регіону[19].

Загалом, система управління туризмом у Харкові досить розвинена, а міська влада активно сприяє розвитку туризму в місті. Це створює сприятливі умови для туристів та туристичних підприємців, що може

призвести до збільшення кількості відвідувань та збільшення доходів від туризму.

Висновки до 1 розділу

У першому розділі було розглянуто розвиток туризму Харківського регіону за останні роки. Було з'ясовано, що основна увага приділяється розвитку екологічного та здорового туризму, а також історичному, діловому та культурному туризму. Однак навіть серед лідерів галузі в'їзний туристичний продукт займає незначну частку бізнес-структури.

Визначено особливості управління туризмом у регіоні Харків. Розглянуто роботу інституцій, які займаються управлінням туризмом у місті : Департамент культури і туризму; Громадська рада з розвитку туризму; Харківська туристична асоціація. Харків активно співпрацює зі світовими туристичними організаціями та містами. Результати демонструють великий потенціал для розвитку туризму в Харківському регіоні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДОСВІДУ ВІДНОВЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИЗМУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД У КРАЇНАХ СВІТУ

2.1 Досвід функціонування сфери туризму під час воєнного стану

Ще за картою ВТО на 2018 рік східна частина України знаходиться в зоні «Е» (Надзвичайний ризик подорожі)[23]. Це означає, що територія з екстремальними умовами подорожі, зона збройних конфліктів і протистояння. На жаль, з цієї зони вийти буде важко ще декілька років після бойових дій, які почалися 2022 року. Адже необхідно багато часу та зусиль, щоб очистити територію від мін та залишків боєприпасів. Щоб відновити архітектуру та інфраструктуру країни.

Під час воєнного стану, здається, всі забули про подорожі. Але це не зовсім так. У країні багато сімей з дітьми, які потребують відпочинку, зміни обстановки та оздоровлення. Звичайно, сучасне положення внесло свої зміни, тому важко спланувати відпустку за улюбленим маршрутом. У перші тижні війни подорожі були повністю припинені. Ситуація була нестабільна, багато людей бігли за кордон. Проте поступово ставало зрозуміло, що конфлікт триватиме довго, тому потрібно так чи інакше адаптуватися до нових реалій.

Оскільки літо традиційно є піком туристичного сезону, попит ожив. Однак, якщо порівнювати поточні бронювання з обсягом попереднього року (який також був складним через пандемію корони), падіння колосальне. Згідно з внутрішньою статистикою одного з найбільших вітчизняних туроператорів, у червні 2022 року близько 1440 туристів забронювали поїздки з України. І понад 95 000 мандрівників у тому ж місяці 2021 року[4].

Якщо говорити про глобальні дані, то Всесвітня туристична організація очікує збиток у 2022 році на суму понад 14 мільярдів доларів – стільки російських та українських туристів зробили внесок у світову економіку, що більше ніколи не подорожуватимуть. Ці цифри відображають загальний стан

справ у галузі. У майбутньому, звичайно, ми побачимо підйом. У виїзному туризмі з України багато залежатиме від швидкості економічного відновлення після воєнного стану.

Крім того, існують інші чинники негативних наслідків війни. Європейська комісія з туризму провела опитування щодо настроїв мандрівників. Було виявлено, що 19% опитаних китайських мандрівників і 41% мандрівників з Японії не бажають подорожувати до країн ЄС через російську агресію[22].

Хто і як зараз замовляє тури. Чоловікам призовного віку досі заборонений виїзд з України. Тому основна цільова аудиторія турів – жінки та діти. Це частина громадян, які не виїхали на постійне місце проживання за кордон, тому що зберегли роботу і мають можливість їхати у відпустку. При цьому час бронювання залишається таким, як і в попередні роки. Більшість турів бронюють за 2-3 тижні до вильоту. В силу об'єктивних міркувань навряд чи хтось планує свій відпочинок заздалегідь, хоча всі умови низьких цін для раннього бронювання зберігаються.

Куди зазвичай їдуть українці. Враховуючи заборону на виїзд за кордон для більшості українців, хтось вирішує поїхати на відпочинок по Україні, бо є можливість відпочивати всією родиною. Враховуючи кризу економіки загалом і туристичної галузі зокрема, ціни на відпочинок в країні суттєво не зросли порівняно з минулим роком. А пропозицій досі достатньо. Однак у національних свят зараз є свої недоліки, головний з яких пов'язаний з безпекою. Адже зараз, на жаль, ніде в Україні не почувася в повній безпеці, а хочеться відпочити від постійної загрози ракетних обстрілів та авіаударів. Це стосується перш за все сімей з дітьми, які за можливості планують провести час за кордоном. Нижче наведено 3 найкращі закордонні напрямки[9]:

- Автобусні тури до Туреччини;
- Авіаперельоти з Кишинева до Туреччини та Єгипту;
- Автобусні подорожі по Чорногорії.

Припинення авіасполучення стало одним із критичних факторів для сектора. Водночас варто нагадати, що проблеми почалися ще до повномасштабного вторгнення. З періоду, коли західні авіакомпанії блокували рейси, а потім міжнародні авіастраховики відмовилися страхувати літаки в українському повітряному просторі[8].

Зараз туроператори намагаються компенсувати закрите небо автобусними поїздками з віддалених регіонів. Найчастіше пропонують оптимальний варіант вирішення проблеми – автобус з українських міст і авіапереліт з найближчих аеропортів сусідніх країн. Одне з таких місць неподалік – Кишинев. Звідти, наприклад, здійснюються рейси в Туреччину, Чорногорію, Єгипет, Грецію. Автобусні тури зазвичай доступні до Болгарії, Туреччини та Чорногорії. Виїзди організовані з багатьох великих міст: Київ, Біла Церква, Умань, Одеса, Ізмаїл, Львів, Івано-Франківськ, Чернівці, Коломия, Житомир, Вінниця, Хмельницький, Кам'янець-Подільський. Оскільки основні туристичні напрямки розташовані безпосередньо в євроні або партнери здійснюють платежі в доларах, на витрати безпосередньо впливають коливання валют. Ще одним фактором, що впливає на собівартість автобусних турів, є зростання цін на паливо. Тому через військові дії та удар по економіці України ціни піднімуться[16].

Цікавий факт, що за даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у першому півріччі 2022 року суттєво зросли доходи турфірм. Також зазначено, що турфірми внесли до держбюджету на 85% більше коштів, ніж за аналогічний період 2021 року. Однак у тому ж агенстві кажуть, що це пов'язано з підсумками перших місяців передвоєнного року, коли галузь тільки починає відновлення після початку «COVID»[4].

У час воєногостану досить важко робити довгострокові прогнози. Багато факторів залишаються невідомими. З одного боку, ми маємо справу із серйозним руйнуванням інфраструктури, будинків та підприємств, що впливає на рівень життя громадян. З іншого боку, створився шалений інтерес ЗМІ до України, яка після війни перетвориться на туристичний бренд. Тому

незабаром після нашої перемоги в'їзний туризм відновиться. Принаймні умови для цього є. А якісні маркетингові кампанії в різних країнах дадуть залучити іноземців відвідати нашу країну. Швидкість відновлення економіки та відкриття аеропортів відіграють особливо важливу роль в іноземному туризмі. У будь-якому випадку, туризм буде розвиватися, тому що тяга до мандрів залишається в людях навіть у найважчих обставинах.

Вважаю, доцільно розглянути досвід Ізраїлю. Хоча країна була пов'язана з кількома військовими конфліктами протягом своєї історії, туризм існує і процвітає. Ізраїль має розвинену туристичну інфраструктуру та широкий вибір туристичних маршрутів, які включають в себе відвідування історичних місць, пляжів, курортів та культурних заходів. Крім того, Ізраїль активно рекламує свій туризм за межами країни, відвідує міжнародні виставки та проводить рекламні кампанії[12].

Іноді військові конфлікти відлякують туристів. Проте держава прагне забезпечити безпеку своїх громадян та гостей. У країні діє добре розвинена система безпеки, яка охороняє туристів у готелях, на вулицях та в інших громадських місцях. Також в країні знаходиться безліч місць, де безпека є особливо високою, зокрема туристичні комплекси, які розташовані у віддалених від зони конфлікту місцях. Отже, хоча військові конфлікти можуть мати вплив на туризм у деяких країнах, Ізраїль продовжує залишатися популярним туристичним напрямком завдяки своїй розвиненій туристичній інфраструктурі, широкому вибору туристичних маршрутів та системі безпеки.

2.2 Розвиток туристичної сфери в післявоєнний період на прикладі ряду країн Світу

Агресія Росії проти України змушує багатьох думати, що іноземці до нас ще довго не приїдуть. Однак у світі є чимало прикладів, коли країни стрімко розвивали туризм після великих конфліктів і активно приймали

гостей. Наслідки, спричинені збройними конфліктами, докорінно змінюють туристичний ландшафт країн. На жаль, деякі цінні пам'ятки та території руйнуються. Старі туристичні маршрути вже неможливі у реалізації. Проте створюється нова спадщина, і післявоєнний «туризм пам'яті» з часом зіл'ється з іншими напрямками, такими як культурний і рекреаційний туризм.

Так, є кілька прикладів того, як країни розвивали туризм після війни та відновлювали свій імідж в очах туристів[15]:

1. Японія. Після Другої світової війни Японія розпочала активну реконструкцію та відновлення своєї інфраструктури. У 1950-х роках країна створила Міністерство туризму та почала активно рекламувати свої культурні та природні ресурси. Таким чином, Японія змогла залучити значну кількість іноземних туристів, що допомогло їй відновити свою економіку та імідж в очах світу.

2. Німеччина. Після Другої світової війни Німеччина вклала значні зусилля для відновлення своєї інфраструктури та розвитку туризму. Країна активно рекламувала свої культурні та природні ресурси, залучаючи тим самим іноземних туристів. Наприклад, відомий курорт Баден-Баден, що був дуже пошкоджений під час війни, був відновлений та став популярним серед туристів з усього світу.

3. В'єтнам. Після В'єтнамської війни країна була дуже пошкоджена та потребувала відновлення. У 1990-х роках В'єтнам почав активно рекламувати свої пляжі, традиційну кухню та культурні пам'ятки. Країна зуміла залучити значну кількість іноземних туристів, що дозволило їй відновити свою економіку та створити нові робочі місця.

Приклад Боснії та Герцеговини : туризм у холодне перемир'я. Конфлікт у Боснії та Герцеговині тривав з 1992 по 1995 рік. Але досі у світі частіше є відсутність збройних конфліктів, а не справжнє примирення. Дейтонські угоди від 1995 року передбачають збереження єдиної федеративної держави, що у складі має дві частини: мусульмансько-хорватська Федерація Боснія та

Герцеговина та Сербська Республіка. Згідно з офіційними даними, з того ж року потік туристів в країну щорічно збільшувався на 24%. Всесвітня туристична організація прогнозувала, що до 2020 року Боснія і Герцеговина вийде на третє місце за рівнем розвитку туризму у світі. І вже у 2019 році загальний внесок туризму у ВВП держави склав 10,5% [17].

Міста Сараєво та Мостар демонструють успішний приклад реконструкції індустрії туризму після військових конфліктів. Туристів зустрічав міський ландшафт, що мав багато схожості: обидва міста відновили історичний центр, центральну туристичну зону. Хоча сліди конфлікту все ще були присутні. Туристи отримали приватні експонати з фотографіями подій конфлікту (облога Сараєво сербами, різанина в Сребрениці, руйнування Старого мосту в Мостарі). У крамницях в обох історичних центрах продавали речі часів війни як сувеніри. Пам'ятні заходи для туристів проводяться в Сараєво. У місті є пам'ятники загиблим, меморіал дітям, які загинули під час облоги міста та «Троянди Сараєва» (воронки від снарядів, де гинули люди).

Розглядаючи з точки зору «нормального» туризму, місто все ще приваблює своїм історичним центром у османському стилі та численними музеями. А у самому центрі панує святкова атмосфера. Тут багато кафе, барів і ресторанів, які користуються популярністю у туристів. У центрі Сараєво є широкий асортимент готелів, які добре оцінюються іноземними туристами. При цьому місто дійсно відоме як «Мекка темного туризму»: фасади багатьох житлових будинків ушкоджені від куль та уламків. Але такі місця практично усипані великою кількістю відреставрованих християнських храмів, мечетей, синагог, створюючи для туристів імідж духовного центру.

Але в Мостарі, який розділений між боснійською та хорватською громадами, туристам видно набагато менше ознак війни. Старе місто з пам'ятниками османського періоду розташоване в боснійській частині міста (рис.2.1). Враховуючи туристичний бум у Мостарі, саме боснійська сторона виграє найбільше. Але хорватська частина є більш заможною, з точки зору

капіталу і більш динамічного розвитку економіки. Переважна більшість туристів до Мостара здійснюють одноденні поїздки[10].



Рис 2. Туристичні подорожі до Єгипту, Хорватії та Мостарі

Приклад Хорватії : швидкий розвиток туризму після війни. Сфера туризму Хорватії практично припинила будь-яку діяльність в 1990-х під час війни. Однак розвиток дешевих перельотів, дешевого житла, відкриття пляжів і запровадження круїзів пізніше сприяли розвитку туризму вже в 2000-х рр. Поступово до країни почали надходити іноземні інвестиції. Держава почала залучати партнерів з-за кордону підтримати фінансово розвиток туристичних напрямків[3].

У Хорватії більше тисячі островів, 66 з яких заселені. Завдяки цим географічним особливостям країна приваблює туристів, які раніше знали тільки грецькі. Про хорватські пляжі почали писати закордонні видання,

потім до них приєдналися відеоблогери. Туристичний сезон у країні триває з початку червня до кінця вересня. Зараз заповнюваність готелів досягає 100%. Зростання туризму мало значний вплив на економіку Хорватії. Близько десяти мільйонів відвідувачів на рік приносять значний дохід, що складає близько 15% ВВП держави[10].

Такі виникли допомогли збільшити інвестиції в розвиток прибережних готелів та інфраструктури, ресторанів і пристаней. Щоразу покращуючи свій сервіс, отримали чудовий результат. За даними статистичного управління Хорватії, до пандемії коронавірусу доходи країни від туризму зростали щорічно на 11%. Цікавляться країною і міжнародні туроператори, послугами яких користуються вимогливі та заможні туристи.

Кіпр також є прикладом країни, яка зуміла відновити туризм після різних криз та конфліктів. Один з найбільших кризових моментів стався в 2013 році, коли країна зазнала економічної кризи та змушена була звернутися до Міжнародного валютного фонду та Європейського Союзу для отримання фінансової допомоги.

Одним з ключових факторів відновлення туризму в Кіпрі було встановлення дисципліни у фінансовій сфері, що дало змогу збільшити довіру інвесторів та залучити нові інвестиції у туристичну інфраструктуру країни. Крім того, країна змогла зміцнити свою безпеку та зробити все можливе, щоб забезпечити безпеку туристів, що стало чинником, що привернув більше туристів. Кіпр також зміг зміцнити свої туристичні пропозиції та привабливість країни.

Крім пляжного відпочинку та сонця, Кіпр пропонує багато інших цікавих видів відпочинку, таких як гольф, винний туризм, культурні тури, релігійний туризм та багато іншого. Кіпр також став активно співпрацювати з туроператорами, що дозволило залучити більше туристів з різних країн. У результаті таких заходів, Кіпр зміг відновити туризм та підвищити кількість туристів, які відвідують країну. За останні роки, туризм став ключовою галуззю економіки Кіпру, забезпечуючи більше 20% ВВП країни [11].

Єгипет також може бути хорошим прикладом того, як країна може відновити туризм після війни або інших конфліктів. Наприклад, після війни з Ізраїлем у 1973 році, туризм у Єгипті був дуже обмежений. Однак, за останні десятиліття Єгипет зміг відновити свій туристичний імідж та залучити значну кількість іноземних туристів.

Одним з ключових факторів успіху було розширення та модернізація туристичної інфраструктури, такої як готелі, аеропорти, транспортні засоби тощо. Крім того, Єгипет активно працював над покращенням безпеки для туристів, що є дуже важливим для підвищення їх довіри та залучення до країни. Також, країна працювала над привабливістю своїх туристичних об'єктів, таких як піраміди, музеї, курорти тощо, та активно рекламувала їх у світі. Зараз Єгипет займає перше місце серед країн Африки за кількістю іноземних туристів, що відвідують країну, та заробітками від туризму[22].

Отже, можна стверджувати, що розвиток туризму в Єгипті після війни з Ізраїлем був успішним завдяки комплексній стратегії, яка включала розширення та модернізацію інфраструктури, зміцнення безпеки, покращення привабливості туристичних об'єктів та активну рекламну кампанію. Зараз мало хто з туристів пам'ятає, що в країні велися військові дії. До Єгипту їдуть, щоб відпочити на березі моря, подивитися на унікальний підводний світ з коралами та побачити на власні очі всесвітньо відомі піраміди та стародавній Луксор.

Висновки до 2 розділу

Дослідження, щодо функціонування сфери туризму під час воєнного конфлікту як в Україні, так і в усьому світі, призвело до наступних результатів. З'ясовано, що основна цільова аудиторія турів – це частина громадян, які не виїхали на постійне місце проживання за кордон, тому що зберегли роботу і мають можливість їхати у відпустку.

На прикладі ряду країн було вивчено досвід післявоєнного розвитку туристичної галузі. В результаті схожі моменти дали можливість сформувавши ефективну модель реконструкції індустрії туризму після військових конфліктів.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ МІСТА ХАРКІВ ПІСЛЯ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1 Зміна контексту туристичної пропозиції Харкова після воєнного стану

Потрясіння, спричинені збройними конфліктами, докорінно змінюють туристичний «ландшафт» країн. Створюється нова спадщина, і післявоєнний темний туризм з часом зливається з іншими напрямками, такими як культурний або рекреаційний туризм. У час воєнного стану досить важко робити довгострокові прогнози. Багато факторів залишаються невідомими. З одного боку, ми маємо справу із серйозним руйнуванням інфраструктури, будинків та підприємств, що впливає на рівень життя громадян. З іншого боку, створився шалений інтерес ЗМІ до України, яка після війни перетвориться на туристичний бренд.

Результати дослідження попередніх розділів показують, що до воєнного стану у Харкові туризм вражень все ще займав незадовільну частину бізнес-структури. Навіть у лідерів галузі не відіграє вирішальної ролі в прибутках. Особливо на фоні продажу послуг стандартного виїзного туризму. Причина – практично відсутня реклама на міжнародному та українському ринках туристичних послуг. За період воєнного стану галузь багато втратила. Перш за все безпеку, що не тільки зупинило поточну роботу, але й створила бар'єр страху щодо майбутніх кроків розвитку. Проте, й набула, наприклад, розголос по всьому світу, що Харків – місто-герой.

Важливим завданням є формування кроків для розробки туристичного позиціонування Харківського регіону в ключі економіки вражень. Використання SWOT-аналізу дозволить встановити зв'язок між слабкими та сильними сторонами, можливостями та загрозами туризму вражень (табл.2.1). Зокрема, це сприятиме стратегічному вибору конкретних дій.

Таблиця 2.1

**SWOT-аналіз можливостей і перспектив розвитку
туризмувражень на Харківщині**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Багато місць і об'єктів, повних легенд і містики; Збереження легенд, звичаїв закладених відповідно цих об'єктів у Харкові та області; Розвиток Харківського регіону відповідно економічним і соціальним стандартам; Враховуються та реалізуються потреби туристів туристичними агентствами;</p>	<p>Більшість об'єктів не мають зручної транспортної розв'язки, проблеми з інфраструктурою; Низька обізнаність про вид туризму вражень; Невеликий список відомих пам'яток, питання популяризації маловідомих; Психологічні чинники особистості як перешкоди для позитивного сприйняття туризму вражень; Необхідність додаткового часу для планування і реалізації;</p>
Можливості	Загрози
<p>Широкий спектр охоплення та діяльності нерозрекламованого виду туризму; Більше уваги до залучення інвестиційних ресурсів на маловідомі місця; Розробка інноваційних продуктів, використовуючи передові технології; Новоутворення туристичних продуктів, збільшення потоку туристів;</p>	<p>Конфлікти потреб та вимог у туризмі вражень; Знищення або пошкодження пам'яток, їх забруднення; Перевантаження найпопулярніших місць міста; Неетична поведінка та характер у даному виді туризму; Безпекове питання регіону.</p>

Складено автором.

Відновлення туризму після війни - це складний та тривалий процес, який потребує співпраці та зусиль уряду, громадських організацій та інших зацікавлених сторін. Ось деякі кроки, які можуть допомогти:

1. Забезпечити безпеку. Гарантія безпеки туристів – це одна з найважливіших речей для відновлення туризму. Уряд повинен вживати заходів для забезпечення безпеки, таких як утримання військових зон та забезпечення безпеки на транспорті.

2. Реклама та маркетинг. Необхідно просувати туристичний продукт та приваблювати туристів з інших країн, щоб вони були зацікавлені відвідати країну. Маркетинг можна здійснювати через соціальні мережі, телевізійні реклами, рекламні стенди на міжнародних виставках тощо.

3. Інфраструктура. Необхідно відновити туристичну інфраструктуру – готелі, історичні пам'ятки, ресторани, транспортні мережі та інші об'єкти, які є привабливими для туристів.

4. Розвивати нові туристичні маршрути. Наприклад, екскурсії до місць, пов'язаних з подіями теперішнього конфлікту.

5. Привабливість цін. Зруйнувати бар'єр страху у туристів можуть доступні ціни на туристичні послуги.

6. Залучення інвестицій. Потрібно створити прості та прозорі умови для інвесторів, підтримувати розвиток малих та середніх підприємств та забезпечувати їм необхідну підтримку.

7. Розвиток екотуризму. Екотуризм може стати привабливою альтернативою під час відбудови великих міст. Але для розвитку екотуризму потрібно створити екологічно чисті, безпечні та привабливі маршрути.

8. Підтримка місцевого населення. Необхідно залучати місцеве населення до розвитку туризму та забезпечувати їм підтримку для розвитку своїх бізнесів та ініціатив.

Мільйони туристів з усього світу щороку відвідують одні з найжахливіших місць на землі: колишні зони бойових дій чи аварій, місця стихійних лих та злочинів проти людства. Від Освенціма до Чорнобиля, від дому Анни Франк до Алькатраса, від меморіалів 11 вересня до геноциду в Кігалі. Бажання побачити трагічні чи драматичні події на власні очі — не новина в історії. Це явище називається темним туризмом, і хоча воно іноді порушує етичні стандарти, йому сотні років. Я категорично проти того, щоб до подорожі Україною ставилися як до темного туризму. Це будуть мандрівки місцями перемог. У місцях, які покажуть всьому світу, як українці не втікали, як вони боролися за свою країну і як увесь світ їм у цьому допомагав (рис.3.1).

Хоча темний туризм може бути контрверсійним, оскільки він пов'язаний зі смертю та трагедією, він також може мати позитивний вплив на розвиток туризму в регіоні. Туристи, які відвідують такі місця, зазвичай є

серйозними інтересувальниками історії та культури, і вони можуть зрозуміти та оцінити значення пам'яток для історії та спадщини регіону.



Рисунок 3.1 – Непереможна Україна

Крім того, темний туризм може сприяти збереженню та реставрації культурних пам'яток та стимулювати економіку регіону через зростання туристичного потоку.

У Харкові з'явилися ініціативи щодо розвитку темного туризму, включаючи проведення екскурсій до об'єктів темного туризму та організацію тематичних заходів та фестивалів. Однак, важливо зберігати баланс між збереженням історичної пам'ятки та забезпеченням безпеки туристів, щоб не зайти за межі відповідальної та етичної поведінки в туризмі.

3.2 Методи залучення іноземних інвестицій у сферу туризму з ціллю відновлення економіки міста Харків та регіону

Міська рада Харкова спільно з міжнародними організаціями продовжує плідну роботу над створенням оновленого генплану міста. Він включатиме

архітектурні рішення, просторовий розвиток та нову економічну модель міста. Регулярно проводяться зустрічі з місцевими та міжнародними експертами в таких галузях як: транспорт, енергетика, оцінка збитків, комунікації, економічне відновлення та реконструкція культурної спадщини.

Ігор Терехов наголосив на важливості планувати майбутнє Харкова вже зараз. За його словами, чіткі плани допоможуть знайти партнерів та інвесторів для міста. «Ми вже маємо попереднє концептуальне бачення розвитку Харкова в місто майбутнього з інноваційними технологіями в усіх сферах життя», – підкреслив мер[14].

Наразі багато країн та організацій демонструють свою підтримку Харкову та в перспективі продовжать співпрацю після воєнного стану, а саме:

1. Європейський Союз : ЄС надає фінансову та технічну підтримку для відновлення міста, зокрема в рамках проєкту «Європейська партнерська підтримка Харкова».

2. Польща надає значну фінансову допомогу для відновлення Харкова, зокрема шляхом забезпечення медичного обладнання та ліків.

3. Український державний підприємницький фонд: уряд України через УДПФ надає фінансову підтримку для відновлення міста та його інфраструктури.

4. Європейський банк реконструкції та розвитку : ЄБРР надає фінансову допомогу для відновлення інфраструктури та підтримки малого та середнього бізнесу в Харкові.

5. Організація Об'єднаних Націй: ООН надає технічну та консультаційну підтримку для відновлення міста, зокрема в рамках проєкту «Підтримка відновлення і розвитку Харкова».

6. Багато країн світу, такі як : США, Канада, Велика Британія, Франція, Німеччина та інші, також надають допомогу для відновлення міста та підтримки його жителів.

Важливий крок для оптимізації потенціалу туризму в Харкові – ліквідація рекламного вакууму, особливо для іноземців. Це можна зробити через колаборацію з закордонними рекламними компаніями. Створити ефективну рекламну кампанію, провести тендери на оновлення та розповсюдження інформації про регіон. Вирішити багато проблем, пов'язаних із знищенням пам'яток історії та культури, створити та зміцнити позитивний імідж Харківщини.

На мою думку, найбільшою перешкодою для розвитку туристичної галузі в Харкові є технологічна відсталість. Інновації або взагалі не впроваджуються, або цьому не приділяється потрібної уваги та підтримки. Одією з технологій туризму, що широко використовується в розвинених країнах є використання віртуального простору для інформування та просування своїх послуг на ринку. Організації, які пропонують туристичні послуги, повинні знати про необхідність впровадження та використання сучасного програмного забезпечення та інтерактивних технічних інформаційних систем. Це сприятиме розширенню можливостей туристичного бізнесу в Харкові. Також такого роду системи запам'ятовують і зберігають значний обсяг інформації про попередні використання і клієнтів. Даний аналіз може допомогти визначити найкращі напрями просування туристичного товару з урахуванням демографічних факторів, інтересів споживачів, пріоритетних у виборів місць проживання та багато інших параметрів.

Місто Харків постає на українському туристичному ринку як адміністративно-комерційний центр у бізнес-напрямку. Але це ще не стало чіткою харківською спеціалізацією. На думку експертів, тенденція розвитку ділового туризму в місті збережеться в довгостроковій перспективі і є підставою визнати його найважливішою туристичною сферою в регіоні. Діловий туризм може дати Харкову значний економічний ефект. Збільшення кількості туристів, які приїжджають з діловою метою, сприяє розвитку

економічних зв'язків Харкова з регіонами України та за кордоном і позитивно впливає на економіку міста.

Для того, щоб Харків став центром ділового туризму, необхідно вирішити багато завдань, по-перше, щодо зміни співвідношення ціна-якість для зменшення вартісної складової. По-друге, щодо безпеки туристів. Щоб задовольнити транспортні потреби ділових мандрівників, необхідно розширити мережу прокату автомобілів. Цей сектор у Харкові представлений слабо. Місто має вирішити проблему доступного прокату транспорту.

Залучення інвесторів для розвитку туристичної сфери після військовоконфлікту є важливою складовою процесу відновлення економіки міста. Для цього можуть бути використані різноманітні методи, зокрема:

1. Податкові пільги та інші стимули для інвесторів в туристичній галузі, наприклад, знижки на податки, зниження вартості землі для будівництва готелів та подібне.

2. Сприяння та підтримка проектів розвитку інфраструктури, а саме : аеропортів, доріг, залізниці та інших транспортних засобів. Це збільшить доступність та привабливість туристичної місцевості.

3. Проведення маркетингових кампаній та просування країни як туристичного напрямку. Наприклад, участь або проведення міжнародних туристичних виставок та фестивалів.

4. Встановлення сприятливих умов для бізнесу. Тобто створення простору для розвитку малого та середнього підприємництва, упрощення процедур відкриття бізнесу та інші.

5. Підтримка місцевих ініціатив, спрямованих на розвиток туристичної галузі, які можуть бути включені в програму місцевого розвитку туризму на Харківщині та отримати фінансову та іншу підтримку від уряду.

Ці методи можуть бути застосовані окремо або в комбінації для досягнення більш ефективних результатів. Попередньо важливо забезпечити стабільність та безпеку в регіоні, що може бути реалізовано за допомогою

ефективної політики в сфері безпеки та стабільності, що стане додатковим стимулом для інвесторів.

3.3 Туризм як спосіб психологічної реабілітації для громадян України

З початку повномасштабного вторгнення туризм у країні очевидно знизився. Все ускладнюється тим, що Україна, як і більшість країн світу, ще не відновилася після пандемії ковіду. Незважаючи на складні обставини, зараз сектор туризму все ще бореться. Багато компаній здійснюють волонтерську роботу, підтримуючи армію з основними потребами. Приймають переселенців у санаторіях та організують їх подальшу подорож. Але, хочу зазначити, діяльність туристичної індустрії полягає не тільки в підтримці державного бюджету, навіть якщо ця функція надзвичайно важлива, особливо у воєнний час. Він також працює як короткостроковий, але ефективний метод психологічної реабілітації [20].

Коли держава перебуває в ситуації збройного конфлікту, це відбивається на психічному та емоційному стані її громадян. Через постійний стрес і напругу, страх і безнадію люди як ніколи потребують полегшення і тимчасового спокою навіть у маленьких радощах. Хороший внесок у це роблять туристичні поїздки, які допомагають на деякий час переорієнтуватися, відпочити фізично і морально. Це позитивно позначається на здоров'ї та працездатності. Адже країна й надалі потребуватиме сильних і впевнених громадян, готових у майбутньому відбудувати знищення.

Туризм може бути дієвим способом психологічної реабілітації для громадян України, особливо для тих, хто стикнувся зі стресом та травмою після воєнних подій. Подорожі можуть допомогти людям зняти напругу та стрес, позбавити їх від монотонності рутинного життя та розширити світогляд (рис.3.2). Крім того, подорожі можуть збагатити людей новими

знаннями, культурними досвідами та сприяти пізнанню різноманітних культур.



Рисунок 3.2 – Психологічна реабілітація (озеро Синевир)

Зокрема Харків, має багатий туристичний потенціал, який можна використовувати для психологічної реабілітації громадян. Зелені парки, музеї, архітектурні пам'ятки, а також культурні та розважальні заходи можуть бути корисними для підтримки позитивного настрою та психологічного благополуччя. У тури можуть входити екскурсії до природних заповідників або історичних місць, спортивні активності, які сприяють розслабленню, наприклад, йога, плавання або тури на велосипедах. Також можуть проводитися психологічні сесії, тренінги або інші активності, які допомагають управляти емоціями та знайти мир у світі, що навколо. Все залежить від теми туру та потреб учасників. Для деяких – активний відпочинок, наприклад, велопрогулянки Харковом або сплави на байдарках по Сіверському Дінцю.

Психологічний ефект таких турів може бути довготривалим, оскільки вони допомагають зменшити стрес, поліпшити настрій та знайти новий сенс життя. Також ці тури можуть допомогти розвинути навички управління емоціями та стресом, які можуть бути корисні не тільки для психічного, а й фізичного здоров'я.

Це дійсно дуже цікавий та корисний напрямок розвитку туризму. Психологічна реабілітація через туризм може бути корисною для різних груп людей, таких як військовослужбовці, постраждалі від війни, біженці, люди з обмеженими можливостями та інші. Такі тури можуть включати різні активності, які допоможуть людям знайти своє місце в житті та знову відчувати себе корисними та важливими. Тобто, це може бути і співпраця з місцевими волонтерами, розвиток нових навичок та умінь, відвідування цікавих місць, де можна знайти спокій та гармонію з природою.

Загалом було складено ряд видів турів з психологічної реабілітації можливих до реалізації:

1. Тури для ветеранів війни та АТО. Допоможуть їм відновити своє психологічне здоров'я. Такі тури можуть включати різні види психологічних тренінгів, консультацій, спілкування з іншими ветеранами, спортивні та розважальні заходи.

2. Тури для людей, які пережили стресові ситуації, наприклад, звільнення з роботи, розлучення, втрату близьких тощо. Такі тури можуть включати медитацію, йогу, мистецькі терапії, різні види психологічних практик.

3. Тури для людей зі зниженим настроєм та депресією, які допоможуть їм відновити свій емоційний стан та позитивний настрій. Такі тури можуть включати спілкування з психологами, екскурсії, фітнес-заняття, йогу, медитацію та інші види релаксації.

4. Тури для людей з фобіями та тривогами. Допоможуть їм подолати свої страхи та адаптуватися до нових умов. Такі тури можуть включати

спеціальні психологічні тренінги, викликання певних ситуацій, щоб люди могли їх пережити та долати свої страхи.

Такі тури можуть бути корисні не тільки для психологічної реабілітації, але й для розвитку туризму в цілому. Вони можуть привернути увагу багатьох людей, які хочуть не лише відпочити, але й допомогти іншим. Крім того, це може стати додатковим стимулом для розвитку малотуристичних місць, які можуть бути цікавими для таких турів. Такі тури можуть бути організовані як національними, так і міжнародними організаціями, а також державними та місцевими владними органами. Вони можуть бути реалізовані за допомогою різних фінансових джерел, таких як гранти, пожертвування та державні кошти.

Тож, окрім будування планів на майбутнє після закінчення воєнного стану, не варто забувати жити сьогодні. Реконструкція та покращення функціонування важливих галузей економіки та сфери туристичних послуг – можливість швидшого повернення до повноцінного життя. Тому туризм повинен і буде працювати. Таким чином, розвиток туризму в Харкові може бути важливим інструментом для психологічної підтримки громадян.

Висновки до 3 розділу

Третій розділ дослідження охоплює потенційні зміни в туристичному секторі Харкова після воєнного стану. Забезпечення безпеки, використання ефективної маркетингової стратегії та створення та відновлення інфраструктури – це ключові питання.

Визначено шляхи залучення іноземних інвестицій у туризм, щоб відновити економіку регіону. Створення маркетингових кампаній, підтримка та підтримка проектів розвитку інфраструктури, спрощення процесів відкриття бізнесу та інші ключові завдання були розглянуті.

Досліджено туризм як спосіб допомогти громадянам України, які повернулися додому після воєнного стану, відновитися психічно. Турів для людей з фобіями та тривогами, які допоможуть їм подолати свої страхи та адаптуватися до нових умов.

ВИСНОВКИ

Під час роботи було розглянуто розвиток туризму Харківського регіону за останні роки. Однією з оригінальних особливостей визначено акцент на розвиток екологічного та здорового туризму, висока популярність історико-культурного та ділового туризму. Шопінг, фестивалі та розваги є також невід'ємною частиною специфіки туризму даного регіону. Проте навіть серед лідерів галузі в'їзний туристичний продукт займає незначну частку в структурі бізнесу. Тому, з правильною рекламною стратегією та розвитком туристичної інфраструктури, Харків може стати популярним серед туристів після воєнного стану.

З'ясовано, щовм. Харкові існує декілька інституцій, які займаються управлінням туризмом у місті. Наприклад, при Харківській облдержадміністрації діє Департамент культури і туризму. Також у місті діє Громадська рада з розвитку туризму, яка забезпечує зв'язок між місцевою владою та туристичними громадськими організаціями. Крім того, в Харкові є ряд неурядових організацій, які займаються просуванням туристичного потенціалу міста та покращенням якості туристичних послуг. Наприклад, Харківська туристична асоціація. Харків активно співпрацює зі світовими туристичними організаціями та містами. Всі ці фактори вказують на потужний потенціал для розвитку туризму в регіоні.

Встановлено, що під час воєнного конфлікту в Україні основна цільова аудиторія турів – жінки та діти. Це частина громадян, які не виїхали на постійне місце проживання за кордон, тому що зберегли роботу і мають можливість їхати у відпустку. Враховуючи заборону на виїзд за кордон для більшості українців, хтось вирішує поїхати на відпочинок по Україні, бо є можливість відпочивати всією родиною. Зараз туроператори намагаються компенсувати закрите небо автобусними поїздками з віддалених регіонів. Найчастіше пропонують оптимальний варіант вирішення проблеми – автобус з українських міст і авіапереліт з найближчих аеропортів сусідніх країн.

Проаналізовано досвід розвитку туристичної сфери в післявоєнний період на прикладі ряду країн. У результаті схожі моменти дали можливість сформувати ефективну модель реконструкції індустрії туризму після військових конфліктів. По-перше, країна повинна зміцнити систему безпеки туристів, що є дуже важливим для підвищення їх довіри та залучення до країни. Одним з ключових факторів успіху є реконструкція історичних пам'яток та модернізація туристичної інфраструктури. Важливо також встановити дисципліну у фінансовій сфері, що дасть змогу збільшити довіру інвесторів у туристичному секторі. З часом удосконалювати та розширювати туристичну пропозицію країни, не залишати імідж місця для темного туризму.

Висвітлено туристичні пропозиції у м. Харків після воєнного стану. Це буде складний та тривалий процес, що потребує співпраці та зусиль уряду, громадських організацій та інших зацікавлених сторін. Ключові кроки: забезпечення безпеки, впровадження дієвої маркетингової стратегії, відновлення та розвиток інфраструктури. Також буде можливість розвинути нові туристичні маршрути. Наприклад, екскурсії до місць, пов'язаних з подіями теперішнього конфлікту. Зруйнувати бар'єр страху у туристів можуть доступні ціни на туристичні послуги. Екотуризм може стати привабливою альтернативою під час відбудови великих міст. Важливо зазначити, що я категорично проти того, щоб до подорожі Україною ставилися як до темного туризму. Це будуть мандрівки місцями перемог. У місцях, які покажуть всьому світу, як українці не втікали, як вони боролися за свою країну і як увесь світ їм у цьому допомагав.

Окреслено методи залучення іноземних інвестицій у сферу туризму з ціллю відновлення економіки міста Харків та регіону. Наразі багато країн та організацій демонструють свою підтримку Харкову та в перспективі продовжать співпрацю після воєнного стану, а саме: Європейський Союз, Український державний підприємницький фонд, Європейський банк реконструкції та розвитку. Також багато країн світу, такі як : США, Канада,

Велика Британія, Франція, Німеччина та інші, також надають допомогу для відновлення міста та підтримки його жителів. Важливий крок для оптимізації потенціалу туризму в регіоні – ліквідація рекламного вакууму, особливо для іноземців. Розвиток Харкова як ділового центру країни відкриє широкі можливості залучення уваги перспективних партнерів та інвесторів. Це стане важливою складовою процесу відновлення економіки міста. Варто продумати податкові пільги та інші стимули для інвесторів в туристичній галузі. Наступне ключове завдання - сприяння та підтримка проєктів розвитку інфраструктури; проведення маркетингових кампаній та просування країни як туристичного напрямку; створення простору для розвитку малого та середнього підприємництва, упрощення процедур відкриття бізнесу та інші.

Розглянуто туризм як спосіб психологічної реабілітації для громадян України після воєнного стану. У такого формату тури можуть включати активний відпочинок, наприклад, велопрогулянки Харковом або сплави на байдарках по Сіверському Дінцю. Також ці тури можуть допомогти розвинути навички управління емоціями та стресом, які можуть бути корисні не тільки для психічного, а й фізичного здоров'я.

Визначено можливі варіанти реалізації концепції у виді турів для ветеранів війни та АТО. Турів для людей, які пережили стресові ситуації, наприклад, звільнення з роботи, розлучення, втрату близьких. Турів для людей зі зниженим настроєм та депресією. Турів для людей з фобіями та тривогами, які допоможуть їм подолати свої страхи та адаптуватися до нових умов. Крім того, це може стати додатковим стимулом для розвитку малотуристичних місць, які можуть бути цікавими для таких турів. Таким чином, розвиток туризму в Харкові може бути важливим інструментом для психологічної підтримки громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми та перспективи : сайт. URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-Ukraine.html> (дата звернення: 02.04.2023).
2. Болотна О. В. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів // Ефективна економіка. 2013. Вип. 8. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2257> (дата звернення: 26.04.2023).
3. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Маркетинг инновационного процесса : учеб. пособие. Киев : ВИРА-Р, 1998. 267 с.
4. Державна служба статистики України: сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.04.2023).
5. Довгаль Г. В. Туристичний Харків // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2018. Вип. 3. 112 с.
6. Довгаль Г.В. Інвестиційна привабливість як чинник формування туристичного іміджу у Харківському регіоні // Вісн. Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Вип. 961, 2011. 175 с.
7. Дудник О. В., Майборода М. М. Шляхи стимулювання туристичної привабливості в Україні / Вісник ХНТУ ім. Петра Василенка: Економічні науки. Харків : ХНТУСГ, 2016. Вип. 182. 195 с.
8. Євтушенко О.В. Застосування комплексу маркетингу в сфері туризму // Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна. Вип. № 1144, 2014. 166 с.
9. Інформаційний сайт міста Харків. URL : <https://mykharkov.info/>(дата звернення: 08.04.2023).
10. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ: Знання, 2011. 351 с.

11. Музиченко-Козловська О. В. Туристичний брендинг: сутність, складові та переваги // Вісн. Національного університету Львівська політехніка. 2014. Вип. 797. 400 с.
12. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг. Навч.-методичний посібник. Одеса: Астропринт, 2011. 216 с.
13. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови : сайт. URL : <https://www.city.kharkov.ua/> (дата звернення: 21.04.2023).
14. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство: Навчальний посібник. Харків, 2009. 288с.
15. Перерва П. Г. Маркетинг туристичної діяльності : конспект лекцій. Харків : НТУ «ХПІ». 2020. 32 с.
16. Подмаркова И.П. Анализ опыта и перспектив развития психологического туризма в Украине // Вісник ДІТБ. Вип. 17, 2013. 171 с.
17. Розвиток туризму Харківщини : рішення Харківської обласної ради від 05.03.2013 № 648-VI.
18. Сайт Харківської обласної державної адміністрації. URL: <http://kharkivoda.gov.ua/uk> (дата звернення: 25.03.2023).
19. Степанов В. Ю. Туризм в умовах суспільних трансформацій [моногр.] / В. Ю. Степанов. — Харків : ТОВ «Естет Принт», 2023. — 168 с.
20. Горобець О. Терапія позитивним стресом: хто й навіщо започаткував пси-туризм на Кіровоградщині. URL: <https://www.kyupur.net/terapiya-pozytyvnyum-stresom-hto-jnavishho-zapochatkuvav-psy-turyzm-na-kirovogradshhyni/> (дата звернення: 11.03.2023).
21. Чабан М. Психологічний туризм як засіб реабілітації воїнів АТО: матеріали III Всеукраїнської науковопрактичної конференції, Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. 133 с.
22. The World Tourism Organization is the United Nations [https URL: //www.unwto.org/](https://www.unwto.org/) (дата звернення: 15.04.2023).

23. Travel & Tourism Economic Impact 2017 Ukraine. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/ukraine2017.pdf> (дата звернення: 12.04.2023).

24. Travel Risk Map 2018. URL: <https://www.internationalsos.com/risk-outlook> (дата звернення: 20.03.2023).