

УДК 338.48
JEL Classification: L8

DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2025.1.23>

Шадюк К.М.,
аспірантка кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ ТА ВІЙНИ

Shadiuk K.M.,
*postgraduate student at the department of
international tourism and hospitality business,
West Ukrainian National University, Ternopil*

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF CRISIS AND WAR

Постановка проблеми. Туризм є важливим драйвером розвитку індустрії гостинності та економіки в цілому. За даними рейтингу Всесвітньої організації туризму, у довоєнному 2012 році Україна посідала 8 місце у світі за кількістю туристичних візитів. Країну щороку відвідувало понад 20 мільйонів туристів (25,4 млн у 2008 році), зокрема з країн Східної Європи, а також з Західної Європи, США та Японії [1]. Однак із початком воєнних дій на сході України в 2014 році ситуація зазнала значних змін, а з початком повномасштабного вторгнення окупаційних військ 24 лютого 2022 року вона стала ще більш критичною. Для індустрії гостинності війна означала втрату туристичних атракцій (культурних та природних пам'яток, цікавих ландшафтів тощо), засобів тимчасового розміщення, а також ресторанного сервісу. Як наслідок, галузь туризму в Україні була повністю дестабілізована. Незважаючи на те, що в даний час спостерігається певне відновлення, процес йде повільно через триваючі бойові дії та їх негативні наслідки, зокрема забруднення територій вибухонебезпечними предметами. Отже, актуальність дослідження полягає у необхідності визначення процесів відновлення туристичної галузі в умовах війни та пошуку ефективних стратегій для її стабілізації і розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні наукові дослідження висвітлюють актуальні аспекти розвитку туризму в Україні в умовах війни й післявоєнного відновлення. Так, зокрема, автори А. Зарубіна, Ю. Онойко та Н. Щербатюк проаналізували сучасні тенденції внутрішнього туризму, акцентуючи увагу на зміні споживчих пріоритетів і адаптації туристичних послуг до нових реалій [2]. Водночас, інші автори В. Дуб, О. Терешкін і Д. Горелков виокремили унікальні можливості повоєнного відновлення туристичної сфери, зокрема роль державної підтримки та міжнародних інвестицій у відродженні галузі [3]. Науковиця Л. Кондрацька дослідила напрямки функціонування туристичного бізнесу під час війни та визначила умови його ефективного відновлення, підкреслюючи необхідність реформування нормативно-правового середовища [4]. Н. Щербакова сфокусувалася на розвитку туристично-рекреаційного потенціалу України, обґрунтовуючи стратегії його використання в умовах війни [5]. Автори В. Охота та О. Оливко згадали свою увагу на менеджмент туристичних підприємств у контексті переорієнтації на стійкі практики, зважаючи на глобальні кліматичні зміни, що також є актуальним для українського туризму [6]. Науковці Л. Слатвінська, О. Збиранник і Н. Мацак здійснили оцінку сучасного стану підприємництва у сфері туризму, визначаючи перспективи його розвитку з урахуванням наслідків воєнного стану [7]. У той час, інші автори З. Бойко, Н. Горожанкіна та В. Грушка дослідили основні тенденції розвитку туризму під час війни, наголошуючи на викликах і можливостях, що виникають у цій сфері [8]. Отже, наведені дослідження створюють комплексне уявлення про сучасний стан і перспективи розвитку туристичної галузі України, враховуючи вплив воєнних дій і кризи, в якій перебуває наша країна сьогодні. Незважаючи на велику кількість наукових робіт, дослідження стану підприємств в туристичній сфері потребують додаткових розробок.

Постановка завдання. Мета статті полягає в діагностиці сучасного стану підприємств туристичної галузі в умовах кризи та війни. Для досягнення мети поставлено наступні завдання: з'ясувати та проаналізувати частку туристичної галузі в економіці України, дослідити туристичну активність підприємств галузі через призму сплачених податків; виокремити подальші тенденції розвитку туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному глобалізованому світі туризм відіграє все більш значущу роль як джерело доходу для багатьох країн. Економічне благополуччя

* Науковий керівник: Гуцул О.Я. – канд. екон. наук, доцент

держав у значній мірі залежить від розвитку цієї галузі. За даними Всесвітньої туристичної організації, туризм складає 10,2 % ВВП Європейського Союзу (за результатами 2021 року). У 2023 році індустрія подорожей і туризму зробила суттєвий внесок у світову економіку, забезпечивши 9,1 % глобального ВВП, що є на 23,2 % більше, ніж у 2022 році. Зайнятість у сфері туризму також продовжує зростати: у 2023 році було створено 27 мільйонів нових робочих місць, що на 9,1 % більше порівняно з попереднім роком. Проте цей показник все ще на 1,4 % менший за рівень 2019 року, що може свідчити про адаптацію ринку праці до нових викликів, таких як автоматизація процесів і зміни в структурі зайнятості [9]. Прогнозується, що до 2027 року частка туризму у світовому ВВП зросте до 11,2 % [10].

Водночас не всі країни однаково ефективно використовують цю тенденцію. Попри значний туристичний потенціал України, він залишається недостатньо реалізованим, а роль туризму в національній економіці залишається мінімальною [11].

В таблиці 1 подано інформацію стосовно структури валової доданої вартості за видами економічної діяльності (2019–2023 рр.)

Таблиця 1

**Структура валової доданої вартості за видами економічної діяльності
(2019–2023 рр.)**

Види економічної діяльності згідно КВЕД-10	2019		2020		2021		2022		2023	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Валова додана вартість за ринковими цінами	3981234,0	100,0	4222026,0	100,0	5520149,0	100,0	5238114,0	100,0	6537825,0	100,0
Сільське, лісове та рибне господарство	347981,0	8,7	393077,0	9,3	593367,0	10,7	449148,0	8,6	484150,0	7,4
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	171052,0	4,3	193120,0	4,6	351148,0	6,4	229879,0	4,4	262563,0	4,0
Переробна промисловість	400134,0	10,1	426483,0	10,1	560527,0	10,2	398 360,0	7,6	539182,0	8,3
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	111212,0	2,8	122878,0	2,9	180944,0	3,3	186913,0	3,6	248935,0	3,8
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	14561,0	0,4	16257,0	0,4	19143,0	0,3	16163,0	0,3	17211,0	0,3
Будівництво	108774,0	2,7	119441,0	2,8	150312,0	2,7	69299,0	1,3	103551,0	1,6
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспорту	521754,0	13,1	588365,0	13,9	742123,0	13,4	645455,0	12,3	825112,0	12,6
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	235674,0	5,9	262453,0	6,2	295300,0	5,4	226716,0	4,3	283695,0	4,3
Тимчасове розміщування й організація харчування	26347,0	0,7	30834,0	0,7	49166,0	0,9	30057,0	0,6	38781,0	0,6
Інформація та телекомунікації	190634,0	4,8	209394,0	5,0	255635,0	4,6	206711,0	3,9	260336,0	4,0
Фінансова та страхова діяльність	118795,0	3,0	131903,0	3,1	161933,0	2,9	156365,0	3,0	155604,0	2,4
Операції з нерухомим майном	234271,0	5,9	268980,0	6,4	314763,0	5,7	236075,0	4,5	318868,0	4,9
Професійна, наукова та технічна діяльність	120453,0	3,0	137192,0	3,3	157569,0	2,9	99294,0	1,9	130169,0	2,0
Адміністративне та допоміжне обслуговування	56747,0	1,4	59895,0	1,4	67873,0	1,2	53799,0	1,0	63521,0	1,0

продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Державне управління й оборона; обов'язкове соц. страхування	265124,0	6,7	306533,0	7,3	336451,0	6,1	1136937,0	21,7	1448 051,0	22,2
Освіта	169512,0	4,3	186049,0	4,4	234042,0	4,2	222862,0	4,3	231031,0	3,5
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	104569,0	2,6	113642,0	2,7	144883,0	2,6	150430,0	2,9	172921,0	2,6
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	22198,0	0,6	24338,0	0,6	31910,0	0,6	26113,0	0,5	29276,0	0,4
Надання інших видів послуг	30547,0	0,8	35891,0	0,9	46637,0	0,8	42622,0	0,8	52417,0	0,8
Податки на продукти	661045,0	16,6	706560,0	16,7	780757,0	14,1	634573,0	12,1	841573,0	12,9
Субсидії на продукти	-10872,0	-0,3	-11259,0	-0,3	-14634,0	-0,3	-21651,0	-0,4	-30122,0	-0,5

Джерело: розраховано на основі [12]

Отже, дані, представлені в табл. 1, відображають динаміку валового внутрішнього продукту України за період з 2019 по 2023 рік. Зазначено, що в цілому ВВП країни зріс на 64,7 % за цей період. Найбільше зростання зафіксовано у 2021 році (на 30,7 %), а в 2022 році ВВП зменшився, що можна пояснити наслідками військового конфлікту. Структура економіки показує, що найбільший внесок у ВВП країни зробили промисловість, сільське господарство, а також оптова і роздрібна торгівля, зростання яких свідчить про стабільність споживчого попиту та аграрної сфери. Сфера державного управління та оборони значно збільшила свою частку в 2022–2023 роках, що пов'язано з мобілізацією ресурсів на підтримку оборони.

Нижче наведено рис. 1, який демонструє внесок туризму у ВВП за 2019–2023 рр. З огляду на поточну ситуацію в Україні, яка триває в умовах війни, вплив цих подій на різні сектори економіки, зокрема на туристичну галузь, є не перебільшено важливим. Туризм в Україні складав до війни приблизно 3 % від ВВП, а станом на кінець 2023 – близько 2 % (рис. 1), що є вкрай низьким показником, особливо з огляду на великий потенціал і можливості, які країна має для розвитку цієї галузі.

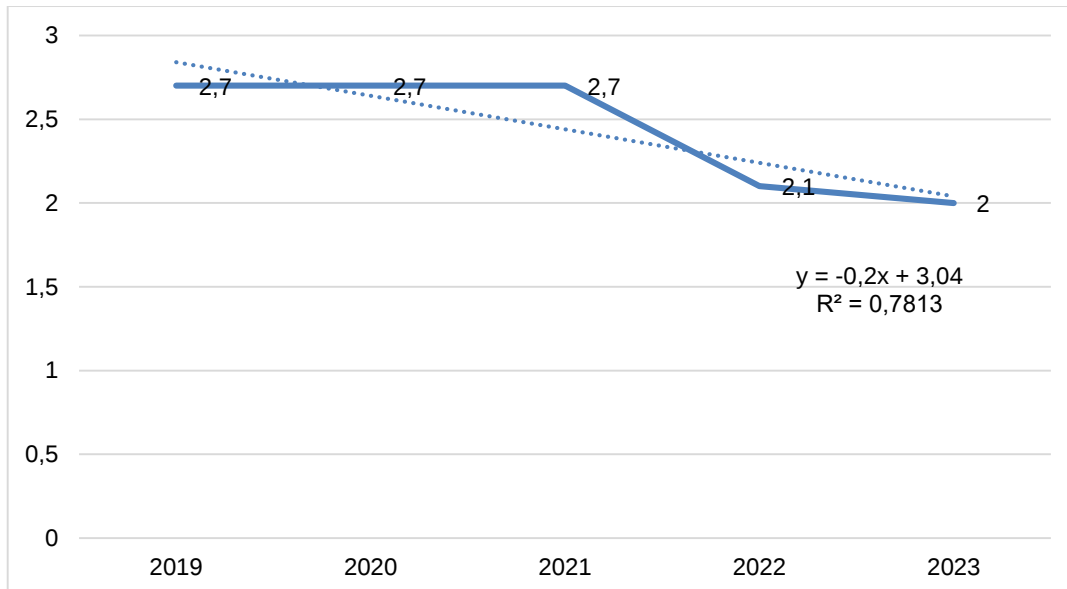


Рис. 1. Внесок туризму у ВВП України за 2019–2023 рр., у %

Джерело: розраховано автором

Видно, що упродовж 2019–2021 рр. внесок туризму у ВВП країни складав на рівні 3 %. Попри певне відновлення в 2021 році після пандемії, воєнні дії в Україні, зокрема обмеження на переміщення, безпекові ризики, а також економічні труднощі, що супроводжують збройний конфлікт, зумовили зменшення частки туристичних послуг у ВВП до 2,1 % у 2022 році і 2,0 % у 2023 році. Наведені дані вказують на суттєвий вплив війни і економічних обмежень на здатність туристичної галузі відновлюватися, а також на те, як нестабільність у країні стає перешкодою для розвитку однієї з

традиційно важливих частин економіки. Враховуючи негативний тренд, зафіксований у даних, і прогноз, що на основі моделі передбачає подальше зниження цієї частки ($y = -0,2x + 3,04$; $R^2 = 0,7812$), важливо підкреслити необхідність впровадження стратегій, спрямованих на стимулювання внутрішнього туризму та створення безпечних умов для міжнародних туристів у поствоєнний період.

Для порівняння на рис. 2 наведено внесок подорожей і туризму у ВВП на провідних світових туристичних ринках у 2019 та 2023 роках.

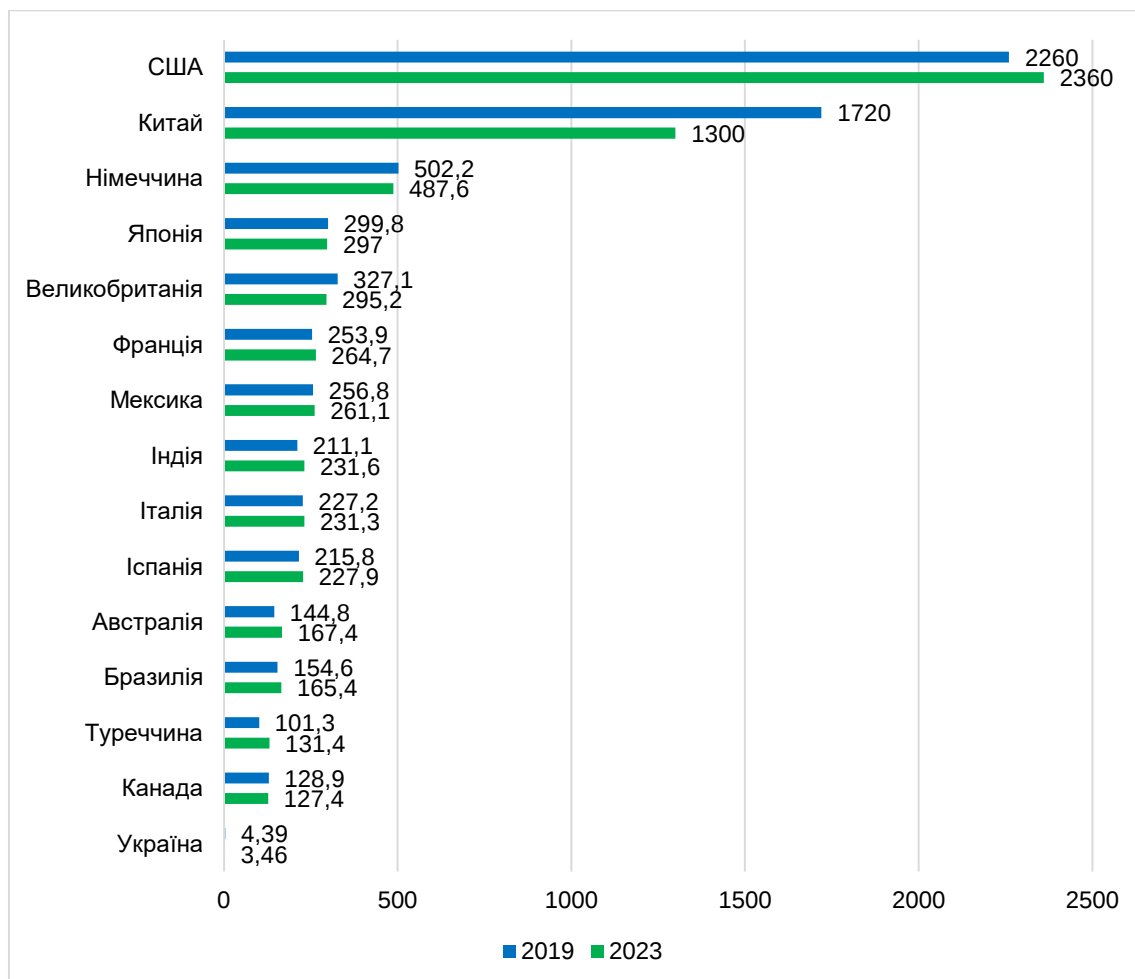


Рис. 2. Внесок подорожей і туризму у ВВП на провідних світових туристичних ринках та України у 2019 та 2023 роках, млрд дол. США

Джерело: побудовано на основі [13]

Порівнюючи Україну з іншими країнами, можна побачити різні тенденції. США, Китай, Індія, Мексика, Франція, Іспанія, Італія, Австралія та Бразилія зафіксували зростання туристичного внеску у ВВП у 2023 році порівняно з 2019-м. Водночас Китай зазнав найбільшого скорочення – на 420 млрд дол. (з 1720 млрд дол. у 2019 році до 1300 млрд дол. у 2023 році), що може бути наслідком жорсткої політики карантину, змін у глобальних туристичних потоках та внутрішніх економічних викликів. Німеччина та Великобританія також продемонстрували падіння, що може бути пов'язано з інфляцією, змінами в туристичних пріоритетах з внутрішньою економічною ситуацією. Україна, на жаль, залишається далеко позаду всіх зазначених країн за абсолютними показниками внеску туризму у ВВП. Навіть найменший з аналізованих ринків – Канада – у 2023 році мала 127,4 млрд доларів, що в 36 разів більше за показник України. Наведені дані підкреслюють надзвичайно слабку роль туризму в українській економіці в умовах війни і воєнного стану в країні.

Активність туристичних підприємств також можна прослідити через призму сплачених податків. Тож на рис. 3 зображена динаміка сплачених податків туристичними підприємствами.

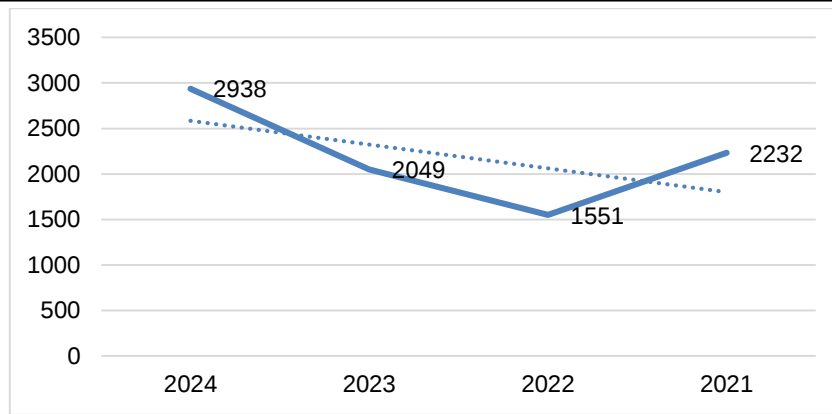


Рис. 3. Сплачені податки туристичними підприємствами України в період 2021–2024 рр.
Джерело: побудовано на основі [14]

Аналізуючи сплачені податки туристичними підприємствами за період з 2021 по 2024 рік, можна спостерігати наступну картину. У 2021 році сума сплачених податків становила 2232 млн. грн, що вже вказує на певне відновлення після кризових років, пов'язаних з пандемією. Однак, у 2022 році сума зменшилася до 1551 млн грн, що свідчить про негативні економічні наслідки для туристичної галузі, викликані війною в країні. З 2023 року спостерігається позитивна динаміка, і сума податків зросла до 2049 млн грн, що свідчить про відновлення галузі після важких років. Водночас у 2024 році сплачено 2938 млн грн, що є найвищим показником за весь період, що може свідчити про стабільне відновлення і, навіть покращення ситуації в туристичному секторі, у тому числі завдяки зростанню внутрішнього туризму та відновленню міжнародних поїздок.

На рис. 4 наведено динаміку надходжень від кожного виду туристичної діяльності за 2021–2024 рр.

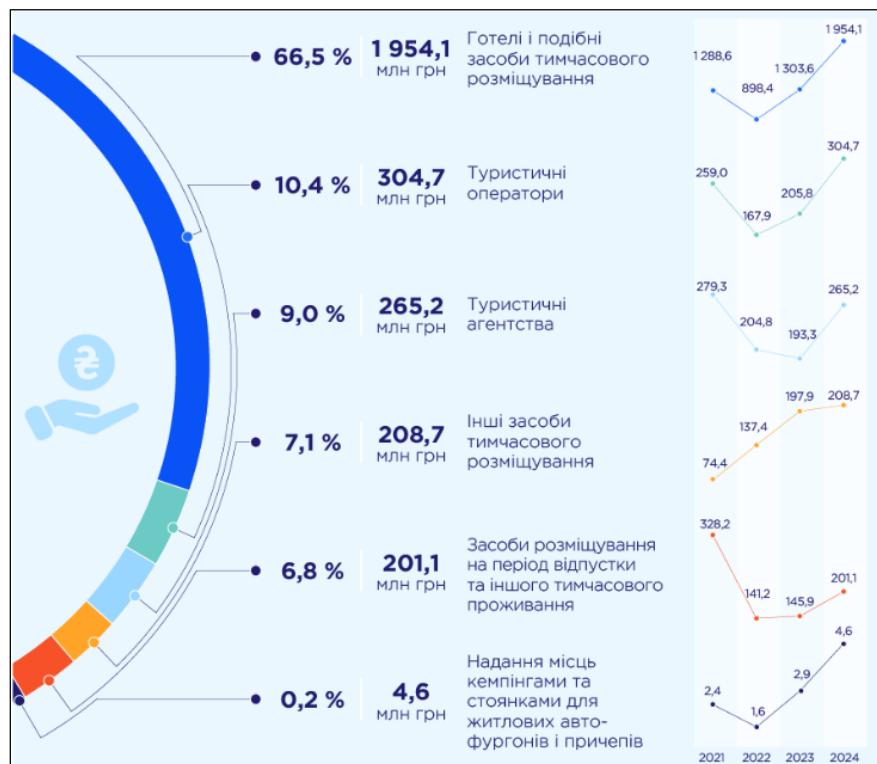


Рис. 4. Надходження від кожного виду туристичної діяльності за 2021–2024 рр.
Джерело: побудовано на основі [15]

У 2024 році готелі сплатили 66,5 % податкових надходжень до бюджету, що вдвічі більше, ніж у 2023 та 2021 роках. Податки від туристичних операторів зросли майже вдвічі до 304,7 млн грн, а від туристичних агентств – до 265,2 млн грн, хоча порівняно з 2021 роком знизились на 5 %. Податкові надходження від туристичних баз зросли до 201,1 млн грн, а від кемпінгів та стоянок для автофургонів – більше ніж удвічі, до 4,6 млн грн.

Також слід відмітити і зростання доходів. У 2023 році загальний чистий дохід туристичного сектору України склав 16,3 млрд грн, що на понад 18 % більше, ніж у 2021 році (13,8 млрд грн) у номінальному вираженні. Протягом 2023 року 20 найбільших компаній забезпечили понад третину (майже 36 %) загального виторгу сектора [16].

Відчутне зростання спостерігалось в першій половині 2024 року: сектор досягнув 5,8 млрд грн, що на 29 % більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року в номінальному вираженні. Такий приріст може свідчити про збільшення внутрішнього туристичного потоку, зокрема через ускладнення виїзду за кордон для чоловіків та проблеми з логістикою і транспортним сполученням. Київ залишився лідером: за перше півріччя 2024 року виторг туристичних компаній столиці склав 3,1 млрд грн, що становить майже 54 % чистого доходу всіх туристичних компаній України. Київ також є місцем, де зосереджена найбільша кількість туристичних компаній – 817, що складає 38,9 % від загальної кількості активних компаній країни. Другу позицію займає Львівська область з доходом 1,1 млрд грн (19,1 %) за першу половину 2024 року. У Львівській області зареєстровано 229 компаній, що становить 10,9 % від загальної кількості в Україні. Третє місце посідає Івано-Франківська область, де зареєстровано 69 компаній (3,3 % від усіх в країні), які згенерували понад 852,2 млн грн, що складає майже 15 % від загального доходу сектору. Компанії Закарпатської області забезпечили 208,7 млн грн чистого доходу (3,6 %) [16].

Отже, зважаючи на те, що туристична галузь зараз показує всі ознаки відновлення, можна також виділити тенденції, які зумовлюють його подальший розвиток:

1. Попит на внутрішній туризм в Україні не зменшується, і традиційно популярні локації, такі як Карпати, Одеса, Кам'янець-Подільський та Чернівці, залишаються в центрі уваги завдяки культурному багатству та доступності. У 2024 році активно розвиваються нові туристичні маршрути, зокрема: подорожі по ремеслах Закарпаття, Полтавщини та Поділля, екскурсії Дністровським каньйоном з круїзами та пішими маршрутами, еко-стежки Полісся, винні тури Одещиною та романтичні замки Західної України. Ці маршрути з'єднують природу, історію та культуру, відкриваючи нові горизонти для мандрівників.

2. Гастрономічний туризм переживає відродження у 2024 році, оскільки туристи все більше прагнуть відкрити нові смаки та пізнати культуру через їжу. Україна активно розвиває гастротуризм. Наприклад, дегустаційні тури сирів на Закарпатті та екскурсії до фермерських господарств Черкащини стали улюбленими серед мандрівників.

3. Активне впровадження цифрових інструментів у діяльність туристичних підприємств дає змогу оптимізувати процеси бронювання, управління клієнтами й персоналізувати пропозиції, що сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності бізнесу. Зокрема, використання штучного інтелекту, чат-ботів, великих даних, аналітики та мобільних додатків дає змогу покращити досвід клієнтів і адаптувати послуги до їхніх індивідуальних потреб, що забезпечує сталий розвиток сектору.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, незважаючи на численні виклики, туристична галузь демонструє високу стійкість і має потенціал стати вагомим джерелом фінансових надходжень для держави в майбутньому. Водночас, сфера туризму й надалі зіштовхується зі значними труднощами. Пошкоджена інфраструктура, нестабільний попит і кадровий дефіцит сповільнюють процес відновлення. Додатковим чинником, що ускладнює розвиток внутрішнього туризму, є значна кількість українців, які через війну виїхали за кордон і поки що не повернулися. Попри всі перешкоди, ринок туризму демонструє ознаки поступового відновлення, особливо у внутрішньому сегменті, який відіграє важливу роль у підтримці національної економіки. Відчутне поживлення спостерігається у подорожах до Карпат і на чорноморське узбережжя, що знову набувають популярності серед туристів. Нові тренди та відкриття у туристичній сфері показують, що туристи шукають унікальний досвід, що поєднує природу, автентичність і гастрономію. Україна, завдяки своїм новим маршрутам та багатій культурній спадщині, залишається перспективним напрямком, здатним задовольнити потреби сучасного туриста.

Література

1. ООН: Україна – серед лідерів за кількістю туристів у 2012. *BBC News Україна*. 2013. https://www.bbc.com/ukrainian/business/2013/08/130805_tourism_ukraine_un_vc (дата звернення: 02.02.2025).
2. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2227> (дата звернення: 02.02.2025).
3. Дуб В., Терешкін О., Горелков Д. Унікальні можливості повоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Таврійський науковий вісник. Серія Економіка*. 2024. Вип. 20. С. 304-313. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.36>.

4. Кондрацька Л. П. Напрями функціонування туристичного бізнесу в Україні в період війни та умови післявоєнного його відновлення. *Наукові перспективи*. 2024. Вип. 2(44), С. 728-741. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/9498/9551> (дата звернення: 02.02.2025).
5. Щербаківа Н. О. Розвиток туристично-рекреаційного потенціалу України в умовах війни. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. 2024. № 29. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.29.2024.301803>.
6. Охота В. І., Оливко О. А. Менеджмент туристичних підприємств в умовах переорієнтації на стійкі практики в контексті глобальних кліматичних змін. *Інноваційна економіка*. 2024. № 3[99]. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/1275/1377> (дата звернення: 02.02.2025).
7. Слатвінська Л., Збиранник О., Мацак Н. Оцінка сучасного стану та визначення перспектив розвитку підприємництва у галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3382> (дата звернення: 07.02.2025).
8. Бойко З., Горожанкіна Н., Грушка В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7>.
9. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). WTTC. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact/economic-impac> (дата звернення: 03.02.2025).
10. Reports. UN Tourism. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development/reports-oneplanet-stp> (дата звернення: 04.02.2025).
11. Бригілевич Г. Міжнародний туризм як інструмент підвищення ефективності функціонування економіки: досвід країн ЄС. *Наукові перспективи*. 2022. Вип. 6(24). С. 253-262. DOI: 10.52058/2708-7530-2022-6(24)-253-262.
12. Національні рахунки (ВВП). Валовий внутрішній продукт (у поточних цінах, млн грн). *Державна служба статистики України*. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/imf/arhiv/nr/nr_pot_u.htm (дата звернення: 07.02.2025).
13. Total contribution of travel and tourism to GDP in leading travel markets worldwide in 2019 and 2023. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/292479/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-selected-countries/> (дата звернення: 05.02.2025).
14. За 9 місяців 2024 року до державного бюджету від туристичної галузі надійшло понад 2 млрд грн. *ДАРТ*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/za-9-misyaciv-2024-roku-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-ponad-2-mlrd-grn> (дата звернення: 07.02.2025).
15. У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. *ДАРТ*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhets-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення: 02.02.2025).
16. Чистий дохід українських туристичних компаній зріс на третину у першому півріччі 2024 року. Дослідження YouControl. *Дія Бізнес*. URL: <https://business.dia.gov.ua/news/chystyi-dokhid-ukrainskykh-turystichnykh-kompanii-zris-na-tretnu-u-pershomu-pivrichchi-2024-roku-doslidzhennia-youcontrol> (дата звернення: 06.02.2025).
17. Туристичні тренди та відкриття 2025 року: Нові напрямки, маршрути та гастрономічні відкриття. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/turystichni-trendy-ta-vidkryttia-2025-roku-novi-napriamky-marshruty-ta-hastronomichni-vidkryttia.html> (дата звернення: 06.02.2025).

References

1. BBC news Ukraine (2013), "UN: Ukraine among leaders in number of tourists in 2012", available at: https://www.bbc.com/ukrainian/business/2013/08/130805_tourism_ukraine_un_vc (access date February 02, 2025).
2. Zarubina, A., Onoiko, Yu. and Shcherbatiuk, N. (2023), "Current trends in domestic tourism development", *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue no. 48, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2227> (access date February 02, 2025).
3. Dub, V., Tereshkin, O. and Horelko, D. (2024), "Unique opportunities for post-war tourism recovery in Ukraine", *Tavriyskyi naukovyi visnyk: Seriya Ekonomika*, Iss. 20, pp. 304-313, DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.36>.
4. Kondratska, L.P. (2024), "Directions of functioning of the tourism business in Ukraine during the war and the conditions of its post-war restoration", *Naukovi perspektyvy*, Iss. 2(44), pp. 728-741, available at: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/9498/9551> (access date February 02, 2025).
5. Shcherbakova, N.O. (2024), "Development of Ukraine's tourism and recreational potential in times of war" *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu. Seriya Istorii, ekonomika, filosofii*, no. 29, DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.29.2024.301803>.
6. Okhota, V.I. and Olyvko, O.A. (2024), "Management of tourism enterprises in the context of reorientation to sustainable practices in the context of global climate change", *Innovatsiina ekonomika*,

no. 3[99], available at: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1275/1377> (access date February 02, 2025).

7. Slatvinska, L., Zbyrannyk, O. and Matsak, N. (2024), "Assessment of the current state and determination of prospects for the development of entrepreneurship in the tourism industry in Ukraine, taking into account the consequences of martial law", *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue no. 59, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3382> (access date February 07, 2025).

8. Boiko, Z., Horozhankina, N. and Hrushka, V. (2024), "Trends in tourism development in Ukraine during wartime", *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue no. 59, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7>.

9. WTTC (n.d.), Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR), available at: <https://wtcc.org/research/economic-impact/economic-impac> (access date February 03, 2025).

10. UN Tourism (n.d.), Reports, available at: <https://www.unwto.org/sustainable-development/reports-oneplanet-stp> (access date February 04, 2025).

11. Bryhilevych, H. (2022), "International tourism as a tool for improving the efficiency of the economy: the experience of EU countries", *Naukovi perspektyvy*, Iss. 6(24), pp. 253-262, DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-6\(24\)-253-262](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-6(24)-253-262).

12. State Statistics Service of Ukraine (n.d.), "National accounts (GDP). Gross domestic product (in current prices, UAH million)", available at: https://www.ukrstat.gov.ua/imf/arhiv/nr/nr_pot_u.htm (access date February 07, 2025).

13. Statista (2023), Total contribution of travel and tourism to GDP in leading travel markets worldwide in 2019 and 2023, available at: <https://www.statista.com/statistics/292479/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-selected-countries/> (access date February 05, 2025).

14. State Tourism Development Agency (2024), "Over 9 months of 2024, the state budget received more than UAH 2 billion from the tourism industry", available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/za-9-misyaciv-2024-roku-do-derzhavnogo-byudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-nadiyshlo-ponad-2-mlrd-grn> (access date February 07, 2025).

15. State Tourism Development Agency (2024), "In 2024, the tourism sector of Ukraine brought almost UAH 3 billion to the budget", available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhety-mayzhe-3-mlrd-grn> (access date February 02, 2025).

16. Diia Biznes (2024), "Net income of Ukrainian tourism companies increased by a third in the first half of 2024. YouControl research", available at: <https://business.diia.gov.ua/news/chystyi-dokhid-ukrainskykh-turystychnykh-kompanii-zris-na-tretynu-u-pershomu-pivrichchi-2024-roku-doslidzhennia-youcontrol> (access date February 06, 2025).

17. "Tourism Trends and Discoveries 2025: New Destinations, Routes and Gastronomic Discoveries", available at: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/turystychni-trendy-ta-vidkryttia-2025-roku-novi-napriamky-marshruty-ta-hastronomichni-vidkryttia.html> (access date February 06, 2025).

Шадюк К.М.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ ТА ВІЙНИ

Мета. Діагностика сучасного стану підприємств туристичної галузі в умовах кризи та війни.

Методика дослідження. Дослідження проводилося з використанням методів наукового пізнання, а саме: метод структурно-логічного аналізу – при формуванні структури та логіки статті; індукція та дедукція – на етапі збору первинних даних та їх аналізу; монографічний – при вивченні наукового досвіду розвитку підприємств туристичної галузі України; абстрактно-логічний – при формуванні теоретичних висновків та пропозицій по темі дослідження; табличний та графічний методи дозволили наочно відобразити поточний стан результатів дослідження.

Результати дослідження. Визначено частку туристичної галузі в економіці України, що дало змогу встановити її важливість для національної економіки країни. З'ясовано, що протягом 2019–2021 рр. внесок туризму у ВВП країни складав на рівні 3 %. Попри певне відновлення в 2021 році, зменшилася частка туристичних послуг у ВВП до 2,1 % у 2022 році і 2,0 % у 2023 році. Доведено, що це результати суттєвого впливу війни і кризи. Також проаналізовано рівень туристичної активності підприємств галузі через призму сплачених податків, що дало змогу виявити зростаючу активність у доходах туристичних підприємств від різних видів туристичної діяльності. Наголошено на основних тенденціях розвитку туризму в Україні (розробка нових маршрутів і локацій, активізація гастрономічного туризму, активне використання цифрових технологій в діяльності туристичних підприємств), виокремлено перспективні напрямки, які можуть сприяти подальшому зростанню цього сектора в умовах сучасних викликів.

Наукова новизна результатів дослідження. Набув подальшого розвитку комплексний аналіз туристичної активності підприємств через призму сплачених податків, що дало змогу оцінити реальний внесок цієї галузі в економіку країни, зокрема в умовах кризових ситуацій.

Практична значущість результатів дослідження. Результати дослідження можуть бути корисними для керівників туристичних підприємств, оскільки вони можуть допомогти їм розробляти

стратегії адаптації до кризових умов, забезпечуючи стійкість їхнього бізнесу в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: внесок туризму у ВВП, туристи, податки, дохід, активність туристичних підприємств, цифрові технології.

Shadiuk K.M.

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF CRISIS AND WAR

Purpose. The aim of the article is to diagnose the current state of enterprises in the tourism industry in the conditions of crisis and war.

Methodology of research. The research was conducted using methods of scientific knowledge, namely: method of structural and logical analysis – when forming the structure and logic of the article; induction and deduction – at the stage of collecting primary data and analyses; monographic – when studying the scientific experience of the development of enterprises in the tourism industry of Ukraine; abstract and logical – when forming theoretical conclusions and proposals on the topic of research; tabular and graphic methods allowed to visually display the current state of the research results.

Findings. The results of the study determined the share of the tourism industry in the economy of Ukraine, which made it possible to determine its importance for the national economy of the country. It was found that during 2019-2021. the contribution of tourism to the country's GDP was 3 %. Despite some recovery in 2021, the share of tourism services in GDP decreased to 2.1 % in 2022 and 2.0% in 2023. It is proven that these are the results of the significant impact of war and crisis. The level of tourism activity of the industry enterprises was also analysed through the prism of taxes paid, which made it possible to identify growing activity in the income of tourism enterprises from various types of tourism activities. The main trends in the development of tourism in Ukraine were emphasized (development of new routes and locations, activation of gastronomic tourism, active use of digital technologies in the activities of tourism enterprises), promising areas were identified that can contribute to the further growth of this sector in the face of modern challenges.

Originality. The comprehensive analysis of the tourism activity of enterprises through the prism of paid taxes has gained further development, which made it possible to assess the real contribution of this industry to the country's economy, in particular, in crisis situations.

Practical value. The results of the study can be useful for managers of tourism enterprises, as they can help them develop strategies for adapting to crisis conditions, ensuring the sustainability of their business in the long term.

Key words: tourism contribution to GDP, tourists, taxes, income, activity of tourism enterprises, digital technologies.