

ISSN 2616-7603 (Print)
ISSN 2618-1460 (Online)

ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ
І МИСТЕЦТВ

Серія: Туризм

Науковий журнал

2022

Том
Vol. **5**

№ **1**

Scientific journal

BULLETIN
OF KYIV
NATIONAL
UNIVERSITY
OF CULTURE
AND ARTS

Series in Tourism

Київський національний університет культури і мистецтв

Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.

Серія: Туризм

Науковий журнал

У журналі висвітлюються актуальні питання теорії та методології туризму, наукові засади туризму заради сталого розвитку, інформаційно-інноваційна діяльність у туризмі, діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління, культурологічні проблеми розвитку туризму в сучасних умовах.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 15 від 30.05.2022 р.)

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

Володимир Антоненко, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР

Христина Плецан, кандидат наук з державного управління, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Геннадій Балабанов, доктор географічних наук, професор, Національний авіаційний університет, Україна;

Дарья Басюк, доктор економічних наук, професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна;

Володимир Великий, доктор історичних наук, професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;

Олександр Вітченко, доктор географічних наук, професор, Білоруський державний університет, Республіка Білорусь;

Алла Гаврилюк, доктор наук з державного управління, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Йозеф Затко, доктор габілітат, Європейський інститут дистанційної освіти, Словацька Республіка;

Сергій Захарін, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Ілін Лі, PhD, Тяньцзиньський університет іноземних мов, Китайська Народна Республіка;

Ольга Любіцева, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна;

Анатолій Польовий, доктор географічних наук, професор, Одеський державний екологічний університет, Україна;

Сергій Попович, кандидат історичних наук, Національний університет фізичного виховання і спорту України, Україна;

Лариса Чепурда, доктор економічних наук, професор, Черкаський державний технологічний університет, Україна;

Ірина Черниш, доктор економічних наук, доцент, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Україна.

ЛІТЕРАТУРНИЙ РЕДАКТОР

Ірина Богуш

РЕДАКТОР АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ

Наталія Сарновська

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ РЕДАКТОР

Галина Стешенко

ДИЗАЙН ОБКЛАДИНКИ

Євгеній Дорошенко

ТЕХНІЧНЕ РЕДАГУВАННЯ

ТА КОМП'ЮТЕРНА ВЕРСТКА

Оксана Бережна

Науковий журнал відображається в таких базах даних: BASE, Crossref, DOAJ, EuroPub, Google Академія, Lens, MIAR, OpenAIRE, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD; довідник наукових ресурсів відкритого доступу, Scilit, Index Copernicus Journals Master List, Journal Factor, JournalTOCs, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, World Catalogue of Scientific Journals, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Наукова періодика України (УПАН).

Найменування органу
реєстрації друкованого видання

ISSN

Рік заснування

Періодичність

Засновник / адреса засновника

Адреса редакційної колегії

Видавництво

Сайт

E-mail

Телефон

Міністерством юстиції України видано Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації № 23122-12962 Р Серія KB від 25.01.2018

ISSN 2616-7603 (Print)

ISSN 2618-1460 (Online)

2018

2 рази на рік

Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

вул. Є. Коновальця, 36, каб. 806-Б, м. Київ, Україна, 01042

Видавничий центр КНУКІМ, вул. Чигоріна, 14, м. Київ, Україна, 01042

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnykknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

За точність викладених фактів та коректність цитування
відповідальність несе автор

© Київський національний університет культури і мистецтв, 2022
© Автори, 2022

Kyiv National University of Culture and Arts
Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts.
Series in Tourism
Scientific journal

The scientific journal covers the topical issues of theory and practice of tourism, the problems of regional development, the formation of a competitive personnel potential of tourism, attractiveness of tourism resources, the problems of information and innovation provision of tourism activities.

*Recommended for publication by the Academic Council
of Kyiv National University of Culture and Arts
(Minutes 15 of 30.05.2022)*

EDITOR-IN-CHIEF

Volodymyr Antonenko, DSc in Geography, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

ASSISTANT EDITOR

Khrystyna Pletsan, PhD in Public Administration, Associate Professor Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

EDITORIAL BOARD

Hennadii Balabanov, DSc in Geography, Professor, National Aviation University, Ukraine;

Daria Basiuk, DSc in Economics, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraine;

Volodymyr Velykochyi, DSc in Historical Sciences, Professor, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine;

Oleksandr Vitchenko, DSc in Geography, Professor, Belarusian State University, Republic of Belarus;

Alla Havryliuk, DSc in Public Administration, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine;

Yozef Zatko, Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof., mult., European Institute of Postgraduate Education, Podhayska, Slovak Republic;

Serhii Zakharin, DSc in Economics, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine;

Inin Li, PhD, Tianjin Foreign Studies University, People's Republic of China;

Olha Liubitseva, DSc in Geography, Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine;

Anatolii Polovyj, DSc in Geography, Odesa State Environmental University, Ukraine;

Serhii Popovych, PhD in History, National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Ukraine;

Larysa Chepurda, DSc in Economics, Professor, Cherkasy State Technological University, Ukraine;

Iryna Chernysh, DSc in Economics, Associate Professor, Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, Ukraine.

LITERARY EDITOR

Iryna Bogush

ENGLISH TEXTS EDITOR

Nataliia Sarnovska

BIBLIOGRAPHIC EDITOR

Halya Steshenko

COVER DESIGN

Yevhenii Doroshenko

TECHNICAL EDITING

AND COMPUTER LAYOUT

Oksana Berezna

The scientific journal is displayed in BASE, Crossref, DOAJ, EuroPub, Google Scholar, Lens, MIAR, OpenAIRE, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD: the Directory of Open Access scholarly Resources, Scilit, Index Copernicus Journals Master List, Journal Factor, JournalTOCs, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, World Catalogue of Scientific Journals, National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky, Scientific Periodicals of Ukraine (URAN).

Name of authority registration of the printed edition

ISSN

Year of foundation

Frequency

Founder / Postal address

Editorial board address

Publisher

Web-site

E-mail

Tel.

The certificate of Media Outlet State Registration KB № 23122-12962 P from 25.01.2018 issued by the Ministry of Justice of Ukraine

ISSN 2616-7603 (Print)

ISSN 2618-1460 (Online)

2018

twice a year

Kyiv National University of Culture and Arts, 36, Ye. Konovaltsia Str., Kyiv, 01133, Ukraine

36, Ye. Konovaltsia Str., Off. 806-b, Kyiv, 01042, Ukraine

KNUKIM Publishing Centre, 14, Chyhorina Str., Kyiv, 01042, Ukraine

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnykknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

ЗМІСТ

**СТАЛИЙ РОЗВИТОК
Й АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ****Ігор Смирнов,
Ольга Любіцева**Відкладений попит на туристичні послуги
як чинник розвитку туризму
в постпандемічний час у світі та в Україні 6**Євген Козловський,
Ірина Яцюк,
Кароліна Столож**Проблеми та перспективи
розвитку міжнародного туризму
в період пандемії COVID-19 27**Леся Устименко,
Наталія Булгакова,
Анюта Виставна**Вплив лідерів думок на просування
туристичного продукту 37**Марина Самілик**Вплив локаворства на розвиток
гастрономічного туризму Сумщини 48**НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА
ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС****Анатолій Доценко,
Тетяна Басюк**Пам'ятки українського козацтва
як туристичний ресурс 57**Володимир Антоненко,
Володимир Хуткий**Вплив російської військової агресії
на природні туристичні ресурси України 64

CONTENTS

SUSTAINABLE DEVELOPMENT
AND CURRENT ISSUES
OF TOURISM AND RECREATION

<i>Ihor Smyrnov, Olha Liubitseva</i>	Deferred Demand for Tourist Services as a Factor of Tourism Development in the Post-Pandemic Period in the World and Ukraine	6
<i>Yevhen Kozlovskiy, Iryna Yatsiuk, Karolina Stolozh</i>	Problems and Perspective of International Tourism Development during the COVID-19 Pandemic	27
<i>Lesia Ustymenko, Nataliia Bulhakova, Aniuta Vystavna</i>	Influence of Opinion Leaders on Tourism Product Promotion	37
<i>Maryna Samilyk</i>	Impact of Locavorism on the Gastronomic Tourism Development in Sumy Region	48

NATIONAL CULTURAL HERITAGE
AS A TOURIST RESOURCE

<i>Anatolii Dotsenko, Tetiana Basiuk</i>	Sights of the Ukrainian Cossatians as a Tourist Resource	57
<i>Volodymyr Antonenko, Volodymyr Khutkyi</i>	Impact of Russian Military Aggression on the Natural Tourist Resources of Ukraine	64

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.261993

УДК 338.487:339.13]:616.46-021.68(477+100)

ВІДКЛАДЕНИЙ ПОПИТ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОСТПАНДЕМІЧНИЙ ЧАС У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Ігор Смирнов^{1а}, Ольга Любіцева^{2а}¹ Доктор географічних наук, професор;

e-mail: Smirnov_IG@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6395-7251

² Доктор географічних наук, професор;

e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395

^а Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Анотація

Розкрито сутність явища відкладеного попиту як двигуна розвитку постковідного туризму. Наведено думку професора Саймона Гадсона про особливості розвитку туризму в ковідний і постковідний періоди згідно з його опублікованою працею «COVID-19 і вплив на подорожі, відповіді та результати» (COVID-19 & Travel Impacts, Responses and Outcomes). Висвітлено тенденції розвитку та відновлення туристичної галузі світу в постковідний час, урахувавши дію чинника відкладеного попиту. Показано особливості розвитку та відновлення туристичної галузі та сфери гостинності в Україні у постпандемічний період з наведенням прикладів з вітчизняної практики виїзного (закордонного) та в'їзного (іноземного) туризму.

Ключові слова: туризм; відкладений попит; пандемія COVID-19; світові тенденції; українські приклади

Вступ

2020 рік був украй невдалим як для глобальної туріндустрії, так і для туристичної галузі України. За даними Всесвітньої ради з питань подорожей і туризму (WTTC), частка туризму у світовому ВВП скоротилася за цей рік з 10,4 % до 5,5 %, а втрати в грошовому вимірі сягнули майже 4,5 трлн доларів. Не стали винятком і подорожі класу люкс. Проте вже найближчі 6 років сектор елітного туризму зростатиме в середньому на 11 % на рік й у 2027 р. сягне майже 1,2 трлн доларів (прогнозують в індійській компанії ринкових досліджень Allied Market Research і для порівняння наводять відповідний показник за 2019 р. – 945,6 млн доларів). Аналітики Федерального резервного банку Нью-Йорка вважають, що відновленню найбільш постраждалих від пандемії готельно-ресторанної, рекреаційно-туристичної й транспортної індустрій посприяють насамперед заможні клієнти. І все це завдяки мільярдам доларів, які накопичили представники середнього

класу та багатії з різних країн за період пандемії COVID-19, відклавши на поспандемічний час купівлю дорогих турів.

Постановка проблеми

Покупці туристичних послуг, особливо в елітному сегменті подорожей, заздалегідь обмірковують покупку й обирають туристичну послугу, тому такий клієнт може вирішити придбати його пізніше, особливо за умов, які обмежують подорожі (пандемії, збройних конфліктів, терористичних актів, стихійних явищ тощо). Це явище називається відкладеним попитом (Travel.24tv, 2021).

Відкладений попит – це вид незадоволеного попиту, до якого зараховують запити тих клієнтів, які мають намір зробити покупку, але не зараз, а пізніше. До того ж клієнт має конкретний орієнтир, коли слід купити товар; йдеться про плани, а не мрії. Як правило, відкладений попит спостерігаємо в товарах і послугах не першої потреби й у сегментах зі стійким попитом, до яких можна зарахувати туристичні послуги.

На сьогодні в наукових публікаціях недостатньо висвітлено тенденції розвитку та відновлення туристичної галузі в постковідний час, які враховують дію чинника відкладеного попиту. Тому **метою статті** є висвітлення тенденцій відновлення туристичної галузі у світі й Україні в постковідний час, ураховуючи дію чинника відкладеного попиту, а також визначення заходів, що дадуть змогу пом'якшити вплив пандемії COVID-19 на туристичну діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання, що присвячені перспективам і проблемам розвитку туризму й туристичної діяльності, різним чинникам впливу на туризм достатньо широко висвітлено в наукових працях багатьох українських та іноземних учених. Однак істотні зміни у сфері туризму, що виникли внаслідок негативного впливу глобальної пандемії COVID-19, призвели до нових досліджень цієї проблематики.

Вплив пандемії COVID-19 на сферу туризму також зумовив високий інтерес дослідників до оцінки її наслідків, визначення перспектив розвитку туризму в постковідний період. Так, у роботі дослідника з Оксфордського університету (Hudson, 2020) розглянуто вплив пандемічних обмежень на міжнародний туризм й окремі його галузі; визначено низку проблемних питань, що пов'язані з COVID-19, на які потрібно знайти відповіді. Вплив пандемії COVID-19 на індустрію гостинності (огляд поточної ситуації та програма досліджень впливу) подано в дослідженнях D. Gursoy, Ch. G. Chi (2020).

Діяльність підприємств сфери туризму під час пандемії COVID-19, світовий та український досвід подолання наслідків пандемії для туристичного бізнесу достатньо всебічно висвітлено в попередніх наукових публікаціях авторів статті (Смирнов & Любіцева, 2020, 2022). Проблеми музеїв, як туристичного ресурсу туризму, виклики та нові можливості музеїв під час пандемії COVID-19, визначено в дослідженні В. Антоненка, В. Хуткого (2021). Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні в умовах пандемії достатньо глибоко проаналізовано в статті М. Самілик, О. Кубрак (2021).

Виклад основного матеріалу

Відкладений попит уже вплинув на відновлення туристичної галузі у світі та в Україні у 2021 р., і, як прогнозують фахівці, буде діяти й надалі. Відкладений попит означає, що всі, хто так чи інакше хотів, але не зміг реалізувати свої бажання поїхати відпочивати до іншої країни, спробують це зробити в той момент, коли пандемія відступить, і кордони максимально відкриються без особливих вимог до подорожніх. Це підтверджують статистичні дані, що отримала найбільша світова платформа з бронювання житла *Booking.com*, яка здійснила опитування серед тих, хто подорожує, й оприлюднила результати свого масштабного дослідження, в якому взяли участь понад 24 тис. осіб з 31 країни (Павленко, 2021): відсоток охочих використати накопичені дні відпустки збільшився з 42 % до 63 %. Під час пандемії всі подорожі довелося відкласти, але у 2022 р. споживачі готові сказати подорожам «так»: 72 % опитаних згодні поїхати відпочивати куди завгодно, якщо це доступно та фінансово можливо. Протягом довгих місяців багато потенційних туристів змушені були відмовитися від поїздки, веселощів і зустрічей з друзями, тому надалі подорожі стануть наймоднішим способом турботи про себе. Так, 79 % опитаних зазначили, що поїздки позитивно впливають на їхній психічний та емоційний стан. Причиною цього – змушене «ув'язнення» у квартирах і будинках під час пандемії, повсякденна метушня в закритому просторі, де люди працювали, виховували дітей, здійснювали онлайн-купівлі та навіть займалися спортом. Тому багато людей стали цінувати ще більше можливість вирватися з рутини. Саме подорожі й виводять нас зі стану нервового стресу: вони, як ковток свіжого повітря, дають змогу побачити нове, почути нові мови та скуштувати нові страви. Під час поїздки подорожні прагнуть повністю зануритися в іншу культуру та проїнятися духом нового місця. Доведено, що нові та яскраві емоції діють на людський організм не гірше вітамінів, тому саме вони стануть новим типом турботи людства про своє ментальне й фізичне здоров'я. Фахівці туристичної галузі рекомендують споживачам їхати туди, куди вже і не сподівалися потрапити, куштувати нові страви, адже це незабутні враження, які допоможуть відчувати радість життя.

Пандемія продемонструвала, що для людства є дійсно важливим, і тепер ми ще більше стали цінувати свободу. Людям необхідно зустрічатися з іншими людьми. ZOOM і онлайн-конференції всіх уже втомили – хочеться живого спілкування. Саме тому 60 % мандрівників висловилися за те, щоб знаходити нові знайомства під час подорожей. Можливо, для українців, які можуть вільно подорожувати не тільки до Туреччини та Єгипту, а й до багатьох європейських країн, бажання спілкуватися з іноземцями може видатися доволі дивним. Але у світі ще є Австралія, Нова Зеландія та Сингапур, які як закрилися весною 2020 р., так до цього часу й не впускають туристів, а місцеві мешканці не виїжджають за межі своєї країни. Повернення подорожей, відкриття країн для туристів найближчими роками означатиме можливість не тільки знову побачити друзів і членів родини, а й завести нові знайомства. До речі, 50 % опитаних плекають надію зустріти під час поїздки свою «другу половинку». Завдяки відеодзвінкам,

які вже стали частиною повсякденного життя, багато з цих романів мають усі шанси продовжитися і після повернення мандрівників додому.

За час пандемії ми навчилися використовувати максимально те, що неподалік дому. Люди стали активніше брати участь у житті своїх регіонів, у тому числі підтримувати місцевий бізнес. Так, 58 % вважають важливим, щоб їхні поїздки приносили користь місцевим спільнотам. 29 % хотіли б дізнатися, як гроші, витрачені на подорож, вплинуть на розвиток місцевих спільнот. Дійсно, як допомогти місцевим мешканцям тих регіонів, куди ви плануєте відправитися в подорож, і не порушити їхній звичайний уклад життя? Всесвітня туристична організація (UNWTO) закликає всіх до «свідомих подорожей». Це означає обирати для подорожі більш віддалені місця, залишатися там якомога довше, не змінюючи локацію кожні два дні. Для того щоб змінити туристичний вектор, слід, по-перше, обирати немасові дестинації. Наприклад, їхати не до Барселони, де і так повно туристів, а до спокійнішої Валенсії, де пляжі не гірші й багато культурно-історичних пам'яток. По-друге, обирати низький сезон для подорожей. Скажімо, у Венеції туристів набагато менше в грудні, ніж у серпні, а місто є не менш прекрасним і під зимовими хмарами. По-третє, рекомендують відвідувати маловідомі місця, де місцеві не розбещені увагою туристів. У такий спосіб можна дізнатися про щось зовсім нове та допомогти економіці «нерозкручених» туристичних дестинацій.

З надходженням пандемії оселі у всьому світі перетворилися на офіси. Віддалена робота стала новою нормою життя. У багатьох офісних працівників протягом 2020–2021 рр. з'явилася можливість поєднувати працю та поїздки (відпочинок). В умовах пандемії COVID-19 в туристичному бізнесі набув поширення новий термін «воркейшн» – поняття, яке поєднує два англійські слова: *work* – робота та *vacation* – відпустка (Смирнов & Любіцева, 2022). З одного боку, це давало змогу переміщуватися, не відриваючись від праці, з іншого – усе одно не вдавалося по-справжньому зануритися в знайомство з новими місцями, культурою, тобто добре відпочити. Багато людей просто втомилися від такого виду подорожей, коли доводиться постійно думати про роботу. Саме тому 73 % опитаних заявили, що в поїздках не будуть займатися робочими справами: працівники прагнуть у такий спосіб відновити баланс між роботою та особистим життям. Отже, припиниться практика поєднувати працю та поїздки, брати на відпочинок комп'ютер, приймати повідомлення в месенджерах, поєднувати відпочинок і працю, щоб не вигоріти, постійно думаючи про робочі процеси.

Більшість туристів розглядає поїздки до місця відпочинку як вимушену необхідність, а не джерело задоволення та радості. Але оскільки за останні півтора-два роки і так було мало можливостей подорожувати, то нині потенційні туристи встигли скучити навіть за перебуванням у дорозі. Для 75 % опитаних мандрівників дорога до місця призначення може бути значно приємнішою, якщо сприймати її як частину подорожі. До того ж туристи раді не лише поїздкам потягами та літаками – 55 % респондентів заявили, що їм не менш цікаво знайомитися з особливостями громадського транспорту в інших країнах і містах. Отже, після довгої вимушеної перерви навіть звичайні речі виявляються новими.

Невизначеність тепер постійно супроводжує наше життя. Зміни відбуваються щоденно. Ми стали звикати до того, що в будь-який момент усе може змінитися: можуть оголосити локдаун, вимагати сертифікати вакцинації в театрах і кав'ярнях, можуть закритися кордони через новий штам вірусу, скасується довгоочікувана подорож. 2021 р. навчив споживачів не планувати далеко наперед, але не відбив бажання подорожувати. Згодом потенційні туристи розраховують справитися із цією невизначеністю завдяки технологіям. Згідно з дослідженням 63 % опитаних вірять, що сучасні технології допоможуть знизити ризики для здоров'я під час відпочинку, а 62 % вважають, що технології допомагають менше хвилюватися в поїздах. Для цього з'являються нові застосунки, в яких щоденно обновляється інформація про вимоги країн щодо перетину кордонів. Можливо відстежувати актуальну інформацію про авіарейси на сайтах аеропортів і в застосунку *Flightradar24* (Павленко, 2021). У соціальних мережах з'являються повідомлення подорожніх, де можна поставити довільне запитання, яке цікавить, й отримати оперативну відповідь не тільки від туристів, а й від професіоналів у сфері туризму. Усе це спрощує подорожі в епоху невизначеності.

Повертаючись до явища відкладеного попиту як двигуна відновлення туризму в постковідний період, можемо зазначити, що за час локдаунів домогосподарства в усьому світі нагромадили на 5,4 трлн доларів більше за середній очікуваний рівень заощаджень (це перевищує фінансові втрати туристичної галузі за весь 2020 р. – 4,5 трлн доларів) і тепер готові вільніше їх витратити, зокрема на елітні подорожі приватними літаками та яхтами, на оренду шикарних вілл і цілих островів тощо. Уже зараз американці вводять пошуковий запит «розкішні готелі» частіше, ніж будь-коли за останні 15 років – констатують у Google (Павленко, 2021). А мандрівники, які зараховують себе до категорії можливих, зізнаються, що протягом року планують здійснити в середньому чотири подорожі, про це свідчить опитування американської компанії туристичного маркетингу MMGY Global (Павленко, 2021).

У постковідний період виник високий відкладений попит на дорогі тури, про що зазначає Саймон Хадсон (Hudson, 2020), професор Коледжу індустрії гостинності, ритейлу та спорту при Університеті Південної Кароліни, автор наукового дослідження «COVID-19 і вплив на подорожі, відповіді та результати» (COVID-19 & Travel Impacts, Responses and Outcomes), опублікованого у вигляді окремого видання. Професор згадує, як минулого року спілкувався з топменеджерами люксових американських туроператорів, і ті констатували: замість того щоб скасовувати заплановані подорожі, клієнти залюбки їх відкладають. Тепер популярні серед можливих клієнтів країни, що раніше за інших відкрили свої кордони для туристів, включаючи Мальдівські острови, Об'єднані Арабські Емірати (Дубай) і держави Карибського басейну, активно залучають відпочивальників. «Самим же мандрівникам аж свербить, як хочеться знову подорожувати, і вони готові щедро витратитися на якісне проведення часу із сім'єю чи друзями», – зазначає С. Хадсон (Hudson, 2020). Ще один приклад дестинації для обраних – італійське містечко Портофіно на узбережжі Лігурійського моря, дорогий курорт, широко популярний серед зірок і багатіїв з усього світу. Зазвичай влітку тут велелюдно, проте не в часи пандемії. За словами Анджели Г'юз, влас-

ниці турагентства Trips and Ships Luxury Travel у Флориді (США), яка вже більш ніж 35 років займається організацією елітних турів, «хоча серпень вважається високим сезоном, зараз тут нескладно забронювати столик для вечері і людей зовсім небагато – переважно місцеві» (Павленко, 2021). Подорож до спустілого через пандемію міста вона називає чи не єдиною можливістю отримати максимально автентичні враження про Італію. Маріанна Сігала, професорка туризму на факультеті бізнесу в університеті Південної Австралії, також вважає, що відсутність туристичних натоплів, а також здорожчання подорожей під час пандемії створюють ідеальні умови для розвитку люксового сегмента туристичної індустрії. «Розкішні подорожі – це приватні тури в невеликих групах до локацій без натоплів: саме те, чому з міркувань здоров'я та безпеки віддають перевагу люди під час пандемії», – пояснює вона. До популярних серед австралійців напрямків, що відповідають таким вимогам, М. Сігала зараховує острови типу Мальдівів та Філіппін, а також будь-які інші країни з можливістю приватного усамітненого відпочинку (Павленко, 2021). А. Г'юз розповідає, що серед заможних американських мандрівників найпопулярнішим напрямком з початку пандемії стала Африка. Підвищений попит серед клієнтів її агентства мають також тури до Греції, Італії й Таїті, а на деякі напрямки є насправді ажіотажний попит: гарячими пропозиціями залишаються експедиції класу люкс до Антарктики, Ісландії, Гренландії. Уже в перший день продажів розкуплено всі місця на круїз до Ісландії (Павленко, 2021). У компанії Lindblad Expeditions, яка організовує ексклюзивні круїзи, підтверджують, що така тенденція триватиме. Там стверджують, що зріс попит на їхній 35-денний тур до Антарктики вартістю від 50 тис. доларів, а його бронювання на 2022 р. навіть перевершило допандемічний рівень. Також через велику кількість охочих здійснити літній круїз до Аляски ця фірма збільшила кількість суден на цьому напрямку з двох до чотирьох.

С. Хадсон (Hudson, 2020) підкреслює, що в постпандемічному світі споживачі мають вищі очікування, а пріоритетом для них є ситуація у сфері охорони здоров'я та гігієнічні стандарти туристичних країн й об'єктів. Тому люксові туроператори, готелі та цілі держави активно пристосовуються до нових потреб і побажань мандрівників. Так, Дубай і Мальдіви просувають ідею «вакциної відпустки» – поєднання елітного відпочинку з курсом вакцинації, а елітні п'ятизіркові готелі по всьому світу запровадили нові протоколи безпеки. Готель Vucuti & Tara Beach Resort на Арубі запровадив безконтактну реєстрацію гостей, щоденний скринінг здоров'я персоналу й організував внутрішній пункт тестування на COVID-19 з негайним відправленням електронною поштою результатів, отриманих того самого дня. Французька готельна мережа Accor у 2021 р. обладнала свої готелі технологією Accor Key: під час заселення гості завантажують спеціальний застосунок для смартфонів й отримують віртуальний ключ до номера, а також до ліфтів, конференц-залів та інших приміщень готелю. Ще один приклад – австралійський готель Pier One Sydney Harbour, де винайняли «сомельє дезінфекторів», що пропонує гостям вибір засобів для дезінфекції рук від низки місцевих брендів. А в курортному готелі Anantara Veli на Мальдівах запровадили окрему посаду «опікуна гостей», який стежить за дотриманням правил охорони праці та безпеки в усіх точках контактів туристів з персоналом.

Щоправда, на Мальдівах відокремлений характер відпочинку зазвичай не вимагає посилених санітарних заходів, наприклад не потрібно носити маски. Мінімум людей, мінімум контактів з людьми – у цьому й полягає фішка відпочинку тут, а саме в приватності, про що розповідає українська фешн-блогерка Аліна Френдїй, яка спочатку провела на Мальдівах романтичний відпочинок удвох зі своїм майбутнім чоловіком, а потім повернулася сюди втрех – з чоловіком і однорічним сином Яном. Блогерка зауважує, що така подорож дає змогу побути наодинці із собою та найближчими людьми, відпочити не лише фізично, а й морально (Павленко, 2021). Схожий досвід описує Тетяна Калета, підприємець з Ужгорода, яка нещодавно відпочивала на Мальдівах разом із сім'єю. На острові вона відчувала себе в безпеці, адже всі туристи потрапляють туди лише після здачі тесту на COVID-19, а персонал не може стати джерелом зараження, бо працює в готелі безвиїзно протягом року або більше. Крім того, на цих островах дуже просто дотримуватися дистанції через малу кількість туристів.

Подібні «досвіди, що зцілюють душу», а також оздоровчі та велнес-тури особливо популярні серед сучасних мандрівників. А. Г'юз вважає, що заможні туристи подорожують, аби відновити зв'язок зі своїм глибинним «я», і не шкодують на це ні часу, ні грошей. Отже, у світовому туризмі постковідних часів спостерігаємо чіткий тренд до збільшення вартості й тривалості подорожей унаслідок відкладеного попиту, що підтверджують результати опитування мандрівників: понад 60 % туристів планують витратити на поїздки найближчими роками більше, ніж зазвичай, оскільки вони не могли нормально подорожувати у 2020–2021 рр. Такий висновок зробили автори дослідження Amex Trendex від американського банку American Express за результатами опитування жителів Австралії, Канади, Індії, Японії, Мексики, США та Великої Британії (Павленко, 2021). Українка Тетяна Калета з Ужгорода також підтвердила, що на подорож до Мальдівів її родина витратила більше, ніж зазвичай витрачає на закордонну відпустку, оскільки за період карантину вони скупили за подорожами: чотири місяці майже зовсім не виходили з дому та влітку 2020 р. не подорожували – берегли себе (Павленко, 2021).

Після пандемії дедалі більшої популярності серед мандрівників набувають саме ті тури, що наразі пропонують у люксовому сегменті: відпочинок у дикій місцевості, подорожі з метою лікування та оздоровлення, етичний туризм і мандрівки з проживанням у приватній оселі. Крім того, туристи намагаються уникати натовпів і локацій з надмірною кількістю відвідувачів, тобто овертуризму. С. Хадсон (Hudson, 2020) вважає, що всі ці тренди сприяють розвитку елітного туризму.

На такий сценарій дуже розраховують чиновники Міністерства туризму Мальдівів. За їхніми прогнозами на 2021 р., ця країна з населенням 500 тис. осіб прийме 1,5 млн туристів, що лише на 200 тис. менше рекордного показника допандемічного 2019 р. Не менш оптимістично налаштовані гравці світової індустрії елітних подорожей і гостинності: вони відкривають нові об'єкти та маршрути. Так, у квітні 2021 р. у Дубаї відкрився розкішний готель SLS Dubai з двома панорамними басейнами на 75 поверсі, а вже скоро на штучному острові Пальма Джумейра відчинить свої двері суперлюксовий курорт Raffles The Palm Dubai

з майже трьомастами номерами, кожен з яких має терасу з краєвидом Перської затоки. Тим часом американська готельна мережа Ritz Carlton готується надати туристам три круїзні яхти вартістю близько 200 млн доларів кожна. Два нових судна планують запустити і в Lindblad Expeditions, розширивши пропозицію своїх ексклюзивних круїзів такими напрямками, як Ісландія та Гренландія.

Проте С. Хадсон попереджає, що повного відродження елітного туризму ще доведеться почекати. У Північній Америці та Європі вже вакцинували понад половину населення, поступово наближаються до того рівня щеплень, коли зможуть повністю відкритися, навіть незважаючи на новий штам Omicron. Проте в Азії та Африці ситуація складніша: низка країн не може забезпечити достатньо масштабної вакцинації. Відновлення глобального туризму дуже залежить від Китаю – найбільшого туристичного ринку у світі. Протягом усієї пандемії країни намагалися знаходити баланс між здоров'ям і грошима та продовжуватимуть робити це, відкриваючи двері для туристів. Тож ключем до відновлення подорожей будуть паспорти щеплень і рівень вакцинації (Hudson, 2020).

Вищевказані тенденції відновлення світового туристичного бізнесу в постпандемічний період унаслідок дії явища відкладеного попиту проявляються і в Україні. Цей вплив кодується декількома термінами (назвами) у виїзному (закордонному), в'їзному (іноземному) та внутрішньому туризмі. Так, у 2021 р. у виїзному туризмі явище туристичного «сплеску» внаслідок відкладеного попиту, який за деякими оцінками становив в Україні близько 10 млрд доларів (Дунина, 2021), знайшло відображення в таких назвах популярних туристичних дестинацій:

1. *Мальдіви, Домінікана*. Сплеск цікавості українських туристів до таких екзотичних і дорогих турів став дійсно несподіванкою 2021 р.

Мальдіви. Цей недешевий туристичний напрям у першій половині 2021 р. обрали 24,5 тис. наших земляків, і в такий спосіб українці стали четвертою за чисельністю групою іноземних туристів на Мальдівах, поступившись лише німцям, індійцям і росіянам. Наприклад, українська блогерка Аліна Френдїй, яка у 2021 р. двічі відпочивала на Мальдівах (першого разу вона вирушила у романтичну подорож удвох із чоловіком, а вдруге – уже більшою компанією, з дитиною та батьками), каже, що їм дуже сподобалося, що немає сенсу шукати інші варіанти, коли більшість країн закрыта (Павленко, 2021). На сьогодні найбільший попит серед туристів мають подорожі до Домінікани, Занзібару, Туреччини, Єгипту, ОАЕ.

Домінікана. За словами О. Кулика, керівника мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами», такого обсягу туристів до цієї країни, як 2021 р., ніколи раніше не спостерігали. Домінікану вважали чимось особливим, куди менш ніж за 5 тис. доларів на двох не потрапиш. А зараз це можна зробити за 2,5–3 тис. доларів. Тому Домініканська Республіка для українських туристів уже стала масовою дестинацією. Причин, на думку О. Кулика, є декілька: по-перше, у далекоматриальних дестинацій нині майже немає альтернатив; по-друге, практично всі готелі в цій країні працюють на засаді «все включено»; по-третє, українських туристів сюди пускають без ПЛР-тестів. Тому станом на кінець 2021 р. у Домінікану можна було полетіти за ціну 60–70 тис. грн за двох на 7–9 днів з проживанням у готелі 4–5* (Дранник, 2021).

2. *Занзібар*. Цей тропічний острів біля узбережжя Південно-Східної Африки, який є частиною Танзанії, на початку 2021 р. став справжньою «Меккою» для українських туристів, оскільки всі інші дестинації типу «3 S» (англ. Sea – море, Sun – сонце, Sand – пісок) були закриті через коронавірус, а Занзібар залишався відкритим, зокрема для українців. До того ж сприятливими були два чинники: спрощення візового режиму та запровадження прямих авіарейсів Київ – Занзібар українською бюджетною авіакомпанією SkyUp з кінця 2020 р. Причому такий тур був недешевим – коштував понад 1 тис. доларів, тобто 30–40 тис. грн. Але це не зупинило українських туристів, спраглих до подорожей за карантинний 2020 р.: щоденно з аеропорту «Бориспіль» до Занзібару було декілька рейсів літаками «Боїнг», які брали на борт 200 пасажирів. Цей факт виявився, коли один з літаків зламався, і українські туристи змушені були чекати інший в аеропорту Занзібара. Між іншим, серед цих туристів виявилися цікаві молодята – Настя з Уханя (відома тим, що відмовилася виїжджати з українськими громадянами, яких евакуювали з цього міста через COVID-19, тому що їй не дозволили взяти із собою свою собачку) та її чоловік – голова Державної міграційної служби України. Занзібар і нині належить до популярних турів Африки, які розкупили на новорічні свята 2022 р., незважаючи на новий штам Omicron, що вперше виявили в Південній Африці, хоча турагентства постійно радять не здійснювати раннє бронювання турів, щоб виключити непередбачувані обставини. Танзанія та Занзібар і досі в п'ятірці найпопулярніших туристичних напрямків (станом на 2022 р.). Хоча О. Кулик зазначає, що якщо в Домінікані немає поганих готелів, то в Танзанії – це вже як кому пощастить, оскільки в Танзанії може бути дуже різний відпочинок як з погляду бюджету, так і якості (Дранник, 2021).

3. *Туреччина, Єгипет, ОАЕ* – ці популярні раніше напрямки були призупинені у 2020 р., але коли зняли обмеження на в'їзд українських туристів влітку 2021 р., то туристопотік швидко відновився, і в червні – серпні 2021 р. з аеропортів Києва («Бориспіль») та Львова щоденно на курорти Туреччини відправлялося по декілька рейсів. Українським туристам навіть не перешкождали пожежі на турецьких курортах, які сталися посеред сезону. Станом на кінець 2021 – початок 2022 рр. Туреччина та ОАЕ займали друге місце за популярністю серед українських туристів, а от Єгипет став найпопулярнішою дестинацією, хоча відпочинок тут, особливо на новорічні свята, був значно дорожчий, ніж рік тому (Дранник, 2021).

У в'їзному туризмі в Україні відкладений попит призвів до принаймні двох випадків овертуризму (це відповідь на питання, чи можливий овертуризм в умовах пандемії COVID-19):

1. Місце туристів з Білорусі, які раніше, особливо влітку, зупинялися надовго в мережевих готелях Києва, Одеси, Львова та Закарпаття, а у 2021 р. зникли внаслідок припинення авіасполучення між нашими країнами, зайняли туристи із *Саудівської Аравії, Катару й Об'єднаних Арабських Еміратів*, оскільки Західна Європа була закрита через COVID-19, а Україна для них скасувала візи, і до того ж відкрилися прямі регулярні авіарейси (Ярош, 2021). Вони їдуть до нас, тому що недорого, смачно та прохолодно (на Близькому Сході влітку температура повітря може досягати +50 °С у тіні), до того ж це новий для них напрямок. Уліт-

ку 2021 р. ці туристи приїжджали в Україну, зокрема до Києва, Львова, Одеси та Буковеля, часто, надовго, з родинами по 18–19 осіб, заселялися в дорогі готелі та пред'являли свої підвищені вимоги (наприклад, обов'язкову наявність біде у ванній кімнаті готелю, відповідно в деяких готелях здійснювали реконструкцію відповідно до вимог саудівців). У готельних ресторанах арабські туристи вимагали халяльної їжі (м'ясо корів і овець, вирощених і забитих за правилами ісламу, який зобов'язує мусульман вимовляти ім'я Аллаха перед забоєм тварини – лише тоді це м'ясо буде благословенне для споживання). Якщо такої не було, обирали вегетаріанське меню та пісний борщ. Львівські ресторани навіть провели розвідку, хто в регіоні виробляє халяльну їжу, щоб замовляти її для саудівців (виявилось, що з цим у Львові велика проблема). В іншому львівському готельному ресторані на шведській лінії позначили табличками страви, які не містять свинини, а в перспективі планують пропонувати арабським туристам халяльне м'ясо, а також не додавати в кондитерські вироби чи соуси алкоголь.

У мусульман халяльною називається їжа, що дозволена до вжитку, проте є певні обмеження, приблизно такі самі, як і в інших релігіях: не можна їсти м'ясо тварини, яка померла своєю смертю або внаслідок непередбачених зовнішніх чинників – повені чи пожежі. Заборонено забивати тварин без мети й без вживання імені Аллаха, вживати хворих тварин і вагітних самок; бажано також, щоб тварини не бачили, як знищують інших тварин. Суворо заборонено вживати кров, а тому для забою худоби не можна використовувати електричний струм, оскільки при цьому відбувається розрив капілярів і виникає крововилив у тканинах (кров не зливається, а просочує м'ясо, і воно перестає бути халяльним). Мусульманам також заборонено їсти свинину та продукти, створені на її основі, навіть коли свинини в них міститься зовсім небагато. До речі, точного визначення, чому мусульманам заборонено їсти свинину, немає, але є припущення: дехто вважає, що свиня – нечиста тварина, а ще Гіппократ говорив: «Ти є тим, що ти їси». До мусульманської й іудейської релігії цей вираз увійшов буквально. Не виключено також, що заборона на свиней витікає з такого твердження Корану: «Той, кого прокляв Аллах і на кого він розгнівався, і зробив з них мавп і свиней...», – тобто поїдання свинини рівнозначне вживанню проклятих Богом. Є ще припущення, що витікає з попереднього: споживання свинини заборонено через те, що організм цієї тварини (не враховуючи тієї ж мавпи) більш подібний до людського; до того ж свині хворіють на ті ж самі недуги, що й люди, а деякі паразити, які живуть у свинях, не гинуть під час термообробки, тобто сенс у цій забороні напевно є (Карелов, 2021).

Загалом улітку 2021 р. Україну відвідало понад 30 тис. туристів з арабських країн. Пані в абаях, що повністю закриває обличчя, та їхні кавалери у світлих костюмах стали звичним видовищем у літні місяці 2021 р. на київському Хрещатику та на площі Ринок у Львові, а готелі в Карпатах навіть почали перекладати меню ресторанів арабською мовою. Україну арабські туристи відкрили з легкої руки блогера, який побував у Києві й описав місто, як «недорогу Європу», тим паче, що «дорога Європа» для заможних арабських туристів була під замком через COVID-19. Їхній стиль подорожей – більше шопінгу, менше екскурсій. Це перші багаті закордонні туристи, яким, наприклад, можна було «продати» львів-

ський дощ. Саудівські туристи милувалися природою, довго сиділи в парках. Подорожували вони великими родинами – навіть по 18–19 осіб. На думку голови Об'єднання учасників ринку туризму України А. Тараненко, туристи з арабських країн – це порятунком для українського туризму в умовах пандемії COVID-19. Висока платоспроможність дала змогу їм витратити в Україні по 2,5 тис. доларів за 5–7-денну поїздку. Дані по Львову вказують, що за добу в місті ці туристи витрачали по 1 тис. доларів, а авіаквиток в один бік обходився в 700 доларів (Доротич, 2021). Відповідно за літній сезон 2021 р. заробіток України на гостях зі Сходу склав понад 100 млн доларів. Вони забронювали місця в готелях Києва, Львова, Буковеля і на вересень-жовтень. Виявилися й проблеми обслуговування туристів з арабських країн. Насамперед брак гідів, які знають арабську мову, особливо у Львові. А ще саудівці категорично не люблять піших екскурсій центром міста, у них не прийнято багато ходити пішки, тому у львівських «Чудобусі» та «Чудо-поїзді» буде озвучення екскурсій арабською мовою. Саудівців також цікавлять поїздки в Карпати: кожен другий турист із цієї країни після Львова мандрує до Буковеля (Доротич, 2021).

2. Місто Умань, куди прибула в кінці вересня 2021 р. на свято єврейського 5780-го (за іудейським календарем) Нового року Рош ха-Шана рекордна кількість хасидів – понад 50 тис., що в 15 разів більше, ніж 2020 р. Якщо минулий рік був для них невдалим, тому що через локдаун їм заборонено в'їжджати до України, то вересень – початок жовтня 2021 р. виявився сприятливим для подорожей в Україну паломників з Ізраїлю (без локдауну, який почався пізніше – у листопаді того ж року). Рош ха-Шана за ініціативою Президента України В. Зеленського отримав в Україні статус національного свята, тому м. Умань у 2021 р. пережило справжню навалу хасидів. Хасиди належать до ортодоксальної гілки іудаїзму, засновник якої цадик Нахман, похований в Умані. Для кожного хасида побувати на могилі цадика Нахмана на іудейський Новий рік означає прощення всіх гріхів за рік минулий і щастя на рік майбутній, тому хасиди з Ізраїлю, США, Західної Європи та інших країн світу вже 30 років (за радянських часів такі подорожі були неможливими) з'їжджаються на цю дату до Умані. Хасиди переважно люди небідні (так, у м. Амстердамі (Голландія) вони контролюють усю торгівлю діамантами й алмазами), а от слово «дякую» вони не кажуть, оскільки знають, що за кожну послугу слід платити. Це враховують мешканці м. Умані, беручи плату з хасидів за такі послуги, як, наприклад, показати потрібну вулицю (5 доларів), піднести валізу (10 доларів), продати кролячу шапку, оскільки хасиду треба вдягнути на голову щось пухнасте (30–50 доларів). І взагалі місцевий базар з приїздом хасидів переходить на американські долари й інші ціни (скажімо, літрову пляшку кока-коли продають хасидам за 5 доларів, у той час як для місцевих мешканців напій коштує звичайні пару десятків грн). Хасиди люблять торгуватися, це на пів години як мінімум. Але останнім часом вони стали хитрішими – за покупками йдуть до супермаркетів. Заробляють на хасидах і місцеві таксисти, власники готелів, закладів масового харчування, продавці на ринках та в магазинах. Свою вартість має і ліжко-місце для хасида – донедавна вартість становила 100 доларів / доба, а нині вже 200 доларів. Хасиди приїжджають приблизно на 10 днів, отже, можна порахувати, якою буде кінцева сума. Меш-

канці Умані здають хасидам на цей період свої квартири, де ставлять двоповерхові залізні ліжка: якщо це двокімнатна квартира, то її здають 7–8 хасидам, а самі мешканці переїжджають до родичів у село. Але квартира після перебування хасидів має жалюгідний вигляд, оскільки вони не прибирають за собою – їм це забороняє їхня релігія. Могила цадика Нахмана розташована на старому єврейському цвинтарі Умані – у самому кінці вулиці Пушкіна – головної вулиці міста. Далі українська провінція закінчується і починається суцільний «Єрусалим»: тут утворився цілий хасидський квартал з написами на івриті, кошерними їдальнями (найбільша на 10 тис. осіб), готелями й приватними будинками, ціна яких дорівнює цінам на Хрещатику. В Україні будують найбільшу синагогу. Але місць проживання для хасидів все одно не вистачає, і вони змушені орендувати квартири. У такий спосіб мешканці Умані заробляють на хасидах значні кошти. Питання перебування хасидів в Умані на єврейський Новий рік узгоджено з урядом Ізраїлю, який направляє сюди на цей термін свою поліцію, що тісно співпрацює з українською. Це дає змогу уникнути можливих конфліктів і сутичок, причому за серйозні порушення хасидам загрожує депортація з України без права в'їзду на наступний рік. 2021 року все ж не обійшлося без ексцесів: зафіксовано декілька пожеж; затримали хасидів із забороненими речовинами; гвинтокрил санітарної авіації екстрено госпіталізував паломника, що тяжко захворів, до Києва. Якщо раніше хасиди селилися компактно неподалік могили Нахмана, то зараз вони заповнюють майже всі райони міста Умані. Багато з них нині приїжджають до України не тільки в справах духовних, а й на дешевий, якщо порівнювати з Ізраїлем та іншими країнами, шопінг, лікування, СПА-обслуговування, тобто, крім паломництва, в Умані розвиваються й інші напрямки туризму зі збільшенням загального числа іноземних туристів. На хасидах може заробляти й держава, якщо побудує тут готельну базу, відкриє кошерні ресторани, забезпечить хасидів кошерною їжею на зворотну дорогу (кошерні страви можна приготувати з українських продуктів, але зробити це по-особливому) тощо.

Узагалі *кошерна кухня*, притаманна іудейській релігії, передбачає досить суворі обмеження, якщо порівнювати з християнською релігією. Так, забороняється споживати яйця птахів з однаково гострими чи тупими кінцями. Це може видатися дивним, але насправді все пояснюють дуже просто: яйця такого кшталту звичайно належать хижим птахам, а споживання хижих птахів згідно з іудейським віруванням може передати людям агресивність цих пернатих. Отже, правовірним євреям можна їсти лише кошерну їжу. Слово «кошерний» можна перекласти з івриту як «придатний». Тобто їжею, підходящою для євреїв, вважають м'ясо тільки тих тварин, які є одночасно парнокопитними та жуйними. Наприклад овець, оленів, жирафів їсти можна, а от свиней і бегемотів ні, оскільки вони парнокопитні, але не жуйні. Зайців теж їсти не можна, хоча вони не парнокопитні, проте згідно з Біблією жуйні. Дуже важливим аспектом в іудейській кухні є приготування кошерного м'яса: шохети, тобто професійні різники, спочатку повинні перевірити тварину на відсутність будь-яких хвороб; далі вони повинні вміти забивати худобу так, щоб тварина помирала без болю (уві сні); м'ясо в жодному разі не можна колоти ножом, а сало та жири обов'язково слід видалити, оскільки вони не кошерні; уся кров теж має бути вилучена – іудейська

релігія, як і християнська, забороняє вживати кров у їжу (ця заборона пов'язана передусім з тим, що кров є символом душі всіх божих створінь). Жорсткі обмеження в хасидській кухні стосуються і морепродуктів: їсти можна тільки те, що має луску та плавники, тобто рибу у чистому вигляді. Відповідно до іудейського меню заборонено вживати молюсків і ракоподібних. Є в іудейській релігії і така заповідь: «Не вари козеня в молоці матері його». Це буквально означає, що не можна одночасно використовувати молоко та м'ясо однієї і тієї ж тварини. Пояснення цієї заборони полягає в тому, що м'ясо вважається символом смерті, а молоко, навпаки, є символом життя, що зароджується. Раніше була ще заборона кип'ятити молоко, адже воно має зв'язок зі своїм джерелом – коров'ячим або козячим вим'ям. Вважали, що кип'ятіння нашкодить худобі, знизить надої чи взагалі позбавить її молока (Карелов, 2021).

До речі, з 2017 р. хасиди повинні сплачувати туристичний збір – 5 % від мінімальної зарплати в Україні. Уманська міськрада встановила на 2021 р. максимальну ставку туристичного збору з іноземних туристів – 300 грн / доба з людини за умови, що вона проживає в приватному будинку, і 150 грн, якщо проживає в офіційно зареєстрованому готелі, який сплачує податки. Для міста Умані хасиди – додаткове навантаження на міську інфраструктуру, зокрема водо-, енергопостачання, а також вивіз сміття. Держава Ізраїль готова брати участь у спільних зусиллях з вирішення цих питань, про що домовилися в посольстві України в Ізраїлі з метою розвитку міста Умані як міжнародного центру паломництва хасидів. У кінці 2020 р. у Верховній Раді України зареєстровано законопроект № 4426, в якому прописано кроки для створення такого центру. У межах «Великого будівництва» Умань має стати одним з «25 магнітів» країни – ця ініціатива має на меті популяризувати Україну для туристів. Відповідно в Умані передбачали збудувати міжнародний аеропорт, вертолітний майданчик, комплекс «Маленький Єрусалим» у складі історичного музею та парку, сміттепереробного підприємства, а також реконструювати синагогу, міські мережі водопостачання та каналізації, запровадити нові автобусні й залізничні маршрути. Мешканці Умані оцінюють майбутнє міста з оптимізмом, оскільки влада розуміє, що щорічний приїзд хасидів – це величезні надходження до бюджету країни (Яковенко, 2021).

Новинкою туристичного сезону 2021 р. у внутрішньому туризмі України став проект *Camino Podolico*, який презентували 15 липня 2021 р. у Вінниці. 25 липня – це день Святого Якова, до мощів якого в Іспанії прокладено десятки європейських пішохідних маршрутів – Каміно, якими щорічно проходять тисячі пілігримів і туристів. Цим літом шматочок Каміно з'явився і в Україні – це, власне, і є *Camino Podolico*. В Іспанії розташована третя після Єрусалиму та Риму католицька святиня – місто Сантьяго-де-Компостела, у центрі якого – собор Святого Якова, де зберігаються мощі Якова Зеведеєва, одного з 12 апостолів Ісуса. Після воскресіння Сина Божого Яків відправився нести слово Боже на Іберійський півострів (в Іспанію). Через декілька років проповідування Яків повернувся на землі Іудеї, де був страчений за наказом царя Агріппи I. Учні Якова поклали тіло до човна, який за деякий час прибило до берегів Галісії – Північно-Західної частини Іспанії. Довгий час на мощі святого не звертали увагу, поки

в IX ст. їм не знайшов монах-відлюдник. Моці перенесли до невеликого міста Сантьяго-де-Компостела, що було назване на його честь, де їм віддають шану й нині. А що, святий Яків ходив по Україні? Таке питання ставило багато людей, дивуючись появі першого шматочка цього шляху на просторах нашої країни. Насправді не Яків ходив, а до його мощів йшли та йдуть паломники-пілігрими. Паломник може розпочати своє *Каміно* (паломництво – ред.) з довільної точки, навіть з порога власного будинку. У такий спосіб усією Європою розрослася мережа маршрутів святого Якова, що пролягають від однієї католицької святині (костелу чи монастиря) до іншої, поступово наближуючись до Сантьяго-де-Компостела. Останніми роками ці шляхи стали не тільки паломницькими, а й культурно-туристичними – мандрівники прагнуть більш предметно побачити країну. Українцям теж сподобався такий спосіб подорожей: щорічно шляхом святого Якова ходять уже не сотні, а тисячі пілігримів з нашої країни. Наприклад, 2019 р. до собору прийшли 1052 українці. Найближчі до України маршрути Каміно є у наших західних сусідів – у Польщі та Словаччині. Це означає, що і з України можна прокласти подібні шляхи. Особливо логічно це зробити на територіях, де раніше була Річ Посполита, оскільки тут розташовано багато католицьких костелів і монастирів, через які можна прокласти маршрут.

Проект *Camino Podolico*, який презентували у Вінниці, має маршрут Вінниця – Кам'янець-Подільський. Проект реалізують територіальні громади Вінницької та Хмельницької областей і міська рада міста Вінниці та Бара в межах партнерської програми «Культура. Туризм. Регіони» Українського культурного фонду та Державного агентства розвитку туризму в Україні (Савина, 2021). Цей проект поклав початок першому повноцінному українському пішохідному маршруту, створеному за моделлю шляху святого Якова (*Camino de Santiago*). Маршрут тільки запускається, ще немає розмітки, яку планували закінчити восени 2021 р. Ще узгоджується основна й альтернативна частини маршруту. Перші туристи, які ним проходять, забезпечують зворотний зв'язок, щоб отримати оптимальний, зручно прохідний варіант маршруту *Camino Podolico*, що починається у Вінниці, у костелі Святої Діви Марії, далі шлях веде через Гнівань, Браїлів, Жмеринку та Бар до Кам'янця-Подільського. Протяжність *Camino Podolico* – близько 250 км, маршрут прокладено другорядними дорогами та стежками, повз костели та старовинні польські маєтки, через ландшафтні парки, поля й ліси. Мандруючи пішки мальовничими місцями українського Поділля, можна по-справжньому побачити красу своєї країни, познайомитися з різноманітними традиціями, поспілкуватися з людьми. Отже, це не стільки релігійний маршрут, скільки культурно-етнографічний – для пілігримів і звичайних туристів, які прагнуть випробувати свої сили, побачити щось нове у власній країні. Усі охочі пройти маршрут можуть отримати паспорт пілігрима у Вінниці (у костелі Святої Діви Марії Янгольської) або у Барі (у Барській публічній бібліотеці та костелі Святої Анни). Тим, хто подорожує цим маршрутом, у певних місцях будуть ставити печатки в паспорті пілігрима (це роблять у храмах, культурних закладах і місцях ночівлі – готелях та монастирях). У містах Бар і Кам'янець-Подільський пілігримам, які пройдуть маршрут пішки та зберуть до свого паспорта пілігрима відповідну кількість печаток, буде видаватися сертифікат про проходження маршруту. Та-

кож є домовленість з декількома музеями Кам'янця-Подільського, що пілігрим із цим сертифікатом зможе безплатно відвідати екскурсії та експозиції.

Маршрут Camino Podolico (250 км) розрахований на 10–12 днів шляху; у середньому треба проходити 20–25 км на день, що легко, адже там не дуже складний рельєф. Тільки на Хмельниччині починаються невеликі горби, які по факту достатньо похилі і їх нескладно долати, а на Вінниччині треба буде йти рівниною вздовж річок і полів. Обирати для такої подорожі найкраще прохолодну та суху пору року, але з цим можна не вгадати, оскільки влітку може бути спека до +40 °С, а може статися циклон з дощами та грозами. Так, у червні на Поділлі часто дощить, а в липні й серпні досягають ягоди та фрукти, але може бути доволі спекотно. Отже, найкращий час для походу цим маршрутом – вересень, коли ще не так холодно, але й не так мокро, як у наступні місяці. Охочим узяти участь у пішохідному маршруті Camino Podolico не рекомендують брати багато речей. Достатньо декількох футболок, декількох пар білизни та шкарпеток. Варто взяти аптечку з врахуванням властивостей свого здоров'я та багато пластирів від мозолів. Обов'язково радять узяти панаму та сонцезахисні окуляри (коли сонячно), а також дощовик – він хоч і не повністю врятує від дощу, але якась частина тіла залишиться сухою. Щодо взуття, то рекомендують узяти бігові кросівки з тканини з гарним протектором – вони не ковзають і швидко висихають після зливи. Туристу радять мати телефон і додаткову батарею для підзарядки, оскільки слід постійно дивитися на мапу, щоб не збитися з маршруту. Організатори Camino Podolico розробили електронний маршрут і висилають його за запитом туриста разом з невеликим путівником. З організаторами можна зв'язатися за адресою: saminopodolico@gmail.com або підписатися на групу у Facebook: www.facebook.com/camino.podolico.

Маршрут Camino Podolico проходить через такі міста та села Поділля: Вінниця – Гнівань – Браїлів – Жмеринка – Северинівка – Чернятин – Бар – Ялтушків – Вінниківці – Зінків – Маліївці – Дунаївці – Маків – Кам'янець-Подільський. І в кожному з них є цікаві об'єкти для туристів. У Вінницю бажано приїхати напередодні ввечері, щоб потрапити на вечірнє шоу фонтанів: удень тут проходять шоу під музичний супровід, а ввечері до цієї водної феєрії додають підсвітку та лазери, за допомогою яких демонструють музичне шоу за мотивами казки «Маленький принц». Шоу безплатне, відбувається напроти набережної Рошен, на якій є кам'яні глядацькі лавки. Маршрут починається у вінницькому костелі Святої Діви Марії, де видають паспорти пілігримів, далі – старим мостом, уздовж мальовничих берегів Південного Бугу. Увесь день від Вінниці до Гнівані стежка веде лісами та луками вздовж річки, де влітку можна й скупатися, а потім продовжити свій шлях. Подолавши 21 км пілігрими потрапляють до містечка Гнівань, де розташований санктуарій (костел) Святого Йосипа, відреставрований декілька років тому. За радянських часів тут діяв підшипниковий завод і костел був у жахливому стані, а нині тут проходять богослужіння й можна поставити печатку в паспорті пілігрима. Наступний пункт маршруту – Браїлів, де вартий уваги Троїцький жіночий монастир, при якому є готель для прочан з демократичними цінами (номер для чотирьох осіб коштує 180 грн/доба), а також безплатним харчуванням (хоча в сусідній їдальні пропонують комплексний обід за 55 грн). У цьому містеч-

ку можна подивитися католицький костел (і поставити печатку) та прогулятися річкою до кам'яних порогів, де знову ж таки можна викупатися в разі спекотної погоди. Тут є маєток фон Мекка, де якийсь час проживав Петро Чайковський.

Наступний пункт маршруту – Жмеринка. Центральна пам'ятка міста – місцевий вокзал і пам'ятник Остапу Бендеру біля його входу, де можна посидіти на одному з легендарних *гамбсовських стільців*. Далі маршрут веде до села Северинівки, яке розташоване на високих берегах річки Рів. Тут є декілька пам'яток, вартих уваги: старий млин, ландшафтний парк і маєток Северина Орловського, польського шляхтича XVIII ст., де нині санаторій, в якому лікують суглоби блакитною грязюю. Навколо маєтку створено ландшафтний парк, з якого відкривається гарний краєвид на річку, що заросла лататтям. Цікаво, що в селі всі вирощують малину, тут навіть проводять щорічний місцевий фестиваль «Малина Фест», коли на похилому березі річки влаштовують конкурси, фотозони, ігри та розваги для дітей і дорослих. Для прочан малини тут дуже багато, можна їсти досхочу, оскільки вона росте не тільки в городах, а й просто вздовж шляху в лісі. До Северинівки приєднується містечко Чернятин, де варто оглянути палац Вітославських-Львових, в якому нині розміщений коледж. Можна зайти всередину та подивитися історичний інтер'єр: барельєфи на стінах і стелі, парадні сходи, кахельні печі та каміни. Особливо цікаве для туристів і прочан місто Бар, збудоване в XVI ст. польською королевою Боною, яка походила з італійського роду Сфорца. Місто та замок у ньому були названі на честь італійського міста Барі. Тут треба відвідати костел Святої Анни та монастир бенедиктинок, де можна й заночувати. Бар розташований на розливі річки Рів, звідки відкривається гарний краєвид на куполи та дзвіниці міста. Наступний цікавий пункт – невелике містечко Зінків, де виробляється знаменита чорна ковбаса (у кожному магазині містечка пропонують безплатну дегустацію). Тут збереглися стіни старого замку, збудованого на високому пагорбі. Звідси відкривається гарний краєвид на місцевий костел і сусідні подільські пагорби, а на виході з містечка збереглася дерев'яна церква козацького стилю. Далі шлях пролягає до с. Маліївці – маленького діаманта Поділля. Тут розташований маєток Орловських, збудований 1788 р. польським генералом. За основу будівництва взято проекти резиденцій французького короля Людовика XVI з великим ландшафтним парком, де до цього часу непогано збереглися палацовий ансамбль і водогінна башта. На жаль, більшість паркових оздоб до нашого часу не дожила, але збереглися місток і два ставки, а також джерело питної води з барельєфом лева та невеликим басейном, де і зараз працює фонтан. Найбільш значною пам'яткою маєткового комплексу є висока скеля святого Онуфрія зі штучним водоспадом висотою 18 м. Під водоспадом влаштовані печери монахів. На скалі встановлено хрест; туди можна піднятися вапняковими сходами, а недалеко є джерело, з якого живиться водоспад, з дуже смачною водою. Нині маєток на етапі перебудови із санаторного фонду до музейного, що не перешкоджає огляду внутрішнього оздоблення палацу та старовинних світлин Орловських.

У кінці маршруту *Camino Podolico* прочан і туристів чекає справжній подарунок – відвідання одного з найкрасивіших міст України, історичного міста-фортеці Кам'янця-Подільського, де можна відпочити пару днів: погуляти Старим містом,

відвідати Старий замок – тут багато цікавих екскурсій і розваг, посидіти за філіжанкою кави на терасі кав'ярні, попрощатися із сонцем, яке заходить за стіни середньовічних башт, а також обов'язково зробити світлину з місцевим пам'ятником туристу (його встановили на площі Польський ринок біля міської ратуші ще 2013 р. – худа фігура в шортах, кашкеті та футболці, з фотоапаратом на шії вдало символізує прочанина, що подолав маршрут Camino Podolico).

Туристам і прочанам Camino Podolico буде цікаво ознайомитися з численними аутентичними зображеннями старовинних гербів і латинськими написами (інскрипціями) на пам'ятках архітектури цього древнього міста. На древніх мурах Кам'янця-Подільського збереглися зображення гербів як адміністративних та релігійних структур, так і шляхетських родин. До перших належать герби Поділля (воєводства, губернії), міста, Речі Посполитої, Польського королівства, Великого князівства Литовського, Кам'янецької католицької капітули (ради при єпископі), чернечого ордена братів-домініканців тощо. До других – герби римського роду «Делла Ровере» (герб Папи Римського Юлія II, 1443–1513), шляхетських родів Потоцьких («Пилява»), Радзивілів («Труби»), Лянцкоронських («Задора»), Бучацьких («Абданк»), єпископів М. Дембовського («Єліта»), Л. Слончевського («Косцеша»), П. Дамецького («Прус»), Я. Ласького («Кораб»). Щодо латинських інскрипцій, які можна і нині прочитати на старовинних спорудах Кам'янця-Подільського (якщо перекласти з латинської мови), то їх можна звести у такі чотири групи:

1. Унікальні «автографи» (пам'ятні таблиці) королів Речі Посполитої, у т. ч. Стефана Баторія (XVI ст.) та Станіслава Августа Понятовського (XVIII ст.) – усього чотири таблиці.

2. Історичні написи на баштах Старого замку – 4 написи.

3. Історичні написи у Кафедральному костелі – 11 написів.

4. Написи на пам'ятниках Папі Римському Павлу Івану II та герою оборони Кам'янця від турків Юрію (Єжі) Володимерському, що розташовані на подвір'ї Кафедрального костелу.

Так, пам'ятний картуш, пов'язаний з іменами Стефана Баторія та Станіслава Августа Понятовського, можна побачити й нині на стінах 7-поверхової башти С. Баторія (або Кушнірської вежі) у Старому місті; вона сповіщає: A.D.1585 Per Steph. Bathory R.P. conditum, Stanisla0 Augusto Regnante Polonis, Restauratum et Auctum. A.D. 1785, що у перекладі означає: «Року Божого 1585 збудована Стефаном Баторієм, королем польським, відреставрована і збільшена Станіславом Августом, королем польським 1785 року». Крім цього, пам'ятні інскрипції й таблиці, присвячені Станіславу Августу, є на Триумфальній брамі на вході до Кафедрального костелу святих апостолів Петра і Павла (Hac intrabat Stanislaus Augustus Rex Die XI 9-bris 1781 Anno – «Тут входив король Станіслав Август 9 листопада 1781 р.»), та на Замковому мості. Ще одна таблиця, що містилася на Триумфальній триарковій брамі на Замковій вулиці, не збереглася, як і сама брама. Але відомо, що на її східному фасаді з боку міста була зображена королівська корона з літерами S.A.R.P. – Stanislaus Augustus Rex Poloniarum – Станіслав Август Король Польський. Нижче був розташований напис: Optimus Princeps In Pace Bello Prospiciens Secvritati Publice. MDCCLXXI – «Найкращий володар за мирних часів готується до війни задля безпеки держави. 1771 р.».

Історичні написи латиною присутні й на баштах Старого замку, зокрема інскрипція на Новій східній башті сповіщає про її архітектора Іова Бретфуса (Претфеса) – (1544. Devs. Tibi Soli Gloria. Iob Praetfves. Architector – «Боже, Тобі одному слава. Архітектор Іов Претфес»), на башті Рожанка – про її спонсора Креслава, єпископа Владиславського (Turris Kreslai Epi Vladislavenssis Hvivs Castri Fundatoris Impensis Est Finita 1505 – «Башта Креслава, єпископа Владиславського, цього укріплення засновника, на його кошти закінчена 1505 р.»), на Денній башті – про Миколая Бжеського, Генерального старосту Подільської землі, який відбудував цю вежу у 1575 р.

Але найбільше таких написів зібрано в Кафедральному костелі святих апостолів Петра і Павла, Домініканському та Тринітарському костелах – понад десять. Так, на палаці єпископа є напис *Domine conserva nos in pace* – «Боже, збережи нас у мирі»; на брамці святого Яцека – *Avorum respice mores* – «Предків шануйте звичай»; на мінареті, який залишився після турецької окупації Поділля і Кам'янця в XVII ст., де була поставлена мідна позолочена фігура Діви Марії, на честь цієї події вмонтовано плиту з написом: *Virgini Matri Deiparae Immacolatae Urbis Protectrici Effigiem Hanc Pro Suo Et Gregis Sui Consiliando Auxilio Nicolaus De Stemate Jelitarum Dembowski Episcopus Camenecensis Podoliae Praepositus Miechoviensis Commend Equus Aquil Albae Erexit Anno Salutis 1756* – «Діви Марії Богородиці Непорочній, покровительці міста цю статую своїм коштом і за допомогою своєї пастви Миколай герба «Єліта» Дембовський, єпископ Кам'янецький і Подільський, настоятель Меховський, кавалер Ордена Білого Орла поставив у рік спасіння 1756». Увагу відвідувачів Кафедрального костелу привертають: кам'яна статуя Ісуса Христа в стіні ніші праворуч від головного входу до костелу з написом на п'єдесталі *Christus Vincit* – «Христос перемагає», 1756; меморіальна плита з написом на честь єпископа М. Дембовського та його шляхетським гербом «Єліта» над головним входом до костелу; написи на бічних стовпах, що підтримують хори, всередині костелу – на честь його відновлення після 27-річної турецької окупації, коли собор використовували як мусульманську мечеть; арка Каплиці Пресвятих тайн – *Ego sum* – «Я є»; біля цієї каплиці бюсти єпископів Б. Мацкевича та М. Дембовського з таблицями на їхню честь; розп'яття з написом *INRI – Iesus Nazarenus Rex Iudaeorum* – «Ісус Назаретський, Цар Іудейський»; двері з пресвітерію до внутрішніх приміщень костелу – на червоному тлі різьбленого картуша є напис *Pax Christi* – «Мир Христа», поруч у такому ж картуші – *Podolia Semper Fidelis* – «Поділля завжди вірне»; кольоровий вітраж над органом – напис *Tu Es Petrus* – «Ти Петро».

Латинські інскрипції присутні й на сучасних пам'ятниках на подвір'ї Кафедрального костелу святого Петра і Павла. Наприклад, пам'ятник Папі Римському Павлу Івану II авторства польської скульпторки Малгожати Карвард – напис (девиз святішого отця) *Totus Tuus* – «Я весь твій», а також пам'ятник Юрію (Єжі) Володичевському, герою оборони Кам'янця від турків у XVII ст., що має вигляд скам'янілого дерева зі зрубаними гілками, на стовбурі якого вміщено кам'яну плиту у вигляді розгорнутої книги, на сторінках якої вирізьблено написи польською (праворуч) та латинською (ліворуч) мовами; у польському тексті Володичевський названий Гектором кам'янецьким, а у латинському міститься одне слово *Resurgam* – «Воскресну». Цей напис висловлює віру та надію кожного християнина на воскресіння.

ня після смерті. Біля підніжжя пам'ятника Володимиру Великому на постаменті є кам'яне гарматне ядро з написом *Magna Res Libertas* – «Велика річ свобода».

Які ж результати запровадження першого в Україні пішохідного маршруту *Camino Podolico* (або Подільського шляху святого Якова), створеного за іспанським прикладом:

1. Розроблено детальний маршрут *Camino Podolico* з повноцінною мапою в різних форматах для найпоширеніших програм.
2. Створено довідник з вказівкою усіх місць проживання, харчування, пам'ятками культури, архітектури й історії, що трапляються на шляху.
3. Вказано місця, де видають паспорти прочанина, сертифікати про проходження маршруту та вклеюють відповідні наліпки.
4. Видано паспорти палігрима та сертифікати про проходження шляху (уже понад 20 людей пройшли шляхом *Camino Podolico*).
5. Виконано маркування маршруту – встановлено дороговкази та вказівні стрілки для руху палігримів.

Надано матеріали для мандрівників (сторінка *Camino Podolico*) за посиланням: <https://cutt.ly/3mDCnhi>; перелік пунктів отримання наліпок за посиланням: <https://cutt.ly/8QPL4Fe>.

Висновки

Розвиток туризму у 2020–2021 рр. відбувається у кризових умовах через пандемію COVID-19, що викликає велику невизначеність, яка у світі отримала скорочену назву *VUCA*, що означає: *Volatility* – нестабільність, *Uncertainty* – невизначеність, *Complexity* – складність, *Ambiguity* – неоднозначність. Але туризм відновлюється за першої ліпшої нагоди. Важливим чинником відродження туризму після пандемії COVID-19 є відкладений попит як у світі, так і в Україні. Це слід враховувати українським туристичним фірмам у своїй діяльності в ці складні часи російської агресії проти України.

Список бібліографічних посилань

- Антоненко, В., & Хуткий, В. (2021). Музеї як туристичний ресурс в умовах пандемії COVID-19: виклики та нові можливості. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 4(1), 54–73. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.23514>
- Доротич, М. (2021, 8–14 липня). Халяльного м'яса бракує. Тому їдять пісний борщ. *Високий замок*, 7.
- Дранник, А. (2021, 11 листопада). Буковель по цене Емиратов. Куда поедут зимой украинцы и сколько это стоит. *Вести*, 6.
- Дунина, А. (2021, 24 листопада). Covid помог рынку жилья. *Вести*, 6.
- Карелов, К. (2021). Религиозная кухня. *Тайны XX века*, (26), 28–29.
- Павленко, А. (2021, 12 серпня). Острова мрії. *НВ*, (30), 50–54.
- Савина, И. (2021 27 июля). Подольский путь святого Иакова: 250 км пешком по Украине. *Вести*, 10–11.

- Самілик, М., & Кубрак, О. (2021). Особливості розвитку гастрономічного туризму України в умовах пандемії COVID-19. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 4(1), 99–107. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235157>
- Смирнов, І., & Любіцева, О. (2020). Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 3(2), 196–208. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221278>
- Смирнов, І. Г., & Любіцева, О. О. (2022). *Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі* (Кн. 1: Міжнародний туристичний бізнес). Видавництво Ліра-К.
- Яковенко, М. (2021, 7 сентября). Как Умань встречает хасидов. *Вести*, 7.
- Ярош, В. (2021, 22 июля). Пока Аллах не видит. *Вести*, 10.
- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>
- Hudson, S. (2020). *Covid-19: Travel Impacts, Responses and Outcomes*. Goodfellow Publishers Ltd.
- Travel.24tv. (2021, 1 грудня). Скільки недоотримала сфера туризму у 2021 році: дані ООН. https://travel.24tv.ua/skilki-nedootrimala-sfera-turizmu-u-2021-rotsi-dani-oon_n1809024

References

- Antonenko, V., & Khutkyi, V. (2021). Muzei yak turystychnyi resurs v umovakh pandemii COVID-19: vyklyky ta novi mozhlyvosti [Museums as a Tourist Resource in the Conditions of the COVID-19 Pandemic: Challenges and New Opportunities]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*, 4(1), 54–73. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.23514> [in Ukrainian].
- Dorotych, M. (2021, Juli 8–14). Khaliialnoho m'iasa brakuie. Tomu yidiat pisnyi borshch [There is no Halal Meat. So eat Lean Borscht]. *Vysokyi Zamok*, 7 [in Ukrainian].
- Drannik, A. (2021, November 11). Bukovel' po tsene Emiratov. Kuda poedut zimoi ukraintsy i skol'ko eto stoit [Bukovel at the Price of the Emirates. Where Ukrainians Will go in Winter and How Much it Costs]. *Vesti*, 6 [in Russian].
- Dunina, A. (2021, November 24). Covid pomog rinku zhil'ya [Covid has Helped the Housing Market]. *Vesti*, 6 [in Russian].
- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231> [in English].
- Hudson, S. (2020). *Covid-19: Travel Impacts, Responses and Outcomes*. Goodfellow Publishers Ltd [in English].
- Karelov, K. (2021). Religioznaya kukhnya [Religious Cuisine]. *Tainy XX veka*, (26), 28–29 [in Russian].
- Pavlenko, A. (2021, August 12). Ostrovy mrii [Dream Islands]. *NV*, (30), 50–54 [in Ukrainian].
- Samilyk, M., & Kubrak, O. (2021). Osoblyvosti rozvytku hastronomichnoho turyzmu Ukrainy v umovakh pandemii COVID-19 [Features of Gastronomic Tourism Development of Ukraine in the Conditions of the COVID-19 Pandemic]. *Bulletin of Kyiv National University*

- of Culture and Arts. Series in Tourism*, 4(1), 99–107. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235157> [in Ukrainian].
- Savina, I. (2021, Juli 27). Podol'skii put' svyatogo Iakova: 250 km peshkom po Ukraine [Podolsky Way of St. James: 250 km on Foot in Ukraine]. *Vesti*, 10–11 [in Russian].
- Smyrnov, I. H., & Liubitseva, O. O. (2022). *Mizhnarodnyi turystychnyi biznes i lohistyka v turyzmi [International Tourism Business and Logistics in Tourism]* (Book 1: Mizhnarodnyi turystychnyi biznes [International Tourism Business]). Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].
- Smyrnov, I., & Liubitseva, O. (2020). Turystychnyi biznes pid chas pandemii COVID-19: svitovy ta ukrainskyi dosvid [Tourist Business During the Pandemic Covid-19: World and Ukraine Experience]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*, 3(2), 196–208. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221278> [in Ukrainian].
- Travel.24tv. (2021, Dezember 1). *Skilky nedootrymala sfera turyzmu u 2021 rotsi: dani OON [How Much did the Tourism Industry Lose in 2021: UN Data]*. https://travel.24tv.ua/skilki-nedootrimala-sfera-turizmu-2021-rotsi-dani-oon_n1809024 [in Ukrainian].
- Yakovenko, M. (2021, September 7). Kak Uman' vstrechaet khasidov [How Uman Meets the Hasidim]. *Vesti*, 7 [in Russian].
- Yarosh, V. (2021, Juli 22). Poka Allakh ne vidit [Until Allah Sees]. *Vesti*, 10 [in Russian].

DEFERRED DEMAND FOR TOURIST SERVICES AS A FACTOR OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE POST-PANDEMIC PERIOD IN THE WORLD AND UKRAINE

Ihor Smyrnov^{1a}, Olha Liubitseva^{2a}

¹ Doctor of Sciences (Geographical), Professor;
e-mail: Smirnov_IG@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6395-7251

² Doctor of Sciences (Geographical), Professor;
e-mail: loa13@ukr.net; ORCID: 0000-0002-8508-9395

^a Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Abstract

The study reveals the essence of the phenomenon of deferred demand as an engine of the development of post-COVID tourism. Professor Simon Hudson's opinion on the peculiarities of tourism development in the COVID and post-COVID periods according to his published work "COVID-19 & Travel Impacts, Responses and Outcomes" is presented. The trends of the development and recovery of the tourism industry in the world in the post-pandemic period are highlighted, taking into account the effect of the deferred demand factor. The peculiarities of the development and restoration of the tourism industry and the field of hospitality in Ukraine in the post-pandemic period are shown, with examples from the domestic practice of outbound and inbound tourism.

Keywords: tourism; deferred demand; the COVID-19 pandemic; world trends; Ukrainian examples



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.261995
УДК 338.48:616.46(100)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Євген Козловський^{1а}, Ірина Яцюк^{2а}, Кароліна Столож^{3а}

¹ Кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: ek2002@bigmir.net; ORCID: 0000-0002-0878-6170

² Магістрантка кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: yatsiuk.iryua09@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2405-0598

³ Магістрантка кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: linastolozh@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2514-1236

^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

У статті вказано, що COVID-19 істотно впливає на глобальні економічні, політичні та соціокультурні системи, тому світові й ринкові втрати внаслідок пандемії будуть величезними. Проте оцінити їх зараз украй складно через відсутність достатніх статистичних даних і небажання деяких компаній, галузей та країн розкривати рівень економічного спаду. На нашу думку, природа, безпрецедентні обставини й наслідки цієї пандемії демонструють ознаки того, що криза призведе до глибоких та довгострокових структурних і трансформаційних змін у міжнародному туризмі. Зазначено, що важкодоступність міжнародного туризму й закриття зовнішніх кордонів через пандемію є каталізатором зростання та розвитку попиту на внутрішній туризм. Ці умови – чудова можливість для українського туристичного ринку продемонструвати свій потенціал співгромадянам, надавши квалітативний вітчизняний туристичний продукт. Наголошено, що пандемія змушує більшість туристичних підприємств уводити нове й адаптуватися до безпрецедентних змін у бізнесі. Успішні інновації, безумовно, матимуть вирішальне стратегічне значення, сприяючи підтримці конкурентоспроможності підприємств під час та після пандемії.

Ключові слова: туризм; економіка; криза; безпека; пандемія; відновлення; ЮНВТО; COVID-19

Вступ

Подорожі та враження відіграють величезну роль у житті кожної людини. По-перше, це незабутні емоції. По-друге, це досвід, що накопичується роками, завдяки якому людина стає досвідченішою та мудрішою. Це також «енергія»,

так зване духовне підживлення людини на певний час. Туризм приносить достатній дохід державам, стимулюючи покращення умов розвитку країни. Але в лютому 2019 року все змінилося. У Китаї з'явився COVID-19, який вже забрав життя кількох мільйонів людей. Спочатку закрилися кордони лише Китаю. Це були вимушені заходи для безпеки.

Але коронавірус встиг поширитися по всій Землі та інфікувати сотні мільйонів людей, унаслідок чого всі країни закрили зовнішні й навіть внутрішні кордони. Світ опинився в ізоляції. Безумовно, проблеми виникли в багатьох галузях, зокрема й у туризмі. Безперечно, туристичний ринок дуже вразливий для криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, терористичні акти, що спричинюють дестабілізацію обстановки всередині країни. Такі кризові явища сприяють повному чи частковому руйнуванню економіки країни та багатьох секторів бізнесу.

Як свідчить міжнародний досвід, кризи не тільки неминучі, а й у певному сенсі необхідні, оскільки вони пов'язані не лише з негативними явищами та процесами. Кризи майже завжди відкривають додаткові можливості для подальшого зростання та розвитку. COVID-19 – це гуманітарна криза в глобальному масштабі, що продовжує розповсюдження по всьому світу. Масштаби цієї трагедії погіршуватимуться залежно від ступеня розповсюдження вірусу переважно в країнах з більш відкритими кордонами та вільним переміщенням людей.

Постановка проблеми

У період спалаху коронавірусної інфекції постраждали практично всі сфери світового господарства, включаючи туристичний сектор. Усі суб'єкти сервісного обслуговування, залучені у вказаній сфері, зазнали збитків у результаті цієї ситуації: туристичні оператори й агенції, готелі, санаторії, будинки відпочинку та пансіонати, екскурсиводи, організації з надання рекреаційних послуг, транспортні та пасажирські перевезення тощо. Багато туристичних напрямків нині перестали функціонувати. Уся індустрія туризму опинилася у вкрай несприятливій ситуації.

Послуги, одного разу вироблені підприємствами, але не продані, є втраченими назавжди. Як і заклади готельного та ресторанного бізнесу, більшість туристичних підприємств зараз обмежує свою комерційну діяльність і скорочує власний персонал, тому економічні наслідки в цьому секторі мають доволі загрозливий вигляд. Ураховуючи заборони на міжнародні поїздки, а також обмеження на колективні збори та зібрання, індустрія туризму практично зупинила свою діяльність з березня 2020 року. З моменту введення карантину мільйони робочих місць у світовому туристичному секторі, на жаль, втрачено.

Ситуація погіршується у зв'язку з ослабленням світової економіки, геополітичної, соціальної напруги. На момент написання статті (10 лютого 2022 року) кількість інфекцій COVID-19 у всьому світі перевищила 400 мільйонів, кількість смертей від хвороби підходить до позначки 6 мільйонів, а показники безробіття різко зросли в багатьох країнах, ілюструючи серйозні наслідки пандемії для економіки (ТОВ «МінфінМедіа», 2022). Країни, що залежать від туризму, ймо-

вірно, будуть відчувати негативні наслідки пандемії набагато довше, ніж інші. Контактно-інтенсивні послуги, що мають ключове значення для туристичного сектору, непропорційно сильно постраждали від COVID-19 і продовжуватимуть суттєво скорочуватися, доки люди знову не відчують себе в безпеці для масових подорожей.

Поряд зі зменшенням бажання подорожувати введені обмеження мали негативний економічний вплив на туристичний сектор у цих регіонах. Можливим довгостроковим трендом стало скорочення кількості ділових поїздок і міжнародних конференцій, а також зростання їх віртуальних онлайн-еквівалентів. Конфліктні й односторонні обмеження на поїздки мали місце на регіональному рівні, та багато туристичних пам'яток по всьому світу, таких як музеї, парки розваг і спортивні споруди, на жаль, були закриті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вплив пандемії Covid-19 на сферу міжнародного туризму зумовив високий інтерес учених до оцінки її наслідків, визначення перспектив розвитку туризму в постковідний період, а також зміну поведінки населення щодо споживання туристичних продуктів. Наприклад, у роботі співробітників Вашингтонського університету на основі проведеного дослідження зроблено висновок про те, що збільшені потреби туристів у сфері суспільної безпеки прискорять упровадження в туристичну галузь розробок у галузі штучного інтелекту та робототехніки (Gursoy & Chi, 2020). У роботі дослідників з англійського університету Глостерширу (Jones & Comfort, 2020) вплив коронавірусу на міжнародний туризм розглянуто з позицій сталості: після пандемії популярність пакетного відпочинку впаде через обмеження на авіаперельоти, що у свою чергу підвищить популярність подорожей у межах своїх країн.

Питання, що присвячені перспективам і проблемам розвитку міжнародного туризму й туристичної діяльності, чинникам впливу на міжнародний туризм, соціально-економічному значенню міжнародного туризму, висвітлені в наукових працях багатьох українських учених. Однак унаслідок істотних змін у світовій економіці, до яких призвів негативний вплив пандемії COVID-19, виникає потреба в нових фундаментальних дослідженнях цієї проблематики.

Мета статті полягає у виявленні впливу пандемії COVID-19 на стан і розвиток сфери міжнародного туризму, а також визначенні заходів, що дають змогу пом'якшити вплив коронавірусу на туристичну діяльність.

Виклад основного матеріалу

Світовий туризм неодноразово зазнавав впливів різноманітних криз. У період з 2000 по 2015 рік основними руйнівними подіями були терористичні акти, геополітична нестабільність, спалах SARS (2003 рік), а також глобальна економічна криза 2008–2009 років. Перераховані події не призвели до довгострокового зниження світового розвитку туризму, а деякі з них були навіть не помітні (рис. 1).

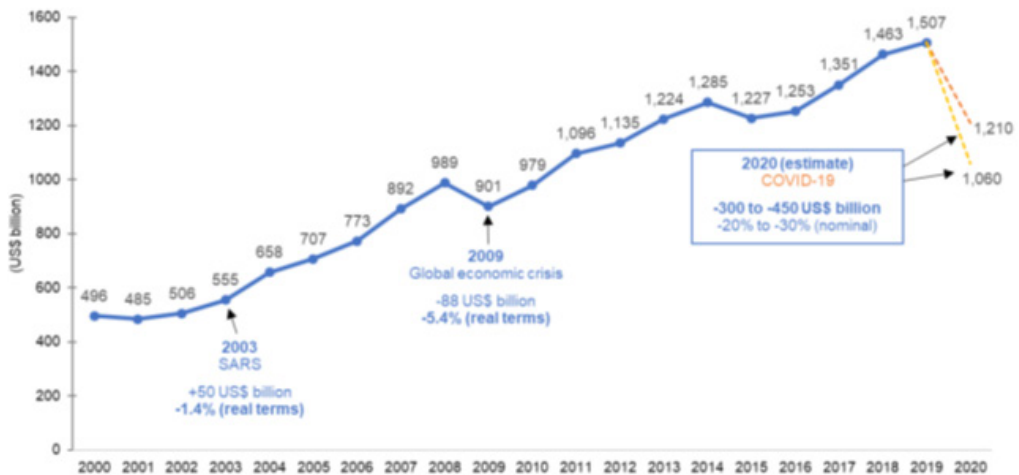


Рис. 1. Міжнародні туристичні прибуття у 2000–2020 роках (UNWTO, 2020)

Цей факт свідчить, що туризм як система був стійким до зовнішніх шоків. Водночас можна стверджувати, що відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19 буде дуже довгим. За оцінками ЮНВТО, у 2019–2021 роках кількість міжнародних туристів суттєво скоротилася (рис. 2). Найбільше постраждали азійські країни, доходи від туризму в яких становлять значну частину ВВП, такі як Гонконг, Таїланд, Камбоджа, Філіппіни, а також деякі з європейських країн – Італія, Іспанія, Франція та ін.



Рис. 2. Міжнародні туристичні прибуття у 2021 році (UNWTO, 2022)

Пандемія COVID-19 істотно впливає на глобальні економічні, політичні та соціокультурні системи. Хоч міжнародний туризм дуже вразливий і схильний до численних екологічних, політичних, соціально-економічних ризиків, здатен відновлюватися після різних криз і надзвичайних ситуацій (наприклад, тероризму, землетрусів, атипової пневмонії тощо). Проте природа, безпрецедентні обставини та наслідки пандемії COVID-19 демонструють ознаки того, що ця криза не тільки інша, а й веде до глибоких та довгострокових структурних і трансформаційних змін у міжнародному туризмі як соціально-економічної діяльності та галузі.

Під час пандемічної кризи виникає низка проблем ціноутворення. У відповідь на загрозу поширення інфекції туристичні підприємства можуть застосувати нові стратегії бізнесу для стабілізації ринкового попиту, підтримки свого бізнесу або щоб покрити збитки, заподіяні пандемією. Однак без розуміння реакції клієнтів на такі стратегії ціноутворення підприємства не можуть повністю передбачити їх вплив на ефективність бізнесу як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі.

Туристичні підприємства мають урахувувати баланс між короткостроковим прибутком і довгостроковою стійкістю бізнесу, а також ухвалювати обережні рішення щодо збільшення цін під час пандемії, навіть якщо зросли їх експлуатаційні витрати. Нерівність цін стає неминучим моментом на туристичному ринку під час пандемії, оскільки підприємствам потрібно реагувати на падіння попиту чи підвищення собівартості продукції. Проте підвищення цін – не завжди вдалий вихід у нових реаліях.

Яким буде міжнародний туризм у посткоронавірусну епоху? Це залежить від багатьох чинників. Ми спостерігатимемо зміну структури попиту, яка насамперед буде пов'язана з обмеженнями та побоюваннями у зв'язку з епідеміологічною ситуацією та падінням реальних доходів населення, а також сукупного платоспроможного попиту. Ймовірно, ми на початкових етапах будемо спостерігати переорієнтацію споживачів на місцевий туризм у зв'язку з факторами безпеки. Зниження доходів населення призведе до зменшення кількості днів подорожі.

Важкодоступність міжнародного туризму та закриття зовнішніх кордонів через пандемію (у разі зняття внутрішніх обмежень) є каталізатором зростання та розвитку попиту на внутрішній туризм не тільки в короткостроковій, а й у довгостроковій перспективі. Ці умови є чудовою можливістю і для українського туристичного ринку продемонструвати свій потенціал співгромадянам, надавши квалітативний вітчизняний туристичний продукт в оптимальному співвідношенні ціни та якості.

Внутрішній туризм відновлюватиметься швидше за міжнародний, оскільки цьому сприяє низка чинників: зростання кількості ділових поїздок (повернення кількості на рівень нормального функціонування бізнесу), відсутність жорстких обмежень на поїздки всередині країни (або їх зняття), можливість подорожувати всередині країни без використання авіаперельотів та поїздок залізницею (наприклад, поїздки на власних автомобілях). Усе це сприятиме тому, що люди почнуть подорожувати на внутрішні бази відпочинку до інших регіонів, відвідувати вітчизняні курорти.

Серед суттєвих поведінкових змін, викликаних пандемією, відзначимо соціальне дистанціювання, яке триватиме добровільно як дія, спрямована на запобігання ризику на індивідуальному рівні. У той час як вплив пандемії продовжується, методи добровільного соціального дистанціювання, мабуть, будуть збільшуватися і в такий спосіб призведуть до суттєвої затримки відновлення сфери туризму, яка найчастіше потребує фізичного контакту для споживання товару або послуги.

Пандемія змушує більшість туристичних підприємств вводити нове й адаптуватися до безпрецедентних змін у бізнесі. Успішні інновації, безумовно, матимуть вирішальне стратегічне значення, сприяючи підтримці конкурентоспроможності підприємств під час та після пандемії. Щодо інноваційних продуктів, то готелі та ресторани поступово впроваджують технологічні системи для безпечного надання послуг (наприклад, повністю автоматизовані системи реєстрації, автомати реєстрації в кіосках самообслуговування, безконтактну доставку товарів, роботи-прибиральники, електростатичні розпилювачі, цифрові паспорти здоров'я та різноманітні сертифікати).

Завдяки своїй наскрізній економічній природі та глибокому соціальному значенню міжнародний туризм має унікальні можливості, щоб допомогти постраждалим суспільствам і громадам повернутися до зростання та стабільності. Упродовж багатьох років цей сектор незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки відновлюватися як сектор економіки, а й сприяти соціальному та економічному відродженню людства. Але це переважно залежить від розвиненості різноманітних соціальних інститутів у сфері туризму та державної політики, спрямованої на створення умов для сталого розвитку туризму (Козловський, 2019).

Останнім часом уряди різних країн вжили заходів щодо підтримки економіки, зокрема й сфери туризму:

- відстрочення податків і зборів (податкові канікули);
- відстрочення платежів за кредитами (кредитна відпустка);
- загальне сприяння процесу надання позик;
- субсидії на заробітну плату;
- допомога безробітним;
- полегшення для різних секторів та територій.

Заходи, спрямовані на відновлення ринку праці (особливо це стосується сфери послуг), такі як короткострокова робота або пряма підтримка, безумовно, послаблять негативний вплив пандемії завдяки прямому грошовому потоку. Те саме стосується грантів, податків і кредитних канікул, будь-яких відстрочок платежу, податкових кредитів. Ці заходи доступні в більшості країн для постачальників туристичних послуг.

Слід урахувати, що на додаток до наявних заходів стимулювання туристичної галузі її ефективне функціонування в постковідний період забезпечить реалізація таких проєктів:

1. Розширення заходів щодо субсидування туристичних поїздок усередині країни для конкретних категорій громадян (дітей, пенсіонерів, малозабезпечених сімей). Однією з проблем вітчизняного туризму є дорожнеча внутрішніх туристичних послуг, що разом з низькими доходами населення робить відпочинок усере-

дині країни недоступним для багатьох громадян. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати пакетні рішення, коли вартість туру з включеним набором туристичних послуг виявляється дешевшою, аніж їх придбання туристом окремо. Можлива також компенсація державою частини вартості квитків на різних видах пасажирського транспорту, яка становить основну статтю витрат українських туристів.

2. Розширення набору заходів підтримки для туристичного бізнесу. В умовах підвищеної уваги органів державної влади до розвитку внутрішнього туризму доцільно значно збільшити заходи підтримки, які надають туроператорам. Зокрема, можна скоротити розмір сплачуваного такими підприємствами податку на додану вартість.

3. Активне використання цифрових технологій у сфері туризму. Однією із сучасних тенденцій, що визначають розвиток туризму у світі, є активний розвиток цифрових технологій. Їх упровадження в Україні актуальне для планування та купівлі подорожей. Із цією метою дуже перспективним стає створення туристичних маркетплейсів – спеціальних онлайн-майданчиків для продажу турів, які об'єднують різних учасників ринку та надають широкий спектр туристичних послуг.

4. Трансформація підходу до державного управління та розвитку туристичної галузі в регіонах. Заходи щодо розвитку туризму з боку держави з акцентом на економічну складову мають бути підтримані й на місцевому рівні, для чого необхідно переглянути організацію регулювання туристичної галузі в регіонах України. Зараз таке регулювання досить специфічне і відрізняється в кожному регіоні, що пояснюють частково соціально-економічними особливостями.

Багато країн готові продовжити розвиток туристичної галузі із застосуванням таких попереджувальних заходів, як двотижнева ізоляція туристів на карантинних у певних готелях, проведення двох чи багатоступінчатого тестування, а також надання певних преференцій вакцинованим туристам. Однак останні заходи не завжди є популярними в осіб, які бажають подорожувати, тому що вони не завжди готові до карантинних заходів або не бажають нести високі фінансові витрати на багаторазове тестування, яке підтвердить відсутність коронавірусної інфекції.

Хвилястий розвиток пандемії COVID-19, на жаль, не дає змоги більшості країн світу виробити будь-які превентивні заходи, спрямовані на розвиток туристичної галузі. Незважаючи на те що застосування заходів захисту населення тієї чи тієї країни від зараження коронавірусом необхідне, не можна не брати до уваги важливість розвитку таких важливих галузей, як туризм чи сфера гостинності, оскільки все це впливає як на рівень ВВП країни, так і на зайнятість населення в цій сфері. У зв'язку з цим урядам різних держав ще належить запровадити низку різних проєктів, що дадуть змогу з урахуванням створення певного рівня безпеки для своїх громадян усе ж таки здійснювати розвиток туризму в державі.

Ураховуючи характер ситуації, що розвивається, ще зарано оцінювати повний вплив COVID-19 на міжнародний туризм. Але в будь-якому разі коронавірус напевно призведе до банкрутства багатьох туристичних брендів, включаючи двох-трьох міжнародних круїзних операторів. У цілому залишиться після пандемії значно менше учасників туристичного й транспортного ринків. Очікуємо, що особливо постраждають малі та середні підприємства, які становлять близько 80 % туристичного сектору.

Висновки

Наразі немає жодного експерта, який міг би прогнозувати чи передбачити вплив COVID-19 на сферу туризму. Світові та ринкові втрати внаслідок пандемії є величезними. Проте оцінити їх зараз украй складно через відсутність достатніх статистичних даних і небажання деяких компаній, галузей та країн (особливо країн, що розвиваються) розкривати рівень економічного спаду.

Багато експертів і науковців дотримуються думки про тривале відновлення туристичної галузі. Є різні варіанти того, яким чином у майбутньому відновлюватиметься галузь: світові стандарти для подорожі будуть жорсткішими однозначно, що призведе до зменшення показників туристичної діяльності; туроператори скорочуватимуть свою діяльність або переходитимуть на віддалену роботу.

Отже, урядам країн з розвинутою сферою туризму необхідно:

- установлювати тісні взаємовідносини з туристичними підприємствами щодо сприяння розвитку галузі;
- створювати фонди з урахуванням заходів, що стимулюють внутрішній ринок туризму;
- оптимізувати податкові збори зі встановленням довгострокових податкових пільг;
- субсидіювати туристично-рекреаційні зони із залученням наукових фахівців і практиків щодо організації соціально-економічного простору на базі цих територій;
- складати довгострокові плани щодо підвищення стійкості туристичного ринку, урахувавши можливість настання в найближчому майбутньому інших світових криз.

Нарешті важливо зробити туризм безпечним, щоб не допустити виникнення спалахів інфекції в різних дестинаціях. Для цього необхідно посилити контроль за використанням засобів індивідуального захисту, забезпечити всі громадські місця достатньою кількістю засобів для дезінфекції приміщень, а також тестувати туристів на наявність коронавірусної інфекції в момент подорожі.

Список бібліографічних посилань

- Козловський, Є. В. (2017). Особливості використання сучасних мультимедійних технологій у туристичній діяльності. В *Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір* [Монографія] (с. 212–230). Інститут культурології НАМ України.
- Козловський, Є. В. (2019). Сучасні інформаційно-технологічні можливості управління туристичним підприємством. В *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* [Monograph] (с. 580–593). Baltija Publishing.
- ТОВ «МінфінМедіа». (2022, 10 лютого). *Коронавірус: статистика по країнах*. <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography>
- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>

- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis and Sustainability in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3037–3050. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0357>
- UNWTO. (2020, March 24). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. <http://travelmarketsinsider.net/unwto-global-tourism-grows-a-moderate-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

References

- Gursoy, D., & Chi, Ch. G. (2020). Effects of COVID-19 Pandemic on Hospitality Industry: Review of the Current Situations and a Research Agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231> [in English].
- Jones, P., & Comfort, D. (2020). The COVID-19 Crisis and Sustainability in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3037–3050. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0357> [in English].
- Kozlovskiy, Ye. V. (2017). Osoblyvosti vykorystannia suchasnykh multymediinykh tekhnolohii u turystychnii diialnosti [Features of implementation of the modern multimedia technologies in tourism]. In *Novi media v suchasnomu suspilstvi: kulturolohichni vymir [New Media in Modern Society: Cultural Dimension]* [Monograph] (pp. 212–230). Institute for Cultural Research of the National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].
- Kozlovskiy, Ye. V. (2019). Suchasni informatsiino-tekhnologichni mozhlyvosti upravlinnia turystychnym pidpriemstvom [Modern Information and Technological Capabilities of Tourism Enterprise Management]. In *Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities* [Monograph] (pp. 580–593). Baltija Publishing [in Ukrainian].
- MinfinMedia Ltd. (2022, February 10). *Koronavirus: statystyka po krainakh [Coronavirus: Statistics by Country]*. <https://index.minfin.com.ua/reference/coronavirus/geography> [in Ukrainian].
- UNWTO. (2020, March 24). *Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf> [in English].
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. <http://travelmarketsinsider.net/unwto-global-tourism-grows-a-moderate-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> [in English].

PROBLEMS AND PERSPECTIVE OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Yevhen Kozlovskiy^{1a}, Iryna Yatsiuk^{2a}, Karolina Stolozh^{3a}

¹ PhD in Public Administration, Associate Professor

at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;

e-mail: ek2002@bigmir.net; ORCID: 0000-0002-0878-6170

² Master's Student at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;

e-mail: yatsiuk.iryana09@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2405-0598

³ Master's Student at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business;

e-mail: linastolozh@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2514-1236

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article states that COVID-19 significantly affects the global economic, political and socio-cultural systems, so global and market losses due to the pandemic will be huge. However, it is extremely difficult to assess them now due to the lack of sufficient statistical data and the reluctance of some companies, industries and countries to disclose the level of economic decline. In our view, the nature, unprecedented circumstances and consequences of this pandemic show that crisis will lead to profound and long-term structural and transformational changes in international tourism. The author notes that the inaccessibility of international tourism and the closure of external borders due to the pandemic is a catalyst for the growth and development of demand for domestic tourism. These conditions are a great opportunity for the Ukrainian tourism market to demonstrate its potential to citizens by providing a quality domestic tourism product. It is noted that the pandemic is forcing most tourism enterprises to innovate and adapt to unprecedented changes in the business. Successful innovation will certainly be of strategic importance, helping to keep businesses competitive during and after the pandemic.

Keywords: tourism; economy; crisis; security; pandemic; recovery; UNWTO; COVID-19



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.261996
УДК 338.487:659.1-051]:316.658.4:004.77

ВПЛИВ ЛІДЕРІВ ДУМОК НА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Леся Устименко^{1а}, Наталія Булгакова^{2а}, Анюта Виставна^{3а}

¹ Кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: ustilesia@gmail.com; ORCID: 0000-0003-2631-1459

² Старший викладач кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net; ORCID: 0000-0001-8910-0574

³ Студентка кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: annavistavna@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6701-5811

^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

Метою роботи є аналіз ефективності й актуальності використання лідерів думок для просування туристичного продукту. Методологічну основу дослідження становить критичний аналіз основних дефініцій інфлюенс-маркетингу, методи індукції та дедукції, а також проведення емпіричного дослідження (анкетування). Щодо наукової новизни, то визначено новий формат маркетингової комунікації туристичного підприємства. Виявлено інноваційні інструменти просування туристичного продукту. Проведено дослідження, під час якого зібрано дані про поширення реклами в лідерів думок, найпопулярніші соціальні мережі, рівень довіри до реклами в інфлюенсерів і популярних блогерів, використання інформації лідерів думок у професійній діяльності, тематичні різновиди блогів, за якими найбільше стежать. Проаналізовано ефективні інструменти інфлюенс-маркетингу, які можуть бути використані в туристичній сфері. Виявлено, що реклама в лідерів думок останнім часом стала масовим явищем, рівень довіри до якої постійно зростає. Визначено типи співпраці з лідерами думок. Обґрунтовано доцільність використання інфлюенс-маркетингу для просування туристичного продукту.

Ключові слова: інфлюенс-маркетинг; лідер думок; блогер; реклама; цільова аудиторія; соціальна мережа

Вступ

Головною тенденцією розвитку сучасного туризму є активне використання мережі Інтернет для просування та продажу туристичного продукту. Пандемія COVID-19 внесла свої корективи в роботу офісів туристичних підприємств, і більшість перейшла на онлайн режим. У зв'язку з цим постала необхідність пошуку інноваційних каналів маркетингу. Серед сучасних технологій і новітніх інструментів маркетингових комунікацій останнім часом усе більшого поши-

рення набуває інфлюенс-маркетинг, який передбачає залучення лідерів думок у соціальних мережах з метою привернення уваги цільової аудиторії та поширення рекламної інформації.

Завдяки лідерам думок туристичне підприємство матиме змогу швидко доносити інформацію про актуальні пропозиції до потенційних споживачів й отримувати зворотний зв'язок із цільовою аудиторією. До того ж варто зазначити, що за останні роки значно зросла кількість користувачів соціальних мереж, які використовують їх для пошуку інформації про майбутній відпочинок.

Зараз інфлюенсера можна знайти практично в будь-якій ніші, а особливо популярними стали саме travel-блогери. Вони є галузевими експертами, до чиєї думки прислухаються під час вибору компанії для організації подорожі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню інфлюенс-маркетингу все більше приділяють увагу PR-агенції, SMM-менеджери, маркетологи. Сучасні науковці аналізують технології маркетингу впливу для просування продуктів і послуг та визначають, як його правильно застосовувати. Серед них такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як В. Журило, О. Вартанова, А. Матвеева, В. Корольков, Д. Браун, С. Фіорелла, С. Гунеліус, М. Стелзнер та інші. Попри наявність певного масиву досліджень і публікацій, присвячених різним аспектам інфлюенс-маркетингу, використанню маркетингу впливу для просування туристичного продукту майже не приділяли уваги, цю тему вважаємо недостатньо вивченою, що потребує відповідних досліджень.

Метою дослідження є аналіз ефективності та актуальності використання лідерів думок для просування туристичного продукту, що обумовлює таке коло завдань:

- проаналізувати основи інфлюенс-маркетингу та дослідити актуальну статистику;
- схарактеризувати особливості просування туристичного продукту за допомогою лідерів думок;
- провести анкетування для визначення рівня довіри до інфлюенс-маркетингу.

Виклад основного матеріалу

Інфлюенс-маркетинг – це спосіб просування товарів і послуг через лідерів думок. У свою чергу лідери думок – це особи, чия думка може впливати на погляди, висновки й уявлення цільової аудиторії. Це може бути блогер, актор, співак, музикант чи віртуальний інфлюенсер (Журило, 2020).

Вихідний контрольний звіт Influencer Marketing Benchmark, представлений у співпраці з Refersion, надає таку статистику:

- платформи, орієнтовані на інфлюенс-маркетинг, отримали понад 800 мільйонів доларів США лише у 2021 році, що свідчить про значне зростання;
- у 2021 році загальна кількість пропозицій, пов'язаних із маркетингом впливу, зросла на 26 % і досягла приголомшливої кількості – 18 900 компаній, які пропонують або спеціалізуються на послугах інфлюенс-маркетингу;

– понад 75 % маркетологів брендів мають намір виділити бюджет на маркетинг впливових осіб у 2022 році;

– за оцінками, з 1,7 мільярда доларів у 2016 році ринок маркетингових компаній впливу зріс до 13,8 мільярда доларів у 2021 році. Крім того, очікують, що у 2022 році цей показник становитиме 16,4 мільярда доларів (Werner, 2022).

Ця статистика свідчить про те, що досить актуальним є використання інфлюенс-маркетингу, адже зараз цей метод є надзвичайно популярним та ефективним.

Серед туристичних підприємств використання інфлюенсерів для просування ще не так поширене, але деякі компанії вже починають користуватися цим методом і мають значні результати. Наприклад, у 2020 році відомий туроператор «Тез Тур» почав співпрацю з агенцією інфлюенс-маркетингу WhyNot? Enot (Sostav.ua, 2020). На сьогодні проведено повний ребрендинг акаунту туристичного підприємства в Instagram, створено візуальний стиль і контент-план, за яким ведуть сторінку. Також ведуть роботу з платформою TikTok, де залучені інфлюенсери з їхніми кращими креативними ідеями. Блогери відправляються в подорожі та рекламують компанію «Тез Тур».

Ще один чудовий приклад використання інфлюенсерів для просування туристичного продукту – це туроператор Join UP! (https://joinup.ua/uk/tax_press/povosti/?paged=1&s=big+city+life). У 2021 році вони запустили проєкт BIG CITY LIFE, мета якого відкрити подорожі у формі city-туризму мільйонам українців і закохати в них мандрівників. Суть проєкту полягає в тому, що двоє відомих блогерів відправляються в одне популярне місто, маючи лише 200 євро (усього в проєкті 8 міст Європи та 16 блогерів). Їхнє завдання – розповісти, як найкращим чином провести кілька днів у вибраному місці та скласти власний маршрут. Блогери знайомлять своїх підписників з містом, дають власні рекомендації, що відвідати, де зупинитися та що спробувати. Наприкінці подорожі діляться своїми враженнями й дарують читачам 1000 грн знижки за кожні 20 000 грн від вартості туру до європейських міст. У такий спосіб мільйонна аудиторія блогерів дізнається про туристичне підприємство Join UP та купує саме в них туристичний продукт.

Є чотири варіанти співпраці туристичного підприємства та інфлюенсера: бартер, конкурс, партнерська програма або оплачувана співпраця (Корольков & Литвин, 2018).

Бартер – це коли підприємство дарує свій продукт в обмін на рекламу. У такому разі туристичне підприємство може надати блогеру можливість безплатно (або зі значною знижкою) відправитися в один з їхніх турів в обмін на відгук і відмітку компанії в публікації, історіях та відеороликах. Така співпраця є досить вигідною для обох сторін. Варто підкреслити ексклюзивність цієї пропозиції та за можливості надати промокод на знижку для читачів блогера. Такий вид співпраці підходить для просування конкретного продукту та збільшення продажів.

Плюси бартеру в тому, що це один з найбільш бюджетних способів, адже не потрібно додатково платити блогеру за рекламу. Однак мінус полягає в тому, що не кожен відомий інфлюенсер погодиться на таку співпрацю.

Наступний вид – це конкурс. Він може стати хорошим варіантом для залучення нових підписників на сторінки туристичного підприємства в соціальних мережах. Це ефективний спосіб, щоб розширити аудиторію потенційних споживачів. У цьому разі компанія звертається до блогера, щоб розіграти серед його аудиторії якийсь приз. Це можуть бути сувеніри з певних країн, знижки на послуги компанії, гаджети, а також повноцінний тур. Для того щоб узяти участь у конкурсі, користувачу потрібно виконати декілька умов. Зазвичай підписатися на туристичне підприємство в соціальних мережах, зробити репост публікації, яка повідомляє про конкурс, собі на сторінку та позначити одного або декількох друзів у коментарях до публікації.

Партнерська програма – це комісійна програма, в якій туристична компанія буде надавати блогерам відсоток на основі продажів, які вони приносять фірмі. Зазвичай бренди дають від 30 до 80 % комісії залежно від того, наскільки популярний блогер, з яким вони працюють. Вибираючи цей сценарій, потрібно налаштувати деякі технічні моменти для визначення клієнтів, які прийшли від блогера. Це може бути певний промокод, який повинні використати споживачі під час бронювання туру. У такому разі блогер сам зацікавлений в тому, щоб якомога більше його читачів придбали послуги підприємства, а отже, й робить якісну рекламу.

Така співпраця є досить тривалою та стабільно приносить компанії нових клієнтів. Оплачувана співпраця блогерів стала галузевим стандартом. Більшість блогерів хочуть отримувати гроші за рецензування та висловлення своєї думки про продукт. Це може становити від 100 до 10 000 доларів за публікацію у відомих блогерів. Під час оплачуваної співпраці важливо витрачати додатковий час на перевірку інфлюенсерів.

Для виявлення ефективних інструментів інфлюенс-маркетингу, які можуть бути використані в туристичній сфері, проведено дослідження методом анкетування. Мета аналізу – виявити рівень довіри до реклами, що розповсюджується за допомогою лідерів думок і зрозуміти потенціал цього виду просування. Респондентами виступили чоловіки та жінки до 18 років (придбання яких здебільшого фінансово залежать від батьків) і повнолітні платоспроможні споживачі.

Дослідження проведено у формі кількісного опитування, використовуючи стандартизовану анкету на сервісі *Google Forms*, розміщену в мережі Інтернет. Отримано 100 відповідей. Анкетування проводили впродовж січня 2022 року. Місце заповнення анкети респондентами значення не мало. Респонденти заповнювали анкету в зручний для себе час, у зручному місці. Обмеження виставлено лише за термінами заповнення анкети. Інформація про заповнені анкети в мережі Інтернет щодня надходила повідомленнями на пошту й онлайн вивантажувалася до таблиці *Excel*. Відповідно до змістовних аспектів дослідження сформовано й структуру анкети. Основний обсяг анкети охоплює 10 питань закритого типу та 1 питання відкритого типу. Два питання дають змогу відзначити кілька обраних респондентом варіантів.

Окремим розділом стандартизованої анкети стали декілька питань, які містять дані, необхідні для демографії респондентів щодо статі та віку. Питання закритого типу стандартизованої анкети представлені номінальним та інтер-

вальним рівнями вимірювання. Питання номінального рівня вимагали від респондентів вибору однієї чи кількох відповідей із запропонованих. Питання інтервального рівня передбачало визначення місця вимірюваної якості на шкалі від 1 до 10, причому відстані між розподілами цієї шкали еквівалентні (однакові).

Перше запитання сформовано так: «Чи бачили ви коли-небудь рекламу в блогерів?». За варіант «ні» проголосували 2 респонденти (2 %), за варіант «так» – 98 респондентів (98 %) (рис. 1). Це свідчить про те, що більшість людей бачила та знайома з рекламою блогерів. У свою чергу лише 2 % ніколи не стикалися з такою, що може бути пов'язано з відсутністю реєстрації на популярних платформах для блогів.

1. Чи бачили ви коли-небудь рекламу в блогерів?
100 відповідей

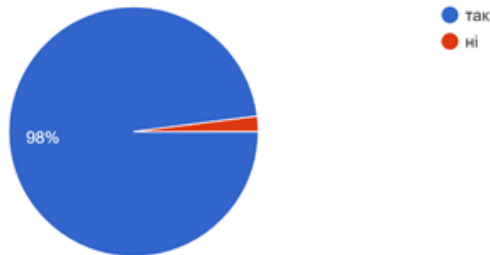


Рис. 1. Діаграма поширення реклами в блогерів

На друге запитання («Чи була реклама в блогерів актуальною для вас?») 75 (75 %) респондентів відповіли «так», а 25 (25 %) – «ні» (рис. 2). Ці результати можна інтерпретувати таким чином: більшість людей відзначає, що реклама була цільовою та актуальною для них, але це далеко не означає, що всі 75 респондентів, що проголосували, придбали товар/послуги після реклами.

2. Чи була реклама в блогерів актуальною для вас?
100 відповідей

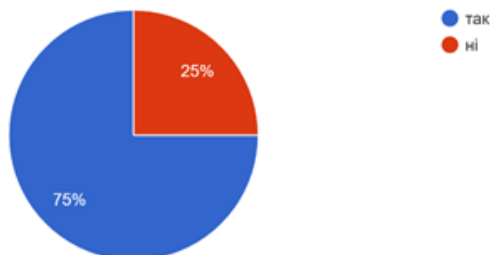


Рис. 2. Діаграма актуальності реклами в блогерів для споживачів

На третє запитання («Чи купували ви коли-небудь товар чи послугу за рекомендацією блогерів?») респонденти відповіли наступним чином: «так» – 59 (59 %),

«ні» – 41 (41 %) (рис. 3). Отже, можна зробити висновок, що більша частина респондентів, прослухавши рекламу блогерів, хоч раз купувала продукти/послуги.

3. Чи купували ви коли-небудь товар чи послугу за рекомендацією блогерів?
100 відповідей

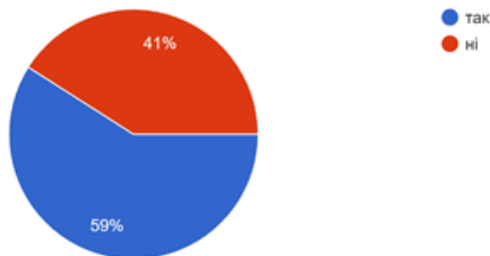


Рис. 3. Діаграма ефективності реклами в блогерів

Четверте запитання сформовано так: «Чи використовуєте інформацію блогерів у професійній діяльності?». Отримано 99 відповідей, які розподілилися таким чином: «так» – 56 (56,6 %), «ні» – 43 (43,4 %) (рис. 4). Отже, лише менша половина респондентів у своїй роботі користується інформацією, яку надають блогери, але цей відсоток досить великий і зараз постійно зростає.

4. Чи використовуєте інформацію блогерів у професійній діяльності?
99 відповідей

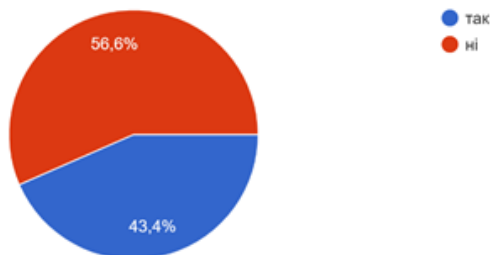


Рис. 4. Діаграма використання реклами в блогерів у професійній діяльності

У п'ятому запитанні («За якими блогами ви стежите?») можна було обрати декілька варіантів. Респонденти відповіли так: *лайфстайл-блоги* – 63; *блоги із саморозвитку та психології* – 62; *travel-блоги* – 57; *б'юті-блоги* – 41; *спортивні блоги* – 28; *кулінарні блоги* – 28; *інше* – політичні (2), розважальні (1), блоги з вивчення іноземної мови (1), художні та дизайнерські (1), блоги із заробітку (1), артблоги (1), феміністичні (1), летсплей (1) (рис. 5). Ці результати можна інтерпретувати таким чином: респонденти віддають перевагу *лайфстайл-блогам* і *блогам із саморозвитку та психології*. Досить велика кількість також переглядає *travel-блоги*. Отже, у всіх людей абсолютно різноманітні інтереси і можна точно підібрати лідера думки для реклами.

5. За якими блогами ви стежите?

100 відповідей

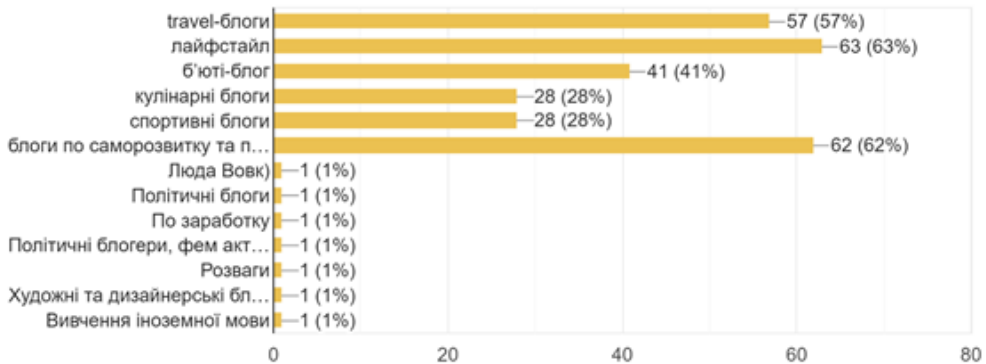


Рис. 5. Популярні тематичні різновиди блогів серед респондентів

Шосте питання: «У якій соціальній мережі ви проводите найбільше часу?». Результати такі: *Instagram* – 49 (49 %) респондентів; *TikTok* – 17 (17 %) респондентів; *Youtube* – 15 (15 %) респондентів; *Telegram* – 15 (15 %) респондентів; *Facebook* – 2 (2 %) респонденти; *ВКонтакте* – 1 (1 %); *Tumblr* – 1 (1 %) (рис. 6). Ці результати свідчать про те, що більшість респондентів віддає перевагу соціальній мережі *Instagram*. Друге місце займає *TikTok*, що набуває популярності.

6. У якій соціальній мережі ви проводите найбільше часу?

100 відповідей

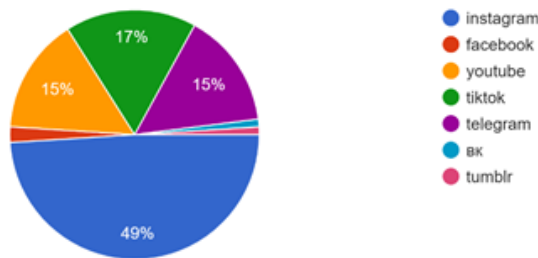


Рис. 6. Діаграма розподілу найпопулярніших соціальних мереж

У сьомому запитанні («До чиєї думки ви прислухаєтеся при здійсненні покупки?») також можна було обрати декілька варіантів. Відповіді розподілилися таким чином: до думки знайомих – 77 респондентів; до думки мікроінфлюенсерів – 8 респондентів; до думки блогера з вашого міста – 3 респонденти; до думки відомих блогерів – 33 респонденти; до думки блогерів-мільйонників – 21 респондент (рис. 7). Отже, більшість людей прислухається саме до думки знайомих, але також досить велика частина слухає поради відомих блогерів.

7. До чієї думки ви прислухаєтесь при здійсненні покупки?

100 відповідей

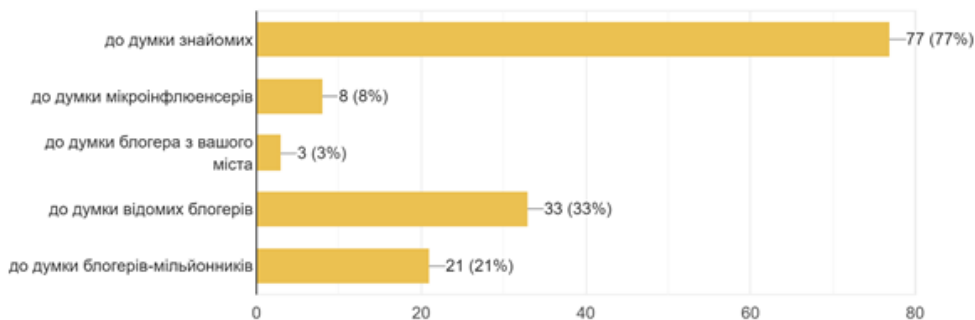


Рис. 7. Діаграма розподілу важливості думки блогерів під час здійснення покупки

Восьме питання містить оцінну шкалу, де 1 мінімальна оцінка «взагалі не довіряю», а 10 – «повністю довіряю». Питання сформовано так: «Позначте своє ставлення до реклами у блогерів». Позначку можна ставити в будь-якому місці лінії. Отримано такі відповіді: за варіант «1» проголосували 4 респонденти (4 %); за варіант «2» – 1 респондент (1 %); за варіант «3» – 4 респонденти (4 %); за варіант «4» – 7 респондентів (7 %); за варіант «5» – 25 респондентів (25 %); за варіант «6» – 26 респондентів (26 %); за варіант «7» – 17 респондентів (17 %); за варіант «8» – 9 респондентів (9 %); за варіант «9» – 6 респондентів (6 %); за варіант «10» – 1 респондент (1 %) (рис. 8). Отже, можна зробити висновок, що більшість людей має високий рівень довіри до реклами в блогерів.

8. Позначте своє відношення до реклами у блогерів, де 1 – взагалі не довіряю, а 10 – повністю довіряю (1-10)

100 відповідей

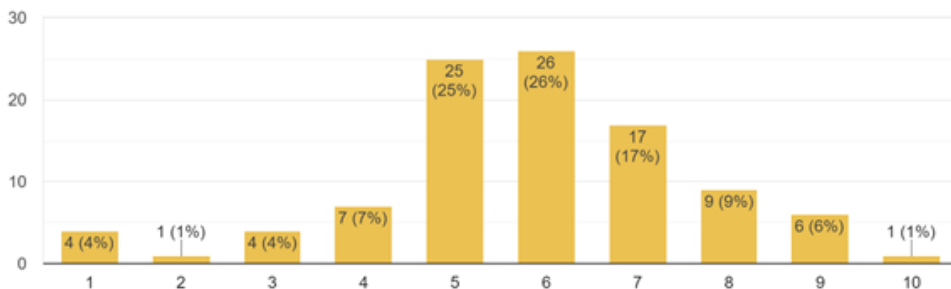


Рис. 8. Діаграма рівня довіри до реклами в блогерів

Дев'ятим було запитання з відкритою відповіддю, яке сформовано так: «Згадайте імена блогерів, до думки яких ви прислухаєтесь, чия думка є для вас авторитетною?». Респонденти перерахували блогерів, які відразу спали на думку. Складено список імен, що найчастіше трапляються у відповідях: Юлія Вербінець

(6 відповідей), Антон Птушкін (3 відповіді), Христина Христонько (3 відповіді), Люда Вовк (3 відповіді), Олександра Поснова (3 відповіді), Маша Себова (2 відповіді), Ірина Пістряга (2 відповіді), Тетяна Самбурська (2 відповіді), Данило Поперечний (2 відповіді), Марія Круковська (2 відповіді). Двоє респондентів зазначили, що не прислухаються до думки блогерів. У цілому отримано 58 відповідей, де майже кожен указував декілька імен блогерів з різних сфер і соціальних мереж. Такі результати свідчать про те, що на сьогодні дуже легко знайти лідера думок у будь-якій сфері, його міркування будуть авторитетними для читачів.

З десятого запитання анкети («Дайте, будь ласка, деякі відомості про себе. Ваша стать») отримано такі дані: жінка – 80 респондентів (80 %); чоловік – 20 респондентів (20 %) (рис. 9).

10. Дайте, будь-ласка, деякі відомості про себе. Ваша стать
100 відповідей

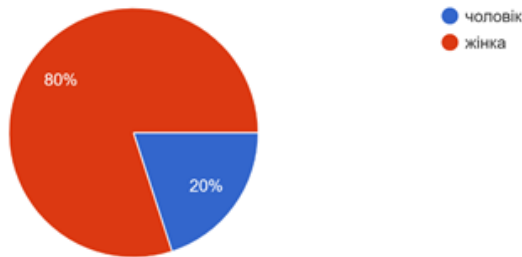


Рис. 9. Діаграма гендерного поділу респондентів

З одинадцятого запитання анкети («Дайте, будь ласка, деякі відомості про себе. Ваш вік») отримано такі дані: 13–17 років – 29 респондентів (29 %); 18–24 роки – 51 респондент (51 %); 25–34 роки – 14 респондентів (14 %); 35–44 роки – 3 респонденти (3 %); 45–54 роки – 2 респонденти (2 %); 55 років і більше – 1 респондент (1 %) (рис. 10). Отже, більшість опитаних респондентів – це платоспроможні споживачі.

11. Дайте, будь-ласка, деякі відомості про себе. Ваш вік
100 відповідей

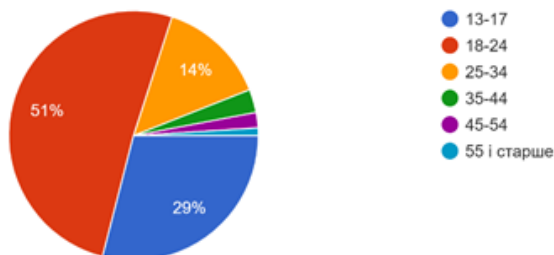


Рис. 10. Діаграма розподілу респондентів за віком

Проаналізувавши результати анкетування, можна зробити висновок, що реклама в блогерів за останні роки стала масовим явищем, адже з нею стикаються майже всі користувачі соціальних мереж. Більшість людей активно стежить за блогерами та прислухається до їхньої думки. Рівень довіри до інфлюенсерів постійно зростає, що відкриває широкі перспективи для такого виду просування туристичного продукту та послуг.

Висновки

За результатами дослідження визначено новий формат маркетингової комунікації туристичного підприємства. Виявлено інноваційні інструменти просування туристичного продукту. Проведено дослідження, під час якого були зібрані дані про поширення реклами в лідерів думок, найпопулярніші соціальні мережі, рівень довіри до реклами в інфлюенсерів і популярних блогерів, використання інформації лідерів думок у професійній діяльності, тематичні різновиди блогів, за якими найбільше стежать.

Проаналізовано ефективні інструменти інфлюенс-маркетингу, які можуть бути використані в туристичній сфері. Виявлено, що реклама в лідерів думок останнім часом стала масовим явищем, рівень довіри до якої постійно зростає. Визначено типи співпраці з лідерами думок. Обґрунтовано доцільність використання інфлюенс-маркетингу для просування туристичного продукту.

Список бібліографічних посилань

- Журило, В. В. (2020). Маркетинг впливу як комунікаційний інструмент просування товарів у соціальних Інтернет-мережах. *Підприємництво та інновації*, 11(2), 29–36. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.23>
- Корольков, В. В., & Литвин, К. В. (2018). Інтелектуалізація інтернет-середовища та новий інструментарій для дослідження споживчого попиту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Логістика, 892, 127–133.
- Sostav.ua. (2020, 29 вересня). *Influencer marketing агенція WhyNot? Enot розпочала співпрацю з Tez Tour*. <https://sostav.ua/publication/influencer-marketing-agents-ya-whynot-enot-rozpochala-sp-vpratsyu-z-tez-tour-86497.html>
- Werner, G. (2022). *The State of Influencer Marketing 2022: Benchmark Report*. <https://influencemarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>

References

- Korolkov, V. V., & Lytvyn, K. V. (2018). Intelktualizatsiia internet-seredovyshcha ta novyi instrumentarii dlia doslidzhennia spozhyvchoho popytu [Intellectualization of the Internet Environment and New Tools for Researching Consumer Demand]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhniky"*. Serie: Lohistyka, 892, 127–133 [in Ukrainian].
- Sostav.ua. (2020, September 29). *Influencer marketing ahentsiia WhyNot? Enot rozpochala spivpratsiu z Tez Tour* [Influencer Marketing Agency WhyNot? Enot Has Started

- a *Collaboration with Tez Tour*]. <https://sostav.ua/publication/influencer-marketing-agents-ya-whynot-enot-rozpochala-sp-vpratsyu-z-tez-tour-86497.html> [in Ukrainian].
- Werner, G. (2022). *The State of Influencer Marketing 2022: Benchmark Report*. <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/> [in English].
- Zhurylo, V. V. (2020). Marketynh vplyvu yak komunikatsiinyi instrument prosvannia tovariv u sotsialnykh Internet-merezhakh [Influencer Marketing As A Communication Tool For Promoting Products In Social Networks]. *Entrepreneurship and Innovation*, 11(2), 29–36. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.23> [in Ukrainian].

INFLUENCE OF OPINION LEADERS ON TOURISM PRODUCT PROMOTION

Lesia Ustyenko^{1a}, Nataliia Bulhakova^{2a}, Aniuta Vystavna^{3a}

¹ PhD in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business; e-mail: ustilesia@gmail.com; ORCID: 0000-0003-2631-1459

² Senior Lecturer at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business; e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net; ORCID: 0000-0001-8910-0574

³ Student at the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business, e-mail: annavistavna@gmail.com; ORCID: 0000-0001-6701-5811

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the work is to analyze the effectiveness and relevance of using opinion leaders to promote a tourism product. The methodological basis of the study is a critical analysis of the basic definitions of influence marketing, methods of induction and deduction, as well as conducting empirical research (questionnaires). Scientific novelty. A new format of marketing communication for a tourist enterprise has been defined. Innovative tools for the promotion of a tourism product have been identified. A study was conducted, during which data was collected on the distribution of advertising among opinion leaders, the most popular social networks, the level of trust in advertising among influencers and popular bloggers, the use of information from opinion leaders in professional activities, and thematic types of blogs that are followed the most. Effective tools of influence-marketing which can be used in the tourist sphere are analyzed. It was revealed that advertising among opinion leaders has recently become a mass phenomenon, and the level of trust in it is constantly growing. Types of cooperation with opinion leaders have been defined. The expediency of using influence marketing to promote a tourist product has been substantiated.

Keywords: influence marketing; opinion leader; blogger; advertising; target audience; social network



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.261998

УДК 338.48-6:641/642(477.52)

ВПЛИВ ЛОКАВОРСТВА НА РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ СУМЩИНИ

Марина Самілик

*Кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри технологій та безпечності харчових продуктів;
e-mail: marina.samilyk@snau.edu.ua; ORCID: 0000-0002-4826-2080
Сумський національний аграрний університет, Суми, Україна*

Анотація

Метою дослідження є визначення впливу локаворства на розвиток гастрономічного туризму Сумщини. Методика дослідження базується на збиранні фактичних даних, синтезі й аналізі інформаційного матеріалу, вивченні науково-практичних напрацювань вітчизняних і закордонних фахівців у галузі гастрономічного туризму.

Проаналізовано локаворство як модель споживання їжі, особливості цієї концепції, причини й історію виникнення. Досліджено основні ознаки локаворства та зв'язок з гастрономічним туризмом. Представлено приклади відображення принципів локаворства на Сумщині через автентичні страви та гастрономічні фестивалі. Визначено п'ять основних принципів локаворства: вживання лише місцевої їжі (вирощеної та виготовленої в регіоні проживання людини), сезонність (характеризується вживанням овочів і фруктів відповідно до сезону, відмовою від привезених продуктів харчування), екологічність (через зменшення глобалізації та логістичних витрат зменшується навантаження на навколишнє середовище), натуральність (відмова від продуктів, вирощених за технологіями генної інженерії), підтримка місцевих виробників (вживання продуктів, які виготовили локальні виробники). Аналіз показав, що локаворство має багато позитивних особливостей. Це, зокрема, відродження та популяризація традиційної регіональної кухні, розвиток місцевих виробників сільськогосподарської продукції та виробників органічної продукції, створення локальних крафтових підприємств, зменшення імпорту, позитивний вплив на екологію, підвищення рівня здоров'я населення, що в перспективі сприятиме оздоровленню нації. Установлено, що розвиток локаворства дасть змогу налагодити прямий зв'язок між міськими споживачами та сільськими виробниками, що дасть змогу крафтовикам реалізовувати свою продукцію за достойними цінами та сприятиме розвитку сільських територій, збільшить зайнятість сільського населення.

Ключові слова: локаворство; гастрономічний туризм; традиційна регіональна кухня; крафтові виробники; гастрономічні фестивалі

Вступ

Популяризація місцевої культури, принципів здорового харчування, заощадливого ставлення до екології призвели до створення нової моделі споживання їжі – локаворства. Відповідно до концепції локаворства вживати потрібно лише місцеві продукти, вироблені неподалік. І це пов'язано не лише з тим, що регіональні продукти є більш доступними та корисними. Страви національної кухні є елементом нематеріальної культурної спадщини будь-якого етносу. Вони відображають спосіб життя, світогляд, традиції народів (Feagan, 2007, с. 26).

Постановка проблеми

У сучасному світі виникає необхідність подовження термінів придатності продуктів і покращення їх органолептичних властивостей за допомогою консервантів та інших добавок. Сезонність уже давно не є проблемою, споживачі мають змогу купувати фрукти й овочі протягом року. Проте ці продукти важко назвати натуральними, оскільки вони вирощені за технологіями генної інженерії.

Важливо знати, що багато привезених фруктів збирають ще незрілими, щоб вони дозріли в дорозі, а це не може не позначитися на їх смакових і поживних якостях. Крім того, на думку лікарів та дієтологів, вживання таких продуктів може спричиняти різноманітні розлади й алергічні реакції в дітей. А їжа, яку виростили в середовищі нашого проживання, є більш корисною та легкою для засвоєння. Тому дедалі частіше люди віддають перевагу продуктам регіонального значення.

49

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Термін «локавор» уперше введено в США у 2005 р. (Куліш, 2016, с. 116), а нині цей рух є популярним у багатьох країнах. Суперечливим залишається питання про те, які саме продукти можна вважати місцевими? До того ж треба врахувати лише відстань чи й види сировини. Ураховуючи глобальні зміни клімату, у деяких північних регіонах розпочали вирощування деяких теплолюбних рослин, що було неможливим ще 20 років тому. У США на законодавчому рівні заведено вважати локальною продукцію, яка транспортується на відстань менше ніж 400 миль і вироблена в межах штату (The House and Senate, 2008, с. 246).

Споживання локальної їжі є альтернативою глобальній моделі постачання продовольства, в якій продукти харчування часто переміщуються на великі відстані перш ніж доходять до споживача. Саме з цієї причини принцип локаворства є надзвичайно популярним серед екологічно свідомого населення. Скорочення логістичних шляхів призводить до зменшення енергоносіїв у світі. Локальна система харчування передбачає налагодження зв'язку між виробниками, торговими агентами та споживачами в певному місці. Така співпраця дає змогу підвищити продовольчу безпеку, забезпечивши економічну, екологічну та соціальну стійкість територіальних громад (Duppe, 2011, с. 48).

Стрімкий розвиток локаворства стає рушійною силою розвитку крафтових виробництв і створення маленьких фермерських ринків. Саме крафтові това-

ри найбільше відповідають вимогам споживачів щодо якості та свіжості (Куліш, 2016, с. 117).

Створення локальних харчових систем узгоджується з сучасними глобальними тенденціями розвитку гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм сприяє ознайомленню з національною кухнею, особливостями виробництва та приготування місцевих продуктів і страв, є допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини (Самілик, 2021, с. 100).

Відвідування ресторанів з регіональною кухнею, фермерських господарств, фермерських ринків, ярмарків, гастрономічних фестивалів є невід'ємною частиною гастрономічних турів (Ковешніков & Гармаш, 2017, с. 33). Аналіз джерел інформації виявив, що локаворство та гастрономічний туризм мають спільні тенденції розвитку.

Метою статті є визначення впливу локаворства на розвиток гастрономічного туризму Сумщини. Завданням дослідження є аналіз основних принципів локаворства.

Методика дослідження базується на збиранні фактичних даних, а також синтезі й аналізі інформаційного матеріалу, вивченні науково-практичних напрацювань вітчизняних і закордонних фахівців у галузі гастрономічного туризму.

Виклад основного матеріалу

Можна виділити декілька основних принципів, характерних для локаворства: вживання лише місцевої їжі, сезонність, екологічність, натуральність, підтримка місцевих виробників.

Головним принципом локаворства є те, що їжа має бути місцевою. Це стосується не лише сировини, яку вирощують якомога ближче до місця вживання та переробки. Локавори вважають, що під час приготування їжі та виготовлення харчових продуктів слід використовувати традиційні технології. Наприклад, у різних регіонах України є власні традиції та особливості приготування вареників. У с. Мутин, що на Сумщині, є унікальна технологія приготування вареників з кашею та маком на «супу» (розвареній у воді картоплі). Мутинські вареники вирізняються особливим смаком (рис. 1). Окрім цього, страва має символічне значення: тісто для вареників дуже пухке та ніжне, що ототожнюється з материнським лоном, а начинка з пшоняної каші та маку – з плодovitістю та багатством.



Рис. 1. Мутинські вареники

Підтримуючи локаворський рух, дедалі частіше з'являються ресторани локальної їжі, які пропонують своїм відвідувачам виключно традиційні регіональні страви. У м. Суми щорічно проводять Різдвяний гастрофест «Слобожанські смаки». У межах фестивалю ресторани заклади міста готують спеціально розроблені фестивалні меню на базі автентичних слобожанських рецептів і продуктів локальних виробників. На фестивалі мешканці Сум і гастрономічні туристи можуть скуштувати унікальні страви, такі як різдвяні перепічки, кралевецький борщ з яблуками, горюньські пироги, картоплю з печі по-недригайлівськи, індика з мангала, крафтові сири з козячого та коров'ячого молока, натуральні медові десерти з різними смаками, равлики та продукти з них (вирощуються на Сумщині), смачні продукти з додаванням конопель та інші.

Важливим принципом для локаворів є сезонність. Неважливо, в якому вигляді вживається їжа, сирому чи термічно обробленому, головне, щоб вона була сезонною. Цього принципу дотримувалися й раніше. Ще з радянських часів харчування дітей у закладах освіти формувалося на основі сезонного меню. В осінньому меню переважають такі овочі й фрукти, як буряк, морква, капуста, яблука та груші. Весною ж із меню виключають салати з коренеплідних овочів, пропонують переважно салати зі свіжих овочів. Селяни й дотепер переробляють осінні овочі та фрукти, щоб подовжити термін їх зберігання. Наприклад, квасять капусту та яблука.

На Сумщині капусту квасять у кодушках. Посічену суміш капусти з морквою та сіллю товчуть для кращого виділення розсолу. Готову страву подають до столу з додаванням цибулі та олії (рис. 2). Також з неї готують капусняк, начинку для пиріжків і картопляників. Для замочування яблук використовують пізні сорти, але спочатку плоди витримують у теплому приміщенні декілька днів або навіть тижнів. На Липоводолинщині для мочіння яблук використовують дерев'яні діжки (рис. 3).



Рис. 2. Квашена капуста



Рис. 3. Мочені яблука

Крім того, сезонність може виражатися різноманітними гастрономічними фестивалями, пов'язаними зі збором урожаю. На Сумщині проводять «День

поля» (с. Старе Село), «Свято урожаю» (с. Миколаївка), «Гарбузовий фестиваль» (с. Хотинь), «Коноплі-фест» (с. Сад). Щороку кількість гастрономічних туристів, які стають учасниками цих фестивалів, дедалі збільшується.

Екологічність є характерною ознакою локаворства. Локальні продукти не вимагають тривалого перевезення з використанням холодильників, а отже, в атмосферу викидається набагато менше шкідливих речовин. Подорожуючи, туристи з більшим задоволенням спробують картопляну лемішку («Козацьку бабку»), виготовлену з місцевої картоплі, ніж піцу із завезених томатів і перців (рис. 4).



Рис. 4. «Козацька бабка», яку приготували в с. Пустовоїтівка

Такий принцип надзвичайно позитивно впливає на розвиток крафтових місцевих виробництв. Як правило, на крафтових підприємствах забезпечується повний шлях продукту «з лану до столу». Вирощування, переробка сировини та продаж готової продукції відбувається в межах населеного пункту або області. І це позитивно впливає не тільки на екологію, а й на розвиток місцевої економіки, сприяє підвищенню рівня життя населення.

Важливим принципом локаворства є натуральність. Вирощування продуктів має відбуватися без використання генної інженерії та хімічних засобів. Фактично локаворство віддає перевагу органічному виробництву. Це стосується не тільки рослинництва, а й тваринництва. Популярними серед туристів є рибальські тури, в яких можна рибалити не на зариблених ставках, де рибу підгодовують комбікормами.

У с. Залізняк ще з XIX століття збирають цикорій і готують з нього напій – заміник кави. Раніше селяни здавали рослини поміщикам Золотницьким, які тримали в селі цегляний і спиртовий заводи. Ці поміщики в 1896–1899 роках мали власну сушарню цикорію. З того часу напій з коріння цикорію мешканці села роблять і в родині, кожен знає чи чув про рецепт кореневої кави (Сумщина гастрономічна, 2021).

Підтримку місцевих виробників теж зараховуємо до принципів, які відповідають світовому локаворському руху. Для локаворів дуже важливо, щоб виробник міг пояснити, в яких умовах і з якої сировини виготовлені продукти. Як

правило, крафтовики самостійно виготовляють власну продукцію, тому вони є ідеальними виробниками для прихильників локаворства. Зараз практично в кожному регіоні України створюють крафтові сироварні, які не тільки продають продукцію власного виготовлення, а й охоче пускають у свої виробничі приміщення відвідувачів, показуючи весь процес виробництва (рис. 5). Це не лише викликає довіру серед споживачів, а й бажання допомогти швидкому розвитку підприємства, яке сподобалося.



Рис. 5. Крафтова сироварня в с. Юнаківка

Крафтові підприємства приваблюють туристів з різних куточків України та світу. Варто зазначити, що це також сприяє розвитку тваринництва та збереженню аборигенних порід худоби. На Сумщині є унікальна лебединська порода корів, яка в переважній більшості продукує молоко А2, визнане у всьому світі безпечним і менш алергенним (рис. 6). Уперше в Україні на родинній сироварні О'BEREG розпочато випуск унікального молока А2 у 2020 році.



Рис. 6. Молоко А2 торгової марки О'BEREG

У зв'язку зі стрімким розвитком локаворства пріоритетом для багатьох держав стало створення маленьких фермерських ринків і відділів фермерської продукції в супермаркетах. Локаворство сприяє розвитку гастрономічного туризму та популяризації традиційної української кухні.

Висновки

Аналіз основних принципів локаворства показав, що така модель споживання їжі має багато позитивних особливостей. Підтримуючи локаворський рух, відроджують і популяризують традиційні регіональні страви. Вживання рослинної сировини, вирощеної в межах проживання людини, сприяє розвитку місцевих виробників сільськогосподарської продукції, виробників органічної продукції. Зменшується навантаження на логістику, знижуються витрати енергоносіїв, що позитивно впливає на стан навколишнього середовища. Вживання лише натуральних продуктів позитивно впливає на здоров'я, що в перспективі сприятиме оздоровленню нації.

Налагодження прямої взаємодії між міськими споживачами та сільськими виробниками дає змогу крафтовикам реалізовувати свою продукцію за достойними цінами та сприяє розвитку сільських територій.

Установлено вплив локаворства на розвиток гастрономічного туризму Сумщини.

Список бібліографічних посилань

- Басюк, Д. (2012). Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*, 45, 128–132.
- Ковешніков, В., & Гармаш, В. (2017). Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*, (4), 32–37.
- Куліш, І. М. (2016). Вплив новітніх тенденцій виробництва і споживання продуктів харчування на конкурентні переваги сільських територій. *Регіональна економіка*, (2), 112–120.
- Самілик, М., & Кубрак, О. (2021). Особливості розвитку гастрономічного туризму України в умовах пандемії COVID-19. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 4(1), 99–107. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235157>
- Сумщина гастрономічна: традиційна кухня регіону. (2021). *Джерела творчості*, 1(59), 62.
- Dunne, J. B., Chambers, K. J., Giombolini, K. J., & Slegel, Sh. A. (2011). What Does 'Local' Mean in the Grocery Store? Multiplicity in Food Retailers' Perspectives on Sourcing and Marketing Local Foods. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26(1), 46–59.
- Feagan, R. (2007). The Place of Food: Mapping out the 'Local' in Local Food Systems. *Progress in Human Geography*, 31(1), 23–42.
- The House and Senate. (2008). *Food, Conservation, and Energy Act of 2008* (H. R. 2419). In Bill Text Versions 110th Congress (2007–2008).

References

- Basiuk, D. (2012). Innovatsiyni rozvytok hastronomichnoho turyzmu v Ukraini [Innovative Development of Gastronomic Tourism in Ukraine]. *Scientific Works of the National University of Food Technologies*, 45, 128–132 [in Ukrainian].
- Dunne, J. B., Chambers, K. J., Giombolini, K. J., & Slegel, Sh. A. (2011). What Does 'Local' Mean in the Grocery Store? Multiplicity in Food Retailers' Perspectives on Sourcing and Marketing Local Foods. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26(1), 46–59 [in English].
- Feagan, R. (2007). The Place of Food: Mapping out the 'Local' in Local Food Systems. *Progress in Human Geography*, 31(1), 23–42 [in English].
- Koveshnikov, V., & Harmash, V. (2017). Vynnyi ta hastronomichniy turyzm: vazhlyvyi potentsial rozvytku ekonomiky [Wine and Gastronomic Tourism: an Important Potential for Economic Development]. *Investments: Practice and Experience*, (4), 32–37 [in Ukrainian].
- Kulish, I. M. (2016). Vplyv novitnikh tendentsii vyrobnytstva i spozhyvannia produktiv kharchuvannia na konkurentni perevahy silskykh terytorii [Influence of the Latest Trends in Food Production and Consumption on the Competitive Advantages of Rural Areas]. *Regional Economy*, (2), 112–120 [in Ukrainian].
- Samilyk, M., & Kubrak, O. (2021). Osoblyvosti rozvytku hastronomichnoho turyzmu Ukrainy v umovakh pandemii COVID-19 [Features of Gastronomic Tourism Development of Ukraine in the Conditions of the COVID-19 Pandemic]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*, 4(1), 99–107. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.1.2021.235157> [in Ukrainian].
- Sumshchyna hastronomichna: tradytsiina kukhnia rehionu [Sumy Region is Gastronomic: Traditional Cuisine of the Region]. (2021). *Dzherela tvorchosti*, 1(59), 62 [in Ukrainian].
- The House and Senate. (2008). *Food, Conservation, and Energy Act of 2008* (H. R. 2419). In Bill Text Versions 110th Congress (2007–2008) [in English].

IMPACT OF LOCAVORISM ON THE GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN SUMY REGION

Maryna Samilyk

*PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Technology and Food Safety;
e-mail: maryna.samilyk@snau.edu.ua; ORCID: 0000-0002-4826-2080
Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine*

Abstract

The purpose of the study is to determine the impact of locavorism on the development of gastronomic tourism the Sumy region. The research methodology is based on the collection of factual data, the synthesis and analysis of information material, and the study of scientific

and practical developments of domestic and foreign experts in the field of gastronomic tourism.

Locavorism as a model of food consumption, features of this concept, reasons and history of its occurrence are analyzed. The main signs of locavorism and the connection with gastronomic tourism have been studied. Examples of reflecting the principles of locavorism in the Sumy region through authentic dishes and gastronomic festivals are presented. Five basic principles of locavorism are identified: consumption of only local food (grown and produced in the region of human habitation), seasonality (characterized by consumption of fruits and vegetables according to the season, refusal of imported food), environmental friendliness (due to reduced globalization and logistics costs load on the environment), naturalness (rejection of products grown by genetic engineering technologies), support for local producers (use of products made by local producers). The analysis showed that locavorism has many positive features. These are, in particular, the revival and popularization of traditional regional cuisine, the development of local producers of agricultural products and producers of organic products, the creation of local craft enterprises, the reduction of imports, the positive impact on ecology, and the improvement of the population health, which in the long run will contribute to the health of the nation. It has been established that the development of locavorism will make it possible to establish a direct connection between urban consumers and rural producers, which will enable craft producers to sell their products at decent prices and will contribute to the development of rural areas, and increase the rural population employment.

Keywords: locavorism; gastronomic tourism; traditional regional cuisine; craft producers; gastronomic festivals



DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.262002

УДК 338.483.12:[725.94-029:93/94(477)]

ПАМ'ЯТКИ УКРАЇНСЬКОГО КОЗАЦТВА ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС

Анатолій Доценко^{1а}, Тетяна Басюк^{2а}

¹ Доктор географічних наук, професор, професор кафедри туризму, документних та міжкультурних комунікацій; e-mail: a.i.docenko@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6348-6728

² Студентка кафедри туризму, документних та міжкультурних комунікацій; e-mail: tetiana.basiuk@ukr.net; ORCID: 0000-0003-0492-4684

^а Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Київ, Україна

Анотація

Стаття присвячена науковому огляду мережі пам'яток козацтва на теренах України з історичних і туристичних позицій. Пам'ятки систематизовано відповідно до виділених п'яти періодів історії українського козацтва.

У статті визначено проблеми ефективного використання пам'яток козацтва в туризмі, запропоновано спорудження нових пам'яток козацтва та створення нових туристичних маршрутів по видатних місцях козацької слави.

Ключові слова: туризм; козацтво; козаччина; гетьман; отаман; пам'ятка; пам'ятник; музей; маршрут; проблема

57

Вступ

У сучасному світі актуального значення набуло національно-патріотичне виховання українців в освітньому просторі України, особливо дітей та молоді, на засадах козацько-лицарських традицій. Одним з важливих засобів цього виховання є відвідування пам'яток українського козацтва під час навчальних екскурсій, туристичних походів, подорожей і мандрівок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Козацтво було унікальним явищем в історії України. У XIX ст. його досліджували українські вчені-історики В. Б. Антонович (1991) та Д. І. Яворницький (1990, 1991, 1992), про що свідчать їхні наукові праці. У XX ст. радянський тоталітарний режим заборонив українцям вивчати своє минуле, у тому числі й історію козаків. Ті вчені, які наважувалися це зробити, були звинувачені в українському буржуазному націоналізмі та понесли покарання. Так, за дослідження козацтва репресовано таких учених-істориків, як О. М. Апанович (1991) та В. О. Голобуцький.

На початку XXI ст. у незалежній українській державі відбулася активізація наукових досліджень українського козацтва та гетьманської України. Останніми роками видано праці Ю. А. Мицика та С. М. Плохія (2018), О. І. Гуржія та Т. В. Чухліба (2016) й інших учених-істориків.

Проблеми пам'яткознавчого та туристичного дослідження українського козацтва висвітлено в праці О. О. Демиденка (2007) «Проблеми збереження історії козацтва в пам'ятках культури України», яка вийшла у двотомній колективній монографії «Історія українського козацтва».

Слід зазначити, що за радянської доби дозволяли спорудження лише пам'ятників Богдану Хмельницькому, які достатньо поширені в Україні. І тільки за часів незалежності в Україні з'явилися пам'ятники видатним гетьманам, кошовим отаманам, полковникам, а також монументи на честь героїчних перемог козаків у битвах з ворогами українського народу; створено музеї козацької слави.

Постановка проблеми

Створена в кінці ХХ на початку ХХІ ст. розгалужена мережа пам'яток козацтва на території України потребує наукового аналізу, систематизації, узагальнення та оцінки з позицій використання їх в туристично-екскурсійній діяльності.

На сьогодні в закладах освіти України здійснюється національно-патріотичне виховання учнівської та студентської молоді на засадах військово-героїчних традицій українського козацтва. Важливо, щоб це виховання відбувалося зі знайомством з пам'ятками видатним козацьким полководцям, гетьманам, з відвідуванням визначних місць, пов'язаних з битвами козаків, розташуванням запорозьких січей, а також музеїв історії козацтва. Для цього вчителі, інструктори, екскурсіводи та керівники туристичних груп мають знати історію козацтва, знати конкретні пам'ятки козацтва, де розташовані, якій події присвячені, якого визначного козацького очільника відображають, за що українці його запам'ятали й увічнили. Такої стислої та узагальненої інформації в наявних публікаціях немає. У цій статті частково розв'язано зазначену проблему.

Виклад основного матеріалу

Серед багатьох видів внутрішнього туризму, що поширені в Україні, можемо виділити козацький туризм по визначних місцях бойової слави українського козацтва.

Для наукового огляду й аналізу пам'ятки козацтва об'єднуємо в п'ять груп відповідно до історичних періодів становлення та розвитку українського козацтва: рання козаччина, Хмельниччина, Гетьманщина, Гайдамаччина й Отаманщина. Пропонуємо віртуальну туристичну подорож по відповідних п'яти туристичних маршрутах.

Пам'ятки ранньої козаччини. До пам'яток ранньої козаччини слід зарахувати пам'ятки, що відображають історичні події українського козацтва з кінця XV до кінця XVI ст. Першою письмовою згадкою про козаків є повідомлення польського історика М. Бельського про те, що у 1489 р. козаки знищили татар-

ський загін, який спалив українські села, а селян захопив у неволю, щоб продати як ясир.

Туристичну подорож місцями козацької слави пропонуємо починати з нижньої течії Дніпра. Тут на Херсонщині, біля села Тягинка Бериславського району, у 1992 р. на високому валу, що зберігся від зруйнованої турецької фортеці, споруджено великий пам'ятник на честь першого бою українських козаків з турками в 1492 р., який засвідчив виникнення нової військової сили, здатної захищати українців від ворогів. Пам'ятник створено у вигляді високої колони з ангелом наверху, який спирається на меч.

Далі туристи відвідують Державний історико-культурний заповідник «Трахтемирів», розташований на високому правому березі Дніпра (на півночі Черкащини), створений у 1994 р. постановою Кабінету Міністрів України. Трахтемирів був першою козацькою столицею, де обирали гетьманів і полковників. У 1578 р. польський король Стефан Баторій передав навколишні землі реєстровим козакам, які захищали східні польські кордони. Про це сповіщає пам'ятна дошка, але в заповіднику немає жодного пам'ятника козакам.

Далі туристи відправляються до міста Запоріжжя, на острів Хортицю, де споруджено пам'ятник засновнику першої Запорозької Січі (1556 р.) князю Дмитру Вишневецькому (Байді). Другий пам'ятник Дмитру Вишневецькому відкрито на його малій батьківщині – у селищі Вишневець Тернопільської області.

Окрему групу становлять пам'ятники козацьких керівників, які очолили козацько-селянські повстання проти польської шляхти та були страчені поляками. У Львові стоїть оригінальний пам'ятник Івану Підкові, якого стратили в 1578 р. в цьому місті. Другий пам'ятник І. Підкові встановлено на його малій батьківщині – у місті Черкаси, а третій – неподалік Канева, біля підніжжя Чернечої гори, на його могилі в Успенському монастирі.

У Білій Церкві на Замковій горі стоїть пам'ятний знак на честь керівника козацько-селянського повстання 1591 р. Криштофу Косинському. На малій батьківщині (у містечку Гусятин на Тернопільщині) споруджено пам'ятник козацькому ватажку Северину Наливайку, якого стратили у Варшаві 1596 р.

Одним з видатних очільників козацтва був гетьман Петро Сагайдачний, який засвідчив себе в історії як талановитий полководець і мудрий дипломат. Запорізьке військо під його керівництвом показало зразки мужності та героїзму, особливо під час взяття Хотинської фортеці у 1621 р. Вдячні нащадки спорудили три пам'ятники Петру Сагайдачному: у Києві на Контрактовій площі, у Хотині біля фортеці та в рідному селі гетьмана – у Кульчицях Самбірського району Львівської обл.

Пам'ятки Хмельниччини. Доленосним етапом української історії стала національно-визвольна війна українського народу проти польських поневолювачів під керівництвом Богдана Хмельницького.

Туристичну подорож по місцях героїчної боротьби українських козаків і селян проти польської шляхти в середині XVII ст. пропонуємо починати біля міста Жовті Води, де на місці першої переможної битви українських козаків з поляками в травні 1648 р. на високому пагорбі постав величний пам'ятник керівникам визвольної війни – три бронзові фігури Б. Хмельницького, М. Кривоноса та І. Богуна на конях.

Далі екскурсанти прямують до міста Корсунь-Шевченківський, поблизу якого в селі Виграїв на пагорбі стоїть пам'ятник, споруджений на честь українських козаків, які розгромили в 1648 р. польське військо. Після поразки в Корсунській битві польський король зосередив велике військо біля міста Монастирище на Черкащині, сподіваючись перемогти козаків. У 1653 р. козацьке військо на чолі з полковником Іваном Богунем завдало нищівної поразки польському війську. Зараз у центрі міста споруджено пам'ятник Івану Богуну. На високому постаменті вершник із шаблею в руці відпочиває після переможного бою з ворогом.

Подорожуючи шляхами визвольної війни українського козацького війська по Подільському краю, туристи й екскурсанти зупиняються біля села Пилява Хмельницької обл., де на пагорбі височить монумент на честь полковника Івана Ганжи та козаків, які загинули у вересні 1648 р. у битві з польським військом. Тоді в битві під Пилявою українські козаки разом з кримськими татарами здобули блискучу перемогу.

Туристи мають усвідомити, що визвольна війна українського народу в середині XVII ст. охоплювала не тільки перемоги, а й поразки козацького війська. Трагічним прикладом останнього була Берестецька битва в липні 1651 р., коли через чвари та розбрат козацьких старшин і зраду татар українське військо зазнало поразки, загинуло понад 30 тис. козаків. Тарас Шевченко та Ліна Костенко у своїх поемах описали героїчну боротьбу й загибель 300 запорізьких козаків на острові Журавлиха. У 2001 р. на честь 450-річчя Берестецької битви українська влада спорудила на острові пам'ятник козакам.

Туристи, відвідуючи національний заповідник «Поле Берестецької битви», розташований поблизу с. Пляшева Рівненської обл., спочатку потрапляють у дерев'яну Михайлівську церкву, в якій козаки перед боєм освячували шаблі. Потім підземним переходом ідуть до Георгіївської церкви-пантеону, яка не має аналогів в Україні. У ній під склом від підлоги до стелі виставлено декілька тисяч козацьких черепів. Стає моторошно від цієї експозиції. Поруч із церквою туристи знайомляться з музеєм Берестецької битви.

Пам'ятки Гетьманщини. Важливу роль у патріотичному вихованні молоді має подорож до столиці гетьманської України. Ознайомлення екскурсанти починають з першої гетьманської столиці – м. Чигирин Черкаської обл., розташованого біля підніжжя Замкової гори, на якій височить величний пам'ятник Б. Хмельницького. За часів В. Ющенка під цією горою відбудовано резиденцію гетьмана Б. Хмельницького, створено історико-культурний заповідник «Чигирин», в якому на сьогодні проводять патріотичні заходи за участі українських воїнів. Далі туристи відвідують розташоване неподалік село Суботів, де народився Богдан Хмельницький, де була його літня резиденція, спалена поляками. У 1657 р. Б. Хмельницького поховано в Іллінській церкві села Суботів.

Подорожуючи Придніпров'ям, туристи зупиняються в Києві – столиці України, де оглядають величний пам'ятник Б. Хмельницькому на Софійській площі, який у 1888 р. спорудив скульптор М. Микешин. На Печерську туристи оглядають пам'ятник автору першої Конституції України гетьману у вигнанні Пилипу Орлику.

Далі туристичний маршрут спрямовано на малу батьківщину Івана Мазепи – у село Мазепинці Білоцерківського району (Київщина), де вони оглядають

пам'ятник і будинок-музей гетьмана. Подальший шлях туристів лежить у Полтаву й Харків, де вже за часів незалежності України встановлено пам'ятники гетьману Івану Мазепі.

Цікавою є поїздка туристів до другої столиці гетьманської України – Батурина, зруйнованого російськими військами в 1709 р. за наказом царя Петра I. За часів незалежності України тут створено історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», а за указом Президента України В. Ющенка відбудовано палац гетьмана Кирила Розумовського, будинок генерального судді та Воскресенську церкву, в якій поховано гетьмана. Споруджено монумент «Гетьмани. Молитва за Україну», на якому відтворено скульптури п'яти лівобережних гетьманів – патріотів України (Д. Многогрішного, І. Самойловича, І. Мазепи, П. Орлика та К. Розумовського).

Останнім пунктом цього туристичного маршруту по гетьманській Україні є місто Конотоп Сумської обл., поблизу якого в селі Шаповалівка створено меморіальний комплекс на честь українських козаків, що разом з татарами в липні 1659 р. у Конотопській битві вперше розгромили російське військо. У 1999 р. під час урочистостей на честь 340-річчя Конотопської битви у селі Шаповалівка відкрито пам'ятник гетьману Івану Виговському, який керував під час битви козацьким військом, закладено козацьку церкву та впорядковано пам'ятник на могилі загиблих козаків. Слід зазначити, що в с. Германівка Обухівського району Київської області, де відбувалася історична «Чорна рада», споруджено другий пам'ятник – погруддя Івану Виговському, третій – у Манявському монастирі Івано-Франківської області, де в 1664 р. поховано гетьмана.

Окремий туристичний маршрут запропоновано по місцях придніпровських козацьких січей. Їх було вісім. Усі вони були дерев'яні й спалені ворогами. У кінці ХХ ст. дві січі відбудовано: перша Запорозька Січ на острові Хортиця в Запоріжжі та шоста Кам'янська Січ, яка була розташована біля гирла р. Кам'янка, поблизу села Республіканець Бериславського району Херсонської області.

Пам'ятки Гайдамаччини. Незважаючи на знищення російською царською владою гетьманства та козацтва в Україні, козацький дух волі та гідності зберігся в українців і проявився в козацько-селянських повстаннях у XVII ст., відомих як Гайдамаччина (Коліївщина). Керівником повстанського руху обрано Максима Залізняка, який з 14 років перебував у Запорозькій Січі. На місці його обрання в урочищі «Холодний Яр», центрі гайдамацького руху, створено пам'ятний знак у вигляді кам'яних тулумбасів і козацьких клейнодів. Неповдалі Холодного Яру в рідному селі Медведівка зведено пам'ятник Максиму Залізнику. У Гайдамацькому ставу повстанці освячували свої шаблі та списи, а в Потаємному Яру пам'ятний знак повідомляє, що там був арсенал повстанців, де вони виготовляли та зберігали порох, вогнепальну й холодну зброю.

Іншим туристичним центром, пов'язаним з Гайдамаччиною, є місто Умань на Черкащині. Коли повстанці підійшли до Уманської фортеці, сотник Іван Гонта разом з козацьким військом (400 воїнів) перейшов на бік повстанців і допоміг їм узяти фортецю. Цей патріотичний відчайдушний вчинок зробив з єдиною метою – визволити українців з-під польсько-шляхетського ярма, захистити православну віру від окатоличення та відновити державність України. Вдячні

нащадки увічнили подвиг цих козацьких воєначальників, спорудивши в Умані пам'ятник Максиму Залізняку та Івану Гонті.

Пам'ятки Отаманщини. На початку ХХ ст. у період української національно-демократичної визвольної боротьби відбулося відродження українського козацтва. У жовтні 1917 р. у Чигирині відбувся Всеукраїнський з'їзд Вільного козацтва, на якому першим отаманом обрано генерала Павла Скоропадського. У 1918 р. Вільне козацтво влилося до Армії УНР, але потім військову боротьбу проти більшовиків і білогвардійців в Україні вели окремі козацько-селянські загони на чолі з талановитими командирами Вільного козацтва (отаманами).

Завдяки працям Романа Коваля українцям відкрився величезний пласт своєї історії, замовчуваної більшовицьким режимом. Поступово українська влада стала увічнювати героїчні подвиги українських козаків. У селі Мельники Черкаської області відкрито меморіал «Героям Холодного Яру», які у 1918–1920 рр. загинули в боях з більшовиками, захищаючи волю і гідність українського народу. Щороку у квітні зі всієї України приїжджають патріоти віддати шану героїчно загиблим холоднорярським козакам та їхньому отаману Василю Чучупаці. На його могилі на цвинтарі у с. Мельники та на місці загибелі біля хутора Кресельці споруджено пам'ятники Василю Чучупаці.

Окрім Черкащини, козацьких отаманів – захисників рідного краю від червоної більшовицької навали – увічнено на Київщині. У с. Трипілля Обухівського району (на малій батьківщині) споруджено пам'ятник Данилу Терпилу (отаман Зелений).

До туристичного потенціалу, пов'язаного з історією українського козацтва, окрім пам'яток козацтва, слід додати музеї козацтва та гетьманства. Зокрема, музей гетьманства в Києві, музеї історії українського козацтва на острові Хортиця в Запоріжжі, у с. Мазепинці Білоцерківського району та в с. Кучаків Бориспільського району (Київщина).

Висновки

За 30 років незалежності в Україні створено мережу різноманітних форм увічнення пам'яті героїчної боротьби козацтва за незалежність України (пам'ятників, монументів, стел, обелісків, меморіальних комплексів, пам'ятних знаків тощо). Усі ці пам'ятки є неоціненною ресурсною базою для національно-патріотичного виховання української молоді та формування окремого виду туризму, а саме козацького.

Список бібліографічних посилань

- Антонович, В. Б. (1991). *Про козацькі часи на Україні*. Дніпро.
 Апанович, О. М. (1991). *Розповіді про запорозьких козаків*. Дніпро.
 Гуржій, О. І., & Чухліб, Т. В. (2016). *Гетьманська Україна. 1676–1764*. Арій.
 Демиденко О. О. (2007). Проблеми збереження історії козацтва в пам'ятках культури України. В В. А. Смолій (Ред.), *Історія українського козацтва* (Т. 2, с. 462–478). Видавничий дім «Києво-Могилянська академія».

Мицик, Ю. А., & Плохий, С. М. (2018). *Як козаки України боронили*. Кліо.
Яворницький, Д. І. (1990–1992). *Історія запорізьких козаків* (Т. 1–3). Світ.

References

- Antonovych, V. B. (1991). *Pro kozatski chasy na Ukraini [About the Cossack times in Ukraine]*. Dnipro [in Ukrainian].
- Apanovych, O. M. (1991). *Rozpovidi pro zaporozkykh kozakiv [Stories About the Zaporozhian Cossacks]*. Dnipro [in Ukrainian].
- Demydenko O. O. (2007). Problemy zberezhennia istorii kozatstva v pam'iatkakh kultury Ukrainy [Problems of Preserving the History of the Cossacks in the Cultural Monuments of Ukraine]. In V. A. Smolii (Ed.), *Istoriia ukrainskoho kozatstva [History of the Ukrainian Cossacks]* (Vol. 2, pp. 462–478). Vydavnychii dim "Kyievo-Mohylianska akademiia" [in Ukrainian].
- Hurzhyi, O. I., & Chukhlib, T. V. (2016). *Hetmanska Ukraina. 1676–1764 [Hetman Ukraine. 1676–1764]*. Arii [in Ukrainian].
- Mytsyk, Yu. A., & Plokhii, S. M. (2018). *Yak kozaky Ukrainu boronyly [How the Cossacks Defended Ukraine]*. Klio [in Ukrainian].
- Yavornytskyi, D. I. (1990–1992). *Istoriia zaporizkykh kozakiv [History of the Zaporozhian Cossacks]* (Vols. 1–3). Svit [in Ukrainian].

SIGHTS OF THE UKRAINIAN COSSATIANS AS A TOURIST RESOURCE

63

Anatolii Dotsenko^{1a}, Tetiana Basiuk^{2a}

¹ Doctor of Sciences (Geographical), Professor, Professor
at the Department of Tourism, Documentary and Intercultural Communications;
e-mail: a.i.docenko@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6348-6728

² Student at the Department of Tourism, Documentary and Intercultural Communications;
e-mail: tetiana.basyuk@ukr.net; ORCID: 0000-0003-0492-4684;

^a Open International University of Human Development "Ukraine", Kyiv, Ukraine

Abstract

The article is devoted to a scientific review of the Cossack monuments network in the territory of Ukraine from the historical and tourist point of view. The sights are systematized according to the selected five Ukrainian Cossacks' history periods.

The article highlights the problems of effective use of Cossack monuments in tourism and proposes the construction of new Cossack monuments and the creation of new tourist routes to the sights of Cossack glory.

Keywords: tourism; Cossacks; hetman; ataman; monument; memorial; museum; route; problem



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.5.1.2022.262003

УДК 338.484:351.746.1(474+477)

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА ПРИРОДНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ

Володимир Антоненко^{1а}, Володимир Хуткий^{2а}

¹ Доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² Аспірант; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191

^а Київський університет культури, Київ, Україна

Анотація

У роботі висвітлено та проаналізовано непоправну шкоду, заподіяну екологічній системі країни, природним туристичним ресурсам унаслідок російської військової агресії в Україні; розглянуто проблеми відновлення зазначених ресурсів і безпеки залучення в рекреаційну діяльність у майбутньому.

Наголошено на необхідності максимальної фіксації шкоди довіллю країни внаслідок військової агресії росії в Україні для визначення подальшої компенсації цієї шкоди. Визначено, що план відновлення України після перемоги в російсько-українській війні має охоплювати заходи з відновлення та збереження екосистем, а плани з відбудови населених пунктів мають містити природоорієнтовані рішення та заходи з розбудови рекреаційної системи країни. Визначено пріоритети створення екологічної безпеки в зоні бойових дій на Сході України як складових частин захисту довкілля в контексті реінтеграції тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей.

Акцентовано на необхідності формування національної культури безпеки й стійкості в кризових ситуаціях на прикладі досвіду та підходів США.

Ключові слова: військова агресія росії в Україні; природні туристичні ресурси; екоцид; рекреаційна діяльність; захист довкілля; екологічна безпека; реінтеграція; відновлення заповідних територій; культура безпеки

Вступ

Російське воєнне вторгнення завдає непоправної шкоди екологічній системі країни та порушує права громадян на безпечне довкілля, здійснення рекреаційної діяльності. Так, у регіонах України, де тривають активні бойові дії, накопичилася велика кількість ракет, боеприпасів, що не розірвалися. Це матиме загрозу як для життя людей, так і для навколишнього природного середовища впродовж багатьох років. Природні екосистеми страждають через фортифікаційне будівництво, пошкодження їх вибухами, військовим транспортом, пожежами. Зокре-

ма, уздовж Азово-Чорноморського узбережжя, східного та північного кордонів України частина національних парків опинилася в зоні гуманітарної кризи через неможливість доставити туди корми для тварин і птахів (наприклад, біосферний заповідник «Асканія-Нова», національні природні парки «Азово-Сиваський», «Джарилгацький» та інші).

За інформацією Міністерства захисту навколишнього середовища та природних ресурсів України, агресор веде бойові дії на території 900 об'єктів природно-заповідного фонду площею 12 406,6 кв. км (1,24 млн га), що становить близько третини площі природно-заповідного фонду України. Під загрозою знищення близько 200 територій площею 2,9 млн га.

Дії російських збройних сил під час вторгнення грубо порушують права громадян на безпечне для життя та здоров'я довкілля. Згідно з I Протоколом до Женевської конвенції від 12 серпня 1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів, то забороняються методи або засоби ведення війни, які мають на меті або можуть призвести до заподіяння шкоди довкіллю. У період повномасштабної російської військової агресії проти України загострюється необхідність систематизації наявної інформації та виявлення прогалин, що в ній залишаються, для безперечного встановлення фактів про стан довкілля та джерел екологічної небезпеки в зоні бойових дій як основи подальших досліджень і відновлювання дій на деокупованих територіях.

Постановка проблеми

65

Разом зі швидким збільшенням обсягу інформації про екологічні проблеми в зоні бойових дій з російськими агресорами нарастають й пов'язані із цією інформацією невизначеність і розбіжності в інтерпретації даних. Наприклад, оцінка безпосереднього впливу бойових дій на стан довкілля, екологічної небезпеки, яку становлять промислові підприємства в зоні бойових дій, або екологічних проблем, пов'язаних із затопленням шахт. Якщо характер більшості проблем на сьогодні в принципі зрозумілий, то їх масштаби, а особливо – конкретні прояви та наслідки продовжують викликати суперечки через брак інформації та методичну невизначеність. Крім власне упорядкування наявних даних, для цілеспрямованого збирання інформації, якої бракує, і проведення аналітичної роботи потрібно залучати дані з джерел, доступ до яких, як і раніше, частково обмежений.

Усвідомлення ризиків і загроз та відповідальна поведінка в умовах воєнного стану, кризових ситуацій становлять основу національної культури безпеки й стійкості, формування якої є важливою складовою державної політики відповідного спрямування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

На сьогодні є значна кількість наукових публікацій з питань екологічної безпеки природних територій як потужного рекреаційного ресурсу та ресурсу розвитку туристичних дестинацій. Але ці публікації значною мірою стосуються питань збереження навколишнього природного середовища як основного

рекреаційного ресурсу в мирний час, коли основні навантаження на екологічні системи обумовлені економічною діяльністю та надмірним навантаженням на природні екосистеми.

Окремі наукові публікації висвітлюють забезпечення захисту довкілля на Сході України в контексті реінтеграції Донбасу (Іванюта, 2019), правове забезпечення екологічного відновлення міст на постконфліктних територіях (Трегуб, 2020), урахування екологічної складової в процесі відновлення Донецької області (Беззубко Б. & Беззубко Ю., 2018). Питання екологічної та природно-техногенної безпеки України на регіональному вимірі загроз і ризиків достатньо глибоко подано в монографії С. П. Іванюти та А. Б. Качинського (2012), в аналітичному огляді «Оцінка екологічної шкоди та пріоритети відновлення довкілля на Сході України» (Ющук, 2019).

Водночас питання екоциду довкілля, заповідних територій і рекреаційних ресурсів України внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року висвітлено в мережі Інтернет фрагментарно, переважно без глибокого наукового обґрунтування.

Виклад основного матеріалу

Туристична індустрія належить до галузей з виразною ресурсною орієнтацією. Природні ресурси, залучені в рекреаційно-туристичну діяльність, у разі дотримання елементарних природоохоронних та ресурсозаощаджувальних правил і технологій можуть використовуватися тривалий час без суттєвих процесів деградації природних і соціально-культурних комплексів навіть за умови значних антропогенних навантажень. Хоча впливу не уникнути, але його не порівняти з тиском, що чинять на довкілля дії, обумовлені військовою агресією, воєнними діями.

З першого дня повномасштабного російського вторгнення вся територія України перетворилася на театр бойових дій. Відповідно до розрахунків Української природоохоронної групи, загальна площа лісів, що опинилися в зоні бойових дій, під тимчасовим контролем російських загарбників, становить понад 3 млн га. Це приблизно 22 % усіх лісових територій України.

У зоні бойових дій під окупаційними військами перебуває 1 654 736 га цілиних степів, що становить орієнтовно 59 % степів усієї України, та 4 514 га чагарникової рослинності – понад 10 % таких площ України.

Природно-заповідний фонд найвищого рангу охорони (природні й біосферні заповідники, національні природні парки) охоплює 1 236 366 га; 44 % опинилися в зоні бойових дій (під тимчасовим контролем російських загарбників), тобто є недоступними для України. Вести рекреаційну та природоохоронну діяльність тут практично неможливо ні державним органам влади, ні громадським організаціям (Українська природоохоронна група, 2022а).

Російські загарбники не мають поваги до дикої природи. Ще з 2014 р. для військових навчань росіяни постійно використовували окуповані Рамсарські угіддя «Крива затока та Крива коса» на Донбасі та «Водно-береговий комплекс мису Опук» у Криму. За даними Міністерства захисту навколишнього середовища та природних ресурсів, за два тижні з початку активної фази російської

агресії вже постраждало понад 20 природно-біосферних заповідників і національних природних парків. Під загрозою знищення – близько 200 територій Смарагдової мережі площею 2,9 млн га. За офіційними даними, бойові дії найбільше торкнулися Гетьманського національного природного парку на Сумщині, поблизу Охтирки, Приазовського національного природного парку в Запорізькій області та природного парку «Меотида» в Донецькій області. Центральні органи влади, представники місцевих громад, якщо змога, фіксують усі збитки, документують ушкодження дослідницьких центрів і техніки. Але повністю обстежити заповідні території поки немає можливості. Навіть якщо в межах природного парку вщухли активні бойові дії, працівникам може бути небезпечно там перебувати. Точніше шкоду довкіллю, біорізноманіттю можна буде оцінити, коли закінчиться активна фаза бойових дій (Гембарская, 2022).

За даними Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів, близько 900 природоохоронних територій сьогодні окуповано або ж там ведуться бойові дії. Одна з найбільших і найвідоміших з них – заповідник «Асканія-Нова». Разом із Чорноморським біосферним заповідником, який також сьогодні охоплений війною, у 1988 році заповідник «Асканія-Нова» став першим українським природоохоронним об'єктом, занесеним до списку ЮНЕСКО. Сьогодні вони обоє можуть зникнути через війну, яку розпочала росія.

Військові дії в основному зосередилися навколо міст. Самих природних територій війна торкнулася менше, хоча, звичайно, масове переміщення техніки природоохоронними територіями зафіксовано, і для заповідників це неприпустимо. Це території, які спеціально охороняють від будь-якого впливу людини.

Найбільше постраждали адміністрації та інфраструктура заповідників. Декому з них довелося евакуюватися під обстрілами. Будинки низки адміністрацій національних парків зруйновано або розграбовано. А це означає, що всю наукову та дослідницьку роботу на цих заповідних територіях вести тепер не можна, що є катастрофою для природоохоронної діяльності, оскільки це безперервний процес, який не можна ставити на паузу. Усе, що зроблено за десятиліття наукової роботи, повністю знищено (Овчинников, 2022).

Те, що сьогодні відбувається на території захоплених заповідників і національних парків, є найгіршим становищем за весь час їхнього існування. Пожежну техніку анексовано. У разі виникнення пожеж їх просто нема кому гасити. Працівникам не вистачає палива, щоб здійснювати обходи. З початку війни вони не отримують зарплату. Багато хто змушений був евакуюватися, а ті, хто лишилися, зіткнулися з необхідністю більше думати про збереження власних життів, ніж природи. Та й працювати на замінованій території або там, де тривають бойові дії, навряд є виправданим ризиком.

Багато громадських екологічних організацій України організують відкритий збір коштів для того, щоби покрити хоча б мінімальні витрати працівників заповідників. Якщо говорити, наприклад, про заповідник «Асканія-Нова», то мова йде про 269 людей, які продовжують працювати на 33 тис. га, з яких 11 тис. – це незаймана степова зона, на території якої діяльність людини має бути зведена до мінімуму.

Щоб проводити моніторинг цих територій, потрібне паливо, люди повинні бути здорові та ситі, готові продовжувати роботу. Тварини мають бути забезпечені кормами та ліками. Для цього потрібні гроші. Проте держава не може їм допомогти, адже переказ бюджетних коштів на тимчасово окуповані території заборонено. Тому громадським організаціям доводиться шукати можливість підтримати працівників.

Європейські та міжнародні природоохоронні організації хочуть допомогти, однак часто мають неповне уявлення про те, як це зробити. Найчастіше пропонують допомогу в купівлі кормів. Однак найважливіше сьогодні для заповідників, розташованих на тимчасово окупованих територіях, – захистити людей, без яких тварини не будуть у безпеці.

Більшість продовжує роботу на свій страх і ризик. Наприклад, працівники національних парків в очах зазомбованих пропагандою росіян підпадають під хвилю «денацифікації» (*вони ж працюють у національних парках!*). Вимушені ховатися ті, хто воював у АТО. Загарбники розшукують тих, хто працював у поліції, службі надзвичайних ситуацій, а вже після ранньої пенсії пішов у службу охорони національного парку.

Вороги всюди шукають сліди підривної та партизанської діяльності, а тому переслідують лісників, мисливствознавців, людей, які добре знають ліси та стеги. А це, власне, і є працівники заповідників і національних парків. Останніми тижнями в Херсонській області розпочалися масові підпали лісів з метою не допустити появу партизанського руху. Вогонь поширюється на територію унікального Чорноморського біосферного заповідника (Овчинніков, 2022).

Там, де проходить лінія фронту, природу знищують. Іде справжній екоцид. Частина заповідників і національних парків сьогодні перебуває на лінії фронту, яка також не стоїть на місці, а зміщується по ходу бойових дій. Унаслідок боїв і масових обстрілів знищують не тільки міста, а й заповідні території.

На жаль, слід визнати, що з високою ймовірністю ми втратимо національний парк «Святі гори», розташований уздовж річки Сіверський Донець. Основну його площу займають соснові бори, які сьогодні активно горять. Найближчим часом може вигоріти до 70 % території. Бойові дії тут продовжуються, тому зупинити поширення вогню неможливо. Частину національного парку займають штучні соснові насадження на пісках, пожежа через які проходить особливо швидко (Овчинніков, 2022).

Значно постраждав і продовжує страждати від війни Чорноморський біосферний заповідник, що є унікальною надморською територією. Близько 86 % території заповідника лежить в акваторії Чорного моря, яка також зазнає негативних наслідків війни.

Унікальність цього заповідника в тому, що він є територією гніздування для великої кількості видів птахів. Саме для їхньої охорони його й створили в 1927 році. Заповідник не тільки значний пункт на шляху міграції, а й місце гніздування для таких унікальних видів, як дрохва, орлан-білохвіст і навіть хохітва.

Сьогодні територія Чорноморського біосферного заповідника також страждає від пожеж, що впливає на гніздування птахів. Саме тут російські війська умисно підпалюють ліси й очерет у страху від того, що там можуть ховатися

партизани або спеціальні підрозділи ЗСУ. У диму та вогні пташенят не заведеш. Птахи змушені шукати інші місця для проживання, а це призводить до суттєвих екосистемних змін, на відновлення яких може знадобитися десятиліття. Тільки за самими оптимістичними оцінками ДСНС на розмінування водойм України, які завжди були залучені до рекреаційної діяльності, знадобиться до 10 років (Овчинніков, 2022).

Беззаперечно, що жодна війна ніколи не враховувала потреби збереження природи. Тим часом війна приносить мільйони мовчазних природних жертв у кожному з військових конфліктів. Не винятком є і російське вторгнення на територію України. Саме вздовж державного кордону й Азово-Чорноморського узбережжя пролягають найцінніші, унікальні заповідні території. Ідеться не тільки про 100-річний заповідник «Асканія-Нова» або Чорноморський біосферний заповідник, що є об'єктами охорони ЮНЕСКО, а й про десятки інших унікальних територій і національних парків.

Опинившись у тимчасовій окупації, адміністрації природоохоронних територій втратили будь-яку можливість охороняти заповідні землі; самі працівники опинилися під загрозою загинути від обстрілів і переживають гуманітарну кризу. Тварини, яких утримують у реабілітаційних центрах, зоопарках і розплідниках, помирають без кормів.

Значна частина всього, що десятиліттями перебувало під особливою охороною держави, зокрема природа на окупованих територіях, не має жодних гарантій збереження. До того ж на окупованих територіях є велика кількість унікальних куточків природи, які не мають охоронного статусу. Це старі заболочені ліси на півночі країни, степи на сході й півдні, крейдяні гори Слобожанщини, усі приморські екосистеми. Не треба забувати й про окуповані раніше Крим і Донбас, що також є скарбницею неповторних природних екосистем.

Ураховуючи варварський характер дій російських загарбників, за будь-якої нагоди ресурси, доступні ворогу, будуть вивезені або знищені. Знаючи досвід Криму, немає сумніву, що за час окупації цілком може розпочатися варварське освоєння або пряме знищення природних ресурсів.

Ще гірше з лісами: на окупованих територіях ніхто не гасить пожежі, що масово спалахують у місцях дії реактивної артилерії. Уже зараз втрачено тисячі гектарів лісів Полісся і Слобожанщини.

За перший місяць повномасштабного вторгнення росії в Україну активісти Центру екологічних ініціатив «Екодія» нарахували понад сто злочинів проти довкілля, які вчинили війська РФ. Вони руйнують нафтобази, бомблять підприємства та заводи, випалюють ліси, розстрілюють атомні енергоблоки. Згідно із Женевською конвенцією це є частиною воєнних злочинів (Свеженцева, 2022).

З усіх видів людської діяльності війна найгірше впливає на довкілля: з одного боку, військові дії негативно позначаються на довколишньому середовищі, а з іншого – ресурси, що спрямовані на війну, могли б витратити на збереження довкілля або на ресурсоефективні технології. Тому за умов відкритих бойових дій слід розрізняти прямі та непрямі впливи, а також утрачені можливості.

До прямих впливів належать вибухи, які руйнують екосистему. Тим паче російсько-українська війна відбувається навесні, коли тварини прокидаються,

птахи повертаються, а все живе готується мати потомство. Руїнування середовища та шумове забруднення місць їхнього проживання негативно впливають на перебіг сезону розмноження. Ба більше, пряме потрапляння снарядів і забруднення обгорілою військовою технікою повністю руйнує екосистему. Усі набої, які розриваються, горіння неметалевих деталей військової техніки забруднюють ґрунти та воду важкими металами й токсичними елементами. Ще й тонни металобрухту розкидані по лісопосадках.

Під час горіння техніки, мастила, дизелю та бензину також забруднюється повітря. Крім того, ворог спеціально бомбить нафтобази та газопроводи, промислові підприємства. Наприклад, 21 березня російські війська обстріляли ПАТ «Суміхімпром», унаслідок чого стався витік аміаку в повітря. Крім того, в Україні понад 1000 складів небезпечних речовин. Якщо випадково чи навмисно туди потраплять бомби, може відбутися забруднення повітря, водою, ґрунтів тощо.

Коли внаслідок військової діяльності руйнуються міста, також страждає довкілля. Можуть не працювати очищувальні станції, або внаслідок потрапляння снаряда в будинок формуються будівельні відходи вперемішку з елементами військової техніки. Подібне сміття є дуже небезпечним, тому його не можна просто прибрати й викинути. Його небезпечно як транспортувати, так і зберігати на звалищі. Тому для поводження з таким типом відходів у містах необхідно розробити окремий протокол.

Непрямі наслідки бойових дій на довкілля виникають не від пожеж чи розриву снарядів, а, скажімо, від знеструмлення шахти, з якої треба відкачувати воду. Без електроенергії не працюють насоси, і шахта затоплюється разом з токсичними та радіоактивними відходами, які можуть проникати в ґрунтові води. Ця проблема була актуальною на Донбасі ще з 2014 року. Її ніяк не можна було вирішити, а зараз ситуація загострюється.

Іншим прикладом непрямого впливу є неконтрольовані викиди неочищених відходів підприємств у воду чи атмосферу. Зараз у зв'язку з воєнним станом держава тимчасово це не контролює. Хотілося б вірити, що всі українці чесні й відповідальні. Утім бувають недобросовісні підприємці, які очікують, що на війну спишуть і чимало екологічних правопорушень, скоєних до 24 лютого, наприклад вирубування лісів.

Кошти, які в державі планували витратити на енергоефективність, зелену економіку, відновні джерела енергії, створення нових заповідників, збереження біорізноманіття, зараз витрачають на військові дії. Власне, це і є втрачені можливості. Улітку 2021 року Україна прийняла добровільне зобов'язання зі скорочення викидів парникових газів. Проте війна все змінила, і поки незрозуміло в який бік. Бо зараз горить техніка, міста й підприємства, унаслідок чого виділяється багато парникових газів, але й багато заводів на Сході зруйновано, вони ще довго не працюватимуть, а отже, не викидатимуть в атмосферу вуглекислий газ.

Слід зазначити, що війна в Україні впливає на довкілля всього світу. На глобальному рівні на два важливі аспекти: харчову безпеку та політику щодо змін клімату. Через військові дії українські фермери не можуть засіяти частину полів у східних та південних областях, що позначиться на кількості зернових, яку ми зможемо експортувати восени. Є країни, які на 90 % залежать від нашого зер-

на. Є країни, що залежать від російських добрив, на які зараз накладені санкції. Ланцюжки постачання складно швидко переорієнтувати, тому ця війна матиме глобальні продовольчі наслідки.

Зараз Україна вимагає, щоб Європейський Союз наклав ембарго на вуглеводні, і вже три країни Балтії відмовилися від імпорту російських нафти й газу. Загалом Європа на 40 % залежить від російського газу та на 28 % від нафти. Від цього залежить робота великих підприємств, тому що більша країна (наприклад, Німеччина), то складніше їй відмовитися від російських вуглеводнів. А тому багато країн Європи все активніше говорять про зелені технології й відновні джерела енергії. Наприклад, у межах європейської політики «Європейський зелений курс» до 2050 року Європу планували перетворити на кліматично нейтральний континент. Тепер можна очікувати як більш амбітних цілей, так і рух у зворотному напрямку. Наприклад, може бути призупинене закриття вугільних шахт, яких багато в Німеччині та Польщі. За умов ембарго на російську нафту та газ, коли кожна країна думатиме, як їй забезпечити громадян теплом й електрикою, можливо, вугільні підприємства працюватимуть довше. Війна в Україні однозначно вплине на плани європейських країн. Наразі ми не знаємо, який напрямок оберуть їхні уряди та народи (Свеженцева, 2022).

З другого дня повномасштабного вторгнення всі зрозуміли, що злочини російян проти довкілля треба документувати, але не відкрито, аби не коригувати вогонь противника.

Насамперед Україна повинна мати системну картину на рівні уряду: хто які наслідки екоциду має ліквідувати і за які гроші. Очевидно, дороги, мости, відновлення електромереж і водопостачання держава має робити централізовано за кредитні кошти або за допомогою залучення інших країн. Якщо йдеться про прибирання в Ірпені чи Бучі, то можна організувати толоки, де будуть залучені волонтери без додаткового фінансування. Якщо треба буде розчистити річку, в якій затонули відходи, наприклад техніка, будуть потрібні водолази. Це можуть фінансувати бізнес-компанії. Бізнеси також можуть допомогти у відновленні природоохоронних екопарків з тваринами, адже в держави є нагальніші проблеми.

Україна має використати досвід післявоєнного відновлення інших країн, щоб пришвидшити процес відновлення екосистем і безпечного залучення їх до рекреаційної та туристичної діяльності.

Закордонний досвід різний і відрізняється від того, що відбувається в Україні. У Кувейті є приклад успішних репарацій. Але Кувейт – це фактично пісок, там зовсім інші умови. Нас дуже турбують степові екосистеми Миколаївської й Херсонської областей. З одного боку, вони чутливі до впливу людини та військових дій, а з іншого – у держави не буде першочергово коштів й уваги на їх відновлення. Однак громадські організації, які мають експертизи та залучають волонтерів, можуть долучитися до відновлення екосистем.

Після перемоги необхідно буде відновлювати міста, що постраждали під час бойових дій. Уже зараз архітектори об'єднуються для того, щоб пропонувати проекти відбудови зруйнованих міст, закладаючи туди зелені принципи. Наприклад, фінський університет Вааса готовий ділитися досвідом з українцями щодо зеленого енергетичного переходу. До 2035 року Фінляндія має стати

повністю вуглецево нейтральною країною завдяки використанню локальних відновних джерел енергії. Тобто енергоносії вироблятимуть з відновних джерел у тому регіоні, де використовуватимуть. Це особливо актуально після двох місяців без тепла в окремих зруйнованих містах України, а тому гостро постало питання децентралізації системи опалення й енергоносіїв. Сподіваємося, це враховуватимуть комунальники під час відновлення зруйнованих міст.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну з 24 лютого вже завдало та продовжує завдавати величезної шкоди людям й інфраструктурі населених пунктів, де тривають бойові дії. Війна впливає і на дику природу.

Зараз навіть неможливо повністю оцінити вплив війни на довкілля через брак точної інформації. Причин цьому дві. По-перше, навіть збирати ці дані небезпечно для фахівців, оскільки тривають активні бойові дії. По-друге, не вся інформація може бути озвучена публічно з тактичною метою.

Проте точно зрозуміло: чим довше триває війна, тим більше шкоди вона завдасть довкіллю, тим більше наслідків ми матимемо в майбутньому. Це підтвердилося, хоч і в меншому масштабі, на початку цієї війни, 8 років тому, коли росія загарбала Крим і частину Донеччини та Луганщини. Як безпосередньо бойові дії, так і дії окупаційної адміністрації вплинули на природу цих регіонів. Можна спробувати спрогнозувати наслідки теперішнього повномасштабного вторгнення (Свеженцева, 2022).

Вплив на ландшафт й оселища. У перші дні повномасштабного вторгнення російські війська рухалися в межах наявної інфраструктури. Військові дії затягнулися, тому росіяни змінюють тактику та готуються до тривалих протистоянь. Для цього вони формують бази та фортифікаційні споруди. Це означає, що вони просуваються вглиб природних територій, займають ліси та території природно-заповідного фонду. Рух важкої техніки, будівництво фортифікаційних споруд і бойові дії пошкоджують ґрунтовий покрив. Це призводить до деградації рослинного покриву та посилює вітрову й водну ерозію.

За даними Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів, за попередніми підрахунками, ще станом на 1 березня 2022 року агресор вів бойові дії на території 900 об'єктів природно-заповідного фонду площею 12 406,6 кв. км, що становить близько третини площі природно-заповідного фонду України.

Під загрозою знищення перебувають близько 200 територій Смарагдової мережі площею 2,9 млн га. Смарагдова мережа – це мережа природоохоронних територій, створена задля збереження видів й оселищ, які потребують охорони на загальноєвропейському рівні, але розташовані в країнах, які не є членами ЄС. Усе це середовища існування для тисяч видів рослин і тварин. Ці території мають важливу роль для захисту біорізноманіття та збереження клімату. Арени деяких рідкісних й ендемічних видів і оселищ опинилися в зоні активних бойових дій, що загрожує їхньому існуванню, наприклад це цілинні нерозорані степи, крейдяні схили на Донеччині, приморські оселища у південних областях, болота на півночі.

Унаслідок бойових дій частина лісів у Київській, Чернігівській, Сумській, Луганській, Донецькій та Херсонській областях наразі перебуває під контролем окупантів. Оцінити збитки майна та лісового господарства поки неможливо.

У лісах уже є велика кількість ракет, що впали, а також нерозірваних боєприпасів. Як показує практика та регулярні зведення того ж ДСНС з інформацією про випадково знайдені авіабомби часів Другої світової, це становитиме потенційну небезпеку для людей протягом багатьох десятиліть. Також російські війська, знищуючи наші ліси, використовують деревину для будівництва фортифікаційних споруд, прокладання інфраструктури, обігріву та приготування їжі (Свеженцева, 2022).

Втрата біорізноманіття та загроза червонокнижним видам. Бойові дії порушують спокій диких тварин, вони або гинуть, або намагаються втекти з гарячих точок. Якщо бойові дії будуть тривати до кінця весни, є великий ризик для виведення потомства багатьох птахів і ссавців. Більшість птахів у цей час виводить своє потомство, тому їм потрібен спокій. Також з квітня по червень відбувається отелення лосів, а бойові дії ставлять під загрозу успішність цього процесу та виживання новонароджених лосенят. В Україні лось є рідкісним видом і внесений до Червоної книги.

Крізь Україну проходять три основні міграційні шляхи птахів: Азово-Чорноморський широтний (південний коридор) – з найбільшою концентрацією перелітних птахів в Україні; Поліський широтний (північний коридор) – уздовж лісової смуги Полісся і на півночі Лісостепу; Дніпровський меридіанний міграційний шлях, який проходить уздовж річища Дніпра та його притоки Десни. Цей шлях особливо використовують водоплавні та прибережні птахи: гуси, качки, гагари, кулики, мартини, крячки та інші.

На водоймах зупиняються великі зграї гусей, качок, лебеді, мартини, крячки, на луках і болотах – журавлі, кулики й інші, на деревах і кущах – багато видів горобцеподібних птахів: зяблики, дрозди, вівсянки, шпаки, вільшанки, вівчарики, кропив'янки, мухоловки. Місця зупинок дуже важливі для харчування та відпочинку мігрувальних птахів, тому вони потребують охорони.

Більша частина міграційних коридорів зараз проходить над зоною бойових дій. Усе це може стати причиною неспокою птахів, їх виснаження через зміну маршрутів чи відсутність можливості відпочити та потрапляння під обстріли (Свеженцева, 2022).

Пожежі в екосистемах через бойові дії. З настанням весни починається пожежонебезпечний період і зростає ризик виникнення пожеж в екосистемах унаслідок обстрілів. Після сходження снігу торішня трава підсихає, унаслідок чого може швидко спалахнути. У сухих умовах пожежі поширюються миттєво й на великі площі. На територіях, окупованих російськими військами, служби ДСНС не зможуть працювати та проводити ліквідацію загорянь. Також сприятливі умови для поширення пожеж у монокультурних соснових насадженнях на Півночі та Сході України.

Крім лісів, на Півночі країни, де тривають активні бойові дії, поширені болотні екосистеми й торфовища. Велика частина торфовищ України є осушеною, а отже, на них є сприятливі умови для виникнення торфових пожеж. Такі пожежі важко погасити й у звичайний час, тому продовження бойових дій на території північних областей матиме важкі наслідки як для довкілля, так і для здоров'я людей. Під час горіння торфовищ у повітря виділяються такі токсичні речови-

ни, як оксид і діоксид вуглецю, дрібнодисперсний пил з діаметром часток 2,5 мікрона (характерно для горіння), летючі органічні сполуки, до складу яких входить акролеїн, формальдегід.

Наслідки від пожеж на промислових об'єктах. Обстріли об'єктів промисловості й інфраструктури призводять до пожеж, які спричиняють додаткове забруднення повітря, ґрунту та води. Продукти горіння, які потрапляють у повітря, складаються з токсичних газів і твердих частинок. На цих об'єктах також буде значне забруднення ґрунту та води. Там, де були проведені заходи з гасіння пожежі, забруднення можуть містити залишки протипожежної піни.

Ризики, пов'язані з пошкодженням комунікацій, підприємств та інших об'єктів, що становлять підвищену екологічну небезпеку, мають особливе значення, адже в умовах відсутності контролю й можливостей ліквідації негативних наслідків ці явища потенційно збільшують масштаби негативного впливу.

27 лютого 2022 року російські військові вразили балістичною ракетою нафтобазу у Васильківському районі Київської області. Унаслідок ракетного удару виникла пожежа. На території нафтобазу поблизу села Крячки загорілися 10 цистерн по 2000 м³ бензину та дизельного палива. Подібні випадки сталися в Охтирці, Луганську, Чернігові, Житомирі, Черняхіві.

3 березня 2022 року в селі Чайки під Києвом снаряд влучив у склад з пінополіуретаном, через що на складі та в прилеглий до нього офісній будівлі сталася пожежа. Продукти горіння пінополіуретану спричиняють отруєння тварин і людей, а також сприяють появі кислотних дощів. Небезпека кислотних дощів у тому, що вони спричиняють опіки рослин. Це призводить до зменшення біомаси в сільськогосподарських культур, а також до ослаблення диких рослин і лісових культур. Ослаблені ліси можуть швидко вражати шкідники, що у свою чергу сприяє зростанню кількості мертвої деревини лісу та поширенню пожеж в екосистемах.

Стічні води в Дніпрі. Пошкодження комунальних комунікацій під час бойових дій призводить до забруднення органічними речовинами води. 14 березня відбувся обстріл очисних споруд Василівського експлуатаційного цеху водопостачання та водовідведення (с. Верхня Криниця, Запорізька область). Через це зруйновано будівлю каналізаційної насосної станції № 1, що подає стічні води міста Василівка на очисні споруди. Зворотні води з міста зараз потрапляють до Дніпра без будь-якого очищення. Неочищенні скиди містять велику кількість органічних речовин, яйця гельмінтів, патогенні бактерії, сульфати, хлориди. Таке забруднення може призвести до великих масштабів цвітіння води в Дніпрі та Чорному морі з настанням теплішої погоди (Свеженцева, 2022).

Слід зазначити, що особливо зазнали впливу воєнних дій території, де відбувався наступ росіян, і прилеглі території, що перебували чи перебувають у зоні доступу артилерії та зазнали обстрілів з боку загарбників. Переважна більшість застосовуваних при цьому боєприпасів (від керованих крилатих ракет до мінометів) за певних обставин призводить до пожеж на природних і сільськогосподарських територіях. Що вже говорити про спеціальні запалювальні боєприпаси, які неодноразово застосовували російські війська, і про прямі влучення в сховища нафтопродуктів.

Аналіз даних, що були зафіксовані супутниками NASA на природних і сільськогосподарських територіях у зоні, де відбувався або відбувається повномасштабний наступ загарбників, і в зоні досяжності масових артилерійських засобів, включно з територіями, які вже звільнені, свідчить про те, що з 24 лютого до 23 червня 2022 року в цій зоні внаслідок обстрілів відбулося щонайменше 37 867 загорянь (супутники фіксують лише ті температурні аномалії, що тривають протягом кількох годин, а отже, дійсно йдеться про помітні пожежі).

Засобами просторового аналізу встановлено, що площа території України, охоплена вогнем, становила 100 662,2339 га (1 006,62 км²). Ці території рівною мірою представлені природними екосистемами, а також полями й населеними пунктами.

Зокрема, за розрахунками фахівців, вогнем знищено 36 154 га лісів і 10 250 га трав'яних екосистем. Зонами найбільшої концентрації уражених вогнем лісів є околиці міст, таких як Северодонецьк, Лиман, Ізюм, Святогірськ у Луганській та Донецькій областях, а також північні околиці Ірпеня, Бучі, Бородянки та Макарова на Київщині. Переважна більшість усіх спалених за 4 місяці війни лісів зосереджена тут – фактично кожен третій гектар України, знищений вогнем, – це заповідна територія (Українська природоохоронна група, 2022b).

У цілому від бойових дій в Україні постраждало близько 600 тис. га лісових земель Київської, Чернігівської, Житомирської, Сумської, Харківської, Луганської та Донецької областей. У лісах переміщується важка військова техніка, локалізуються військові підрозділи та ведуться бойові дії. Це призводить до масштабного забруднення боєприпасами та до замінування.

Ліси, забруднені боєприпасами, є в багатьох куточках планети: в Азербайджані, Вірменії, Боснії та Герцеговині, Німеччині, Ізраїлі, Палестині, Північній Македонії, Грузії та інших країнах. Хоча активна фаза бойових дій в більшості з цих регіонів світу завершена; деякі ліси на довгі роки залишають на собі відбиток воєн і становлять небезпеку. Розмінування міст і сіл зазвичай проводять доволі швидко, а ліси залишають не розмінованими десятиліттями.

Причина в тому, що заходи з розмінування лісів проводити складніше. Це також має більший ризик для життя спеціалістів. Боєприпаси просто не помітні під шаром лісової підстилки, а каска та бронезилет не забезпечують належного захисту від усіх видів мін і снарядів. Для цього потрібні спеціальні методи, технології та досвід.

У Німеччині, наприклад, є сучасний метод розмінування, який полягає у використанні контрольованого вогню та спеціальної техніки. Контрольоване випалювання лісової підстилки до мінерального шару ґрунту полегшує пошук боєприпасів. Для того щоб унеможливити верхову пожежу, такий метод можна застосовувати лише ранньою весною за відповідних погодних умов. Однак цей метод не дієвий для протитанкових мін, які розміщені глибше в мінеральному шарі ґрунту.

Світова практика все ж свідчить, що чимало лісів частково або повністю залишаються замінованими та закритими для відвідування, рекреаційної діяльності й проведення лісгосподарських заходів. Зазвичай вони отримують спеціальну категорію та стають зонами відчуження.

На сьогодні, за даними ООН, Україна – одна з найбільш замінованих країн світу. За попередніми оцінками, понад 80 тис. кв. км території України потребують очищення через мінування та забруднення вибухонебезпечними залишками.

Ліси, забруднені боєприпасами, становлять загрозу для здоров'я та життя не тільки людей, а й усього живого. На мінах підриваються тварини, зазнають контузій. Підвищений шумовий фон впливає на їхню поведінку, зокрема дезорієнтує в просторі. Через це дикі тварини можуть заходити на території населених пунктів.

Вибухи снарядів, військової техніки та боєкомплектів є джерелом забруднення атмосфери та ґрунтів. Нерозірвані боєприпаси роками отруюють ґрунти та ґрунтові води, виділяючи важкі метали й інші токсичні речовини.

Зараз ми не маємо даних про ступінь і масштаби забруднень. Після війни природоохоронні організації спрямують свої дії на розробку ефективної системи моніторингу стану довкілля, яка дасть змогу оцінити реальний об'єм завданої шкоди та розробити механізми відновлення довкілля (WWF, 2022).

В умовах надзвичайних й інших кризових ситуацій, у т. ч. воєнного стану, бойових дій, важливе значення має опанування необхідних знань і навичок, які дають змогу зазнати державі та суспільству якомога менших деструктивних впливів і втрат. Усвідомлення ризиків і загроз та відповідальна поведінка в умовах кризових ситуацій становлять основу національної культури безпеки та стійкості, формування якої є важливою складовою державної політики відповідного спрямування.

У науковій літературі поняття «культура безпеки» охоплює такі складники, як світогляд, норми поведінки, індивідуальні цінності та підготовленість людини у сфері безпеки життєдіяльності; корпоративні цінності, професійну етику та мораль, підготовленість персоналу у сфері безпеки; традиції безпечної поведінки, суспільні цінності, підготовленість всього населення у сфері безпеки життєдіяльності.

На сьогодні поняття культури безпеки охоплює й аспекти забезпечення стійкості. Деякі країни значно просунулися у сфері розбудови національної культури безпеки та стійкості. Зокрема, Комітет із підвищення національної стійкості до надзвичайних ситуацій при національних академіях США стверджує, що формування національної культури стійкості є першим необхідним кроком до підвищення стійкості в державі та суспільстві. Національна дослідницька рада національних академій США опублікувала дослідження «Стійкість до надзвичайних ситуацій: національний імператив», в якому, зокрема, викладено бачення стійкої держави. В одному з важливих висновків дослідження сказано, що стійкою є така держава, в якій всі (від окремих громадян до найвищого рівня влади) підтримують культуру стійкості.

Як зазначено у цьому дослідженні, культура стійкості базується на таких ключових засадах:

- окремі особи та громади усвідомлюють, що вони забезпечують власну першу лінію захисту від надзвичайних ситуацій;
- лідерство держави у сфері стійкості реалізується через прийняття політичних рішень, фінансування та відповідної діяльності всіх органів державної влади;

- на державному та регіональному рівнях здійснюється інвестування та докладаються зусилля, спрямовані на підвищення стійкості громад;
- інформація про ризики та загрози для конкретних об'єктів є легкодоступною, прозорою та ефективно розповсюджується, у громадах обговорюють шляхи управління ризиками та подолання їх наслідків;
- на основі інформації про ризики й загрози приймають і впроваджують постанови та розпорядження для захисту критичних функцій;
- значна частина відновлення після надзвичайних ситуацій фінансується коштом приватного капіталу та страхових виплат;
- для прискорення процесу відновлення об'єднання громад мають плани дій на випадок надзвичайних ситуацій для забезпечення безперервності урядування, ведення бізнесу, а також надання послуг, особливо для найбільш вразливих груп населення;
- відновлення після надзвичайної ситуації значно прискорюється завдяки достатньому резервуванню спроможностей, своєчасному оновленню та посиленню інфраструктури з урахуванням регіональних взаємозалежностей (Резнікова & Войтовський, 2022).

Отже, формування культури безпеки значною мірою базується на забезпеченні готовності держави, громад, окремих громадян до будь-яких надзвичайних ситуацій, поширенні відповідних знань і навичок. У зазначеному вище дослідженні також є рекомендації щодо шляхів формування в країні культури стійкості, а саме:

1. Забезпечення національної стійкості має бути керівним принципом діяльності урядових органів усіх рівнів. Державний і приватний сектори в громадах мають співпрацювати для втілення стратегії управління ризиками, яка охоплює додаткові структурні та неструктурні заходи й інструменти зменшення та розподілення ризиків настання надзвичайних ситуацій (у т. ч. рамкові документи, кодекси, стандарти та рекомендації) та залучення для цього інвестицій.
2. Необхідно створити національну базу даних, пов'язаних з надзвичайними ситуаціями, в якій документуватимуться всі випадки заподіювання шкоди життю та здоров'ю громадян, втрати майна й інші економічні наслідки. Це сприятиме розробці кількісних моделей ризиків та кращому розумінню структурних і соціальних уразливостей до надзвичайних ситуацій.
3. Міністерству внутрішніх справ та/або Міністерству з питань надзвичайних ситуацій разом з іншими державними агентствами, місцевими партнерами та професійними групами необхідно розробити національну систему показників стійкості.
4. Державні та місцеві органи влади мають забезпечити створення та функціонування широких об'єднань стійкості громад на місцевому та регіональному рівнях.
5. Усі державні органи мають сприяти заходам зі зміцнення національної стійкості та координувати їх. Регулярні самооцінки та перегляд політики у сфері забезпечення стійкості, а також ефективна комунікація між відповідними державними органами є ключем до досягнення такого роду координації (Резнікова & Войтовський, 2022).

На наш погляд, заслуговує детального вивчення досвід Федерального агентства з надзвичайних ситуацій (FEMA) Міністерства внутрішньої безпеки США, яке розробило чіткий 5-річний стратегічний план розбудови національної стійкості на 2018–2022 рр. Першою з трьох стратегічних цілей зазначеного плану є створення та виховання культури стійкості й готовності до будь-яких надзвичайних ситуацій.

Важливими завданнями зазначеного плану є, зокрема, інформування громадськості щодо актуальних ризиків; розроблення методів пом'якшення та подолання їх наслідків; проведення заходів з підготовки населення щодо зменшення впливу надзвичайних ситуацій та підвищення стійкості громад і держави; збільшення державних і стимулювання приватних інвестицій у зниження ризиків, пом'якшення та подолання наслідків надзвичайних ситуацій і зменшення пов'язаних із цим видатків; удосконалення системи страхування для забезпечення відшкодування втрат унаслідок настання надзвичайних ситуацій; стимулювання заощаджень населення для екстрених витрат у випадках настання надзвичайних ситуацій; проведення навчань і тренувань громадських та некомерційних організацій і служб, що опікуються наданням послуг населенню, в умовах надзвичайних ситуацій; проведення щорічних оглядів готовності до надзвичайних ситуацій; створення інтеграційних груп для поліпшення координації між урядовими структурами; організація забезпечення постачання з усіх доступних джерел товарів, обладнання та персоналу, необхідного для рятування та життєзабезпечення; покращення безперервності та забезпечення стійкості систем комунікації (Резнікова & Войтовський, 2022).

Після війни ми будемо пожинати плоди бойових дій, зокрема руйнування екосистем, забруднення ґрунтів, зменшення біорізноманіття, зростання кількості шкідників у лісах. Крім того, відбудова країни потребуватиме значної кількості природних ресурсів. Також є ризик невиконання Україною вже поставлених кліматичних цілей, адже війна – це внесок у зміну клімату, а відновлення країни неминуче буде супроводжуватися значними викидами парникових газів. Оскільки очікуємо значне хімічне забруднення ґрунтів і вод, важливо після війни подбати про ефективну систему моніторингу стану довкілля. Яка б дала змогу зафіксувати реальний об'єм завданої шкоди довкіллю та вжити найефективніших заходів, щоб уникнути подальшого погіршення ситуації та відновити екосистеми, зробити безпечними і для людини, і для дикої природи (Свеженцева, 2022).

Висновки

Зараз є дуже важливою активність громадянського суспільства, Міндовкілля та екологічного комітету Верховної Ради, щоб уся шкода довкіллю країни була максимально зафіксована та надалі компенсована агресором. Також важливо, щоб план відновлення України містив заходи з відновлення та збереження екосистем, а плани з відбудови населених пунктів – природоорієнтовані рішення та заходи з адаптації до зміни клімату, розбудови рекреаційної системи країни.

Війна в Україні провела межу між тим, що було до неї та що буде. Ми віримо, що країна переможе, відновиться та стане ще кращою. Про те, як буде проходити

ти відновлення, багато говорять останнім часом. Але є території, які не можна буде відбудувати. Це заповідники та національні парки. Зруйновані екосистеми можуть відновитися тільки самі, але для цього знадобиться багато років, а то й десятиліття.

Слід зауважити, що в умовах війни держава й українське суспільство демонструють високий рівень стійкості та культури безпеки. Подальший аналіз зібраних у цей період даних дасть змогу вдосконалити організаційні й правові механізми формування відповідної культури в Україні, що буде сприяти також відновленню екосистем і подальшому безпечному залученню їх до рекреаційної та туристичної діяльності, сталого розвитку туристичної галузі.

Список бібліографічних посилань

- Беззубко, Б. І., & Беззубко, Ю. І. (2018). Врахування екологічної складової у процесі відновлення Донецької області. В *Природні ресурси регіону: проблеми використання, ревіталізації та охорони*, Матеріали III-ого Міжнародного наукового семінару, Львів, Україна. Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка.
- Гембарская, В. (2022, 7 марта). *Война против дикой природы: Россия уничтожает украинские заповедники*. Экополитика. <https://ecopolitic.com.ua/news/vijna-proti-dikoi-prirodi-rosiya-znishhuie-ukrainski-zapovidniki-2/>
- Іванюта, С. І. (2019). Забезпечення захисту довкілля на сході України в контексті реінтеграції Донбасу. *Стратегічна панорама*, 1–2, 20–29.
- Іванюта, С. П., & Качинський, А. Б. (2012). *Екологічна та природно-техногенна безпека України: регіональний вимір загроз і ризиків* [Монографія]. Національний інститут стратегічних досліджень.
- Овчинников, О. (2022, 17 травня). *Заповідні території під час війни. Відновити міста буде простіше, ніж природу*. <https://eco.rayon.in.ua/topics/514206-zapovidni-teritorii-pid-chas-viyni-vidnoviti-mista-bude-prostishe-nizh-prirodu>
- Омельчук, О., & Садогурська, С. (2022, 1 квітня). *Природа та війна: як військовоє вторгнення Росії впливає на довкілля України*. <https://ecoaction.org.ua/priroda-ta-vijna.html>
- Резнікова, О. О., & Войцеховський, К. Є. (2022, 13 березня). *Розвиток національної культури безпеки і стійкості: досвід США*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/natsionalna-bezpeka/rozvytok-natsionalnoyi-kultury-bezpeky-i-stiykosti-dosvid-ssha>
- Свеженцева, І. (2022, 23 квітня). *Як війна впливає на довкілля і як можна допомогти його відновлювати – розповідає екологиня*. <https://suspilne.media/231917-ak-vijna-vplivaє-na-dovkilla-i-ak-mozna-dopomogti-jogo-vidnovluyati-rozpovidaє-ekologina/>
- Трегуб, О. А. (2020). Правове забезпечення екологічного відновлення міст на постконфліктних територіях. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка*, 4(92), 273–285. <https://doi.org/10.33766/2524-0323.92.273-285>
- Українська природоохоронна група (UNCG). (2022а, 22 березня). *44% найцінніших природних територій України охоплені війною: долучайтесь до ініціативи «Рятуємо*

природу у дні війни разом»! <https://uncg.org.ua/44-najtsinnishykh-pryrodnykh-terytorij-ukrainy-okhopleni-vijnoiu-doluchajtesia-do-initsiatyvy-riatuiemo-pryrodu-u-dni-vijny-razom/>

- Українська природоохоронна група (UNCG). (2022b, 24 червня). 4 місяці війни: вигоріли 100 тис. га України. <https://uncg.org.ua/4-misiatsi-vijny-vyhorily-100-tys-ha-ukrainy/>
- Ющук, А. (2019). Оцінка екологічної шкоди та пріоритети відновлення довкілля на Сході України. <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-03/AYushchuk.pdf>
- WWF. (2022, 26 квітня). Ліси забруднені боєприпасами. Що з цим робити? <https://wwf.ua/?6479466/forests-polluted-explosive>

References

- Bezzubko, B. I., & Bezzubko, Yu. I. (2018). Vrakhuvannia ekolohichnoi skladovoi u protsesi vidnovlennia Donetskoï oblasti [Taking into Account the Environmental Component in the Process of Restoration of Donetsk Region]. In *Pryrodni resursy rehionu: problemy vykorystannia, revitalizatsii ta okhorony* [Natural Resources of the Region: Problems of Use, Revitalization and Protection], Proceedings of the III International Scientific Seminar, Lviv, Ukraine. Ivan Franko Lviv National University Publishing Center [in Ukrainian].
- Gembarskaya, V. (2022, March 7). *Voina protiv dikoi prirody: Rossiya unichtozhaet ukraïnskie zapovedniki* [War on Wildlife: Russia Destroys Ukrainian Reserves]. *Ekopolitika*. <https://ecopolitic.com.ua/news/vijna-proti-dikoi-prirodi-rosiya-znishhuie-ukraïnski-zapovidniki-2/> [in Russian].
- Ivaniuta, S. I. (2019). Zabezpechennia zakhystu dovkillia na skhodi Ukrainy v konteksti reintehratsii Donbasu [Ensuring Environmental Protection in Eastern Ukraine in the Context of Donbass Reintegration]. *Strategic Panorama*, 1–2, 20–29 [in Ukrainian].
- Ivanuta, S. P., & Kachynskiy, A. B. (2012). *Ekolohichna ta pryrodno-tekhnohenna bezpeka Ukrainy: rehionalnyi vymir zahroz i ryzykiv* [Ecological and Natural-Technogenic Safety of Ukraine: Regional Dimension of Threats and Risks] [Monograph]. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen [in Ukrainian].
- Omelchuk, O., & Sadohurska, S. (2022, 1 April). *Pryroda ta viina: yak viiskove vtorhnennia Rosii vplyvaie na dovkillia Ukrainy* [Nature and War: how Russia's Military Invasion Affects Ukraine's Environment]. <https://ecoaction.org.ua/pryroda-ta-vijna.html> [in Ukrainian].
- Ovchynnikov, O. (2022, May 17). *Zapovidni terytorii pid chas viiny. Vidnovyty mista bude prostishe, nizh pryrodu* [Protected Areas During the War. Rebuilding Cities Will be Easier than Nature]. <https://eco.rayon.in.ua/topics/514206-zapovidni-teritorii-pid-chas-viyni-vidnovity-mista-bude-prostishe-nizh-prirodu> [in Ukrainian].
- Reznikova, O. O., & Voitsekhovskiy, K. Ye. (2022, March 13). *Rozvytok natsionalnoi kultury bezpeky i stiikosti: dosvid SShA* [Development of a National Culture of Security and Resilience: the Experience of the United States]. National Institute for Strategic Studies. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/natsionalna-bezpeka/rozvytok-natsionalnoyi-kultury-bezpeky-i-stiikosti-dosvid-ssha> [in Ukrainian].
- Sviezhentseva, I. (2022, April 23). *Yak viina vplyvaie na dovkillia i yak mozhna dopomohty yoho vidnovliuvaty – rozpovidaie ekolohynia* [How the War Affects the Environment and How You Can Help Restore it – Says Ecologists]. <https://suspilne.media/231917-ak->

- vijna-vplivae-na-dovkilla-i-ak-mozna-dopomogti-jogo-vidnovlupati-rozpovidaie-ekologina/ [in Ukrainian].
- Trehub, O. (2020). Pravove zabezpechennia ekolohichnoho vidnovlennia mist na postkonfliktnykh terytoriakh [Legal Support of Environmental Restoration of Cities in Post-conflict Areas]. *Bulletin of Luhansk State University of Internal Affairs Named After E. Didorenko*, 4(92), 273–285. <https://doi.org/10.33766/2524-0323.92.273-285> [in Ukrainian].
- Ukrainian Nature Conservatio Group. (2022a, March 22). 44% naitsinnishykh pryrodnykh terytorii Ukrainy okhopeni viinoiu: doluchaitesia do initsiatyvy "Riatuemo pryrodu u dni viiny razom"! [44% of the Most Valuable Natural Areas of Ukraine are Covered by the War: Join the Initiative "Save Nature in the Days of War Together"!]. <https://uncg.org.ua/44-najtsinnishykh-pryrodnykh-terytorij-ukrainy-okhopeni-vijnoiu-doluchajtesia-do-initsiatyvy-riatuemo-pryrodu-u-dni-vijny-razom/> [in Ukrainian].
- Ukrainian Nature Conservatio Group. (2022b, Juni 24). 4 misiatsi viiny: vyhorily 100 tys. ha Ukrainy [4 Months of War: 100 Thousand Hectares of Ukraine Were Burned]. <https://uncg.org.ua/4-misiatsi-vijny-vyhorily-100-tys-ha-ukrainy/> [in Ukrainian].
- WWF. (2022, April 26). Lisy zabrudneni boieprypasamy. Shcho z tsym robyty? [Forests are Contaminated With Ammunition. What to do With it?]. <https://wwf.ua/?6479466/forests-polluted-explosive> [in Ukrainian].
- Yushchuk, A. (2019). Otsinka ekolohichnoi shkody ta priorityty vidnovlennia dovkillia na Skhodi Ukrainy [Environmental Damage Assessment and Priorities for Environmental Restoration in Eastern Ukraine]. <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-03/AYushchuk.pdf> [in Ukrainian].

IMPACT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION ON THE NATURAL TOURIST RESOURCES OF UKRAINE

Volodymyr Antonenko^{1a}, Volodymyr Khutkyi^{2a}

¹ Doctor of Sciences (Geographical), Professor, Head of the Department of Hotel, Restaurant and Tourism Business; e-mail: antvs@ukr.net; ORCID: 0000-0002-6819-488X

² PhD Student; e-mail: businesslife@bigmir.net; ORCID: 0000-0001-9500-4191

^a Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine

Abstract

The paper highlights and analyses the irreparable damage to the country's ecological system and natural tourist resources due to russian military aggression in Ukraine, considering the problems of restoring these resources and the safety of involvement in recreational activities in the future.

Emphasis is placed on the need to maximize the damage to the country's environment as a result of russia's military aggression in Ukraine to determine further compensation by the aggressor for this damage. It is determined that the plan to restore Ukraine after the victory in the russian-Ukrainian war should include measures to restore and preserve ecosystems, and plans to rebuild settlements should include nature-oriented solutions and measures to build

the country's recreational system. Priorities for ensuring environmental security in the war zone in eastern Ukraine as components of environmental protection in the context of reintegration of the temporarily occupied territories of the Donetsk and Luhansk regions have been identified.

The emphasis is on the need to build a national culture of security and resilience in crises, using the experience and approaches of the United States as an example.

Keywords: russian military aggression in Ukraine; natural tourist resources; recreational activities; ecocide; environmental protection; ecological safety; reintegration; restoration of protected areas; safety culture



Наукове видання

**ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**Серія:
Туризм**

Науковий журнал

2022 Том 5 № 1

Scientific publication

**BULLETIN
OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY
OF CULTURE AND ARTS**

**Series in
Tourism**

Scientific journal

2022 Volume 5 No 1

Підписано до друку: 30.06.2022. Формат 70x100¹/₁₆
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітури Roboto, Times New Roman, Cambria Math.
Ум. друк. арк. 6,82. Обл.-вид. арк. 5,48.
Наклад 300 примірників
Замовлення № 4660

Видавничий центр КНУКіМ
Видавець Київський національний університет культури і мистецтв
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів
видавничої продукції, серія ДК № 4776 від 09.10.2014