

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розроблення військово-патріотичного туру територією
Дніпропетровської області та організація його реалізації на
міжнародному ринку

Студента 4 курсу, 21 групи,
спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Міжнародний
туризм»

Шило Андрій
Олександрович

підпис студента

Науковий керівник:
Д.е.н., професор кафедри туризму
та рекреації, проф.

Михайліченко
Ганна Іванівна

підпис керівника

Гарант освітньої програми:
Канд. держ. управ., доцент
кафедри туризму та рекреації, доц.

Кравцов Сергій
Станіславович

підпис керівника

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Т.І. Ткаченко

«__» _____ 202__р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Шило Андрій Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

Розроблення військово-патріотичного туру територією Дніпропетровської області та організація його реалізації на міжнародному ринку

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2023 р. № 2900

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 25.05.2023р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи є дослідження та обґрунтування військового туризму як важливого чинника розвитку туризму в повоєнній Україні та виділення основних туристичних ресурсів, які складають основу для організації військового туризму.

Об'єкт дослідження є процеси розроблення туристичного продукту та специфіка створення військово-патріотичного туризму.

Предмет дослідження є наслідки воєнних подій на території Дніпропетровської області.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні основи патріотичного розвитку туризму

1.2. Класифікація та різновиди військово-патріотичного туризму

1.3. Загальна характеристика військово-патріотичного потенціалу в регіоні

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Розробка програми військово-патріотичного туру в Дніпропетровській області

2.2. Маркетингові заходи щодо просування розробленого туру на міжнародному ринку

2.3. Економічне обґрунтування розробленого туру

Висновки

Список використаних джерел

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	25.05.2023	25.05.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 25.05.2023	до 25.05.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	29.05.2023

6. Дата видачі завдання «01» листопада 2023 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Г.І. Михайліченко
(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов
(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ А.О. Шило
(підпис, прізвище, ініціали)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Шило А.О. виконав роботу повністю та у відповідності до календарного плану робіт. В першому розділі роботи розглянуті актуальні питання післявоєнного відновлення прифронтових та деокупованих територій України; види військово-патріотичного туризму та їх характеристика.

На основі проведених теоретичних та емпіричних досліджень автором запропоновано авторський тур в Дніпропетровській області, маркетингові заходи щодо просування розробленого туру на міжнародному ринку; надане економічне обґрунтування розробленого туру.

ВКР перевірена на плагіат, допускається до захисту та заслуговує позитивної оцінки. Рекомендована до захисту на ЕК.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Г.І. Михайліченко

(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ А.О. Шило

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

С.С. Кравцов

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

Т.І. Ткаченко

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023р.

Зміст

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Теоретичні основи патріотичного розвитку туризму.....	9
1.2. Класифікація та різновиди військово-патріотичного туризму.....	12
1.3. Загальна характеристика військово-патріотичного потенціалу в регіоні....	18
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	29
2.1. Розробка програми військово-патріотичного туру в Дніпропетровській області.....	29
2.2. Маркетингові заходи щодо просування розробленого туру на міжнародному ринку.....	33
2.3. Економічне обґрунтування розробленого туру.....	38
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

ВСТУП

Актуальність теми. Після здобуття Україною незалежності в 1991 році туристичний сектор країни почав активно відновлюватися і став однією з перспективних галузей економіки, навіть якщо врахувати, що туристично-рекреаційний потенціал країни не використовувався в повній мірі, але потік туристів з кожним роком збільшувався. рік [15].

Ситуація щодо кількості туристичних потоків погіршилася у 2014 році через окупацію Російською Федерацією Автономної Республіки Крим та частини Донецької та Луганської областей, а також початком російсько-української війни. Крім того, карантинні обмеження, пов'язані з поширенням вірусу COVID-19, не мали позитивного впливу на туристичну сферу.

Найболючішим викликом для туристичної галузі та країни в цілому стало повномасштабне вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року. Такий розвиток подій, пов'язаний із продовженням російської війни в Україні, призвів до різкого спаду, а в деяких регіонах і до зникнення туристичних потоків, що в свою чергу негативно вплинуло на економіку країни. Сьогодні в умовах війни туризм в Україні зазнає величезних втрат, як з боку майже повної відсутності туристичного потоку, так і з боку втрати туристично-рекреаційного потенціалу окупованих і постраждалих від бойових дій територій. Післявоєнне відновлення сфери туризму вимагатиме колосальних капіталовкладень та активного стимулювання туристичних потоків для якнайшвидшого відновлення та реконструкції туристичної галузі. Враховуючи досвід країн, які пройшли шлях відбудови після воєн, Україна матиме перспективи для відновлення туристичної сфери, появи та поширення нових видів туризму у зв'язку з військовими діями, що відбувалися та в пам'яті всіх жертв. Для розвитку військового туризму, окрім об'єктів, створених під час російсько-української війни, яка почалася у 2014 році, є багато об'єктів, які вціліли з часів попередніх війн.

Праці зарубіжних та вітчизняних дослідників, серед яких К. Вебстер, С.

Іванов [4], З. А. Косуха [6], І. М. Шамара, М. Г. Савченко [16], М. Метревелі, Д. Тімоті [2] та ін. «Військовий туризм» як перспективний вид туризму в післявоєнний період можна знайти в дослідженнях Г. М. Заварика [5], Д. Каднічанського, М. Каднічанської [8] та І. Г. Смирнова [13] . , С.Е.Сардак, С.В.Таран [12] та ін.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування військового туризму як важливого чинника розвитку туризму в повоєнній Україні та виділення основних туристичних ресурсів, які складають основу для організації військового туризму.

Для досягнення мети дослідження необхідно вирішити наступні **завдання**:

- розглядати військовий туризм як вид туризму, метою якого є відвідування місць, пов'язаних з військовими подіями;
- визначити та структурувати основні підвиди військового туризму;
- врахувати туристично-рекреаційний потенціал військового туризму, який є важливою частиною розвитку туризму;
- визначити тенденції розвитку військового туризму на території України після закінчення російсько-української війни;
- обґрунтувати та сформулювати основні аспекти розвитку військового туризму після закінчення російсько-української війни;
- розробка патріотичного воскового туру по Дніпропетровській області;
- розробка заходів щодо просування розробленого туру на міжнародний ринок.

Об'єктом дослідження є специфіка створення військово-патріотичного туризму.

Предметом дослідження є наслідки воєнних подій на території Дніпропетровської області. Для дослідження військового туризму використано методи аналізу, синтезу та порівняння. Для визначення основних тенденцій розвитку військового туризму використано системний, абстрактно-логічний та модельний метод.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні основи патріотичного розвитку туризму

Термін «внутрішній туризм» можна визначити як туризм у межах «своєї» держави, тобто без виїзду за кордон. На даний момент практично будь-якому закордонному курорту в Україні можна знайти гідну заміну. Нинішня фінансова та політична криза в нашій країні, а також нестабільна ситуація на популярних зарубіжних курортах змушують вітчизняних туристів відмовлятися від поїздок за кордон, популяризуючи тим самим внутрішні туристичні маршрути та напрямки.

В Україні зростає попит на внутрішній туризм. За даними всесвітнього порталу туристичних консультацій TripAdvisor, у 2019 та 2020 роках 33% усіх українських користувачів порталу цікавилися відпочинком у країні. У 2021 році цей показник досяг 50%. Водночас директор Туристично-інформаційного центру Володимир Царук вважає, що за останні два-три роки обсяг внутрішнього туризму зріс на 60-65% порівняно з 2018 роком. За офіційними даними, іноземний туризм зріс. з початку 2021 року знизився на 25-35%, це пов'язано з пандемією Covid-19 [1].

У сучасному світі сам туризм сприймається як основна форма дозвілєвої діяльності, розвинувшись у потужну самостійну галузь, що задовольняє дозвілєві потреби [6]. Дослідження туризму мають прикладний характер, який зосереджується на традиційному приватному секторі. Досліджено: туристичний попит, поведінка під час подорожей, маркетинг і реклама.

Для того, щоб визначити поняття туризму та більш повно описати сферу його діяльності, необхідно насамперед виділити різні групи суб'єктів, що взаємодіють з туристичною діяльністю.

1. Туристи. Це люди, які мають різноманітні психічні та фізичні потреби, характер яких визначає спрямованість і характер участі цих людей у туристичній

діяльності.

2. Організації, що надають товари та послуги туристам. Це підприємці, які бачать у туризмі можливість отримувати прибуток, надаючи товари та послуги, зважаючи на попит туристичного ринку.

3. Місцеве самоврядування. Вони вважають туризм важливим фактором економіки з точки зору прибутку, який місцеві жителі можуть отримувати від цієї діяльності у вигляді податків, що надходять до місцевого бюджету.

4-й гість. Місцеве населення сприймає туризм насамперед як фактор зайнятості. Для цієї групи важливий результат взаємодії з туристами, в тому числі іноземцями [2].

Отже, туризм можна визначити як сукупність явищ і відносин, що виникають в результаті взаємодії туристів, провайдерів, місцевої влади та місцевого населення в процесі туристичної діяльності.

Подорожі, туризм - це комплекс суміжних видів діяльності. Авіакомпанії, компанії з прокату автомобілів, поїзди, автобуси, готелі та ресторани безпосередньо задіяні в туризмі. До суміжних типів компаній можна також віднести фінансові структури, які фінансують розвиток сфери послуг тощо [1].

Подорож і туризм – два нероздільні поняття, які характеризують певний спосіб життя людини. Це відпочинок, активні розваги, спорт, пізнання навколишнього світу, комерція, лікування та багато іншого. При цьому завжди має місце переїзд особи в іншу місцевість, країну, континент, відмінні від місця її проживання чи постійного проживання.

Отже, подорож — це переміщення людей у часі та просторі, а людина, яка подорожує незалежно від цілей, напрямків, транспортних засобів і періодів часу, називається мандрівником. На відміну від подорожей, туризм є категорією, яка перебуває під сильним економічним впливом і має подвійний характер внутрішнього характеру явища, оскільки туризм є одночасно особливим і масовим видом подорожей і діяльністю, пов'язаною з організацією та здійсненням цих

подорожей. [12].

Туризм як товар продається у формі послуг. Туристична послуга, як і послуга взагалі, — це дія з певною споживчою вартістю, яка виражається в корисному ефекті, що задовольняє ту чи іншу потребу людини. У цьому випадку послугу може надати будь-хто, наприклад, за допомогою товарів або в функціонуванні самої живої праці. Ці два способи надання послуг самі по собі визначають два види послуг: матеріальні (виробничі), нематеріальні (невиробничі), не пов'язані з матеріальними продуктами, виробництво яких є невід'ємна частина їх споживання.

Мотиваційні фактори можуть бути використані як сигнал для класифікації подорожей за видами туризму. У такій класифікації слід починати з головної причини, яка спонукала людину до подорожі. Хоча причини не завжди чітко визначені, у системі управління туризмом можна виділити шість видів.

Відпочинковий туризм. Цей вид складається з короткого або тривалого відпочинку з метою фізичного або психічного відновлення організму. Крім того, до цієї групи відноситься також пляжний відпочинок, де природні властивості ґрунту, клімату і морської води використовуються для лікування або відпочинку [4].

Туризм для вивчення культури. Туризм, орієнтований на пізнання іноземних культур, поділяється на пізнавальні та паломницькі. Освітній туризм включає відвідування історичних, культурних або географічних пам'яток. Туристи, які подорожують з пізнавальною метою, дуже часто цікавляться соціально-економічними відносинами країн, які вони відвідують. Метою паломницького туризму є відвідування місць особливого релігійного значення.

Громадський туризм. Громадський туризм включає поїздки з метою відвідування родичів, знайомих, друзів (за міжнародною термінологією - Visiting Friends and Relative - VFR) і клубний туризм. Клубний туризм характеризується тим, що мандрівники свідомо об'єднуються в групи. Групування відбувається,

коли є розважальна або спортивна програма, яка цікавить людей [5].

Спортивний туризм. Спортивний туризм включає подорожі з метою активної участі в спортивних заходах, а також пасивні подорожі, участь у спортивних змаганнях.

Економічний туризм - подорожі з професійним і комерційним інтересом: відвідування бірж, виставок, ярмарків тощо.

Конгресний (політичний) туризм поділяється на дипломатичний туризм, участь у конгресах і туризм, пов'язаний з політичними подіями та подіями.

Згідно з цим, туризм - це тимчасове переміщення людей з постійного місця проживання в іншу країну або в інше місце в межах своєї країни у неробочий час з метою розваг і відпочинку, відпочинку, гостинності, навчання або роботи, але без оплати послуги Діяльність. діяльність у відвіданому місці. Всесвітня туристична організація пропонує класифікувати туризм на такі види: внутрішній туризм - подорожі в цей регіон жителями регіону; В'їзний туризм - подорожі до країни особами, які не є її резидентами; Іноземний туризм - подорож жителів однієї країни в іншу країну. Ці основні види туризму можна по-різному об'єднати в категорії туризму. Ці категорії туризму можуть стосуватися не тільки кожної країни, але й регіону.

1.2. Класифікація та різновиди військово-патріотичного туризму

Військово-патріотичний туризм (військовий туризм, військовий туризм) — вид туризму, метою якого є відвідування території, пов'язаної з веденням військових і бойових дій, у межах власної держави. Особливістю військового туризму є відвідування військових частин, штабів та польових навчань, а також вивчення військового побуту, набуття навичок поведіння зі зброєю та вдосконалення фізичної підготовки. Це означає жити у військових частинах і проходити навчання більш-менш подібно до штатного військового персоналу.

Так чи інакше, цей туризм практикується в багатьох країнах світу. Крім

іншого, це сприяє військово-патріотичному вихованню громадян, підвищує авторитет військової служби та армії в цілому [1].

Громадяни України все частіше стали відвідувати збройові магазини в пошуках засобів захисту для своїх сімей. Але навіть покупка такої зброї не може забезпечити ефективний захист - потрібно вміти користуватися зброєю і мати елементарні навички виживання. Туроператори внутрішнього туризму можуть чудово заповнити ці прогалини у співпраці зі структурами Міноборони, Нацгвардії та іншими військовими та воєнізованими організаціями.

Згідно з соціологічними опитуваннями, досить велика частка українців погодилася б пройти короткі військові курси, такі як в Ізраїлі: володіння зброєю, рукопашний бій, курси виживання, водіння в екстремальних умовах тощо. має достатню кількість трохи застарілої, але все ще досить якісної стрілецької зброї, а також полігонів, прив'язаних до військових частин, така ініціатива могла б зацікавити насамперед українців. а потім і іноземним туристам [2].

В Україні військовий туризм почав активно розвиватися ще з нульових років. Говорити, що раніше в нашій країні не було військового туризму, не зовсім правильно. Досить згадати військово-спортивні ігри школярів чи екскурсії місцями бойової слави, а також численні походи до військових музеїв.

Військово-туристичний потенціал України унікальний і водночас величезний. Розроблено програми використання бронетехніки Харківським військовим заводом у туристичних цілях. Військово-екстремальний туризм зацікавив іноземних туристів, особливо японців.

Одним із центрів військового туризму є столиця України – Київ, який традиційно вважається музеєм історичної слави української зброї. В даний час для туристів можуть бути запропоновані екскурсії місцями боїв у роки Великої Вітчизняної війни.

Тема Великої Вітчизняної війни 1941 року є невичерпним джерелом для розвитку військового туризму. Ця героїчна сторінка історії України знайшла своє

втілення у багатьох різноманітних пам'ятниках та інших монументальних спорудах, що територіально охоплюють територію, де, безумовно, великим центром військового туризму є Київ та Київська область, яка має величезний потенціал військового туризму. Туризм. Тут знаходиться Національний військово-історичний музей України в місті Києві по вул. Грушевського 30/1. Єдиний в Україні музей присвячений історії виникнення та розвитку військової справи на території України від епохи бронзи до наших днів.

Безумовно, колосальним джерелом ресурсної бази військового туризму є також тема Великої Вітчизняної війни 1941-1945 років [6].

Скористатися нерозкритим потенціалом можна, відвідавши Войськово, історико-музейний комплекс «Балаклава». Цей унікальний музейний комплекс розташований у підземеллях гори Таврос, у тунелях колишнього підземного ремонтно-технічного заводу підводних човнів на західному березі Балаклавської бухти.

Зараз є дуже серйозні програми військових полігонів і аеродромів, польотів на літаках, стрибків з парашутом, бойових стрільб і водіння на бронетехніці, що можна віднести до екстремального військового туризму, який має певний контингент туристів, у тому числі іноземних. Справа в тому, що екстремальний військовий туризм мало хто може дозволити собі, особливо якщо мова йде про військовий тур в зону бойових дій для спостереження і навіть участі в бойових діях. Тепер, наприклад, можна без особливих проблем виїхати в зону бойових дій на сході України, в Таджикистані та в Сирії. До речі, іноземні туркомпанії, наприклад американські, вже давно використовують Близький Схід як військовий туристичний напрямок за дуже пристойні гроші.

М. П. Кляп і Ф. Ф. Шандор вказують на існування військового туризму (військового туризму, військового туризму, зброярського туризму) як виду туризму, метою якого є відвідування території, пов'язаної з військовими і воєнними подіями, і виділення окремих підвидів (рис. 1.1) [18].

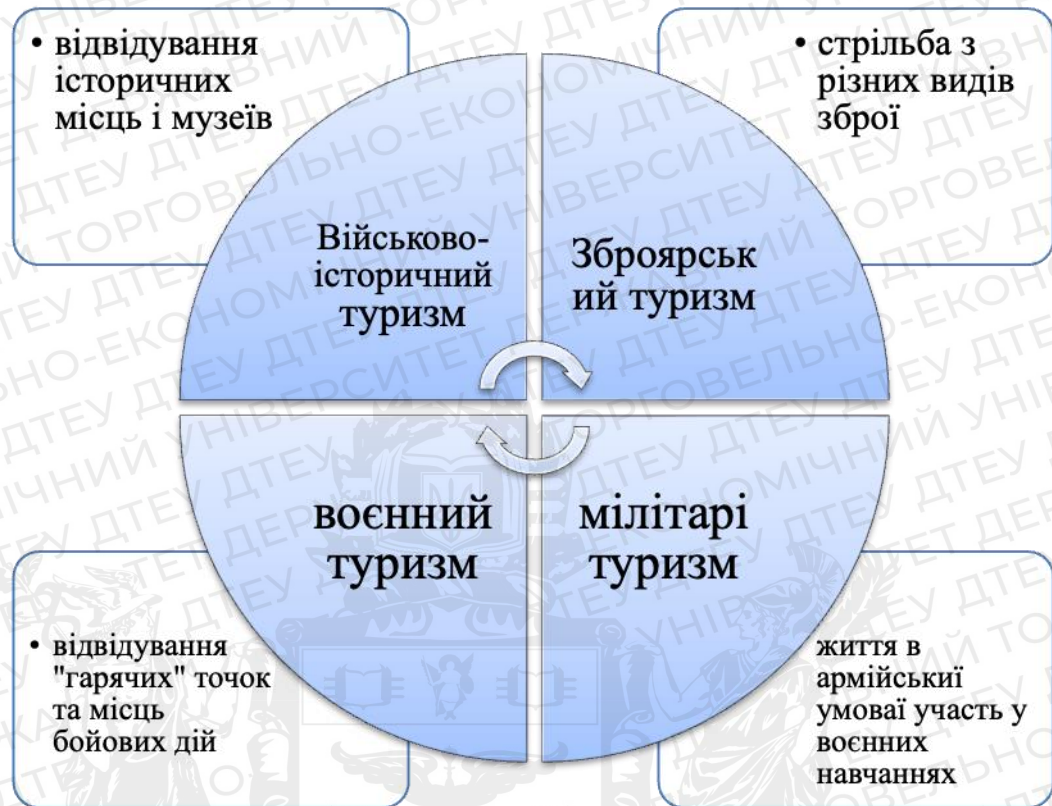


Рис. 1.1. Класифікація військового туризму

Слід зазначити, що досі не існує усталеної класифікації видів військового туризму. У військовому туризмі також можна виділити наступні напрямки:

- історичний та військовий туризм (відвідування місць давніх битв);
- військово-спортивний туризм (танковий біатлон, військово-спортивні ігри);
- Військово-екстремальний та військово-пригодницький туризм (польоти на винищувачах, водіння бойових машин, стрільба, поїздки в зону бойових дій);
- Туризм військових груп (об'єднання військово-історичних груп та подорожі до місць історичних битв та їх реконструкції);
- Військово-освітній туризм (коли турист безпосередньо бере участь у програмах військової підготовки та бойовому житті у військовій частині, стать і вік значення не мають).

Інші науковці В. Кушнар'юв та О. Поліщук ототожнюють військовий туризм із військовим туризмом і описують його як частину спеціалізованого

туристичного сегменту, що включає елементи розважального, пригодницького, екстремального та історико-пізнавального туризму та продукти, пов'язані з військовою технікою та знаннями. включає в себе. історичні події. Виділяють також інші підвиди цього виду туризму (рис. 1.2) [9].



Рис. 1.2. Класифікація мілітарі туризму

Однак Д. Каднічанський і М. Каднічанська розрізняють поняття «військовий» і «військовий», зазначаючи, що термін «військовий» (відноситься до війни, однорідний) значно ширший за «військовий» (відноситься до військ, військовослужбовців [8]). А першочерговою метою розвитку туризму є війна та її наслідки, тому туризм, який відбувається на основі воєнних подій і пропонує ширший спектр ресурсів, слід називати військовим туризмом.

Загальний вид туризму, пов'язаний з відвідуванням військово-історичних і військових об'єктів, вони пропонують називати військовим туризмом (військовим туризмом). Військовий (мілітарний) туризм, у свою чергу, на думку науковців, доцільно поділити на три групи: військово-історичний, військовий (військово-пригодницький) та військово-подієвий. (рис. 1.3) [8].



Рис. 1.3. Класифікація мілітарного (воєнного) туризму

На основі наведеного матеріалу, на нашу думку, найбільш розгорнуту класифікацію військового туризму дають Д. Каднічанський та Д. Каднічанська, які класифікують види військово-історичного туризму, військово-пригодницького та військових подій. З огляду на різницю в ресурсному забезпеченні, необхідному для організації та розвитку цих видів туризму, зазначимо, що військово-історичний туризм характеризується відвідуванням оборонних споруд, полів битв, пам'ятників, військових кладовищ, меморіальних місць і музеїв. Враховуючи активні військові дії, які зараз відбуваються на території України, масове знищення населених пунктів і сіл, масові поховання населення та воїнів, які захищали цю територію, створення братських могил, оборонних споруд та місць, найбільше значні битви післявоєнного періоду набувають великого значення. Мають значення для розвитку такого напрямку військового (військового) туризму, як військово-історичний туризм.

Військово-патріотичний туризм має такі фактори позитивного формування особистості:

1. Змінити погляди людини на життя;
2. Змінити повсякденне життя;
3. Дозволяє проявити індивідуальну творчість;

4. Пропонує можливість вивчати історію свого народу та краю [5].

Інтенсивний розвиток військово-патріотичного туризму, окрім пізнавального та виховного потенціалу, дозволяє залучати туристів, які намагаються відновити забуті імена та залучити конфісковані кошти на розвиток та збереження історико-рекреаційного потенціалу краю, виховання гордості за свою державу. у молодших поколіннях, спонукав їх захищати свою територіальну цілісність

Військовий туризм – дуже перспективний вид туристичного бізнесу, який необхідно розвивати та постійно диверсифікувати. Україна має для цього необхідну ресурсну базу та інфраструктуру.

1.3. Загальна характеристика військово-патріотичного потенціалу в регіоні

Суспільство протягом усього свого існування вело боротьбу за ресурси, що стало причиною численних війн, описаних і неописаних історією. З давніх-давен на всіх територіях суспільства, в тому числі і в Україні, існували численні оборонні споруди, місця битв і різні види зброї різних часів. Зважаючи на це, сьогодні вже набув популярності туризм, пов'язаний з відвідуванням таких об'єктів.

На сучасному етапі розвитку на території України ще тільки створюються ресурси, які стануть основою для розвитку військового туризму в майбутньому. Початок російсько-української війни у 2014 році (анексія АР Крим, окупація Донецької та Луганської областей та ведення там активних бойових дій) та повномасштабне вторгнення Росії на територію України лютий 24.02.2022 призвело до масштабного руйнування міст і сіл, до створення оборонних споруд, виникнення окремих ландшафтних утворень в ході активних бойових дій (вибухи, пожежі, повені тощо), залишків знищеної зброї. та масштабні поховання жертв, що викликало цікавість та бажання великої кількості будинчан вшанувати всіх

загиблих під час війни.

Проте в туризмі немає єдиного підходу до визначення військового туризму, класифікації його підвидів та визначення розподілу ресурсів, які ляжуть в основу його реалізації.

Д. Вентер у своєму дослідженні вважає військовий туризм «туризмом військової спадщини» – це подорожі, дослідження або участь у відвідуванні об'єктів військової спадщини чи військових подій, які мають більше особистого історичного значення, резонансу чи інтересу для громадян. відвідувача чи туриста мають ніж ставки. за плату [3].

М. Грасовський і К. Ноерес, досліджуючи військовий туризм, зазначають, що це відпочинок, який має військову основу. Автори виділяють дві складові цього виду туризму: перша – це все, що пов'язано з військовою технікою, і розглядається як сегмент пригодницького туризму, друга – орієнтована на історичні події та більш пов'язана з освітнім сегментом туризму [1].

А. Мельник визначає військовий туризм як вид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з військовими та бойовими діями [10, 11].

Проведений аналіз дав змогу виявити багато факторів, які позитивно чи негативно впливають на ситуацію на ринку військового туризму в Україні. Отримані дані доцільно систематизувати для визначення подальших шляхів розвитку. Для досягнення цієї мети ми використовуємо такий інструмент, як SWOT-аналіз, який визначає сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Результати систематизації представлені в таблиці 3.1.

Отже, розвиток військового туризму в нашій країні має багато сильних сторін, головна з яких – це ресурси, які можна використовувати для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку полягають у зростанні інтересу до цього виду активного туризму та його популяризації.

Таблиця 3.1

Оцінка перспектив розвитку військового туризму в Україні за допомогою SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - наявні військових об'єктів, що становлять інтерес для туристів; - наявність військової техніки та обладнання; - наявність туристичної пропозиції; - увага до військових подій в Україні світової спільноти; - зручне геополітичне розташування країни. 	<ul style="list-style-type: none"> - знищення інфраструктури російськими окупантами; - відсутність законодавства у сфері військового туризму; - висока вартість мілітарі-турів; - недосконалість реклами у сфері військового туризму; - вузький асортимент послуг
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - зростання попиту на туристичні послуги України у післявоєнний час; - розширення існуючої туристичної пропозиції; - залучення зарубіжного досвіду у вдосконаленні туру; - зростання зацікавленості у розвитку військового туризму в країні; - створення клубів з надання спеціальних послуг з мілітарі відпочинку 	<ul style="list-style-type: none"> - пасивність законодавчої політики держави та регулювання розвитку військового туризму; - нечесні підходи до ведення туристичного бізнесу, обман; - конкуренція інших держав; - збереження несприятливих норм податкової політики для ведення бізнесу в країні

Отже, розвиток військового туризму в нашій країні має багато сильних сторін, головна з яких – це ресурси, які можна використовувати для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку полягають у зростанні інтересу до цього виду активного туризму та його популяризації. З іншого боку, є слабкі сторони, зокрема недоступність об'єктів, брак фінансування та інвестицій, а також високі транспортні витрати. Небезпеками для розвитку військового туризму в Україні є: відсутність законодавчої політики, несприятливі норми податкової політики, недобросовісна бізнес-практика.

Для успішного розвитку цього виду активного туризму необхідно враховувати зарубіжний досвід. Ми пропонуємо наступні шляхи вдосконалення продукту військового туризму в Україні на основі досвіду інших країн:

1. Розробка державних програм розвитку військового туризму за участю Міністерства оборони країни, оскільки багато ресурсів для розвитку цього виду туризму знаходяться в цьому відомстві.

2. Розбудова та збереження об'єктів військового туризму. В Україні багато військової техніки та зброї радянських часів, що привертає увагу туристів з багатьох країн. Наприклад, у Польщі Осовецьку фортецю щороку відвідує понад 47 тисяч туристів. Колишні радянські бункери, які висадилися поблизу країни після 1945 року, зараз відновлюються та використовуються як туристичні об'єкти.

3. Налагодження співпраці між учасниками, задіяними у проектуванні військово-туристичного продукту, спрощення бюрократичних операцій.

4. Патріотичне виховання молоді засобами військового туризму, вдосконалення фізичної та військової підготовки.

5. Розширення пропозиції та покращення просування військових подорожей у різних напрямках.

6. Тільки в Європі діє 14 асоціацій військового туризму, штаб-квартира всесвітньої асоціації військового туризму знаходиться в Парижі. Створення асоціації військового туризму з використанням європейського досвіду для координації та сприяння розвитку цього напрямку в Україні.

7. Китай купує списані іноземні військові кораблі та створює в них музеї [17.]. Відкриття в Україні цікавих військових музеїв, особливо на списаних військових кораблях (вдалий досвід Китаю).

8. Орієнтуючись на досвід Ізраїлю, користуючись військовим туризмом, проводячи тренування в міських умовах з використанням військової техніки, проводячи навчання мистецтву рукопашного бою та надаючи можливість відчути себе офіцером спецназу з гідними житловими умовами, організувати стрибки з

парашутом, військова техніка в екстремальних умовах і із засідок.

9. Сьогодні багато туристів відвідують охоплені війною регіони, а деякі також відвідують зони бойових дій, такі як Ізраїль, Ліван, М'янма, Алжир, Колумбія та інші регіони. Під час Ліванської війни 2006 року Бейрут був переповнений туристами, які були змушені покинути місто після початку бойових дій. Багато туристів також покинули Кенію, Філіппіни та інші регіони через нестабільну ситуацію. Можна стверджувати, що продовження туризму в цих регіонах є «військовим туризмом», навіть незважаючи на відсутність доступу туристів до зон бойових дій. Військові частини, які знаходяться в різних куточках світу і іноді демонструють бойові дії, туристичні компанії пропонують тури навіть на місця справжніх військових конфліктів. В Україні також є райони ведення бойових дій та постраждалі території. Для любителів екстриму та тих, хто хоче відчувати атмосферу війни, можна надати цей вид послуг.

10. Активне використання численних фортифікаційних споруд для створення продукту військового туризму та формування попиту.

У районах активних бойових дій російсько-української війни на території України створюється велика кількість оборонних споруд, які відіграють важливу роль у збереженні життя воїнів та під час бойових дій. Варто зазначити, що кожна така оборонна споруда вже супроводжується, а в майбутньому буде ще більше історій про перебіг боїв і збереження життя жителів чи солдатів. Такі оборонні об'єкти увійшли в історію як фортеці, а у повоєнний час мали стати історичними пам'ятками, які з роками будуть нести пам'ять про силу та мужність українських захисників, які стійко боронили не лише одну фортецю, а й всю Україну.

До таких оборонних споруд належать блокпости, рови та укриття, які відігравали важливу роль в обороні населених пунктів чи стратегічних об'єктів і займають не останнє місце в історії воєн. Металургійний комбінат «Азовсталь» у Маріуполі по праву можна назвати оборонним об'єктом, де кілька місяців переховувалася та проживала значна кількість мирного населення міста, а бійці

полку «Азов» тримали оборону 82 дні, завдяки яку українська армія змогла перегрупувати, навчити більше особового складу та отримати велику кількість озброєння від країн-партнерів [16].

Ще один важливий оборонний об'єкт, про який не варто забувати, – це Донецький аеропорт, оборона якого розпочалася 26 травня 2014 року після захоплення бойовиками інфраструктури та проведення спецоперації Збройних сил України із зачистки території. Після цього бійці 242 дні тримали оборону на об'єктах ДАПу. Оборона ДАПу тривала всього на тиждень менше, ніж оборона Севастополя під час Другої світової війни і значно довше, ніж оборона Брестської фортеці [7]. 3 січня 2015 року вежа Донецького аеропорту, на якій майорів український прапор, впала, після чого з'явилося гасло: "Люди вижили - бетон не витримав".

Оборонною спорудою з тисячолітньою історією, яка брала участь і в російсько-українській війні, є змієві вали біля Білогородки (Київська область, Бучанський район), які не змогла здолати російська ворожа армія. Змієві стіни в українсько-російській війні називають давньоруськими системами захисту від Орди з гарантією 2000 років [14].

При організації військово-історичного туризму бійні займають не останнє місце, особливо якщо йдеться про місця найкривавіших боїв, де відбувалися певні історичні переломи. Проте, враховуючи довоєнний розвиток військово-історичного туризму, таким місцям не відводилося особливого місця, і максимум, що там можна було побачити, це захований у кущах пам'ятний знак. Проте поїздки в такі місця мають особливе значення для відтворення звитяги та відваги захисників України. Тому важливо будувати пам'ятники та музеї в таких місцях, де більш детально висвітлено історичні події та битви, що відбувалися на цій території.

У ході російсько-української війни з 2014 року особливе місце посідають бої за Дебальцеве, Донецький аеропорт, Іловайськ (Іловайська кишень), Маріуполь,

Слов'янськ, Краматорськ та інші. У 2022 році, під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України, географія таких боїв розширилася, і сьогодні такі бої можна виділити в Київській, Чернігівській, Харківській, Донецькій, Луганській, Миколаївській, Херсонській та Запорізькій областях. та ін., з цього переліку варто виділити бої під Северодонецьком та Маріуполем. Важливим місцем тут є Чорнобаївка, яка ще до російсько-української війни овіяна легендами та переказами про подвиги українського війська (козаків), а сьогодні є об'єктом подвигів, де українські війська в свою чергу били окупаційну армію с. військ і боєприпасів.

Звичайно, кожна війна, а відтак і місця важливих битв завжди супроводжуються жертвами, тому пам'ятники, братські могили, поховання та меморіали створюються знову і знову. Такі об'єкти надзвичайно важливі, оскільки мають історичне значення для збереження та вшанування пам'яті загиблих і жертв, а також подій, які тут відбувалися загалом.

Меморіали також є важливими об'єктами пам'яті жертв цивільного населення, завданням яких є показати жахливі наслідки війни та масових протиправних вбивств. Майбутнє встановлення таких меморіалів у Бучі, Ірпені, Бородянці, Гостомелі, Охтирці, Ізюмі, Маріуполі та інших місцях має показати всьому світові всю жорстокість війни, незважаючи на цивілізований світ і прогресивний розвиток, і попередити про подальше. наслідки розвитку авторитарного режиму в країнах світу. Слід враховувати, що значна частина населених пунктів все ще окупована, тому повна ситуація щодо постраждалого населення невідома, що свідчить про те, що таких населених пунктів і кількість жертв може бути значно більшою.

Дніпро – провідний діловий, промисловий, науковий і культурний центр південно-східної України, який після початку війни перетворився на форпост, гуманітарний центр і медичний центр. Нескорене місто вже 8 років тримає оборону на східному кордоні нашої країни.

З 2014 року мешканці Дніпропетровщини точно знають, що таке війна. Тоді в області вперше постало питання забезпечення збройних сил зброєю та засобами захисту, з'явилися волонтерські центри, прибули перші переселенці з Донецької та Луганської областей.

Проте з початком широкомасштабного вторгнення ніхто не розумів, чи буде Дніпро зайнятий, оскільки місто, як і багато інших українських міст, входило в плани російської армії. Проте завдяки Харкову, Бахмуту, Миколаєву, Кривому Розу Дніпро залишився відносно безпечним і став притулком для багатьох українців.

За офіційними даними, з початку масштабного вторгнення Дніпропетровська область прийняла понад 320 тис. біженців з інших регіонів України [9].

У зону ураження артилерійських систем та РСЗВ противника місто не потрапляє. Однак іноді ракети досягають своїх цілей. У Дніпропетровській області з 24 лютого сигнал «повітряна тривога» оголошувався 953 рази, середня тривалість небезпеки становить 44 хвилини, а загальна – майже 30 діб [9].

За 8-місячну війну місто кілька разів сильно постраждало від обстрілів. У квітні нафтобаза була зруйнована. У липні вони стріляли на заводі, де прогрімилі жителі міста, убивши трьох і поранивши ще 15. Вересень був жахливим: на початку місяця був зруйнований місцевий ринок, 29 вересня ворожий снаряд влучив у житловий квартал, убивши сім'ю – маму, бабусю та двох дітей. Її будинок був повністю зруйнований і майже 60 інших будинків були пошкоджені. Наступної ночі ворог знищив дніпровський транспорт, згоріло 100 автобусів. Коли 10 жовтня росіяни випустили 86 ракет над Україною, потрапив і Дніпро. Поруч із міським автобусом із людьми впала ворожа ракета. На щастя, обійшлося без травм.

Дніпро незламний. Місто працює на перемогу в оточенні трьох фронтів. Роботу координує велика волонтерська команда. Більшу частину часу він приділяє

підтримці армії. Наразі триває активна підготовка до зими – теплі речі, спальні мішки, обігрівачі. Все це дуже скоро знадобиться нашим військовим.

Лікарні області першими приймають поранених учасників бойових дій. У Дніпрі героям надають необхідну допомогу – їхній стан стабілізують та перевозять для подальшого лікування в інші міста України чи за кордон.

Відкрито багато центрів для переселенців. Люди отримують житло, харчування, засоби гігієни, одяг, психологічну та юридичну підтримку.

Зараз у Дніпрі активно перейменовують вулиці, місцева влада вирішила повністю прибрати з вулиць назви міст, які хоч якось пов'язані з Росією.

Зауважимо, що російсько-українські військові меморіали мають створюватися й надалі (деякі створені з 2014 року) і існувати не лише в місцях активних бойових дій, а й по всій Україні, оскільки абсолютно всі українці роблять свій внесок у Перемогу, а серед загиблих є воїни та мешканців усіх регіонів України.

Метою військово-історичного туризму у післявоєнний період має стати вшанування пам'яті всіх загиблих та показати українцям і всьому світу наслідки та жорстокість російсько-української війни, яка триває з 2014 року. Крім того, зважаючи на історичну пам'ять про воєнні події, необхідно здійснювати патріотичне виховання як молоді, так і дорослого покоління з метою формування особистості, пов'язаної з громадянською відповідальністю, національною самосвідомістю, високими духовними цінностями, сімейно-патріотичним почуттям.

Освітній процес має здійснюватися через відвідування таких місць, інформаційно-просвітницькі години, зустрічі з учасниками бойових дій, залучення молоді та дорослих до співпраці з музеями. Адже створити пам'ять про воєнні події та виховати соціально відповідальне та патріотичне майбутнє покоління – завдання всього українського народу та кожного жителя окремої території.

Для того, щоб стимулювати розвиток даного виду туризму в післявоєнний період, необхідно виділити напрями діяльності, сприятливі цьому процесу:

- Державна підтримка розвитку військово-історичного туризму;
- Залучення іноземних інвесторів; - впровадження Інтернет-технологій для поширення інформації про нові об'єкти військово-історичного меморіального туризму, що сприятиме більшій обізнаності туристів;
- створення максимального «співвідношення ціни та якості» на ринку туристичних послуг, що відіграватиме важливу роль у розвитку військово-історичного туризму;
- створення пам'ятних маршрутів, які включатимуть низку об'єктів військово-історичного туризму.

Враховуючи розвиток військово-історичного туризму, ресурсною базою якого стали попередні військові дії в Україні, та появу та створення нових об'єктів після російсько-української війни, яка триває з 2014 року, цей вид на території України має активно розвиватися туризм. А зростання інтересу населення інших країн до військових подій, які сьогодні відбуваються в Україні, свідчить про тенденцію до збільшення туристів в Україну після закінчення війни та створення безпечних умов для перебування в країні іноземних туристів. Розвиток цього виду туризму має привернути увагу світової спільноти до подій та їх масштабів в Україні.

Можна зробити висновок, що військовий туризм розвивається в різних країнах світу, користується попитом серед туристів, а також має великі перспективи розвитку. Закордонний досвід показує, що військовий туризм приносить прибуток. При цьому повертаються не лише витрачені кошти, а й формується усвідомлення історичної цінності та безцінної спадщини, що має виховний характер.

Проблемою для України залишається відсутність організації, яка б контролювала якість послуг та безпеку у сфері військового туризму. Для цього необхідно розробити та впровадити галузеві стандарти надання послуг у військовому туризмі. Впровадження відповідних стандартів сприяють більш

інтенсивному розвитку туристичної галузі в цілому та її складової – військового туризму. Що стосується розвитку останнього, то це особливо важливо, оскільки необхідно розвивати принципи безпеки та якості обслуговування.



РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Розробка програми військово-патріотичного туру в Дніпропетровській області

Відновлення життєздатності туристичної галузі має починатися з регіонів, які найменш постраждали від війни. Це дасть змогу сформувати первинну базу для залучення туристів. Інвестиційний потік має бути із заходу на південь. Від Ужгорода та Львова до Одеси і далі після відновлення всієї необхідної інфраструктури. Але такі дії залежать насамперед від закінчення війни.

Коли йдеться про відродження туризму у звільнених містах, до цього питання слід підходити обережно. Усі проекти, пов'язані з цими місцями, перш за все, мають стати частиною пам'ятного туризму України. До цього питання мають бути залучені відповідні національні інституції, такі як Інститут національної пам'яті та Державне агентство розвитку туризму. Розмішувати атракціони на таких доріжках неетично і непрактично, оскільки всі доріжки повинні будуватися з урахуванням того, що вони є місцем трагедії. Проте поточні події ще не є вирішальною умовою для розвитку туризму. Факт залишається фактом: в Україні є велика кількість закладів відпочинку та супутніх послуг. Власне, це перше, на що звертає увагу звичайний лісоруб. Наприкінці війни туристичний арсенал, що залишився, слід оновити, а зруйновані природою місця відбудувати [6]. Для України, яка має значний туристичний потенціал, одним із пріоритетів має бути такий напрямок розвитку туризму, який забезпечить збалансований розвиток території у гармонії з природою та збереження природних ресурсів. Зокрема, це дозволяє [7]:

- 1) збільшення кількості туристів, особливо іноземців, які подорожують в межах України;
- 2) зростання ВВП, зокрема збільшення частки туризму в структурі ВВП;

- 3) збільшення обсягів наданих туристичних послуг та створення нових робочих місць у туристичній та суміжних сферах;
- 4) створення сприятливих умов для розвитку інфраструктури туризму поблизу туристичних місць;
- 5) підвищення доходів населення на всіх рівнях за рахунок туристичної діяльності, підвищення ефективності управління місцевим туризмом;
- 6) створення умов для розвитку МСП галузі, привабливості туристичних інновацій та розвитку ділового туризму;
- 7) підвищення обізнаності потенційних туристів про місцеві туристичні принади;
- 8) створення умов для надання туристичних послуг особам з інвалідністю, особливо особам із вадами зору, слуху, руху та іншим маломобільним демографічним групам;
- 9) Забезпечення виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у сфері туризму.

Можливими напрямками відновлення післявоєнної індустрії туризму в Україні також мають бути [8]: розвиток ділового, пізнавального, спортивного, медичного, екологічного та військового туризму; Створення та реалізація (національних та міжнародних) програм просування туризму; Забезпечення тісної співпраці між країнами для взаємної підтримки туристичної діяльності; Підвищення інтересу іноземних туристів до повоєнних пам'ятних маршрутів та знакових місць; Вивчення нових методів впровадження туристичних послуг тощо.

Питання про наслідки війни для туризму охоплює широкий спектр. Розташування, політична стратегія, історичні обставини, транспортне сполучення та економічна життєздатність відіграли важливу роль у розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Приклади інших країн та накопичений досвід успішної післявоєнної відбудови туристичної галузі мають стати основою для розробки власних планів України щодо існування та розвитку туризму в країні. Під час

тривалої війни Україні варто звернути особливу увагу на досвід Хорватії, Сербії та Ізраїлю у відновленні туризму [9].

Пропонуємо розробити туристичну пропозицію військово-патріотичного туризму України, розробивши новий військовий тур «Дніпро – незламний!». Згідно наказу Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій до переліку громад, які постраждали від воєнних дій відносять: Великомихайлівську, Маломихайлівську, Покровську та Межівську громади.

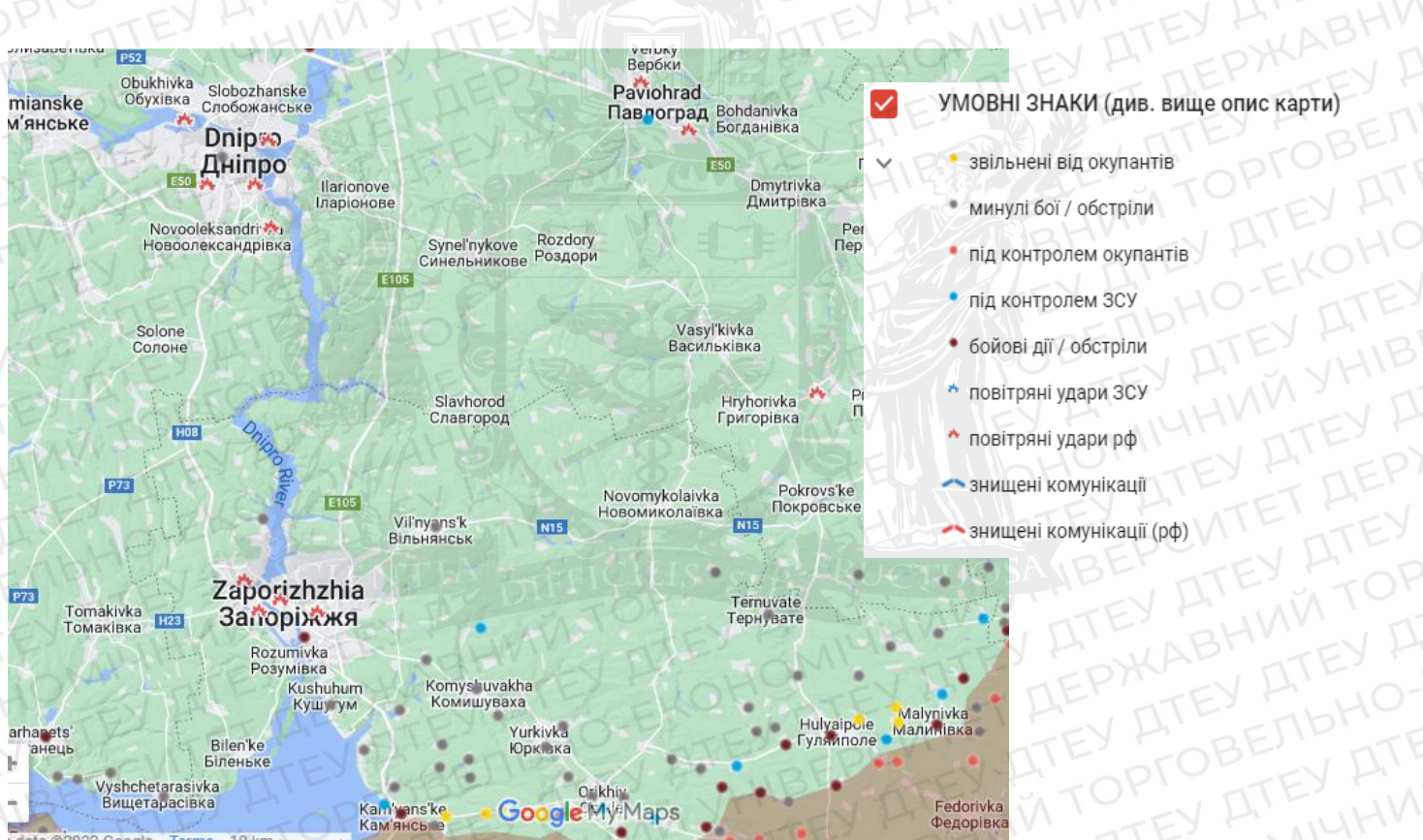


Рис. 3.1. Хронологія військових дій у Дніпропетровській області

Наприкінці квітня 2022 року дві громади Дніпропетровщини вже увійшли до переліку – це Зеленодольська і Широківська громади.

З початку повномасштабного вторгнення найбільше постраждало місто і область від масованих повітряних ракетних атак з боку росії. Задля висвітлення реальних військових злочинів росії проти України пропонуємо розробити

маршрут по наймасштабніших та трагічних місць Дніра та області.

Програмою туру передбачено:

1 день – Виїзд з Києва 08.00. Екскурсія до музею ракетних військ. Стрільнича на полігоні біля Києва. Обід у польових умовах, який включає страви з меню солдатів. Проїзд до міста Буча. вул. Яблунська, на якій росіяни вбили щонайменше 7 людей на початку війни. Переїзд до м. Кременчук, відвідання залишків ТЦ «Амстор», в який росіяни поцілили протикорабельною ракетою Х-22, загинуло щонайменше 22 людини. Вечера, розміщення у готелі.

2 день – Сніданок в готелі. Виїзд до міста Дніпро через Новомосковськ, де окупанти завдали ракетного удару по критичній інфраструктурі. Екскурсія на полігон Національної гвардії, де 27.05 росіяни влучили ракетою типу Іскандер. Далі зупинка на набережній Перемоги, де 14.01.23, близько 15:40 - російська важка ракета Х-22 (створена в часи Хрущова і призначена для боротьби з авіаносцями), запущена російським бомбардувальником з Курської області рф, зруйнувала цілий під'їзд багатоповерхового будинку (№118), вбивши й покалічивши десятки цивільних. Обід у придорожньому кафе, або на полігоні. Наступним об'єктом, який свідчить про військові злочини є аеропорт у Дніпрі, який знищений вщент та вся інфраструктура яка була поряд. Вечера, розміщення в готелі.

3 день – Сніданок, виїзд у Новомосковськ. Відвідування нафтобази, яку окупанти обстріляли щонайменше 3 рази. Далі зупинка на залізничній станції «Орлівщина». Приїзд у Павлоград де орки обстріляли критичну інфраструктуру, спроба припинити залізничне сполучення з південним крилом ООС. Приготування вечері в польових умовах та ночівля в «копанках» та військових «бліндажах».

4 день - Екскурсія на завод «Мотор Січ», який постраждав від ракетних ударів орків 25.05.2022 року, та виготовляв мотори для розвідувальних БПЛА України та інших військових цілей. Довге перебування на території Запоріжжя досить небезпечно. Виїзд додому.

Розроблений військово-патріотичний тур розроблений станом на 2023 рік, в час ведення активних бойових дій з боку росії. Перебування в області та Запоріжжі є досить ризикованим, тому що окупант веде обстріл з наземних пускових установок, найчастіше, не потрапляючи по цілях, або атакуючи хаотично по мирним жителям, містам, селам, залізничним вокзалам, житловим будинкам тощо. Тому даний тур розрахований на, переважно, іноземних журналістів задля висвітлення на міжнародному та регіональному рівні реальної картини війни в нашій країні.

2.2. Маркетингові заходи щодо просування розробленого туру на міжнародному ринку

Слід зазначити, що для реалізації конкурентоспроможності туристичного продукту необхідно взяти за основу поширену в теорії та практиці міжнародного бізнесу концепцію визначення корпоративного іміджу, спрямовану на створення системи цінностей для чотирьох осіб. соціальні групи: власники компанії, споживачі продукції, постачальники та співробітники компанії. У цьому випадку власники компанії зацікавлені в постійному зростанні доходів і збільшенні свого майна. Визначаючи конкурентоспроможність товару, можна стверджувати, що виробнику вкрай необхідно знати вимоги потенційних покупців і відгуки споживачів. Отже, формування конкурентоспроможності починається з визначення суттєвих споживчих характеристик, за допомогою яких оцінюється основна збутова можливість товару на відповідному ринку, де покупці будуть постійно порівнювати його характеристики з товарами конкурентів за ступінь задоволення конкретних потреб і ціни реалізації [21].

Успішна діяльність компанії залежить не тільки від виробленого туристичного продукту, а й від його подальшої реалізації на туристичному ринку. Недостатньо створити якісний продукт, він повинен знайти свого споживача. Зустріч туристичного продукту з потенційним споживачем є найважливішою

умовою його реалізації, тому багато виробників пропонують свою продукцію на ринку, формуючи власні канали збуту, які по суті є складними системами підтримки. Канал розподілу можна розглядати як шлях, по якому продукт потрапляє від виробника до споживача, який, у свою чергу, вибирає найбільш цікавий і доступний для нього туристичний продукт. Споживач прагне максимізувати цінність на основі прийнятності витрат на пошук бажаного туристичного продукту, рівня знань про туристичний продукт, можливості подорожувати та рівня доходу. А також формує певне уявлення і порівнює фактичну вартість, яку вони отримують, з очікуваною, і цей результат впливає на рівень їхнього задоволення та поведінку при купівлі туристичного продукту [25].

Слід зазначити, що рівень задоволеності споживачів залежить від зробленої покупки за умови, що вона відповідає їхнім очікуванням. Споживачі можуть відчувати різний рівень задоволення. Очікування покупців формуються на основі вражень від попередніх покупок, думок друзів, а також маркетингової інформації, інформації про туристичні продукти та обіцянок конкурентів. Маркетинг вітчизняного турпродукту на міжнародному туристичному ринку відбувається в такому порядку (див. рис. 3.2).

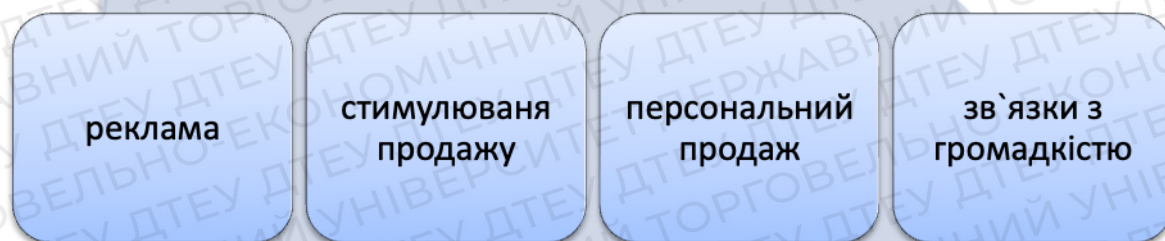


Рис. 3.2. Просування військово-патріотичного туризму на світовий ринок

Реклама в сфері туризму є дуже актуальною і відіграє важливу роль, оскільки надає мандрівнику інформацію про туристичні послуги та спонукає туриста до подорожі. Стимулювання продажу туристичного продукту спонукає до впровадження різноманітних видів знижок:

- знижки при бронюванні турів у встановлені терміни;
- сезонний розпродаж;
- знижки для окремих категорій споживачів (діти, сімейні пари, молодята та ін.);
- бонусні знижки для постійних клієнтів;
- групові знижки тощо [28].

Персональний продаж представляє собою всі презентації туристичних продуктів і потребує значних коштів. А реклама спрямована на створення позитивного іміджу туристичної фірми шляхом налагодження добрих відносин з різними державними та громадськими структурами. Перед продажем туристичного продукту замовник повинен ознайомитись із системою продажу та підготувати певні технологічні документи, а саме: технологічні карти туристичної подорожі; Листок туристичної путівки, що видається споживачеві; Рекламно-інформаційні матеріали з описом маршруту походу; Проекти розміщення та обладнання місць розміщення туристів під час подорожі; Оглянути територію та маршрут туристичної подорожі тощо. Крім того, при реалізації туристичного продукту необхідно враховувати, що на його просування на туристичному ринку впливають негативні зовнішні фактори, а саме:

1. політична та економічна ситуація в країні та світі;
2. рівень конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках;
3. міжнародне становище країни та ступінь глобалізації;
4. екологічні умови розвитку туризму;
5. інфраструктура туристичного сервісу (віддаленість від аеропортів, автострад, наявність кемпінгів, мотелів, готелів тощо).

Необхідно підкреслити, що система структурування збуту туристичного продукту в Україні та за кордоном здійснюється безпосередньо у відповідь на такі пропозиції (див. рис. 3.3):

- прийом туриста та зв'язок з ним;
- виявлення вподобань вибору туристичного продукту;
- пропозиція різноманітних турів;
- документальне оформлення взаємовідносин і розрахунків із замовником;
- інформаційне обслуговування покупця (туриста) [23].



Рис. 3.3 Система формування продажу туристичного продукту на ринку туристичних послуг

Проте слід зазначити, що при виборі та купівлі туристичного продукту клієнт може мати низку причин для відмови від поїздки, а саме: вартість туристичного продукту, дефіцит часу, обмеження за станом здоров'я, сімейний життєвий цикл, відсутність інтерес і страх і безпека власного життя.

Якщо у споживача (туриста) виникають сумніви, він повинен навести

додаткові аргументи. Сумніви можуть говорити про те, що, по-перше, він зацікавлений, але не хоче виглядати легкою здобиччю. В цьому випадку краще дати йому розслабитися і поговорити. По-друге, він може бути зацікавлений, але не впевнений, чи підходить те, що йому пропонують. У цьому випадку продовжуйте презентацію туристичного продукту та поясніть переваги пропозиції більш детально [25].

При створенні комплексного туристичного продукту необхідно чітко розуміти, що насправді купує іноземний турист, оскільки він платить не тільки за проживання, харчування та інші послуги в місці перебування, а й за нові відчуття і знайомства з незвіданими куточками країни. Тому комплексний турпродукт слід починати з вивчення споживчих якостей і характеристик з метою виявлення його найбільш привабливих сторін для іноземних туристів. У зарубіжному туризмі туристичним продуктом вважається пакет послуг, що задовольняють споживчі потреби іноземних туристів під час їх поїздок за кордон і оплачуються ними (комплекс готельних, транспортних, екскурсійних, перекладацьких, різноманітних побутових і комунальних, лікувальних, посередницьких та інших послуг) [3].

2.3. Економічне обґрунтування розробленого туру

Ціноутворення в сфері туризму є складним завданням через різноманітність продукції, інтенсивну конкуренцію та складність чіткої оцінки майбутнього попиту.

Цінова політика в туризмі визначається різними факторами, тому перелік використовуваних методів дуже великий. Проте зупинимося на методах, які найчастіше використовуються не лише у вітчизняній практиці, а й на міжнародному рівні.

Витрати - плюс. Це метод ціноутворення, суть якого полягає в додаванні певного відсотка до собівартості з метою отримання прибутку після покриття витрат на виготовлення товару та його представлення на ринку. Цей метод

відносно простий, але має недоліки, особливо в готельному господарстві, через високі постійні витрати. Цей метод не враховує попит або ціни, які пропонують конкуренти на ринку.

врожайність. Цей метод пов'язаний з фінансовим аналізом і визначає, скільки туристична компанія зробить, щоб повернути зроблені інвестиції. На відміну від попереднього методу, який ґрунтувався на операційних витратах, цей метод ґрунтується на розмірі прибутку, який створює інвестований капітал. Водночас, однак, він не враховує деякі фактори, що впливають на ціноутворення, наприклад, обсяг продажів.

Зворотне ціноутворення. Метод, заснований на ринковій ціні товару і прогнозованому прибутку. За допомогою цього методу компанії намагаються отримати прибуток за рахунок скорочення вартісних складових продукту, регулюючи при цьому якість і різноманітність послуг. Однак, щоб не втратити клієнтів, компанії зазвичай проводять ретельні дослідження потреб туристів, враховуючи конкуренцію на ринку.

Дискримінаційне ціноутворення. Також відомий як гнучке ціноутворення, цей метод враховує ринковий попит, пропонує зміни ціни залежно від часу, місця, типу товару чи обсягу продажу. Туристичні компанії практикують сегментацію ринку та пропонують різні ціни для різних сегментів залежно від їхнього бажання та спроможності платити цю ціну. Наприклад, студентам і пенсіонерам пропонуються знижки на проживання або транспорт.

"Проникнення на ринок". Цей метод заснований на встановленні низького рівня цін для залучення більшої кількості клієнтів. Низька ціна в даному випадку є своєрідною платою за запуск послуги. Така стратегія використовується новими компаніями або компаніями, які намагаються захопити більшу частку ринку. Зі зростанням обсягів продажів і зміцненням компанії на ринку ціна поступово зростає до середньогалузевого рівня, але це не призводить до зниження попиту.

Розраховуємо вартість розробленого військово-патріотичного туру «Дніпро

– незламний!».

В таблиці 2.1 представлена вартість мешкання по маршруту туру.

Таблиця 2.1

Вартість мешкання по туру

Місто	Найменування розміщення	Вартість за одну особу, грн
Кременчук	Кремінь	2 000
Дніпро	Grand hotel Ukraine	2 542
Новомосковськ	Польові умови (військові)	1 200
Разом		5 742

У варіантах розміщення у м.Кременчук та м. Дніпро сніданок включений в рахунок проживання в готелі. У варіанті розміщення в реальних військових умовах в м.Новомосковськ вартість сніданку не закладено, у вартість розміщення входить оренда спальних мішків, одягу з елементами пікселю, польовий обід, вечеря та сніданок.

По даному маршруту тільки сніданок входять у вартість мешкання, тому інші види харчування оплачуються додатково. Усі розрахунки вартості харчування зведені в таблицю 2.2.

Таблиця 2.2

Розрахунок вартості харчування по маршруту

Харчування	Підприємство харчування	Вартість, грн
Обід	«Пузата хата»	260
Вечеря	«Vivo Olive»	320
Обід	Мануфактура ресторан	420
Вечеря	Sense Cafe	380
Разом		1 380

Проведемо розрахунки витрат на проїзд таблиця 2.3:

- Переїзд з Києва до Бучі та передмістя Києва;
- Переїзд з Києва до Кременчука;

- Переїзд з Кременчука до Дніпра;
- Переїзд з Дніпра до Новомосковська;
- Виїзд до Києва.

Таблиця 2.3

Розрахунки витрат на транспортні послуги

Маршрут	Вартість, грн	Вид транспорту
Київ-Буча-Кременчук	800	Оренда автомобільного транспорту
Кременчук-Дніпро	800	Оренда автомобільного транспорту
Пересування по м. Дніпро	500	Оренда автомобільного транспорту
Дніпро-Новомосковськ	500	Оренда автомобільного транспорту
Пересування по Дніпровській області	2 100	Оренда автомобіля з високою прохідністю
Трансфер до Києва	2 000	Оренда автомобільного транспорту
Разом	6 700	

Всі види витрат по маршруту зведені в таблицю 2.4.

Таблиця 2.4

Розрахунок собівартості туру на одного туриста

№	Стаття витрат	Сума, грн
1	Харчування	1 380
2	Розміщення	5 742
3	Транспортні послуги	6 700
4	Страховання	110
5	Витрати на керівника групи	928,8
6	Витрати на психолога	500
	Разом	15 360,8

Визначаємо витрати на керівника групи у формулі

(3.1)

$$\text{Витрати на керівника} = \frac{\text{суми витрати на одного туриста (P+X+T+E+C)}}{\text{кількість туристів у групі}}$$

де Р – проживання; Х – харчування; Т – транспортні послуги; Е – екскурсійне обслуговування та розважальні заходи; С – страхування.

Витрати на керівника = $13\,932/15 = 928,8$ грн.

Де, 15 чол. - к-ть туристів у турі.

Отже, собівартість туру, на одного туриста складає – 15 360,8 грн.

Визначаємо винагороду туроператора. Відсоток винагороди, що складається в ціну пакету туру на покриття інших витрат, відрахування до фондів на заробітну плату і чистий прибуток, коливається в межах від 15 до 30 %.

У нашому випадку винагорода складає 20% від собівартості туру - 3 072,16 грн.

Визначаємо ПДВ. Суми податку на додану вартість (ПДВ), сплачені туристичним оператором у складі витрат на придбання товарів (послуг) для формування туристичного продукту включаються у витрати і не враховуються про визначенні бази обкладання ПДВ, тобто не включається у базу оподаткування. Ставка ПДВ – 20%. Винагорода (база обкладання ПДВ) визначена у сумі 4 053 грн, тому податкові зобов'язання по ПДВ розраховується за формулою: (3.2)

$$\text{ПДВ} = 20/100\% * \text{винагорода}$$

ПДВ = 614,43 грн.

Розраховуємо ціну розробленого туру за формулою: (3.3)

$$\text{Вартість туру} = \text{собівартість} + \text{винагорода} + \text{ПДВ}$$

Вартість туру = 19 047, 39 грн.

Отже, загальна вартість туру для одного туриста становить 19 047,39 грн.

Враховуючи реалії сьогодення, військовий туризм в Україні в місті Дніпрі та Дніпропетровській і Запорізькій областях є новим видом і напрямком туризму, особливо для іноземних туристів. Розроблений нами туристичний маршрут наразі є актуальним для іноземних журналістів та активістів, оскільки враховуючи продовження активних бойових дій по всій території країни, загрозу артилерійських та ракетних обстрілів неможливо забезпечити безпеку великого

поток туристів.

На жаль, з огляду на аналіз військового потенціалу Дніпровського регіону, він сьогодні є дуже актуальним. У майбутньому цей маршрут можна вдосконалювати та доповнювати, враховуючи розважальні заходи та відвідування культурних місць для широкого туристичного потоку іноземних туристів, висвітлюючи сьогоднішні реалії російської агресії на території нашої країни. Мета цього туру – розкрити весь шалений потенціал народу України, його єдність, мужність та героїзм на тлі опору ворогу.



ВИСНОВКИ

Термін «внутрішній туризм» можна визначити як туризм у межах «своєї» держави, тобто без виїзду за кордон. У сучасному світі туризм сам по собі сприймається як основна форма дозвілля, оскільки він перетворився на потужну самостійну галузь, яка задовольняє потреби дозвілля. Зараз існують різноманітні програми військових полігонів та аеродромів, польоти на літаках, стрибки з парашутом, бойові стрільби та катання на бронетехніці, що можна віднести до екстремального військового туризму, який має певний контингент туристів, у тому числі іноземних. Пріоритетним об'єктом розвитку туризму є війна та її наслідки, тому туризм, який базується на воєнних подіях і пропонує більш широкий спектр ресурсів, слід називати військовим туризмом. Військово-історичний туризм характеризується відвідуванням укріплень, місць битв, пам'ятників, військових кладовищ, меморіалів і музеїв. Враховуючи активні військові дії, які зараз відбуваються на території України, масове знищення населених пунктів і сіл, масові поховання населення та воїнів, які захищали цю територію, створення братських могил, оборонних споруд та місць, найбільше значні битви післявоєнного періоду набувають великого значення. Мають значення для розвитку такого напрямку військового туризму, як військово-історичний туризм.

Отже, розвиток військового туризму в нашій країні має багато сильних сторін, головна з яких – це ресурси, які можна використовувати для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Небезпеками для розвитку військового туризму в Україні є: відсутність законодавчої політики, несприятливі норми податкової політики, недобросовісна бізнес-практика. Створення асоціації військового туризму з використанням європейського досвіду для координації та сприяння розвитку цього напрямку в Україні.

Ми розробили маршрут військового туру по Дніпропетровській області, який стартує в місті Києві. Маршрут висвітлює значні події воєнних злочинів на

території України вздовж маршруту від початку тотального вторгнення. Вартість туру для туриста 19 047,39 грн.

Метою військово-історичного туризму у післявоєнний період має стати вшанування пам'яті всіх загиблих та показати українцям і всьому світу наслідки та жорстокості російсько-української війни, яка триває з 2014 року. Враховуючи розвиток військово-історичного туризму, ресурсною базою якого були попередні військові дії в Україні, та появу і створення нових об'єктів після російсько-української війни, цей вид туризму має активно розвиватися на території с. Україна. А зростання інтересу населення інших країн до військових подій, які сьогодні відбуваються в Україні, свідчить про тенденцію до збільшення туристів в Україну після закінчення війни та створення безпечних умов для перебування в країні іноземних туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артюх К. Вплив російсько-української війни на туристичну галузь в Україні та світі: що нас чекає в майбутньому. URL: <https://delo.ua/opinions/vpliv-rosiisko-ukrayinskoji-viini-na-turisticnu-galuz-v-ukrayini-ta-sviti-shho-nas-cekaje-v-maibutnyomu-405634>.
2. Аріон О. В. Організація транспортного обслуговування туристів : навч. посібник. К. : Альтерпрес, 2008. 192 с.
3. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. №77. С. 56–64.
4. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18 (2). С. 206–217.
5. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України – URL: <http://tourlib.net/>
6. Внутрішній туризм в Україні – URL: <https://msb.aval.ua/>
7. Військовий туризм – тематичний відпочинок для чоловіків. – URL: <http://mustang.lviv.ua/archives/861>
8. В'їзд та виїзд туристичних потоків. Державна служба статистики України. URL: <http://www.dneprstat.gov.ua/statinfo/tur/include/tur1.pdf>
9. Голиборода І. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині / І. Голиборода // *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. - 2012. - Вип. 29(2). - С. 45-50.
10. Головащенко О.В. Туризм як соціальне явище і його розвиток в Україні / О.В. Головащенко // *Нова парадигма : альманах наук. пр. – Запоріжжя : Вид-во ЗДУ*, 2022. – Вип. 17. – С. 6–10.
11. Гусейнов І. А. Економічна інтеграція країни у світове господарство: формування національних конкурентних переваг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 22. С. 76–81.

12. Давиденко І.В. Туристичні кластери як напрям регулювання туристичного бізнесу. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 28 (1). С. 68–72.
13. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. К. : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
14. Зейд А. Кассуха Постконфліктні туристичні ландшафти: між спадщиною конфлікту та гібридизацією туристичної діяльності. *Open edition journals*. 2019. URL: <https://doi.org/10.4000/viatourism.3984>.
15. ІА «Вчасно». URL: <https://vchasnoua.com/donbass/68312-vony-vystoialyne-vystoiav-beton-sohodni-v-ukraini-den-pamiati-zakhysnykiv-donetskoho-aeroportu>.
16. Інвестуй в Україну: як українці можуть купити військові облігації і допомогти ЗСУ. URL: <https://mind.ua/openmind/20238787-investuj-v-ukrayinu-yak-ukrayinci-mozhut-kupiti-vijskovobligaciyi-i-dopomogti-zsu>
17. Каднічанський Д., Каднічанська Н. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. (Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. С. 132-138.
18. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.
19. Козловський Р. Туристичний «штопор» / Р. Козловський // Ст. журн. «Український туризм», 2015. № 2. С. 18-22.
20. Кушнар'єв В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрям екстремального та пізнавально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. No1. С. 107–118.
21. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : навч. посіб. К. : Знання, 2008. 661 с.
22. Мельник А. Нестандартні види туризму. Особливості

функціонування військового туризму. *Краєзнавство, географія, туризм*. 2012. No 16. С. 3–5.

23. Мельник А. Нестандартні види туризму: особливості функціонування військового туризму. Київський збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. No 33. С. 350–353.

24. Моца А., Шевчук С., Серeda Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. No41. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560>

25. Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.6. С. 255–262.

26. Поліщук О.В. Теоретичні засади функціонування військового туризму. *Розвиток туризму в Україні: проблеми і перспективи. Збірник наукових статей. Київ : Знання, 2018.*

27. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2022. No46. С. 11–15.

28. Розвиток військового туризму в світі. – URL: <http://readbookz.com/book/172/5413.html>.

29. Сардак С. Є., Таран С. В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. *Економіка і суспільство*. 2018. No 18. С. 27-34.

30. Смирнов І. Г. Регіональний аналіз ресурсної бази для розвитку військового туризму у США. Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів та управління в Україні та світі: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 14 листопада 2017 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2017. С. 135-138.

31. Смирнов Є.В., Смирнова О.П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. *Економіка та держава*. 2016. №8. С.28-34.

32. Скалій О. В. Основи туризму. Навч. посібник. Т. : ТДПУ, 2003. 102 с.
33. Скляр Г.П. Особистість та етика туризму: постнекласичні цінності економічної науки / Г.П. Скляр // *Людина, яка подорожує: постнекласична парадигма наукових досліджень туризму : матер. методол. міждисц. Інтернет-семінару* (17 квітня 2018 р., м. Полтава) / за ред. Г.П. Скляра. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – С. 15–23.
34. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
35. Степаненко Н.О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»*. 2017. №10. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3107
36. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23.
37. Полковниченко С.О. Сучасний стан туристичного співробітництва України з Європейським Союзом. *Науковий вісник Полісся*. 2015. №3. С.78-84.
38. Тисяча років гарантії. Як Змієві вали захищали нашу землю за часів Русі і сьогодні. URL: https://lb.ua/society/2022/04/05/512325_tisyacha_rokiv_garantii_yak_zmiievi_vali.html
39. Титова Е.А. Військовий туризм як новий напрям на туристському ринку // *Туризм і культурну спадщину. Міжвузівський збірник наукових праць*. – К., 2013. – С. 94-101.
40. Туристичний барометр України. Київ. 2022. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2022.pdf>
41. Українаінформ: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/tag-azovstal>.
42. Устименко Л.М., Афанасьєв І.Ю. Історія туризму : навчальний посібник. Київ, 2017. 372 с.

43. Шамара І. М., Савченко М. Г. Вплив політичної нестабільності на розвиток туризму в країнах Близького Сходу. *Вісник ХНТ імені В. Н. Каразіна. Харків*. 2019. Вип. 10. С. 219-226.

44. Шан дор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ: Знання, 2013.

45. Шикіна О.В. Індекс туристичної конкурентоспроможності як показник туристичного потенціалу України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. Т. 2. С. 275–279.

46. References1.Hrusovsky, M., and K.Noeres. “Military tourism.” *The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*, 2011, pp. 87–94.

47. Metreveli, M., and D.J. Timothy. “Effects of the August 2008 War in Georgia on Tourism and its Resource.” *Tourism, progress and peace*, 2010, pp. 134–148.

48. Venter, D. “Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context.” *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, no. 6 (1), 2017.

49. Webster, C., and S. Ivanov. “Tourism as a force for political stability.” *International Handbook on Tourism and Peace*. Drava Verlag, Klagenfurt, 2014, pp. 167-180.

50. With Ukraine at war, officials hope to bring tourism back to areas away from fighting. URL: https://www-npr-org.translate.googleusercontent.com/2022/10/01/1125495184/ukraine-russia-war-economy-tourism?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc



Рис. А 1 Поділ Дніпропетровської області на територіальні громади

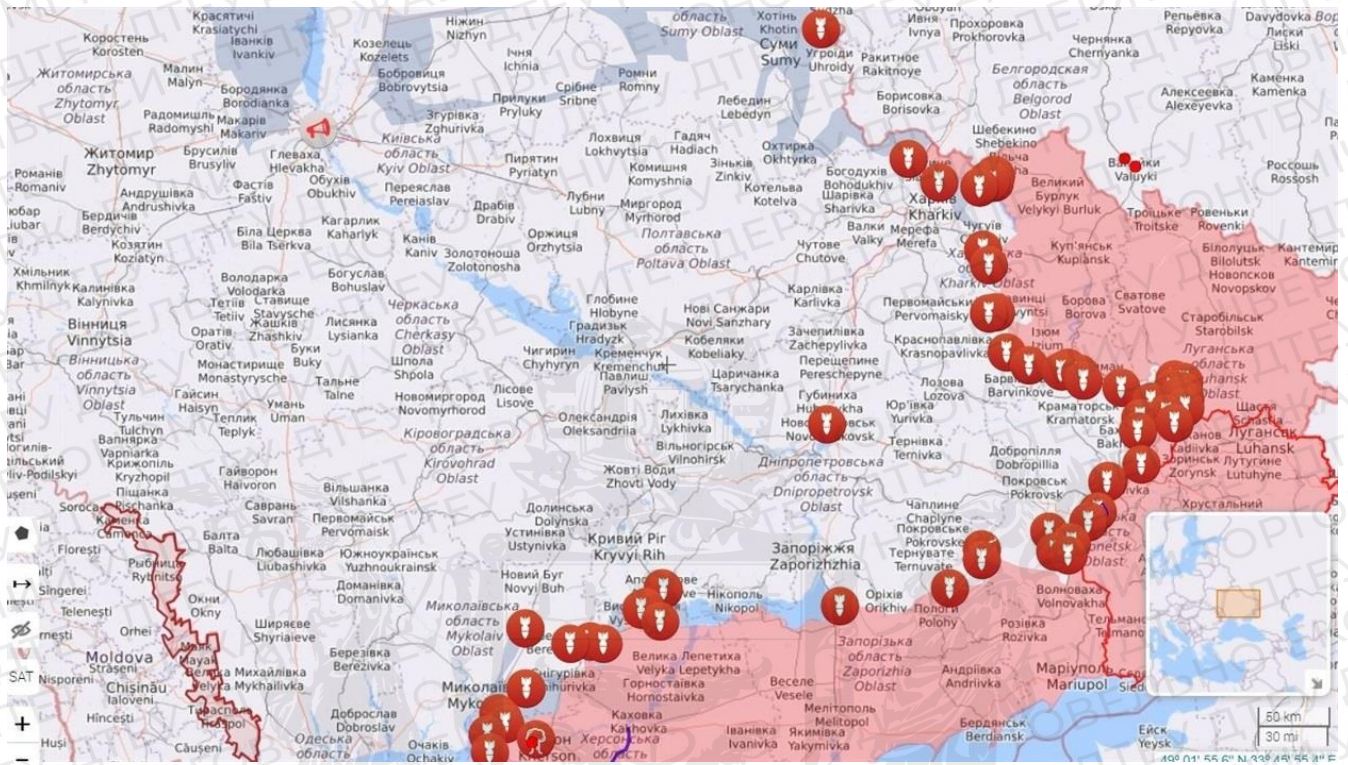


Рис. Б 1 Ведення бойових дій в Україні станом на 18.05.2023