

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра туризму та економіки

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Казаков В.Л.

Реєстраційний № _____

«___» _____ 2025 р.

«___» _____ 2025 р.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА ГЕОГРАФІЮ
ЕКСКУРСІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ІЗ КРИВОГО РОГУ

Кваліфікаційна робота здобувачки
освіти групи _____ ТУР-21
(шифр групи)

першого (бакалаврського) рівня
спеціальності 242 Туризм

Тертишної Олександри Андріївни

Керівник к.геогр.н., доцент

Пацюк В.С.

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS ____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

_____ (підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Тертишна Олександра Андріївна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Поняття, структура та особливості екскурсійно-туристичних подорожей.....	6
1.2. Фактори впливу на формування туристичних маршрутів.....	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА ТУРИСТИЧНІ МАРШРУТИ ІЗ КРИВОГО РОГУ.....	23
2.1. Географія популярних маршрутів з Криворіжжя до початку повномасштабного вторгнення.....	23
2.2. Аналіз напрямів екскурсійно-туристичних подорожей з Кривого Рогу в умовах воєнного стану.....	31
2.3. Аналіз змін в подорожах із Кривого Рогу та подальші перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах стабілізації ситуації.....	42
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	55
Додаток А.....	55
Додаток Б.....	56
Додаток В.....	64
Додаток Г.....	74
Додаток Д.....	78
Додаток Е.....	80
Додаток Ж.....	82

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена суттєвими змінами у структурі та географії туристичних маршрутів України внаслідок повномасштабного військового вторгнення. Туристична галузь, яка традиційно сприяє культурному, економічному та соціальному розвитку регіонів, зазнала значних трансформацій.

Кривий Ріг, як важливий промисловий і культурний центр, був не лише місцем відправлення туристичних потоків, а й частиною туристичних маршрутів. Вивчення змін у географії екскурсійно-туристичних подорожей є актуальним для розробки нових підходів до організації подорожей у регіоні та адаптації туристичної галузі до сучасних викликів.

До початку війни туристичні потоки регіону охоплювали як внутрішні, так і міжнародні маршрути, сприяючи розвитку місцевої економіки та популяризації національних культурних цінностей. Проте після початку військових дій питання безпеки, логістики та доступності туристичних об'єктів стали ключовими чинниками, що впливають на організацію подорожей.

Метою даної роботи є аналіз змін у географії екскурсійно-туристичних подорожей із Кривого Рогу під впливом військових дій, а також визначення перспектив розвитку внутрішнього туризму в умовах стабілізації ситуації.

Завдання дослідження:

1. Розкрити теоретико-методологічні основи екскурсійно-туристичної діяльності.
2. Проаналізувати фактори, що впливають на формування туристичних маршрутів.
3. Дослідити географію популярних маршрутів з Кривого Рогу до початку військових дій.
4. Проаналізувати зміни у напрямках туристичних подорожей у воєнний період.

5. Визначити перспективи розвитку внутрішнього туризму після завершення активних бойових дій.

Об'єктом даного дослідження є екскурсійно-туристична діяльність у Кривому Розі.

Предметом виступає вплив військових дій на географію та організацію туристичних маршрутів із Кривого Рогу.

Методологічну основу дослідження становлять методи аналізу і синтезу наукової літератури, картографічний, статистичний аналіз туристичних потоків, метод порівняння та прогнозування. Дослідження проводилось на основі даних зібраних на сторінках у Фейсбучі різних криворізьких туристичних організацій.

Практичне значення дослідження. Його результати можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо адаптації туристичних маршрутів, оптимізації екскурсійно-туристичних продуктів з урахуванням безпекових факторів, а також для стимулювання розвитку внутрішнього туризму в умовах стабілізації ситуації.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні засади екскурсійно-туристичної діяльності. Другий розділ присвячений аналізу впливу військових дій на туристичні маршрути з Кривого Рогу та перспективам розвитку внутрішнього туризму.

Основний зміст роботи викладено на 54 сторінках. Повний обсяг роботи складає 85 сторінок. У підготовці дослідження використано 38 джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття, структура та особливості екскурсійно-туристичних подорожей

Екскурсійний туризм є однією з форм туристичної діяльності, що передбачає подорожі з метою ознайомлення з історичними, культурними та природними пам'ятками, музеями, театрами, а також з традиціями народів певного регіону.

Цей вид туризму зосереджений на організації турів, що мають історичний, культурний або пізнавальний характер.

Тури створюються туристичними агентствами та операторами і можуть охоплювати різні тематики залежно від інтересів туристів. Наприклад, це можуть бути маршрути, присвячені життю відомих письменників і поетів, історичні екскурсії місцями важливих подій минулого, архітектурні тури для знайомства з унікальними спорудами міст і країн, фольклорні подорожі, відвідування художніх галерей чи інші спеціалізовані тури, що відповідають вподобанням певної аудиторії [2].

Сучасна екскурсійна сфера стрімко трансформується, прагнучи відповідати зростаючим очікуванням туристів щодо нових форматів пізнання та емоційного досвіду. Сьогодні екскурсії вже виходять за межі класичних підходів до ознайомлення з історичними чи культурними об'єктами – вони дедалі частіше стають креативними, інтерактивними й навіть пригодницькими. Серед провідних напрямів нині виділяються квест-екскурсії, тематичні та інтерактивні тури, а також подорожі з елементами історичної реконструкції. Ці формати створюють ефект повного занурення в атмосферу минулого або культурного середовища, даючи учасникам змогу відчути себе безпосередніми учасниками подій. Зокрема, квест-екскурсії поєднують класичне знайомство з об'єктами з активною участю туристів через виконання завдань, що підвищує емоційне залучення і робить такі тури цікавими для

широкого кола вікових груп. Не менш популярними стають екскурсії з елементами реконструкції, які відтворюють життя, одяг і традиції минулих епох, дозволяючи глибше зрозуміти побут і світогляд людей того часу [5].

Інтерактивні тури суттєво змінюють уявлення про традиційні екскурсії, інтегруючи сучасні технології та елементи активної участі. До них входять віртуальна реальність, використання QR-кодів для самостійного доступу до інформації, а також майстер-класи, де учасники можуть здобути нові практичні навички. Цифрові інновації стають невід'ємною частиною екскурсійного досвіду. Завдяки засобам віртуальної та доповненої реальності відкривається можливість мандрувати до будь-якого куточка світу, не залишаючи власного міста. Такий підхід особливо актуальний у періоди епідемій або для людей з обмеженою мобільністю. Інтерактивні та тематичні формати екскурсій ідуть у ногу з часом, задовольняючи потребу в нових враженнях і перетворюючи пізнання на захопливу пригоду. Вони значно розширюють горизонти екскурсійної діяльності, роблячи її більш привабливою, доступною та різноманітною [3].

Теоретичні засади екскурсознавства були ґрунтовно опрацьовані у працях таких дослідників, як В. Бабарицька, І. Чагайда та В. Худо. Екскурсійна діяльність має глибокі історичні витоки. Перші прояви організованих подорожей з пізнавальною метою зафіксовано ще в античні часи – заможні греки та римляни вирушали до святилищ, терм та інших пам'яток культури. У Середньовіччі однією з основних форм таких мандрів стало паломництво до святих місць Європи й Близького Сходу. З настанням епохи Відродження зросла зацікавленість у мистецтві, архітектурі й науці, що стало поштовхом до подорожей з освітньою метою [1].

У XVIII–XIX століттях, із розвитком транспортної інфраструктури, зокрема залізниць, екскурсійна діяльність стала доступнішою для ширших верств населення. Одним із піонерів організованого туризму вважається Томас Кук, який у 1841 році у Великій Британії започаткував проведення групових подорожей. Протягом XX століття екскурсії набули популярності як форма

дозвілля й освіти, а в повоєнний час стали масовим явищем завдяки підвищенню рівня життя та розвитку авіап перевезень.

У наші дні екскурсійна діяльність є невід’ємною складовою туристичної індустрії, відіграючи ключову роль у культурному обміні, збереженні та популяризації світової спадщини [7].

Екскурсійний туризм можна організувати за двома основними варіантами: перший передбачає перебування туристів в одному місті (стаціонарні тури), а другий – це маршрутизовані тури, де передбачено відвідування кількох міст за визначеним маршрутом.

Маршрутизовані тури плануються так, щоб міста, які відвідуються, були розташовані поруч одне з одним, що дозволяє зменшити час на переїзди та зробити їх більш комфортними.

Такі тури пропонують різноманітні програми для вибору туристів. Якщо це маршрутний тур, екскурсовод може супроводжувати групу, або в кожному місті туристів зустрічає місцевий гід, який спеціалізується на певній тематиці. Зазвичай, в цих турах передбачено вільний час для огляду кожного міста – від кількох годин до цілого дня, якщо зупинка триває більше трьох днів.

Туристичний екскурсійний маршрут – це сукупність послуг, які туристичні компанії надають туристам. Такі тури організовуються за заздалегідь розробленими маршрутами, що мають визначену тривалість і конкретну мету [9].

Зазвичай маршрут включає сплановану траєкторію пересування туристів протягом встановленого періоду, з акцентом на виконання програми обслуговування та надання додаткових екскурсійних послуг, передбачених планом туру.

Маршрути подорожей класифікуються за різними критеріями, такими як тип, сезонність, структура маршруту, тривалість, способи пересування та зміст програми.

Класифікація за типами маршруту:

Тематичні – орієнтовані на екскурсійне обслуговування та пізнавальні заходи.

Похідні – передбачають активні способи пересування (пішохідні, велосипедні тощо).

Фізкультурно-оздоровчі – зосереджені на спортивних і оздоровчих активностях.

Класифікація за видами транспорту:

Теплохідні маршрути: Морські – круїзні (тривалістю більше доби).

Екскурсійно-прогулянкові (до однієї доби).

Річкові – туристично-екскурсійні рейси (понад добу).

Екскурсійно-прогулянкові (до однієї доби).

Авіаційні тури: Групові – передбачають використання частини місць у пасажирських літаках.

Спецрейси – повна оренда літака для спеціальних перевезень.

Автобусні тури: Туристично-екскурсійні – з проживанням, харчуванням та іншими послугами.

Прогулянкові – без додаткових послуг, можуть використовуватися міські автобуси.

Залізничні тури: Групові – подорожі із використанням місць у звичайних поїздах.

Спеціальні – орендовані потяги з використанням вагонів як місць проживання під час маршруту.

Комбо-тури: Подорожі, що поєднують два або більше видів транспорту.

Але все ж таки, давайте розберемось, що ж собою являє поняття туризм та поняття екскурсія [5].

Слово «тур» можна визначити як подорож, що має на меті задоволення, освіти, спорт або бізнес, і зазвичай включає серію зупинок. Тур завершується тоді, коли мандрівник повертається до початкової точки.

«Екскурсія» – це коротка прогулянка чи подорож, організована для групи людей, з метою відпочинку, фізичної активності, здобуття нових знань чи спілкування. Вона часто є додатком до більш тривалої подорожі або туру.

Отже, термін «тур» позначає період подорожі, що охоплює відвідування певної місцевості, тоді як «екскурсія» – це одноденна активність, зазвичай у складі групи, яка доповнює основний тур або подорож.

Екскурсійний туризм – це подорож з метою отримання нових знань. Це одна з найбільш популярних форм туризму, якою активно займаються вітчизняні туристичні компанії. Бажання українців дізнатися більше про історичні, культурні, природні та інші пам'ятки як в Україні, так і за її межами, знаходить своє відображення у численних пропозиціях від туристичних фірм і організацій [8].

Однією з провідних тенденцій сучасної екскурсійної діяльності є розвиток тематичних турів. Сьогоднішні мандрівники прагнуть не лише побачити нові місця, а й зануритися в атмосферу певної епохи, культурного контексту чи жанрового світу, відчувши себе його частиною. Тематичні тури створюють особливий наратив, у якому кожен учасник стає активним учасником подій.

До цієї категорії належать:

1. Квест-тури – це динамічна форма екскурсій, яка поєднує традиційне ознайомлення з об'єктами з інтерактивними ігровими завданнями. Завдяки участі у квесті туристи не просто слухають екскурсовода, а виконують місії, розгадують загадки й проходять тематичний маршрут. Це сприяє глибшому розумінню історії та культури місцевості через власну залученість. Унікальною рисою таких турів є їхня гнучкість – програми адаптуються під різні вікові категорії та інтереси, охоплюючи місцеві легенди, важливі історичні події чи постаті. Квест-тури особливо ефективні для популяризації туризму в невеликих містах та історичних локаціях, де креативний підхід приваблює нових відвідувачів.

2. Історичні реконструкції – це формат туризму, що дозволяє не лише оглянути історичні пам'ятки, а й повністю зануритися у життя минулих століть. Такі тури зазвичай містять елементи театралізованих вистав, реконструкції битв, костюмовані дійства, майстер-класи й побутові сцени різних епох. Завдяки цьому учасники не просто спостерігають, а переживають історичні події, відчуваючи емоційний зв'язок із минулим. Наприклад, можна побувати на середньовічному ярмарку або долучитися до козацьких забав. Історичні реконструкції стають важливим інструментом розвитку внутрішнього туризму, збагачення культурного життя регіонів і збереження національної спадщини.

3. Міфологічні та легендарні тури – це особливий формат подорожей, який дає змогу туристам поринути у світ стародавніх вірувань, містичних історій і народних переказів. Такі тури відтворюють атмосферу загадковості, духовного зв'язку з предками та дозволяють по-новому осмислити традиційне бачення світу. Подорожі місцями, пов'язаними з міфами й легендами, не лише приваблюють туристів, а й відіграють важливу роль у збереженні нематеріальної культурної спадщини регіону. В Україні існує чимало подібних маршрутів: у Карпатах туристи можуть дізнатися про язичницькі обряди, легенди про лісових духів та гуцульських мольфарів. У Хмельницькій області – познайомитися з оповідями про древні замки, міфічних істот і таємничі ритуали Поділля та Волині. Такі тури поглиблюють знання про народну творчість, цінності та уявлення, що формувалися століттями.

4. Інтерактивні тури – це прогресивний формат екскурсій, який базується на активному залученні туристів до процесу пізнання. На відміну від класичних екскурсій, де основним джерелом інформації є гід, інтерактивні тури пропонують більш залучений підхід. До таких елементів належать використання віртуальної та доповненої реальності, аудіогідів, QR-кодів для самостійного ознайомлення з контентом, а також інтерактивних завдань і міні-квестів. Такий підхід не лише урізноманітнює досвід, а й підсилює освітню складову: інформація краще запам'ятовується, стимулюється критичне

мислення й посилюється емоційне сприйняття. Інтерактивні тури спонукають туристів не бути пасивними слухачами, а стати дослідниками, залученими до культурного діалогу з минулим і сучасним.

Нові напрями екскурсійної діяльності демонструють значне розширення традиційних підходів, поєднуючи пізнавальні, практичні, емоційні та соціальні елементи. Серед них особливої популярності набувають такі формати:

Археологічні тури – надають можливість туристам особисто долучитися до археологічних розкопок під наглядом фахівців, досліджуючи стародавні артефакти та знайомлячись із методикою наукових розслідувань.

Промислові тури – знайомлять відвідувачів із виробничими процесами на діючих підприємствах. Гості можуть побачити, як створюються певні продукти, дізнатися про етапи виробництва та інновації у промисловості.

Дегустаційні тури – включають дегустацію регіональних продуктів, зокрема вин, сирів, коньяків, а також знайомство з процесом їхнього виготовлення.

Кулінарні майстер-класи – поєднують гастрономічні враження з навчанням: учасники опановують приготування традиційних страв під керівництвом шеф-кухарів.

Еногастрономічні екскурсії – особливий формат, де увага приділяється гармонійному поєднанню страв та напоїв. Це занурення у світ смаку, ароматів і кулінарної культури регіону.

Волонтерські екскурсії – передбачають активну участь туристів у корисних проєктах: реставрація історичних об'єктів, догляд за тваринами або допомога в охороні природи.

Культурно-освітні тури – дозволяють зануритися в соціальну реальність певного регіону. Туристи мають змогу дізнатися про умови життя місцевих громад та взяти участь у волонтерських ініціативах.

Благодійні тури – поєднують подорожі з доброчинністю: частина коштів від участі спрямовується на підтримку соціальних проєктів, що дозволяє відчувати власну причетність до важливої справи.

Міські фото-тури – це прогулянки містами з акцентом на фотографування архітектурних об'єктів, визначних пам'яток та сцен з повсякденного життя.

Природні фото-тури – організовуються в мальовничих природних локаціях (гори, ліси, водойми) з метою зйомки пейзажів, флори, фауни та природних явищ.

Етнічні фото-тури – зосереджені на традиційному способі життя різних етнічних спільнот, де туристи мають змогу зафіксувати моменти з побуту, обрядів, ремесел та культурних практик.

Сьогоднішні форми екскурсійної діяльності відображають широкую палітру інтересів та очікувань туристів, які дедалі більше прагнуть не лише побачити нове, а й глибоко зануритися в культурне середовище та традиції місцевого населення. Завдяки технологічному прогресу й появі інноваційних форматів, екскурсії набувають більш інтерактивного, творчого та інклюзивного характеру, відкриваючи нові можливості для пізнання та емоційного досвіду.

1.2. Фактори впливу на формування туристичних маршрутів

Для того щоб реалізувати власні туристичні інтереси, люди користуються послугами, що формуються й пропонуються в межах туристичного ринку. Цей ринок можна розглядати як систему взаємодії між суб'єктами попиту (туристами) та пропозиції (постачальниками послуг), де відбувається обмін товарів і послуг, пов'язаних із подорожами. Туристичний ринок функціонує як платформа для купівлі-продажу відповідних продуктів, а його динаміка визначається взаємозв'язком попиту та пропозиції, де перший відіграє провідну роль у формуванні другого [12].

Туристична пропозиція включає комплекс послуг, які надають як профільні підприємства, орієнтовані безпосередньо на туристів (так звана суперструктура), так і загальні сервіси, що обслуговують місцеве населення. Значну роль у задоволенні туристичних потреб відіграє інфраструктура – як загальна, що функціонує незалежно від туризму (транспорт, торгівля, комунальні послуги), так і спеціалізована, створена для забезпечення комфортного відпочинку. Найчастіше загальна інфраструктура потребує доповнення об'єктами, спеціально розробленими для туристичних цілей [16].

Попит у туристичній сфері формується завдяки використанню двох основних категорій ресурсів – природного походження та створених людиною. До першої групи належать особливості природного середовища: географія, клімат, рельєф, флора й фауна. Вони можуть бути адаптовані для потреб мандрівників шляхом облаштування або спеціалізованої організації доступу. Антропогенні ресурси поділяються на історичні, як-от пам'ятки, музеї та архітектурні об'єкти, і сучасні – створені в результаті поєднання інженерного й дизайнерського підходів для задоволення комфорту туристів [14].

Більшість дослідників сходяться на думці, що вивчення попиту на туристичні послуги передбачає оцінку низки чинників, які визначають обсяг і структуру споживання. Серед них – рівень доходів, цінова політика, соціально-демографічні особливості населення, ступінь автоматизації праці, урбанізація та інші. Найвагомішим залишається дохід – як індивідуальний, так і колективний (родинний або суспільний). При цьому важливо враховувати не лише абсолютний рівень доходів, а й стабільність їх отримання протягом певного часу [18].

Зазвичай серед туристів із сусідніх держав переважають люди з нижчими доходами, тоді як у потоках з більш віддалених країн зростає частка осіб із вищим рівнем достатку. Отже, під час аналізу туристичного попиту в межах окремого регіону або країни необхідно враховувати специфіку розподілу доходів населення.

Отже, у дослідженні впливу доходів на туристичний попит у регіональному контексті потрібно враховувати два аспекти:

1. Вплив доходів резидентів певної країни на їхні туристичні витрати.
2. Вплив витрат туристів із різних країн на економіку країни їхнього тимчасового перебування.

Ціни виступають ще одним вагомим чинником, що впливає на рівень платоспроможного попиту. Їхній вплив виявляється через показник еластичності попиту – тобто зміну обсягів і структури споживання у відповідь на коливання цін. У сфері туризму можна виокремити два основні типи реакції споживачів на цінові зміни [21].

Перший тип – нееластичний попит, за якого попит практично не змінюється, незважаючи на підвищення чи зниження цін. Така форма поведінки характерна для заможних туристів, для яких зміна вартості послуг не є критичною. Схожий тип попиту спостерігається і серед тяжкохворих людей, які потребують санаторно-курортного лікування, а також серед паломників, відданих релігійним практикам. Особливо нееластичним попит є на послуги елітних курортів та ексклюзивних туристичних продуктів.

Другий тип – еластичний попит, коли навіть незначне підвищення цін може суттєво вплинути на рішення туристів: вони можуть скоротити тривалість поїздки, обрати ближчий напрям або зовсім відмовитися від подорожі. У таких випадках іноді спостерігається так званий "парадокс Гіффена": попри загальне підвищення цін, на окремі туристичні послуги попит може зрости, якщо водночас зменшується привабливість або доступність альтернатив. Наприклад, якщо зросте вартість обслуговування у туристичних комплексах за кордоном, туристи можуть переорієнтуватися на внутрішній туризм або ближчі закордонні поїздки, які залишаються більш доступними за ціною [10].

Доходи і ціни є ключовими змінними, які визначають величину туристичних витрат. Однак варто враховувати й інші фактори, що впливають на формування туристичного попиту. Одним із таких важливих чинників є

сезонність, яка є характерною ознакою туризму. Це явище має кілька особливостей:

1. Найбільша інтенсивність попиту на туристичні послуги припадає на третій квартал року.
2. Сезонність попиту залежить від виду туризму, наприклад, пізнавальний туризм має менш виражені сезонні коливання, ніж рекреаційний.
3. Сезонні коливання відрізняються залежно від регіону, попит на відпочинок біля моря, у горах, на берегах озер чи річок, а також у міських туристичних центрах має свої специфічні особливості. Тому туристичний попит у кожному населеному пункті, регіоні чи країні має індивідуальні характеристики [17].

На сучасному етапі розвитку більшість країн світу переживає стрімкий технічний прогрес, який істотно впливає не лише на економіку, а й на умови праці та організацію дозвілля. Завдяки механізації й автоматизації значна частина виробничих процесів стала менш фізично виснажливою, проте зросло психоемоційне напруження працівників через одноманітність і стандартизованість трудових дій.

Фізичну втому зазвичай можна подолати швидко, тоді як відновлення після нервового виснаження вимагає більше часу та зміни умов. Уніфікація як виробничих процесів, так і способів дозвілля призводить до явища, яке психологи описують як "монотонність у споживанні" [18].

У цьому контексті туризм стає дієвим засобом боротьби з буденністю, пропонуючи кардинальну зміну обстановки. Технічний прогрес, який сприяє стандартизації життя, водночас підсилює потребу в туризмі як способі психоемоційного відновлення та підтримки працездатності.

Відповідно до даних таблиці 1.2.1, найбільш чисельною віковою групою є особи від 30 до 59 років – їхня частка в середньому становить близько 40% населення. Молодіжний туризм охоплює приблизно 25% населення, тоді як вікові категорії до 14 років і понад 60 років мають по 20% у кожній [15].

Таблиця 1.2.1

Результати опитування за статтю і віком мети туризму [15]

Запитання	Стать		Вік, років				
	Чоловіча	жіноча	До 29	30–39	40–49	50–59	60 і старші
Чи користуєтесь ви послугами туристичних фірм і організацій?	52,3	47,7	52,1	27,3	11,3	6,9	2,4
Організація відпочинку	37,2	62,8	57,2	19,4	18,6	4,7	0,1
Ділові поїздки	84,3	15,7	26,9	49,6	12,1	11,2	0,2
Шоп-тури	46,6	53,4	50,3	37,5	6,2	6,0	0,0
Екскурсії	43,4	56,6	40,3	25,2	18,1	16,1	0,3

У демографічному аспекті жіноче населення зазвичай переважає чоловіче. Втім, у вікових групах до 14 та 15–29 років спостерігається перевага чоловіків. Такі демографічні характеристики – вік, стать і сімейний стан – значно впливають на туристичну активність та формування попиту.

За результатами соціологічних досліджень в Україні, найбільшу активність у плануванні подорожей виявляє молодь віком від 18 до 30 років. Проте найвищий загальний рівень туристичної активності припадає на групу від 30 до 50 років.

Також варто звернути увагу на те, що одинаки подорожують частіше, ніж сімейні особи, а жінки виявляють вищу туристичну активність, ніж чоловіки. Кожна вікова група має свої вподобання й потреби: діти та молодь зазвичай обирають недорогі тури з мінімальним рівнем комфорту, орієнтуючись на нові враження, навчання та пізнання світу [27].

Натомість старші туристи, яких ще називають "туристами третього віку", не обмежені сезонністю і віддають перевагу поїздкам у міжсезоння, коли популярні напрямки менш перевантажені відпочивальниками.

Якщо аналізувати уподобання туристів щодо обраних видів, то абсолютно всі вікові категорії надають перевагу пляжному туризму, на другому місці екскурсійний туризм, а далі в молодих категорій гірсько-лижний туризм, а в людей старшого віку – лікувально-оздоровчий (табл. 1.2.2).

Таблиця 1.2.2

Уподобання туристів щодо різних туристичних видів [15]

Види відпочинку	Вік респондентів				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-70
Пляжний туризм	49	52	54	47	37
Екскурсійний туризм	33	35	36	39	38
Гірськолижні курорти	25	22	18	12	7
Лікувально-оздоровчий туризм	6	9	12	16	26
Тури вихідного дня	8	11	11	12	8
Розважальні тури	14	12	8	7	4
Спортивний туризм	12	8	8	6	4
Участь або відвідування культурних заходів	9	9	7	8	7
Шопінг	9	7	5	3	2
Сільський туризм	5	6	7	7	8
СПА-курорти	5	4	5	4	4
Екстремальний туризм	7	4	3	3	1
Гастротуризм	3	4	3	2	1
Паломництво	1	1	2	3	4
Інше	1	1	1	2	3

Починаючи з 60-70-х років, у розвинених країнах світу поширилася практика поділу відпустки на дві частини, що дозволяє здійснювати кілька подорожей протягом року. Це сприяє рівномірнішому розподілу туристичного сезону та підвищенню загальної туристичної активності.

Сьогодні туризм вже давно не обмежується лише літніми відпустками чи шкільними канікулами. Вагому роль у формуванні попиту відіграють святкові дні та вихідні, які створюють так звані "блоки вільного часу" – ідеальні для короткотермінових подорожей. Саме ці нетривалі поїздки щороку демонструють зростання, суттєво впливаючи на загальне збільшення кількості туристів у світі [34].

Рівень доходів і освітній рівень мандрівників є визначальними у структурі туристичного ринку. За критеріями Всесвітньої туристичної організації (ВТО), виділяють чотири ключові групи туристів.

Перша група. Цей сегмент охоплює людей із середнім або нижчим за середній рівнем доходів, зокрема службовців, працівників сфери торгівлі, учителів початкових шкіл і ПТНЗ. Головним критерієм вибору подорожі для них є доступність цін та мінімальні витрати. Вони переважно віддають перевагу таким умовам, які не змінюють суттєво звичний стиль життя.

Незважаючи на обмежений бюджет, ці туристи висувають чіткі вимоги до якості послуг, адже очікують отримати все, що було обіцяно. Вони зазвичай обирають недорогі готелі, полюбують розваги на кшталт нічних клубів, барів, дискотек. Хоча культурно-пізнавальні мотиви не є пріоритетними, туристи цієї групи іноді беруть участь у вибіркових екскурсіях, щоб створити враження “престижної” подорожі. Обов’язковим елементом для них є купівля недорогих сувенірів, що символізують спогади про поїздку. На міжнародному рівні цей сегмент становить основу масового туризму, орієнтованого на подорожі на короткі відстані.

Друга група. Це туристи з вищими за середні доходами: лікарі, викладачі коледжів і гімназій, середній клас підприємців. Основною мотивацією для них є активний відпочинок – заняття спортом, відвідування культурних подій, театральних вистав, екскурсій.

Ці туристи виявляють щирий інтерес до нових культур та територій. Вони готові миритися з певними незручностями заради можливості побувати у цікавому для них регіоні. Представники цього сегмента часто вирушають у далекі мандрівки, прагнучи глибших вражень [28].

Таким чином, перші дві групи демонструють різні підходи до подорожей: одна шукає розваг за помірну ціну, інша – активного культурного досвіду.

Третя група. До третього сегмента належать особи з високим рівнем доходів, більшість із яких має вищу освіту. Їхні основні інтереси зосереджені

на пізнавальних поїздках та прагненні отримати нові враження. Серед них виокремлюються дві вікові категорії:

"Третій вік" – ці туристи зазвичай подорожують у складі груп, часто обираючи маршрути з організованою програмою.

"Другий (середній) вік" – надають перевагу індивідуальним поїздкам або подорожам невеликими компаніями друзів чи знайомих.

Для туристів цього сегмента характерні тривалі (2-3 тижні) поїздки на великі відстані. Купівля сувенірів для них є важливим аспектом подорожі. Часто вони обирають коштовні вироби як символ екзотичності та унікальності своїх мандрів. В Україні такі туристи цікавляться національними виробами: вишитими скатерками, сорочками, рушниками, виробами з Петриківським розписом або інкрустацією.

Четверта група. Цей сегмент охоплює високоосвічених людей, які прагнуть пізнати світ через культуру, традиції, природу та спосіб життя різних народів. До нього входять особи різного віку та з різним рівнем доходу, однак усіх їх об'єднує готовність витратити значні кошти заради унікального досвіду.

Мандрівки цього типу мають різні цілі:

Екологічний туризм (вивчення природи, заповідників),

Культурний туризм (ознайомлення з мистецтвом, архітектурою, святами),

Етнографічний туризм (дослідження побуту і звичаїв місцевого населення).

Цей сегмент поки не є найчисельнішим, однак із 1970-х років він стабільно зростає. Туризм із пізнавальною та освітньою метою стає дедалі популярнішим, що робить його одним із найперспективніших напрямів для подальшого розвитку галузі [27].

На основі зазначених підходів було проведено соціологічне опитування серед мешканців Карпатського регіону та Києва. Мета дослідження –

з'ясувати, як населення оцінює діяльність туристичних фірм і запропоновані ними послуги.

У дослідженні взяли участь 1360 респондентів, вибірка репрезентує доросле населення за основними соціально-демографічними параметрами. Статистична похибка становить 3,5% (табл. 1.2.).

Користування послугами туристичних фірм згідно з отриманими даними:

- 83,4% респондентів за останні три роки не користувались послугами туристичних фірм.

- Лише 16,6% зверталися до таких фірм.

Розподіл за видами послуг:

Ділові поїздки – 5,1%.

Шоп-тури – 4,3%.

Організація відпочинку – 4,9%.

Екскурсії – 2,1%.

Інші види послуг – 0,2%.

Аналіз користування послугами за статтю

- Чоловіки активно користуються послугами для ділових поїздок (84,3% від загальної кількості).

- Жінки частіше звертаються до туристичних фірм для організації відпочинку (62,8%).

Серед користувачів послуг туристичних фірм переважають люди віком до 30 років [38].

Основні напрями діяльності цієї групи:

- 57,2% надають перевагу організованому відпочинку.
- 49,6% використовують послуги для організації ділових подорожей.

У підсумку можна зазначити, що організований туризм у нашій країні досі залишається малопоширеним: понад 80% населення не користується

послугами туристичних фірм. Це свідчить про низький рівень залученості споживачів до професійно організованих туристичних послуг.

Серед тих, хто все ж користується такими послугами, найбільш активними є чоловіки – переважно з метою ділових поїздок, а також молодь до 30 років, яка обирає організовані форми відпочинку. Жінки становлять більшість серед клієнтів, що звертаються до туристичних агентств для планування дозвілля.

Рівень доходу має прямий вплив на туристичну активність. Як засвідчено у таблиці 1.2, зі зростанням доходів на одного члена родини підвищується й попит на туристичні послуги. Люди, які мають вищі фінансові можливості, частіше довіряють організацію відпочинку професіоналам, цінуючи комфорт, зручність і зекономлений час [8].

Туристичні агентства, як правило, пропонують повний комплекс послуг: від оформлення документів і бронювання квитків до забезпечення проживання та дозвілля. Це дозволяє клієнтам уникнути зайвих клопотів і отримати якісний відпочинок без стресу.

Проте при виборі туристичної компанії важливо бути уважним. Через зростання кількості туристичних агентств, особливо в мегаполісах на зразок Києва, споживачі часто стикаються з труднощами у пошуку надійного партнера. Агресивна реклама, численні буклети та відеоролики не завжди відповідають дійсності. Саме тому ключовими критеріями вибору мають бути репутація фірми, реальні відгуки клієнтів та наявність відповідних ліцензій і сертифікатів якості [12].

Отже, попри позитивну динаміку розвитку туристичного ринку, зростає й потреба в підвищенні поінформованості споживачів. Успішне користування туристичними послугами вимагає уважного й відповідального підходу до вибору компанії.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА ТУРИСТИЧНІ МАРШРУТИ ІЗ КРИВОГО РОГУ

2.1. Географія популярних маршрутів з Криворіжжя до початку повномасштабного вторгнення

До початку повномасштабного вторгнення в Україну в лютому 2022 року туристична активність у Кривому Розі демонструвала стабільне зростання. Завдяки географічному положенню, розгалуженій транспортній мережі та діяльності місцевих туристичних агенцій, мешканці міста активно подорожували як Україною, так і за її межами. Пропозиції турів мали різноманітне тематичне наповнення: культурно-історичні екскурсії, екотуризм, рекреаційні виїзди, гастрономічні мандрівки та активний відпочинок [24].

До повномасштабного вторгнення на Криворіжжі туристичну сферу в контексті внутрішнього туризму активно розвивали різні туристичні організації: Туристичний центр «Кривбастур», «Дангіон», Красінтур, Меридіан, Криворізький меридіан, Криворізьке бюро подорожей та екскурсій, Педалі-Сандалі, Невгамовні гідеси.

Задля виявлення тенденцій в розвитку туристичної сфери Криворіжжя нами було систематизовано та структуровано інформацію як до повномасштабного вторгнення, так і в наявний період військового стану (дод. Б, дод. В).

Аналіз турів за 2020–2021 роки показує, що найпопулярнішими напрямками серед криворіжців були наступні області:

Дніпропетровська область – найближчий регіон, який забезпечував найвищу частоту короткотривалих екскурсійних подорожей. Серед популярних напрямків – Вільногірські озера (так звані «Мальдіви»), Осокорківські катакомби, Петриківка, парк розваг «Лавина», дегустаційні тури, аквапарки.

Херсонська область – завдяки чорноморському узбережжю та унікальним природним об'єктам (Арабатська стрілка, Асканія-Нова, острів Джарилгач, Залізний Порт) стала привабливою локацією для літнього відпочинку.

Кіровоградська область – пропонувала екскурсії до дендропарків, етносадиб, джерел села Іскрівка, історичних міст, таких як Кропивницький. Туристи відвідували також Хутір Надія та інші пам'ятки української культури.

Черкаська область – один із лідерів за кількістю культурно-історичних подорожей. Особливою популярністю користувалися Софіївський парк в Умані, Холодний Яр, місто Чигирин та етнографічні тури.

Одеська область – класичний морський напрямок, що включав вікенди в Одесі, відпочинок у Затоці, екскурсії до катакомб.

Карпатський регіон (Закарпатська, Івано-Франківська області) – призначення для автобусно-пішохідних турів, особливо в осінньо-зимовий період. Пішохідні походи, гірськолижні поїздки, екотури до Горган, Чорногори, Східних Карпат були важливою частиною активного туризму.

Згідно з даними туроператорів, зафіксованими в аналізованій таблиці, серед регулярних екскурсій можна виділити й менш відомі, але надзвичайно цікаві напрямки, такі як дегустаційні тури на ферми, сплави на байдарках по Інгулу, Случу, Орелі, відвідування страусиних та равликових ферм [22].

Найактивнішим періодом туристичних виїздів традиційно залишалося літо – у 2020 та 2021 роках кількість автобусних турів зростала в червні-серпні. Весна та осінь також демонстрували високу динаміку – завдяки туризму вихідного дня, екскурсіям до парків, дендропарків, етноосередків. Зима – традиційний сезон Карпат, коли організовувалися лижні тури або передноворічні екскурсії до Києва, Львова, Ужгорода.

Тематика турів та інтереси аудиторії

Природничо-рекреаційні тури: сплави, походи, кемпінги, відпочинок біля озер.

Культурно-історичні екскурсії: Холодний Яр, Софіївка, Кам'янець-Подільський, Чигирин.

Пізнавальні та гастрономічні поїздки: сироварні, виноробні, ремісничі садиби.

Релігійні та духовні мандрівки: святі джерела, паломницькі місця.

Сімейні подорожі вихідного дня: «Страус Ленд», етнографічні комплекси, ферми з дегустацією.

Особливо варто зазначити популярність турів на фестивалі: «Масляна на Хортиці», «Петриківський дивоцвіт», свята врожаю в Лавандовій фазенді тощо. Такі події давали змогу долучитися до національних традицій і популяризували українську культурну спадщину.

Структура пропозицій туристичних агентств

Серед найбільш активних організаторів турів до початку повномасштабного вторгнення були:

Кривбастур – переважно організовував поїздки по Україні, особливо до сусідніх регіонів (Дніпропетровська, Херсонська, Черкаська області). Ця турфірма була однією з найактивніших і найвідоміших у місті. Її перевагою стала орієнтація на:

- короткі автобусні екскурсії вихідного дня (так звані "вікенди"),
- недорогі варіанти подорожей,
- власний транспорт,
- системна присутність у Facebook та Instagram, де регулярно викладались фотозвіти, що підтверджувало реальність подорожей.

Громадська організація «Кривбастур» була офіційно заснована 14 листопада 2016 року. З липня 2017 року діяльність продовжено в рамках приватного підприємництва – ФОП Казаков, що надає послуги під брендом «Кривбастур» [23].

Підприємство активно впроваджує сучасні комп'ютерні технології, що дозволяє ефективно збирати та аналізувати інформацію про туристичні потоки. Зокрема, ведеться облік кількості туристів – як місцевих, так і

іноземних, відстежується географія їхнього походження, формуються рейтинги найпопулярніших турів, гідів, а також визначаються найбільш прибуткові сезони та роки.

Одним із ключових чинників успішної діяльності агенції є формування та підтримка позитивного іміджу. Це досягається через надання високоякісних, професійних туристичних послуг, оперативне реагування на потреби клієнтів і створення комфортних умов для відпочинку. Завдяки цьому «Кривбастур» має всі передумови для стабільної економічної діяльності, орієнтованої на задоволення запитів туристів і зростання довіри до бренду.

Популярні тури, організовані "Кривбастуром":

- "Осокорківські катакомби та Каховське море" – подорож до геологічно унікального району Дніпропетровщини;
- "Біла пустеля та бірюзові озера Вільногірська" – одноденний тур з пейзажами, що нагадують середньоазійські солончаки;
- "Вікенд в Карпатах" – популярна триденна поїздка в Закарпаття;
- "По слідах Фальц-Фейнів" – історико-краєзнавча подорож до Херсонщини;
- "Чорнобиль" – дводенна екскурсія в зону відчуження, що викликала жвавий інтерес;
- "Одеський вікенд" – традиційне поєднання морського та культурного відпочинку [13].

Туристична агенція «Кривбастур» має низку вагомих переваг, що позитивно вирізняють її серед конкурентів:

Різноманіття туристичних послуг – агенція пропонує широкий спектр турів, адаптованих до різних напрямків, вікових груп та фінансових можливостей клієнтів, що дозволяє кожному знайти оптимальний варіант подорожі.

Високий рівень обслуговування – численні відгуки клієнтів підтверджують професіоналізм команди «Кривбастур» та якісний сервіс.

Співробітники агенції відзначаються доброзичливістю, уважністю та вмінням швидко вирішувати будь-які організаційні питання.

Індивідуальний підхід – завдяки великому вибору екскурсій по Криворіжжю, кожен клієнт має можливість обрати маршрут, що максимально відповідає його інтересам, запитам і стилю відпочинку.

Надійність – агенція співпрацює лише з перевіреними партнерами, що гарантує безпечне та комфортне проведення турів.

Доступність цін – гнучка цінова політика робить послуги «Кривбастур» привабливими для широкого кола споживачів, не знижуючи при цьому якості сервісу [14].

Особливістю фірми було комбінування активного та екскурсійного відпочинку – наприклад, автобусно-пішохідні тури в Карпати з проживанням у хостелах чи наметах. Ціни варіювалися від 400 до 3200 грн, залежно від складності маршруту й тривалості.

КрасінТур – спеціалізувався на виїздах до Запоріжжя, Харкова, Миколаєва. Основні напрями:

- *Запорізька область*: тури на Хортицю (зокрема, "Масляна на Хортиці", катерна подорож), музей техніки "Фаєтон";
- *Харківська область*: поїздки до парків, тематичні екскурсії ("Сім чудес Харкова");
- *Черкащина* – Умань, Софіївський парк;
- *Миколаївщина* – зоопарки, музеї, узбережжя.

Ці тури були розраховані переважно на родини з дітьми, мали прийнятну ціну (від 500 до 1000 грн) та комфортну логістику. Також організовувалися гастрономічні подорожі, наприклад, до сироварні «Лісова коза» [31].

Педалі-Сандалі – агентство, орієнтоване на активний туризм: сплави, походи, експедиції.

- *Сплав по Південному Бугу (Мигія)* – з проживанням у наметах, з досвідченими гідами;

- *Похід до Горган, Чорногори, Східних Карпат* – багатоденні програми, включно з ночівлею в гірських притулках;
- *Рафтинг-тури на Случі, Орілі, Дністрі* – популярні серед молоді;
- *Тури зі збиранням грибів, трав, ягід, а також фольклорно-етнографічні заходи* [29].

Це була аудиторія, готова до викликів природи, а також студенти, туристичні клуби та молоді сім'ї.

Криворізький меридіан – пропонував багатотематичні екскурсії: культурно-історичні, шкільні, сімейні, гастрономічні.

- *поїздки до історичних місць України* – Чигирин, Холодний Яр, Софіївка;
- *"тури на події"* – масляна, фестивалі в Кропивницькому, фестивалі вина;
- *тури до Петриківки, на лавандові ферми, дегустації вин і равликів;*
- *культурно-розважальні вікенди* – "Фентезі-парк", "Живий музей", "Сяйво столиці", фестиваль тюльпанів [32].

Особливий акцент був зроблений на поєднанні розваг і національної ідентичності – відвідали садибу Микити Коржа, "Ранчо Софія", майстерні петриківського розпису. Бюджет таких турів – 400–2500 грн.

Меридіан – охоплював поїздки до Карпат, Буковеля, місць релігійного туризму.

- *"Незабутній відпочинок у Карпатах"* – 9-денна поїздка;
- *"Гуцульські мандри"* – з елементами етнографічних майстер-класів;
- *тури до Буковеля, Яремче, Верховини, зупинки в хостелах чи гірських готелях* [30].

Пропозиції фірми активно просувалися в соцмережах, залучали учасників з дітьми, студентські групи та поціновувачів природи.

Дангіон – турфірма була менш помітною у порівнянні з гігантами місцевого туристичного ринку, її активність до повномасштабного вторгнення варта уваги через унікальність маршрутів та специфічну аудиторію.

Основна спеціалізація фірми – екскурсії до маловідомих, "атмосферних" локацій. У програмах часто фігурували місця з певною "містичною" або історико-краєзнавчою привабливістю:

- *Осокорківські катакомби* – загадкова система тунелів у Дніпропетровській області, популярна серед шанувальників урбаністичного туризму;
- *Каховське море* – екскурсії береговою лінією і знайомство з індустриальним ландшафтом півдня України;
- *Природні ландшафти Вільногірська* – так звані "Бірюзові озера", які часто називають «інстаграмними» за фотогенічність.

Фірма орієнтувалася здебільшого на молодь, студентів, шанувальників неформальних подорожей. Формат поїздок був компактним – автобусні вікенди або одноденні виїзди. Часто включали пішохідні ділянки, урбаністичні дослідження, а іноді – навіть елементи історичних реконструкцій.

Цікавим є той факт, що «Дангіон» часто поєднувала екскурсії з локальними квестами, лекціями гідів, фотовиїздами. Це робило тури атмосферними й пізнавальними, не вимагаючи при цьому великих фінансових затрат. Тури коштували від 300 до 700 грн і організовувалися протягом усього теплого сезону.

Криворізьке бюро подорожей та екскурсій – це бюро можна вважати найстарішим і найтрадиційнішим гравцем туристичного ринку Кривого Рогу. Його діяльність бере початок ще з радянських часів, і з того часу структура залишилася орієнтованою на класичний формат екскурсій.

У міжвоєнний період (до 2022 року) бюро було дещо менш активним у публічному просторі, ніж новітні турфірми, однак його вплив і стабільність робили його важливою інституцією в місцевому туристичному житті. Основна

аудиторія – освітні установи, профспілки, шкільні й корпоративні колективи [25].

Пропозиції охоплювали:

- *Культурні поїздки по Україні:* Софіївський парк, Кам'янець-Подільський, Мигія, Буша, Черкащина;
- *Природничі напрямки:* Буки, Залізний Порт, Карпати (але частіше як посередник для туроператорів);
- *Краєзнавчі тури* – екскурсії по Кривому Рогу та околицях (зокрема, кар'єри, техногенні ландшафти);
- *Пропозиції для дітей:* страусині ферми, аквапарки, зоопарки.

Цікавим є те, що бюро мало міцні зв'язки з освітнім середовищем, тому частина турів відбувалась у форматі навчальних екскурсій. Часто використовувались знижки для школярів, детальні інструктажі для керівників груп, розклад турів під канікули. У таблиці зазначено кілька турів, що мали підтвердження у вигляді фотозвітів (наприклад, екскурсії до Мигії), а також досить стабільну кількість учасників (12–20 осіб).

Також відзначається висока кількість автобусних турів, що робить подорожі з Кривого Рогу доступними для широкого кола населення. Вартість коливалася у межах від 250 грн до 5000 грн (залежно від тривалості та локації), що дозволяло туристам обирати тури згідно з власними фінансовими можливостями [26].

Частина поїздок має документальне підтвердження – фото в соціальних мережах, публікації звітів, дані про кількість учасників (деякі тури мали 10–30 осіб). Це свідчить про стабільний попит і довіру до локальних туроператорів.

Аналіз туристичних маршрутів із Кривого Рогу у період до 24 лютого 2022 року дозволяє зробити висновок про наявність розвиненої локальної туристичної інфраструктури, яка ефективно функціонувала завдяки активній роботі низки туристичних агентств. Географія подорожей охоплювала майже всю територію України – від Карпат до Чорного моря, з перевагою маршрутів у межах центральної, південної та західної частин країни.

Ключову роль у формуванні туристичної пропозиції відігравали локальні агенції: «Кривбастур», «Педалі-Сандалі», «Криворізький меридіан», «КрасінТур», «Дангіон», «Меридіан», а також Криворізьке бюро подорожей та екскурсій. Кожна з них займала свою нішу – від активного туризму та сплавів до класичних культурно-історичних поїздок та сімейних екскурсій. Така диференціація задовольняла інтереси різних вікових і соціальних груп населення [23].

Особливо важливою ознакою цього періоду стала інтенсивна туристична мобільність мешканців міста, наявність фото- та відеопідтверджень поїздок, регулярність турів, а також високий рівень залученості громадян до культурного простору України. Це свідчить про зрілість локального туристичного ринку, його гнучкість і пристосованість до різних форматів відпочинку.

Таким чином, до початку повномасштабної війни туристична система Кривого Рогу була збалансованою, гнучкою та орієнтованою на розвиток внутрішнього туризму. Це створює цінну основу для подальшого аналізу змін, викликаних військовими діями, та оцінки перспектив її відновлення й трансформації.

2.2. Аналіз напрямів екскурсійно-туристичних подорожей з Кривого Рогу в умовах воєнного стану

Індустрія гостинності, як одна з ключових складових економіки України, зазнала серйозних випробувань через військові дії, що змусило її швидко адаптуватися до нових реалій. Війна спричинила не лише руйнування інфраструктури, а й суттєво змінила очікування та потреби як внутрішніх, так і міжнародних туристів. У цьому контексті важливим є дослідження напрямів адаптації галузі до умов воєнного стану та розробка стратегій післявоєнного відновлення, спрямованих на забезпечення її стійкості, відновлення потенціалу та активізацію національного туристичного ринку [36].

З початком повномасштабної війни туристична індустрія України зазнала значних трансформацій, викликаних руйнуванням інфраструктури та зміною поведінки туристів. Багато традиційних туристичних напрямків стали недоступними або небезпечними, що змусило готелі, ресторани та інші заклади переорієнтуватися на нові умови. Значна частина бізнесів перейшла на обслуговування внутрішньо переміщених осіб, волонтерів та військових, а також впровадила нові форми співпраці та кризові стратегії для виживання.

Протягом 2023 року кількість туристичних підприємств в Україні скоротилася на 36% у порівнянні з попереднім роком через масштабні руйнування та зменшення туристичних потоків. Закриття готелів, ресторанів та інших об'єктів гостинності стало наслідком як матеріальних втрат, так і нестабільної ситуації на ринку. Водночас ті підприємства, що продовжили діяльність, були змушені адаптуватися, перепрофілювавши свої послуги на обслуговування внутрішнього попиту, зокрема людей, залучених до гуманітарних і оборонних ініціатив.

За даними Державного агентства з розвитку туризму України, у 2022 році доходи туристичної сфери зменшилися майже на 31%, зокрема через втрату прибутків від в'їзного туризму. Усе це суттєво вплинуло на структуру галузі, вимагаючи від бізнесів нових моделей роботи та адаптації до кризових умов [8].

Втрата іноземних туристів, які традиційно забезпечували значну частку прибутків у туристичному секторі, стала серйозним ударом для галузі, що раніше орієнтувалася на міжнародний ринок. Закриття авіасполучень, руйнування транспортної інфраструктури, високі ризики для безпеки та загальна нестабільність змусили підприємства переглянути свої стратегії та зосередитися на виживанні в умовах значного скорочення доходів. Водночас внутрішній туризм також зазнав спаду через масову евакуацію населення з небезпечних регіонів, що ще більше загострило кризу в індустрії гостинності.

Податкові надходження від туроператорів зменшилися на 35%, а доходи туристичних агентств, що надходили до державного бюджету, у 2022 році

скоротилися на 27% порівняно з 2021 роком. Таке суттєве падіння фінансових надходжень стало наслідком різкого зниження попиту на туристичні послуги, зумовленого активними бойовими діями та загальним економічним спадом. Туристичні агентства, які спеціалізувалися на організації міжнародних турів та продажу пакетних пропозицій, зіткнулися зі значним скороченням клієнтської бази, ануляцією замовлень та вимушеним закриттям офісів у зонах підвищеного ризику [12].

Відсутність стабільних доходів та невизначеність щодо подальшого розвитку ринку призвели до масового скорочення персоналу, зменшення інвестицій у бізнес і подальшого зниження податкових надходжень до державного бюджету. За оцінками експертів, у 2024 році туристичний сектор скоротився приблизно на 30% порівняно з довоєнними показниками, а податкові надходження у 2023 році зменшилися на 29% порівняно з попереднім роком.

Ці тенденції відображають глибокі структурні зміни в індустрії туризму та гостинності, спричинені не лише триваючими військовими діями, але й довготривалим впливом на інвестиційну привабливість країни, скороченням туристичних потоків і постійними змінами умов ведення бізнесу. В таких умовах індустрія гостинності продовжує зазнавати значних втрат, що ставить під загрозу не лише її поточне функціонування, а й перспективи майбутнього відновлення [16].

Вирішальну роль у майбутньому індустрії гостинності відіграють політичні рішення щодо підтримки бізнесу, фінансової допомоги та відбудови зруйнованої інфраструктури. Держава має залучати міжнародну допомогу та реалізовувати ініціативи, спрямовані на стабілізацію економіки, що сприятиме відновленню та покращенню туристичної інфраструктури. Після перемоги України політична стабільність, державні стратегії та програми розвитку стануть фундаментом для відновлення й адаптації індустрії гостинності до нових реалій.

Основними викликами для галузі в умовах війни є порушення логістичних ланцюгів, руйнування інфраструктури, нестабільність і непередбачуваність безпекової ситуації, що обмежує приплив іноземних туристів – важливого чинника для економіки готельно-туристичного бізнесу. Крім того, внутрішній попит суттєво знизився через вимушене переселення населення та економічні труднощі, що обмежують витрати на подорожі й відпочинок [21].

Аналіз досліджень вказує на низку негативних наслідків повномасштабної війни для туристичної галузі та індустрії гостинності.

- **Висока інфляція** суттєво вплинула на рівень доходів населення: заробітки українців або залишилися на довоєнному рівні, або зменшилися, тоді як витрати зросли.
- **Обмеження виїзного туризму** через запровадження воєнного стану, що унеможлиблює виїзд військовозобов'язаних громадян за кордон.
- **Скорочення в'їзного туризму** через відсутність гарантій безпеки для іноземних відвідувачів. Наразі до України приїжджають переважно дипломати, журналісти та волонтери.
- **Кадровий дефіцит** у туристичній сфері через масову міграцію, що значно скоротила кількість працівників у різних галузях економіки.
- **Руйнування туристичної та рекреаційної інфраструктури** в багатьох регіонах України, що ускладнює відновлення галузі в найближчій перспективі.

На сьогодні певна частина суб'єктів туристичної діяльності продовжує функціонувати завдяки державній програмі релокації бізнесу. Україна намагається підтримувати не лише громадян, а й підприємства, що працюють у туристичній сфері. Значну допомогу також надають іноземні партнери та міжнародні організації [36].

З 2014 року основним осередком туристичної діяльності залишаються західні області країни. Однак із початком повномасштабного вторгнення жоден регіон не може гарантувати повну безпеку для відпочинку та

оздоровлення. У межах воєнного стану заборонено проведення масових заходів, а туристичні атракції, розташовані поблизу кордону з Білоруссю, стали недоступними.

На третій рік повномасштабного вторгнення росії в Україну внутрішній туристичний бізнес отримав новий імпульс до розвитку. Потреба у фізичному та емоційному відновленні, бажання подорожувати, шукати позитивні враження та глибше пізнавати рідну країну сформували потенційний попит на туристичні послуги. Це підтверджують дані Державного агентства розвитку туризму України (рис. 2.2.).

Водночас повний рівень попиту ще не відновився через економічну кризу, зростання вартості послуг та триваючу військову агресію росії, що вплинули не лише на Україну, а й на світову економіку, сповільнивши відновлення туристичного сектору [38].

Аналізуючи внутрішній туризм у довоєнний період, зокрема за результатами масштабного опитування, у якому респондентам ставили запитання: «Яким видам відпочинку Ви надаєте перевагу в Україні?», вдалося визначити основні туристичні вподобання серед представників різних вікових груп (табл. 2.2.). Варто підкреслити, що більшість громадян, які подорожують всередині країни надають перевагу подорожам з червня по вересень. Відповідно, туристичний бізнес найбільш активний саме в літній період.

Військові дії в Україні спричинили значні зміни у попиті на різні види відпочинку, а також вплинули на сезонні пріоритети туристичних послуг. Спостереження показують, що різновікові групи переважно обирають лікувально-оздоровчий туризм, СПА-курорти та пляжний відпочинок. За результатами опитування, ці напрями є пріоритетними для понад 50% респондентів майже всіх вікових категорій [28].

Близько 30% опитаних надають перевагу гастротуризму, екскурсійним турам та розважальному відпочинку. Хоча сезонність продовжує впливати на попит, туристичний бізнес поступово адаптується до нових умов, пропонуючи

більш гнучкі варіанти відпочинку, що сприяє залученню туристів навіть у низький сезон.

Якщо у довоєнний період найбільш активними мандрівниками були люди віком від 15 до 44 років, то нині до подорожей все частіше долучаються старші вікові групи та діти. Це пояснюється можливістю виїзду за кордон, більш вільним пересуванням країною, зміною ставлення до відпочинку, покращенням туристичного сервісу та зростаючою популярністю подорожей з онуками [25].

У Кривому Розі, як і в багатьох інших містах центральної України, екскурсійно-туристичні подорожі не припинилися повністю, однак їхня географія, тематика та логістика змінилися відповідно до нових реалій. Туризм став більш локалізованим, адаптованим до умов воєнного часу, з підвищеним акцентом на безпеку, екологічність, бюджетність та патріотичний зміст [27].

Аналіз таблиці показує, що після лютого 2022 року туристичні агентства переорієнтували свою діяльність, обираючи маршрути виключно у центральну, західну, частково південну Україну – в межах відносно безпечних областей. Найчастіше організовувалися тури до:

Дніпропетровської області: Вільногірські озера, Петриківка, парк-готелі «Скіфія», ферми, дегустаційні тури, річки та ландшафтні заповідники.

Кіровоградської області: села Іскрівка, дендропарки «Веселі Боковеньки», Хутір Надія, екопарки та етнографічні садиби.

Черкащини: Чигирин, Холодний Яр, Умань, Буки – класичні культурно-історичні напрямки.

Полтавщини: Опішня, Диканька, Гоголеве, духовні центри та майстерні.

Карпат (Івано-Франківська, Закарпатська області) – тривалі автобусно-пішохідні тури, переважно влітку та восени.

Водночас більшість поїздок до Харківської, Херсонської, Донецької, Луганської та частини Запорізької області була повністю зупинена через воєнні дії або небезпеку на маршрутах [24].

В умовах війни значно змінилися підходи до змісту туристичних маршрутів. Спостерігається тенденція до зростання попиту на:

патріотичні тури – відвідування історичних місць боротьби за незалежність (Холодний Яр, Чигирин, Переяслав);

етнографічні та гастрономічні поїздки – на ферми, до крафтових виробників, садіб, сироварень, виноробень («Зелений гай», «Равликова ферма», «Drukivski Vyna»);

природничо-рекреаційний туризм – екскурсії до дендропарків, лавандових плантацій, кемпінги та сплави;

виховні та шкільні тури – поїздки до музеїв, екоосередків, парків з освітньою складовою [1].

Особливою популярністю користувалися тури під назвами: «Гірська країна серед степу», «Дарунок для персидського царя», «Українські вечорниці», «Патріотичний вікенд у Чигирині», «Подих Закарпаття» – у кожному з них відчувається змістовний акцент на культурну ідентичність та духовну опору в часи війни.

Кривбастур зберіг одну з найвищих активностей серед усіх туристичних операторів Кривого Рогу під час війни. Компанія швидко переорієнтувалась на:

- локальні маршрути в межах Дніпропетровської області;
- дводенні поїздки з мінімальними ризиками;
- кемпінги, природні маршрути та тематичні фестивалі.

Основні напрямки:

- *Вільногірські Мальдіви, Парк-готель «Скіфія», Інста-тур до Скіфії*;
- кемпінгові тури: до Кременчука, Черкащини (2024), з ночівлею;
- пішохідні походи: «Долинами Інгулу» (червень 2024);
- дитячі екскурсії – наприклад, «Страус Парк Ленд» [13].

Криворізький меридіан. Ця турфірма зберегла широкий спектр маршрутів та тематичних екскурсій, включаючи культурні, патріотичні, дегустаційні, історичні та етнографічні подорожі.

Популярні тури в період війни:

- «Незгасима пам'ять Холодного Яру», «Степова казка», «Відлуння тисячоліть»;
- «Дарунок для персидського царя», «Степове Полісся», «Привиди старого підземелля»;
- «Петриківський дивосвіт», «Січові Карпати», «Осіння казка».

Особливості:

- Тривалість – переважно 1–2 дні;
- Групи невеликі – 10–25 осіб;
- Вартість коливалась від 150 до 950 грн;
- В тури включали екскурсії, частування, тематичні завдання для дітей та дорослих.

Ця фірма чітко позиціонує себе як туристично-просвітницька організація. Її поїздки нерідко мають символічний зміст: відновлення національної пам'яті, популяризація героїчних сторінок української історії.

Педалі-Сандалі. Це агентство залишилося єдиним в регіоні, що системно підтримує активний туризм у форматі походів і сплавів, незважаючи на війну. Після 2022 року воно розширило географію складних маршрутів, при цьому зберігши високий рівень безпеки та якісну організацію. Педалі-Сандалі стали символом свободи руху навіть у складні часи, і їхня діяльність відіграє важливу психологічну та емоційну роль у період невизначеності [29].

Основні маршрути:

- *Рафтинг по річках:* Південний Буг (Мигія), Дністер, Случ, Оріль, Синюха;
- *Пішохідні походи:* Карпати (Горгани, Чорногора, Водоспади Горган), до 8–10 днів;

- *Тематичні мандрівки* – “Гірська країна серед степу”, “Сплав по Стиру та верхньому Дністру”;

- *Тривалі табори* (Карпати, Поділля, Волинь).

Адаптація до воєнних умов:

- Створення кемпінгових турів із зменшеною кількістю учасників;
- Забезпечення медичного супроводу, трекінг маршрутів, підключення до мобільних додатків;

- Підвищена увага до логістики виїздів у разі повітряної тривоги;

- Вартість – від 2600 до 6200 грн за багатоденний похід.

Криворізьке бюро подорожей та екскурсій. Попри поважний вік структури та традиційну модель роботи, бюро не втратило актуальності під час війни. Основна його цільова аудиторія – шкільні колективи, пенсіонери, культурні установи. Бюро відновило формат освітніх та просвітницьких екскурсій – Софіївка, музеї, етнографічні садиби. Його робота в умовах війни сприяє збереженню культурного зв’язку поколінь.

Напрями:

- *Мигія, Кропивницький, Переяслав, Полтавщина, Черкащина;*
- *"Скарби Поділля", "Дива Кам'яця-Подільського та Чернівців", "Чигирин – перша столиця козацтва".*

Особливості організації:

- Туристи їздять організованими групами по 10–30 осіб;
- Ціни доступні: від 500 до 1400 грн;
- Часто співпрацюють із школами, профспілками, пенсійними об’єднаннями;
- Організують виїзні тематичні екскурсії до подій: фестивалі, свята, ярмарки.

Дангіон. Після початку війни активність фірми значно зменшилась, однак вона зберегла характер своєї діяльності – організація нестандартних, атмосферних турів до локацій із унікальними природними або індустріальними рисами.

Збережені напрями:

- Короткі маршрути в межах Дніпропетровської області;
- *Инста-тури* з акцентом на фотографію;
- Тури до загадкових місць, урбаністичні простори, природні аномалії.

Дангіон адаптувався гнучко: зменшив масштаби, але не змінив стиль. Він залишається цікавим для молоді, поціновувачів альтернативного туризму, з нестандартним поглядом на маршрути.

Невгамовні гідеси. Це порівняно нова, але яскрава ініціатива у сфері туризму Кривого Рогу. «Невгамовні гідеси» – це турфірма з креативним підходом, яка орієнтується на родинний, емоційний та івент-туризм. Їхній стиль – легкий, неформальний, з любов'ю до деталей і акцентом на приємні враження, навіть у складних умовах. Це чудовий приклад соціально-емоційного туризму, який навіть у час війни дозволяє людям не втратити радість життя, особливо дітям.

Тематичні тури, організовані у 2022–2024 роках:

- «*Страус Ленд*» – доступна екскурсія для дітей і батьків (330–380 грн);
- «*Школа ельфів*» – тур до святкового BerryLand із дитячою програмою (1100 грн);
- «*До дендропарку Веселі Боковеньки*» – пізнавальні прогулянки парком;
- «*Инста-тур Лавандова веранда + Скіфія*», «*Парк Харіна + Кінний двір*», «*Равликова ферма + живий музей Микити Коржа*»;
- «*До сироварні Зелений гай*» – гастротур з дегустацією (960–1060 грн).

Особливості:

- тури переважно одноденні, недалеко, але емоційно насичені;
- дружній формат, часто з подарунками, конкурсами, інтерактивом;
- орієнтовані на дітей, жінок, творчих людей;
- активно використовують Instagram, сторіз, лайтовий стиль подачі;
- чітко дотримуються умов безпеки й формату «туризм без стресу».

КрасінТур як видно з таблиці (дод. В.1), майже не проявляв активності в публічному полі після 24.02.2022 року. Ймовірно, через логістичні складнощі, фінансові обмеження або безпекові ризики, фірма тимчасово призупинила організацію активних турів [31].

Після 2022 року в таблиці (дод. В) не зафіксовано жодного нового туру від КрасінТур, що дозволяє зробити припущення про:

- тимчасове зупинення діяльності;
- або переорієнтацію на закриті тури (під запит), які не висвітлювалися публічно.

Це приклад того, як війна вплинула на стабільні фірми, які не змогли швидко адаптуватися до нових умов.

Меридіан. Туристична фірма «Меридіан» залишилася активною і після початку війни, зосередившись на поєднанні класичних маршрутів і нових екскурсій з патріотичним змістом. Їхні тури, зазвичай, мають чітку організацію, зручну логістику та глибоке змістове наповнення. «Меридіан» зумів адаптувати класичний туризм під воєнні обмеження, зберігаючи емоційну цінність поїздок та комфортну атмосферу. Фірма лишається надійною опорою для дорослої аудиторії, родин і вчительських колективів [30].

Приклади турів у 2022–2024 роках:

- *«Незабутній відпочинок у Карпатах» (4300 грн за тиждень);*
- *«Карнавал емоцій в Умані», «Сімейний відпочинок у BerryLand»;*
- *«Скарби Поділля», «Переяслав – музейне місто», «Дива Кам'яця-Подільського та Чернівців»;*
- *«Полтавщина – духовне серце України», «Фестиваль тюльпанів у Кропивницькому».*

Особливості:

- середня ціна туру – 1200–4300 грн;
- популярні дводенні чи триденні тури з проживанням;

- збережено формат сезонних поїздок, наприклад на фестивалі, події, ярмарки;
- часто супроводжуються екскурсородами з історичними довідками;
- тури супроводжуються фотозвітами, мають високу оцінку серед клієнтів.

У період воєнного стану туристична сфера Кривого Рогу не припинила існування, а навпаки – продемонструвала гнучкість, стійкість і здатність до адаптації. Туристичні агентства міста переорієнтували свої маршрути в межах безпечних регіонів, акцентуючи увагу на природних, етнографічних, патріотичних і культурно-освітніх подорожах.

Кожна фірма адаптувалась по-своєму: хтось скоротив масштаби, зосередившись на сімейних екскурсіях (як «Невгамовні гідеси»), хтось зберіг активний туризм у горах і на річках (як «Педалі-Сандалі»), а хтось продовжив розвивати тематичні культурні маршрути (як «Криворізький меридіан» і «Меридіан»). Рекламні листівки деяких запропонованих турів криворізьких туристичних організацій подано в дод. Г.

Загалом, туризм у Кривому Розі став не лише формою відпочинку, а й інструментом емоційного відновлення, культурної стійкості та підтримки регіональної економіки. Це підтверджує важливу роль локального туризму в період національних викликів.

2.3. Аналіз змін в подорожах із Кривого Рогу та подальші перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах стабілізації ситуації

Індустрія гостинності в Україні залишається важливою складовою національної економіки, демонструючи динамічний розвиток та значний потенціал для інновацій. В умовах глобальних економічних, соціальних і політичних викликів ця галузь потребує нових підходів до управління та стратегічного планування. Серед ключових напрямів подальшого розвитку –

ефективне використання ресурсів, модернізація інфраструктури, впровадження інноваційних технологій і підвищення стандартів обслуговування. Усе це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та стабільності сфери гостинності [19].

Аналіз сучасного стану галузі в умовах війни показує, що підприємства були змушені адаптуватися до нових реалій. На перший план вийшло питання безпеки – як для персоналу, так і для клієнтів. Це зумовило необхідність перегляду операційних процесів, запровадження нових стандартів безпеки та більшої гнучкості у наданні послуг. Частина бізнесів тимчасово призупинила діяльність або перемістилася до безпечніших регіонів, що призвело до змін у географічній та структурній конфігурації ринку.

Незважаючи на ці труднощі, індустрія гостинності зберігає значний потенціал для відновлення. Перспективними напрямками є впровадження нових форматів обслуговування, розвиток систем онлайн-бронювання, використання безконтактних технологій, а також активізація внутрішнього туризму як альтернативи міжнародним подорожам [6].

Стратегія розвитку галузі має зосереджуватись на формуванні якісної туристичної інфраструктури та покращенні рівня обслуговування. Важливою складовою є також інвестиції в людський капітал: підготовка кваліфікованих кадрів, розвиток професійної освіти й навчання персоналу відповідно до нових вимог ринку.

Окремої уваги заслуговує цифровізація індустрії як інструмент адаптації до умов воєнного стану й післявоєнної відбудови. Оцифрування культурних та історичних туристичних об'єктів відіграє ключову роль у збереженні спадщини, її популяризації та забезпеченні доступу до неї в умовах фізичних обмежень. Віртуальні тури, 3D-моделі та інтерактивні платформи не лише допомагають зберегти унікальні об'єкти, а й слугують важливим засобом підтримки інтересу до туристичних напрямків [4].

Після завершення бойових дій ці цифрові рішення можуть стати основою для відновлення туристичної сфери, оскільки сформують базу

зацікавленої аудиторії, яка вже ознайомила з культурною спадщиною України у віртуальному просторі.

Цифровізація відкриває нові горизонти для створення інноваційних туристичних продуктів, які поєднують реальні й віртуальні враження. Такий підхід підвищує конкурентоспроможність України на глобальному туристичному ринку та гармонізується з євроінтеграційними процесами, що передбачають розвиток цифрової економіки, впровадження інновацій і збереження культурної спадщини.

Окрім технічного аспекту, важливим є просування української національної ідентичності: унікальних традицій, кухні, мистецької та історичної спадщини. Активна популяризація цих складових не лише зміцнить туристичну привабливість країни, а й посилить її культурну самобутність у міжнародному просторі [17].

Розвиток внутрішнього туризму, побудований на створенні сталої екосистеми туристичних послуг, здатен зміцнити галузь і посилити її вплив на національну економіку. У цьому процесі ключову роль відіграють малий і середній бізнес, зокрема у сфері готельного та ресторанного обслуговування. Ці підприємства забезпечують розмаїття туристичних послуг, створюють робочі місця та сприяють економічному розвитку регіонів.

Зростання таких бізнесів залежить від державної підтримки, що включає фінансову допомогу (кредити, гранти, субсидії), консультаційні та освітні програми з підприємництва, а також спрощення адміністративних процедур – реєстрації, ліцензування тощо.

Крім того, інфраструктурна підтримка – зокрема, доступ до логістичних послуг, сучасного маркетингу, інновацій та технологій – відіграє вирішальну роль у зміцненні позицій малого бізнесу. Збільшення туристичних потоків безпосередньо стимулює попит на послуги в сфері гостинності, активізуючи її подальший розвиток [15].

У цьому контексті важливою стратегією є залучення уваги до українських об'єктів культурної спадщини, які засвідчують внесок України у

загальноєвропейську культуру та протидіють культурній і медійній експансії, зокрема в умовах російської агресії. Їхнє збереження, популяризація та інтеграція у туристичну інфраструктуру не лише підвищують привабливість регіонів, а й формують унікальний конкурентний культурний продукт.

Таким чином, комплексний підхід до розвитку туристичної та готельно-ресторанної сфери, що поєднує цифровізацію, національну ідентичність, підтримку підприємництва та збереження культурної спадщини, є ключем до сталого зростання української індустрії гостинності як у мирний, так і в післякризовий період [20].

У цьому контексті мобільна виставка стає ефективним інструментом для презентації культурного та туристичного потенціалу громад. Такий формат дозволяє гнучко демонструвати туристичні можливості та культурні об'єкти в різних локаціях, залучаючи ширшу аудиторію. Давайте розглянемо основні переваги мобільної виставки:

1. **Гнучкість у виборі локацій:** Виставку можна проводити як у межах громади, так і за її межами, що сприяє популяризації туристичних ресурсів на регіональному та національному рівнях.

2. **Візуалізація культурного багатства:** Використання мультимедійних матеріалів, інтерактивних елементів, фотографій, відео та аудіогідів забезпечує глибше занурення у культурний потенціал громади.

3. **Залучення аудиторії:** Інтерактивні формати, такі як майстер-класи, тематичні ігри, VR-тури, роблять експозицію більш привабливою та незабутньою.

4. **Партнерства та співпраця:** Організація виставок спільно з громадами, культурними установами та туристичними агенціями розширює мережу контактів та залучає нові аудиторії.

5. **Ефективна промоція:** Виставка є важливим інструментом маркетингу та привертає увагу ЗМІ, потенційних інвесторів і партнерів для розвитку туристичної інфраструктури.

6. **Освітній аспект:** Популяризація історії та культури громади через виставку сприяє формуванню її позитивного іміджу як привабливого туристичного напрямку.

Таким чином, мобільна виставка є ефективним інструментом для розвитку і промоції культурного туризму, який дозволяє територіальним громадам продемонструвати свій потенціал, залучити туристів та сприяти економічному розвитку.

Після початку повномасштабного вторгнення туризм у Кривому Розі, як і в усій країні, зазнав докорінних змін. Географія маршрутів, структура попиту, пріоритети туристів, а також сам підхід до організації подорожей трансформувалися відповідно до нових реалій – безпекових, соціальних та економічних. Проте вже упродовж 2023–2024 років спостерігається поступове відновлення активності внутрішнього туризму, що дозволяє окреслити перспективи його подальшого розвитку [3].

До війни туристи з Кривого Рогу активно подорожували майже по всій території України. Після 24.02.2022 географія маршрутів суттєво звузилась, і поїздки зосередились на відносно безпечних центральних, західних і частково північних регіонах.

Особливо зросла роль:

- Дніпропетровської області (Петриківка, Вільногірськ, кемпінги, ферми);
- Кіровоградщини (Хутір Надія, дендропарки, етноосередки);
- Полтавщини, Черкащини, Вінниччини;
- Карпатського регіону (похідні та рекреаційні тури).

Подорожі з Кривого Рогу почали виконувати не лише рекреаційну функцію, а й психологічно-відновлювальну та патріотично-виховну. Серед провідних тематик:

- етнографічні тури з фокусом на українські традиції;
- паломницькі та духовні подорожі до святих джерел, історичних місць;

- гастрономічні тури до фермерських господарств (сироварні, виноробні, равликові ферми);
- інста-тури та подорожі вихідного дня – короткі, фотогенічні, з низьким бюджетом;
- похідні й активні маршрути – рафтинг, байдарки, пішохідні тури до Карпат, Поділля.

Це означає, що сучасний туризм в умовах війни став значно осмисленішим, з фокусом на власну культуру, природу, внутрішній світ [23].

Аналіз показав, що низка турфірм змогли швидко перебудувати свої маршрути, оновити формати, посилити безпекові заходи. Фірми, які залишились активними («Кривбастур», «Педалі-Сандалі», «Криворізький меридіан», «Невгамовні гідеси», «Меридіан»), перетворили свої поїздки на інструмент підтримки внутрішньої стійкості громади [25].

Після завершення активної фази війни внутрішній туризм має високий потенціал для розвитку, зокрема в Кривому Розі та регіоні загалом.

Відновлення класичних маршрутів – повернення до півдня (Херсон, Миколаїв, Одещина), розширення кількості турів до Карпат, Волині, Буковини;

Розвиток військово-історичного туризму – зростання інтересу до місць героїчного спротиву, музеїв війни, меморіалів;

Акцент на туризм «малих міст» – розкриття потенціалу маловідомих, але цікавих локацій у центральній та східній Україні;

Цифровізація послуг – онлайн-бронювання, мобільні додатки, екскурсії з аудіогідами;

Розвиток партнерства між туристичними агенціями, громадами та малим бізнесом – для формування стійкої туристичної екосистеми;

Освітній і шкільний туризм – повернення до активних екскурсій для учнів, як частини патріотичного виховання [4].

За отриманими даними (дод. Б, В) було створено матрицю пропозиції турів у період до повномасштабного вторгнення, результати якої дали змогу графічно відобразити кількість пропозицій турів кожної з криворізьких фірм за тим чи іншим напрямом (дод. Д). Аналогічно було створено матрицю пропозиції турів криворізьких фірм у період повномасштабного вторгнення і за результатами теж було підготовлено діаграму (дод. Е).

Основні локації, куди криворізькі фірми готували пропозиції в період як до повномасштабного вторгнення, так і військового стану відображені картографічно у доатку Ж.

Загалом подорожі з Кривого Рогу зазнали суттєвих змін під впливом війни, але адаптувалися до нових умов. Сьогодні внутрішній туризм виконує не лише рекреаційну, а й суспільну, культурну та національно-консолідуючу функцію. У перспективі – розширення маршрутів, зростання ролі місцевих ініціатив, переосмислення туризму як чинника культурного опору та відновлення України.

ВИСНОВКИ

У процесі аналізу було встановлено, що екскурсійно-туристична діяльність є багатогранною формою туризму, яка включає в себе різноманітні формати подорожей – від класичних історико-культурних маршрутів до сучасних інтерактивних і квест-турів. Екскурсії виконують не лише пізнавальну, а й культурну, соціальну, емоційну функцію, адаптуючись до потреб аудиторії через інноваційні підходи й цифрові технології.

Визначено, що ключовими чинниками, які формують туристичні маршрути, є рівень доходів населення, логістична доступність, сезонність, демографічні особливості, рівень інфраструктури та безпекові умови. Туристичний попит значною мірою залежить від платоспроможності населення, рівня урбанізації, цінової політики та соціокультурних пріоритетів, що формуються під впливом як внутрішніх, так і глобальних процесів.

До повномасштабного вторгнення на Криворіжжі туристичну сферу в контексті внутрішнього туризму активно розвивали різні туристичні організації: Туристичний центр «Кривбастур», «Дангіон», Красінтур, Меридіан, Криворізький меридіан, Криворізьке бюро подорожей та екскурсій, Педалі-Сандалі, Невгамовні гідеси.

У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що повномасштабне військове вторгнення суттєво трансформувало географію та логістику екскурсійно-туристичних подорожей із Кривого Рогу. До початку війни місто виступало активним осередком туристичних потоків, які охоплювали як регіони України, так і міжнародні напрями. Основу складали культурно-пізнавальні, рекреаційні, гастрономічні та природничі тури, які забезпечували динамічний розвиток місцевої туристичної інфраструктури та сприяли зростанню внутрішнього туризму.

Вплив військових дій кардинально змінив туристичну активність жителів Кривого Рогу. До 2022 року туристична географія Кривого Рогу була досить широкою: популярними були поїздки до Чорноморського узбережжя,

Асканії Нової та Олешківських пісків, культурних центрів (Київ, Львів, Умань, Харків). Однак значна частина туристичних маршрутів стала недоступною через ризики безпеки, порушення логістичних ланцюгів, руйнування інфраструктури та зміну соціально-економічних умов.

Це призвело до падіння активності туристичних підприємств і скорочення туристичних потоків. Проте в цих умовах туристична галузь Кривого Рогу продемонструвала гнучкість і здатність до адаптації: відбулося переорієнтування на короткотривалі, безпечні, локальні маршрути, а також на розвиток внутрішнього туризму із соціальним і патріотичним навантаженням.

Дослідження підтвердило, що туризм у сучасних умовах виконує не лише економічну, а й важливу соціокультурну функцію. Він сприяє емоційному відновленню, збереженню культурної пам'яті та зміцненню національної ідентичності. У перспективі відновлення туристичного сектору після завершення бойових дій буде залежати від державної політики, підтримки малого та середнього бізнесу, модернізації інфраструктури та формування нових безпечних туристичних продуктів. Зокрема, велику роль відіграватимуть цифровізація, локальні ініціативи, розвиток військово-історичних маршрутів і залучення громад до туристичного процесу.

Таким чином, аналіз показав, що попри глибокі виклики війни, туристична система Кривого Рогу зберігає потенціал до відновлення й подальшого розвитку. Вона здатна стати частиною стратегії національного відновлення, культурної реабілітації та стійкого регіонального зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник. 2-ге, перероб. і доп. К.: Альтерпрес РА. 2012. 444 с.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення // Економіка та суспільство. 2022. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22> (дата звернення: 02.06.2024).
3. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України. К.: РВПС України, 2001. 384 с.
4. Босовська М., Полтавська О., Домище-Медяник А. Трансформація форматів стратегічного партнерства суб'єктів туристичного сектору в контексті глобальних викликів // Стратегії глобальної конкурентоспроможності: соціально-економічні виміри: матеріали X міжнар. наук.-практ. конф., Черкаси, 23 березня 2023 р. С. 3–5.
5. Галасюк С.С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури. 2013. 178 с.
6. Дащук Ю.Є. Менеджмент туристичних дестинацій: сутність, особливості та кращі практики в Україні та світі // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Вид. 9 / за наук. ред. Л.Ю. Матвійчук, Ю.М. Барського, М.І. Лепкого. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2023. С. 140–163.
7. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
8. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
9. Заставний Ф.Д. Географія України: навч. посіб. Львів: Світ, 1994. 472 с.

10. Каролоп О.О. Організація екскурсійної діяльності. К.: Вид. центр КНЕУ, 2002. 45 с.
11. Клименко Т.М., Васильєва О.О. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. К.: НУБіП, 2019. 187 с.
12. Ковальчук Т.І. Квест-екскурсія як форма активного пізнання світу учнями і студентами. Український педагогічний журнал. 2017. №4. С.159-161.
13. Кривбастур – туристичний центр Кривого Рогу. Сторінка у Facebook URL: <http://surl.li/hepci>
14. Криворізьке бюро подорожей. Сторінка у Facebook. URL: <http://surl.li/hepsk>
15. Левицька І.В., Постова В.В. Стратегічне управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу // Молодий вчений. 2017. № 2 (42). С. 271–275.
16. Матвійчук Л.Ю., Чепурда Л.Ю., Смаль Б.А. Концептуальні засади забезпечення конкурентоспроможності індустрії гостинності регіонів // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Вид. 8 / за наук. ред. Л.Ю. Матвійчук, Ю.М. Барського, М.І. Лепкого. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2022. С. 11–29.
17. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 328 с.
18. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 336 с.
19. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
20. Охріменко А.Г., Опанасюк Н.А., Кулик М.В. Організаційно-економічний механізм функціонування суб'єктів туризму та гостинності в умовах системних криз // Бізнес-навігатор. 2024.
21. Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців: звіт за результатами опитування. URL: <http://surl.li/dtqfnw>

22. Пацюк В.С., Гусарченко Н.В. Роль локальних туристичних організацій в розвитку туристичної сфери (на прикладі туристичного центру «Кривбастур») // Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні виклики та трансформації туризму на шляху до євроінтеграції», Чернівці, 16 травня 2023 р.

23. Пацюк В.С. Індустріальний туризм: зміст турів (на прикладі Кривого Рогу) / В.С. Пацюк, В.Л. Казаков // Географія та туризм: науковий журнал / ред. кол.: Запотоцький С.П. (гол. ред.) та ін. – К.: Альфа-ПК, 2022. – Вип. 70. – С. 29-36. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2022.70.29-36>

24. Пацюк В.С., Казаков В.Л., Рейманн М. Аналіз туристичної діяльності Дніпропетровщини в контексті розвитку туризму прифронтових регіонів. Економічна та соціальна географія. Вип. 91. 2024. С. 52-63. URL: <https://doi.org/10.17721/2413-7154/2024.91.52-63>.

25. Пацюк В.С. Потенціал індустріальних регіонів в контексті формування їх туристичного іміджу. Географія та Туризм. Вип. 23. К.: Альтпрес. 2012. С. 100-107.

26. Рейманн М., Корнус О.Г., Венгерська Н. С., Холодок В.Д., Пацюк В. С., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. Регіональна економіка. №1. 2023. С. 105-113. URL: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>

27. Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2030 року: Розпорядження КМУ від 16.03.2017 № 168-р.

28. Ткаченко Т.І. Менеджмент туристичної діяльності. К.: КНТЕУ, 2020. 386 с.

29. Туристична агенція «Педалі-Сандалі». Сайт. URL: <http://surl.li/hepbx>

30. Туристична фірма «Меридіан». Сторінка у Facebook. URL: <http://surl.li/hepbv>

31. Туристична фірма Красін Тур. URL: <http://surl.li/hepbn>

32. Туристична фірма «Криворізький Меридіан». Сторінка у Facebook. URL: <http://surl.li/hepbs>

33. Федорченко В.К., Костюкова О.М., Дьорова Т.А., Олексійко М.М.(2004)Історія екскурсійної діяльності в Україні. К.: Кондор. 166 с.
34. Чагайда І.М., Грибанова С.В.(2004)Екскурсознавство. К.: Кондор.240с.
35. Ютуб-канал канал туристичної агенції «Педалі – Сандалі» URL: <http://surl.li/hepbl>
36. Reimann M., Kornus O. H., Patsiuk V. S., Venherska N. S., Kholodok V. D., Palang H. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. Journal of Geology, Geography and Geoecology. Vol 32(3). 2023. P. 89-98. URL: <https://doi.org/10.15421/112352>. (Web of Science)
37. Tourism Economics and Policy. The Demand for Tourism. URL: <https://www.planetware.com/>
38. World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1.

Тривалість відпусток та святкових днів у деяких країнах світу

Країна	Відпустка, тижнів	Свята, днів	Країна	Відпустка, тижнів	Свята, днів
Україна	2,5-6	11	Італія	5	9
Австралія	8	11	Нідерланди	4,5	9
Австрія	4,5	14	Норвегія	4,5	10
Бельгія	4,5	9	США	2,5	11
Великобританія	3	9	Франція	4,5	10
Німеччина	4	11	Швеція	5	14
Данія	4,5	11	Швейцарія	5	6
Канада	4	11	Японія	1	12
Ірландія	3,5	8	Іспанія	4,5	11

Додаток Б

Таблиця Б.1

Аналіз пропозицій туристичних подорожей із Кривого Рогу за період з
2020 року по 23.02.2022 року

<i>Назва туристичної організації</i>	<i>Назва туру</i>	<i>Географічні локації</i>	<i>Дати</i>	<i>Тип подорожі (похід, автобусна екскурсія)</i>	<i>Вартість</i>
Туристичний центр «Кривбастур»	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	13.06.2020	Автобусна	200 грн.
	Ганнівський ліс+Іскрівка	Кіровоградська область	20.06.2020	Автобусна	200 грн.
	Херсонський Уїк-енд	Херсон, с. Станіслав, Херсонська область	26.июнь	Автобусна (кемпінговий тур)	1400 грн.
	Херсонський Уїк-енд	Херсон, с. Станіслав, Херсонська область	27.июнь	Автобусна (кемпінговий тур)	1400 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	27.06.2020	Автобусна	200 грн.
	Миколаїв - місто корабелів	М. Миколаїв	04.07.2020	Автобусна	500 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	04.07.2020	Автобусна	200 грн.
	Від пустелі до моря	Олешківські пічки, Чорне море, Херсонська область	10.07-12.07.2020	Автобусна (кемпінговий тур)	1150 грн.
	Ганнівський ліс+Іскрівка	Кіровоградська область	11.07.2020	Автобусна	200 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	11.07.2020	Автобусна	200 грн.
	Від пустелі до моря	Олешківські пічки, Чорне море, Херсонська область	17.07-19.07.2020	Автобусна (кемпінговий тур)	1150 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	17.07.2020	Автобусна	200 грн.

	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	18.07.2020	Автобусна	200 грн.
	Від пустелі до моря	Олешківські пічки, Чорне море, Херсонська область	24.07-26.07.2020	Автобусна (кемпінговий тур)	1150 грн.
	Миколаїв – місто корабелів	М. Миколаїв	25.07.2020	Автобусна	500 грн.
	Ганнівський ліс+Іскрівка	Кіровоградська область	01.08.2020	Автобусна	200 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	08.08.2020	Автобусна	200 грн.
	Від пустелі до моря	Олешківські пічки, Чорне море, Херсонська область	14.08.2020	Автобусна (кемпінговий тур)	1150 грн.
	Ганнівський ліс+Іскрівка	Кіровоградська область	29.08.2020	Автобусна	200 грн.
	Стародавня Таврія	Кам'яна Могила, Запорізька область	29.08-30.08	Автобусна (кемпінговий тур)	1250 грн.
	Козина ферма-сироварня +Кропивницький	Кіровоградська область	18.10.2020	Автобусний тур	Дорослі – 700 грн., діти 600 грн.
	Нікополь і Покров – столиці труб і марганцю	Дніпропетровська область	31.10.2020	Автобусний тур	420 грн.
	Масляна в Петриківці	Дніпропетровська область	14.03.2021	Автобусний тур	Дорослі – 540 грн., діти 500
	Квітучий Кропивницький	Кіровоградська область	8.05.2021	Автобусний тур	Дорослі – 550 грн., діти – 500 грн.
	Вилкове – Українська Венеція	Одеська область	18.06.2021	Автобусна (кемпінговий тур)	1900 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	17.07.2021	Автобусна	225 грн.
	Чумацький шлях	Асканія Нова+Рожеве озеро+Арабатська стрілка	17.07.2021	Автобусна (кемпінговий тур)	1500 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	25.07.2021	Автобусна	225 грн.

	Стародавня Таврія	Кам'яна Могила, Запорізька область	29.08-30.08	Автобусна (кемпінговий тур)	1300 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	01.08.2021	Автобусна	225 грн.
	Золоте озеро+Гурівський ліс	Кіровоградська область	07.08.2021	Автобусна	225 грн.
	Античне Причорномор'я	Ольвія, Рибаківка, Березань, Миколаївська область	07.08-08.08.2021	Автобусна (кемпінговий тур)	1050 грн.
	Кемпінговий тур Кінбурн	Миколаївська область	21.08-24.08.2021	Автобусна	1950 грн.
	Дорогою вина Херсонщини	Херсонська область	21.11.2021	Автобусна	400 грн. + 350 грн. дегустація
	Дорогою вина Херсонщини	Херсонська область	29.01.2022	Автобусна	450 грн. + 350 грн. дегустація
	Харків романтичний	Харків, Харківська область	12.02.2022	Автобусна	
	Сорочин Яр	Полтавська область	19.02.2022	Автобусна	670 грн.
Дангіон	Осокорівські катакомби та Каховське море	Херсонська область	23.04.20	Автобусна	-
	Біла пустеля та бірюзові озера Вільногірська	Дніпропетровська область	21.04.20	Автобусна	-
	Екскурсія до дня Незалежності України	Донецька область	23-24 серпня 2020	Автобусна	-
	Мої чарівні Карпати	Івано-Франківська область	30.10-03.11.20	Автобусно-пішохідна	-
	"По слідах Фальц-Фейнів"	Херсонська область	29 – 30 травня 2021	Автобусна	400 грн., ночівля: 150 грн. – хостел, або 75 грн. – в своєму наметі.
	"Вікенд в Карпатах"	Закарпатська область	30.07.-01.08.2021	Автобусна	3200 грн.

	Одеський вікенд	Одеська область	11-12 вересня 2021	Автобусна	1600 грн.
	Чорнобиль	Київська область	16-17 жовтня 2021	Автобусна	-
	Експедиція в Бахмут	Донецька область	11.12.2021	Автобусна	2500 грн.
	Київ новорічний	Київська область	27.12.2021	Автобусна	1200 грн.
	Різдвяний Київ	Київська область	8.01.2022	Автобусна	1200 грн.
	Миколаїв	Миколаївська область	16.01.2022	Автобусна	850 грн.
КрасінТур	Хортиця на катері	Запорізька область	28.06.20	Автобусна	1000 грн – дорослий, 940 грн – діти
	Асканія-Нова	Херсонська область	29.06.20	Автобусна	-
	Магічні парки Харкова	Харківська область	28.06.20	Автобусна	-
	Умань	Черкаська область	27.06.20	Автобусна	-
	Арабатська коса, Генічеська гора	Херсонська область	з 27 по 29.06	Автобусна	1850 грн.
	Аквапарк Нарру Day в Дніпрі	Дніпропетровська область	19.07.20	Автобусна	790 грн/дор., 750 грн/діти
	Острів Джарилгач+ Залізний порт	Херсонська область	1-2.08.20	Автобусна	-
	Страус Парк Ленд	Дніпропетровська область	08.08.20	Автобусна	-
	село Іскрівка	Кіровоградська область	09.08.20 19.09.20	Автобусна	-
	Кропивницький	Кіровоградська область	16.08.20 12.09.20 27.09.20	Автобусна	
	Зелені хутори Таврії	Херсонська область	22.08.20 30.08.20 13.09.20 27.09.20	Автобусна	
	Харків	Харківська область	23.08.20 19.09	Автобусна	

Умань	Черкаська область	29.08.20 13.09.20 27.09.20	Автобусна	
Петриківка	Дніпропетровська область	20.09.20	Автобусна	
Миколаїв	Миколаївська область	25.10.20	Автобусна	590 грн/дор., 560 грн/діти
Масляна на Хортиці	Запорізька область	14.03.21	Автобусна	730/700 грн/чол.
Місто серця країни – Кропивницький	Кіровоградська область	10.05.21	Автобусна	дорослий – 510 грн.; дитячий – 490 грн.
Тур "Три діаманти"	Умань, Кропивницький	29.05-30.05	Автобусна	дорослий – 1505 грн.; дитячий – 1490 грн.
Острів Джарилгач та відпочинок в Залізному Порті	Херсонська область	07.08-08.08.2021	Автобусна	1690 грн.
Дегустаційний тур в Запоріжжя	Запорізька область	15.08.2021	Автобусна	1035 грн.
Чарівні парки Харкова	Харківська область	28.08.2021	Автобусна	дорослий – 800 грн.; дитячий – 780 грн.
Дводенний тур Грецькі вихідні	Одеська область	28-29.08.21	Автобусна	1660 грн.
Петриківський дивоцвіт 2021	Дніпропетровська область	30.08.21	Автобусна	470 грн – дорослий, 450 грн – дитячий
Дари Азовського моря	Херсонська область	04-05.09.2021	Автобусна	1660 грн.
Святі джерела села Іскрівка	Кіровоградська область	25.09.21	Автобусна	250 грн – дорослий, 220 грн – діти
Запоріжжя: Музей техніки "Фаетон", річний	Запорізька область	02.10.21	Автобусна	1000/940 грн.

	трамвайчик, Запорізька Січ				
	Асканія-Нова	Херсонська область	03.10.21	Автобусна	930/900 грн.
	Чарівні парки Харкова та Бал Хризантем	Харківська область	09.10.21	Автобусна	800/780 грн.
	Миколаївськ ий зоопарк та музей "Старофлот- ські казарми"	Миколаївська область	10.10.21	Автобусна	840/820 грн
	Умань. Софіївський парк	Черкаська область	16.10.21	Автобусна	870/820 грн
	Святі джерела села Іскрівка	Кіровоградська область	17.10.21	Автобусна	250/220 грн
	Кропивниць- кий – таємниці Єлисаветграду	Кіровоградська область	23.10.21	Автобусна	550/530 грн
	Масляна на Запорізькій Січі	Запорізька область	06.03.22	Автобусна	730 грн/дор., 710 грн/дит.
Криворізьки й меридіан	«Степове диво»	Кіровоградська область	15.08.20	Автобусна	300 грн (дітям 280)
	«Пам'ять Чорного лісу»	Кіровоградська область	23.08.20	Автобусна	360 грн.
	«Січові Карпати»	Закарпаття	31.08.20	Автобусна	300 грн.
	«Дивовижна «Софіївка»	Дніпропетровська область	09.10.21	Автобусна	для дорослих 660 грн., для школярів 610 грн.
	«Холодноярс ька республіка»	Черкаська область	15.10.21	Автобусна	580 грн.
	«Південне Полісся»	Полісся	17.10.21	Автобусна	для дорослих 100 грн, для школярів

	«Романтичне Межиріччя»	Львівська область	31.10.21	Автобусна	230 грн.
Педалі-Сандалі	Південний Буг	Миколаївська область	08.08.-16.08.2020	Автобусна	4000 грн.
	Похід Українськими Карпатами	Закарпаття	20.08.-28.08.2020	Автобусно-пішохідна	2200 грн
	Сплав на Іскрівському маршруті	Дніпропетровська область	28-30 серпня 2020	Автобусна	900 грн.
	Архангельський сплав	Дніпропетровська область	11-13 вересня 2020	Автобусна	900 грн.
	Похід на байдарках	Полтавська область	3 1 по 9 травня 2021	Автобусна	4000 грн
	Сплав по Случу	Хмельницька область	3 8 по 16 серпня 2021	Автобусна	4500 грн
	Похід по Карпатам	Івано-Франківська область	3 21 по 28 серпня 2021	Автобусно-пішохідна	2300 грн
Меридіан	Екскурсія до Токівського водоспаду та м.Покров	Дніпропетровська область	08.08.20	Автобусна	380 грн.
	"Осіння спокуса"	Черкаська область	10-11 жовтня 2020	Автобусна	1620 грн дитячий / 1680 грн дорослий
	"Запоріжжя – місто легенд і героїчного минулого"	Запорізька область	10.10.20	Автобусна	610 грн дорослий/ 540 грн дитячий
	Екскурсійний тур на сироварню «Лісова коза»	Дніпропетровська область	15.11.20	Автобусна	490 грн – для дітей до 14 років, 590 грн – для дорослих
	"Сім чудес Харкова"	Харківська область	15.05.21	Автобусна	-
	Пан тюльпан! У Кропивницькому + Етносадиба «Чорнобрива хата»	Кіровоградська область	04.05.21	Автобусна	570 грн

	Карнавал емоцій в Умані	Черкаська область	29 – 30 травня 2021	Автобусна	1865 грн, для дітей 1740 грн.
	Їдемо до Миколаєва	Миколаївська область	03.07.21	Автобусна	580 грн для дітей до 14 років, 620 грн для дорослих
	Феєричні вихідні в Одесі	Одеська область	21 – 22 – 23 серпня 2021	Автобусна	-
	Магія Харкова	Харківська область	09.10.21	Автобусна	1040 грн.
	Екскурсія на рибну ферму MAGIS + дегустація	Дніпропетровська область (с. Новопілля)	26.12.21	Автобусна	280 грн.
	Петриківка	Дніпропетровська область	26.02.22	Автобусна	830 грн, для дітей 730 грн.
Невгамовні гідеси	Дніпро	Дніпропетровська область	20.02.22	Автобусна	780 грн.(дорослий)/730 грн. (дитячий до 12 років)
Криворізьке бюро подорожей та екскурсій	-		-	-	-

Додаток В

Таблиця В.1

Аналіз пропозицій туристичних подорожей із Кривого Рогу за період з
24.02.2022 року по 1.04.2025 року

<i>Назва туристичної організації</i>	<i>Назва туру</i>	<i>Географічні локації</i>	<i>Дати</i>	<i>Тип подорожі (похід, автобусна екскурсія)</i>	<i>Вартість</i>
Кривбастур	"Страус Парк Ленд"	Дніпропетровська область	14.08.22	Автобусна	дорослі – 330 грн., діти від 4 до 14 років – 270 грн.
	Релакс-подорож у дендропарк «Веселі Боковеньки»	Кіровоградська область	15.10.2023	Автобусна	400 грн.
	Кропивницький: Бал тюльпанів	Кіровоградська область	20.04.2024	Автобусна	550 грн. дорослі, 500 грн. - діти
	Туристичний похід “Долиною Інгулу”	Кіровоградська область	14-17 червня 2024	Пішохідна	1200 грн.
	Кемпінговий тур Черкаська мандрівка	Черкаська область	3-4 липня 2024	Автобусна	1850 грн.
	Кемпінговий тур Гора Пивиха + Кременчуцьке море	Полтавська область	6-7 липня 2024	Автобусна	1450 грн.
	Вільногірські Мальдіви	Дніпропетровська область	14.06.24	Автобусна	530 грн.
	Кемпінговий тур Парк готель «Скіфія»	Кіровоградська область	11.08.24	Автобусна	690 грн. – дорослі, 650 грн. – діти
	Туристичний похід «Мошногірський кряж»	Черкаська область	10-14.10.2024	Автобусно - пішохідний	
Дангіон	-	-	-	-	-
КрасінТур	-	-	-	-	-

Криворізький меридіан	«Відлуння тисячоліть»	Дніпропетровська область	18.06.23	Автобусна	для дорослих 130 грн, для школярів та студентів 70 грн.
	«Степова казка»	Кіровоградська область	29.07.23	Автобусна	430 грн.
	"Привиди старого підземелля"	Кіровоградська область	29.07.23	Автобусна	300 грн.
	«Незгасима пам'ять Холодного Яру»	Черкаська область	16-17 вересня 2023	Автобусна	1630 грн.
	«Придніпровські Мальдіви»	Дніпропетровська область	09.09.23	Автобусна	580 грн.
	«Січові Карпати»	Закарпаття	15.10.23	Автобусна	480 грн.
	«Осіньна казка»	Кіровоградська область	28.10.23	Автобусна	530 грн.
	«Дарунок для персидського царя»	Дніпропетровська область	18.05.24	Автобусна	480 грн.
	«Степове Полісся»	Полісся	17.11.24	Автобусна	для дорослих 150 грн, для школярів та студентів 80 грн.
	«Петриківський дивосвіт»	Дніпропетровська область	13.10.24	Автобусна	950 грн (для дітей 850).
	«Тарапаківський розрив»	Дніпропетровська область	08.12.24	Пішохідна	150 грн для дорослих, 80 грн для школярів та студентів.
Педалі-Сандалі	Мигійськими порогами	Миколаївська область	24.06.22 02.09.- 04.09.	Автобусна	2500 грн
	Сплав по річці Дністер	Тернопільська, Івано-Франківська області	30.07- 08.08.20 22 08-17.10	Автобусна	5000 грн
	Похід в Карпати «Вершини та водоспади Горган»	Івано-Франківська область	19- 27.08.2022 23-30.09	Автобусна	2600 грн

	Похід до Чорногори	Івано-Франківська область, Закарпатська	23.09–30.09	Автобусна	2800 грн
	Рафтинг-тур на Мигійських порогах	Миколаївська область	16-18.06.2023 7–9.0728–30.07	Автобусна	2650 грн
	Похід у Карпати «Східні Горгани»	Івано-Франківська, Закарпатська області	15–22.0719–27.0816–24.09.2023	Автобусна	3300 грн
	Сплав по Стиру та верхньому Дністру	Захід України	4–13.08.2023	Автобусна	5300 грн
	Сплав по річці Оріль	Харківська область	14-18.10.23	Автобусна	3800 грн
	Сплав Синюхою та Південним Бугом	Миколаївська, Кіровоградська	з 3 по 11 серпня 2024	Автобусна	6200 грн
	Похід до «Водоспадів Горган»	Івано-Франківська область	17–24.08.2024	Автобусна	4000 грн
Меридіан	Незабутній відпочинок в Карпатах!	Карпати	11.06.22 – 19.06.22	Автобусно-пішохідний	4300 грн. за тиждень
	Вільногірські Мальдіви + Лавандова фазенда	Дніпропетровська область	16.07.22	Автобусна	500 грн.
	Свято врожаю лаванди	Кіровоградська область (с. Гурівка)	23.07.22	Автобусна	480 грн
	Петриківка	Дніпропетровська область	20.08.22	Автобусна	для дорослих 660 грн для дітей – 610 грн
	Вільногорські Мальдіви	Дніпропетровська область	21.08.22	Автобусна	400 грн.
	Кінно-прогулянкова база Реаліт	Дніпропетровська область	03.09.22	Автобусна	260 грн.
	Хутір Надія	Кіровоградська область	04.09.22	Автобусна	560 грн.

Криворізьк е бюро подорожей та екскурсій					
	Мигія – Українська Швейцарія	Миколаїв- ська область	18.06.23	Автобусна	1290 грн.
	"Гірська країна серед степу"	Актівськи й каньйон, Миколаївс ька область	24.06.23	Автобусна	від 775 грн. до 1150 грн.
	Полтавщина	с. Решети- лівка, с. Абазівка, Полтавська область	25.06.23	Автобусна	1155 грн. – 1490 грн. (залежить від кількості туристів)
	"Гірська країна серед степу"	Актівський каньйон, Миколаївсь ка область	02.07.23	Автобусна	від 775 грн. до 1150 грн.
	Збараж – Вишнівець – Кременець – Луцьк – Тараканів – Тернопіль	Збараж – Вишнівець – Кременець – Луцьк – Тараканів – Тернопіль, Тернопільсь ка область	01.07. – 02.07.23	Автобусна	3645 грн
	Олександрія – перлинка України	Кіровогра дська область	08.07.23	Автобусна	від 885 грн. до 1145 грн.
	"Гірська країна серед степу"	Актівськи й каньйон, Миколаївс ька область	29.07.23	Автобусна	від 775 грн. до 1150 грн.
	Вінниччина – перлина Поділля	Вінницька область	15.07 – 16.07.23	Автобусна	від 2890 грн. до 3670грн.
	Парк готель "Скіфія"	Кіровогра дська область	22.07.23	Автобусна	від 670 до 825грн.
	"Дива ріднокраю"	с. Китайгоро д, г. Калитва, Приорілля, Дніпропет ровська область	23.07.23	Автобусна	від 1085грн. до 1275 грн.
	"Дивовижний світ Поділля"	Бакота, Кам'янець -	05.08 – 06.08.23	Автобусна	від 3825грн. до 4745грн.

		Подільський, Хотин, Хмельницька та Чернівецька область			
	Парк готель "Скіфія"	Кіровоградська область	12.08.23 13.08.23 19.08.23 26.08.23 27.08.23	Автобусна	від 670грн. до 825грн.
	"Скарбниці Тернопілля"	Зарваниця, Бучач, Язловець, Чортків, Нирків, Тереховля, Тернопільська область	26.08 – 27.08.23	Автобусна	від 3250грн. до 4090грн.
	"Незвідане Поділля"	Антоніни, Старокостянтинів, Самчики, Хмельницька область	09.09.23	Автобусна	від 1795 грн. до 2355 грн.
	Трикратський ліс, Білі скелі!	Гранітно-степове Побужжя, Миколаївська область	23.09.23	Автобусна	790 грн.- 1080грн.
	Переяслав-Хмельницький	Київська область	24.09.23	Автобусна	від 950грн. до 1195грн.
	"Романтичний вікенд в Умані"	Черкаська область	23.09 30.09	Автобусна	від 980 грн. до 1200 грн.
	Чигирин – перша столиця козацтва	Черкаська область	14.10.23	Автобусна	від 790 до 1025 грн.
	"Скарби Тернопілля і Рівненщини"	Кременець, Дубно, Тараканів, Острог, Рівне, Тернопільська та Рівненська області	21.10 – 22.10.23	Автобусна	від 3720 грн. до 4800 грн.

	"Давидівський парк"	Кіровоградська область	22.10.23	Автобусна	від 400грн. до 500грн.
	"Дива Кам'янця-Подільського та Чернівців"	Хмельницька та Чернівецька область	28.10 – 29.10.23	Автобусна	від 4185грн. до 4795грн.
	Театральний Кропивницький	Кіровоградська область	04.11.23	Автобусна	від 620 до 785грн.
	Релакс-тур «Дрюківські вина»	Дніпропетровська область	25.11.23	Автобусна	від 1450 до 1675 грн.
	"Українські викрутаси"	Галушківка, Петриківка, Дніпропетровська область	02.12.23	Автобусна	від 1190 грн. до 1350 грн.
	«Подорож до Казкової Лапландії»	Дніпропетровська область	10.12.23 17.12.23 30.12.23	Автобусна	1100 грн.
	Дніпро	Дніпропетровська область	04.02.24	Автобусна	від 1325 грн. до 1590грн.
Криворізьке бюро подорожей та туризму	«Гуцульські мандри»	Яремче, Ворохта, Буковель, Івано-Франківська область	з 25.02 по 02.03.2024	Автобусна	з однієї особи 7000 грн.- 8000 грн.
	Цікаво про Дніпро та зоотерапія	Дніпропетровська область	04.02.24	Автобусна	від 1325 до 1590 грн.
	Зимові розваги на Полтавщині	Сорочин Яр, Полтавська область	03.02, 10.02, 17.02, 24.02	Автобусна	від 1100грн. до 1455грн.
	"Три перлини галичини: Львів – Дрогобич – Трускавець"	Львівська область	07.03 – 11.03.24	Автобусна	5680грн.- 6490грн.
	Одеса	Одеська область	09.03.24	Автобусна	від 1470 грн. до 1790 грн.
	"Первоцвіти Холодного яру"	Черкаська область	23.03.24	Автобусна	від 960 грн. до 1180 грн.
	Весняні пригоди в Закарпатті	Ужгород, Невицьке, Синевир, Мукачево,	з 23.04 по 28.04.24	Автобусна	6150 грн.- 7225 грн.

		Косино, Закарпаття			
"Незабутня Тернопільщина"	Скала- Подільська , с. Монастиро к, Борщів, Оптимісти чна, Кам'янець- Подільськ ий, Тернопільс ька та Хмельниць ка область	13.04.24	Автобусна	від 2740 грн. до 3620 грн.	
Фестиваль тюльпанів у Кропивницькому	Кіровогра дська область	28.04.24	Автобусна	615грн.- 820грн.	
Полтавщина – духовне серце України	Полтава, Опішня, Гоголево, Полтавськ а область	25.05 – 26.05	Автобусна	від 3285грн. до 3980 грн.	
Львів + Мальовничий карпатський трамвайчик + скелі Довбуша	Львів, с. Вигода, Львівська область	30.05.24 - 3.06.202 4	Залізниця +автобус	5860 грн.	
BerryLand	Дніпропет ровська область	09.06.24	Автобусна	1170 грн.	
"Учта на Хуторі Надія"	Кіровогра дська область	23.06.24	Автобусна	від 1700грн. до 2160 грн.	
Збараж – Вишнівець – Кременець – Луцьк – Тараканів – Тернопіль	Волинська, Рівненська, Тернопільсь ка області	12.07. – 15.07.24	Автобусна	3930 грн. – 4840 грн.	
Парк готель "Скіфія"	Кіровогра дська область	20.07 21.07 27.07 28.07 03.08 04.08	Автобусна	від 690грн. до 895грн.	
Вінниччина – перлина Поділля	Чернятин, Лядова, Буша, Вінниця,	26.07 – 28.07	Автобусна	від 3275грн. до 3985грн.	

		Вінницька область			
	Тилігульський лиман	Одеська та Миколаївська область	09.08 11.08	Автобусна	750 грн.
	Мигія. Рафтинг	Миколаївська область	10.08.24	Автобусна	-
	Красуня Одеса +катакомби на Молдованці + Тилігульський лиман	Одеська область	14.09 - 15.09	Автобусна	-
	Полтавщина-духовна столиця України (Полтава, Диканька, Гоголево, Опішня)	Полтавська область	21.09 – 22.09	Автобусна	-
	«Палаці, кохання та багатство»	Іванів, Верхівня, Білопіль, Бердичів, Вороновиця, Немирів, Тульчин, Житомирщина та Вінниччина	27.09 – 29.09.24	Автобусна	від 3470 грн. до 4160грн.
	"Заглянемо в минуле..."	с. Легедзіно, Тальне, Черкаська область	06.10.24 19.10.24	Автобусна	від 1285грн. до1490грн.
	"Козацькому роду нема переводу"	Петриківка, Дніпропетровська область	05.10.24	Автобусна	від 1270грн. до 1450грн.
	Пересопниця-Олика-Жидичин-Луцьк-Володимир-Колодяжне	Волинська область, Західна Україна	15.11 – 18.11.24	Автобусна	від 4970 грн. до 5875
	"Українські вечорниці та Українська крафтова броварня"	Дніпропетровська область	08.12.24	Автобусна	від 1480 до 1690 грн.

	Театральний Кропивницький	Кіровоградська область	14.12.24	Автобусна	від 890 до 1060 грн.
	Гуцульські мандри	Яремче, Ворохта, Буковель, Івано-Франківська область	20–26 січня 2025 16-22 лютого	Автобусна	від 8720 грн
Невгамовні гідеси	"Страус Ленд"	Дніпропетровська область	20.08.23 09.09.23	Автобусна	380 грн., діти 330 грн.
	До дендропарку "Веселі Боковеньки"	Кіровоградська область	22.10.23	Автобусна	від 400грн. до 500грн.
	"Школа ельфів" (Berryland)	Дніпропетровська область	17.12.23	Автобусна	1100 грн.
	До дендропарку "Веселі Боковеньки"	Кіровоградська область	14.04.24	Автобусна	500 грн., дитячий до 12 років – 350 грн
	Еко-табір "Паланка"	Карпати	11-12 травня 2024	Автобусна	2010грн дорослий, 1860 грн. дитячий
	Парк "Веселі Боковеньки"+ "Лавандовий двір"	Кіровоградська область	06.07.24 20.07.24	Автобусна	690 грн.- дорослі, 590 грн.-дитячий
	Інста-тур "Лавандова веранда"+ парк готель "Скіфія"	Дніпропетровська область	07.07.24	Автобусна	дорослі 350 грн, діти від 5-12 років – 250 грн.
	Екскурсія "Парк Харіна" + Кінний двір"	Дніпропетровська область	21.07.24	Автобусна	525, діти – 405 грн.
	До сироварні "Зелений гай"	Дніпропетровська область	04.08.24	Автобусна	1060 грн дорослий, 960 дитячий
	Тілігульський	Одеська	08.09.24	Автобусна	750 грн.
	с. Вільне	Дніпропетровська область	25.08.24	Автобусна	490 – дорослі, 450- дитячий
	Рафтинг. Мигія	Миколаївська область	07.09.24	Автобусна	1580грн. – 1930грн.
	До зеленої садиби Green village krop + дегустація равликів	Кіровоградська область	15.09.24	Автобусна	810 грн дорослий/ 710 грн дитячий

	Олександрія	Кіровоградська область	19.10.24	Автобусна	1020 грн.
	Умань. Дендропарк "Софіївка" + "Фентезі парк"	Черкаська область	26.10.24	Автобусна	1360 грн дорослий/1150 грн дитячий

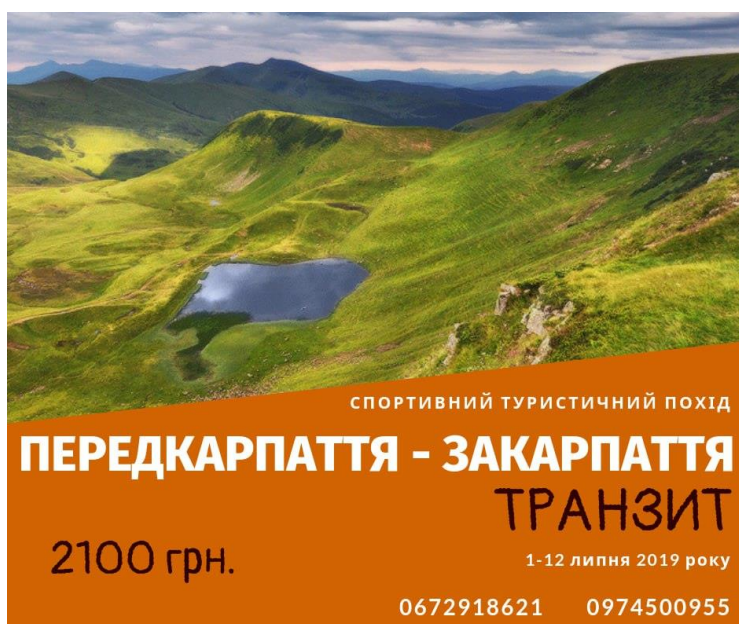


а)



б)

Рис. Г.1. Зразок рекламних листівок туристичної організації «Дангіон»



а)



б)



в)

Рис. Г.2. Зразок рекламних листівок туристичної організації «Кривбастур»



Рис. Г.3. Зразок рекламної листівки туристичної організації «Педалі-Сандалі»



Рис. Г.4. Зразок рекламної листівки туристичної фірми «Меридіан»

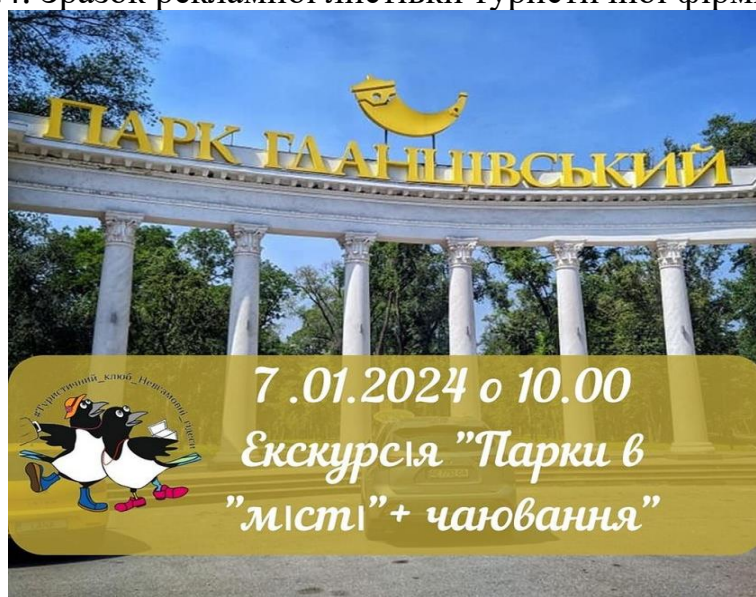


Рис. Г.5. Зразок рекламної листівки туристичної організації «Невгамовні гідеси»



Рис. Г.6. Зразок рекламної листівки туристичної фірми «Красін Тур»

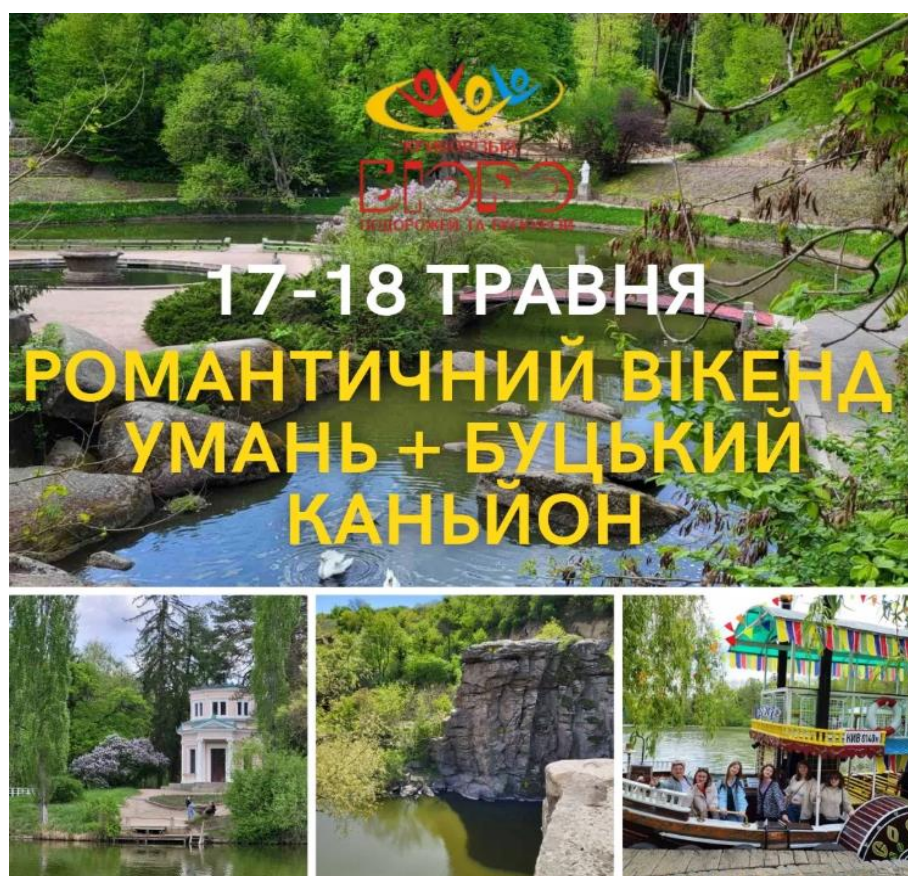


Рис. Г.7. Зразок рекламної листівки Криворізького бюро подорожей та туризму

Матриця пропозицій турів у період до повномасштабного вторгнення

Туристична організація	Кількість пропозицій до зазначених областей								
	Дніпропетровська	Запорізька	Херсонська	Миколаївська	Кіровоградська	Черкаська	Полтавська	Одеська	Харківська
Кривбастур	17	12	10	12	13	3	5	7	4
Дангiон	14	4	5	3	3	1	2	4	3
Красінтур	10	5	7	4	7	2	3	1	4
Меридіан	8	6	4	5	3	2	5	4	2
Криворізький меридіан	9	5	5	4	4	1	6	4	4
Педалі-Сандалі	7	5	5	4	5	1	6	2	3
Невгамовні гідеси	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Криворізьке бюро подорожей та екскурсій	14	9	10	8	12	5	8	10	6

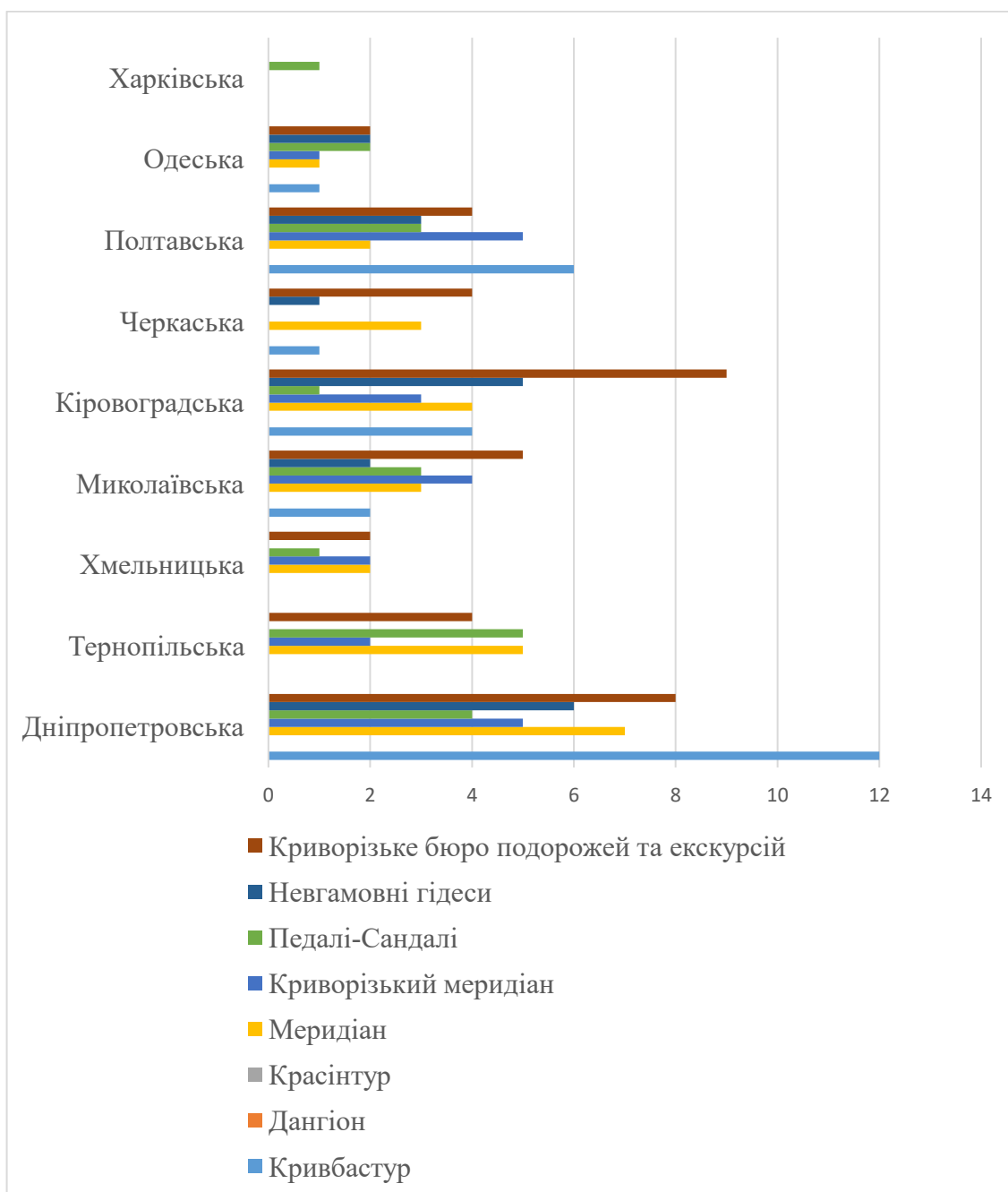


Рис. Д.1 Кількість пропозицій до різних областей України, наданих туристичними організаціями Кривого Рогу в період повномасштабного вторгнення

Матриця пропозицій турів у період після повномасштабного вторгнення

Туристична організація	Кількість пропозицій до зазначених областей								
	Дніпропетровська	Тернопільська	Хмельницька	Миколаївська	Кіровоградська	Черкаська	Полтавська	Одеська	Харківська
Кривбастур	12	0	0	2	4	1	6	1	0
Дангiон	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Красінтур	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Меридіан	7	5	2	3	4	3	2	1	0
Криворізький меридіан	5	2	2	4	3	0	5	1	0
Педалі-Сандалі	4	5	1	3	1	0	3	2	1
Невгамовні гідеси	6	0	0	2	5	1	3	2	0
Криворізьке бюро подорожей та екскурсій	8	4	2	5	9	4	4	2	0

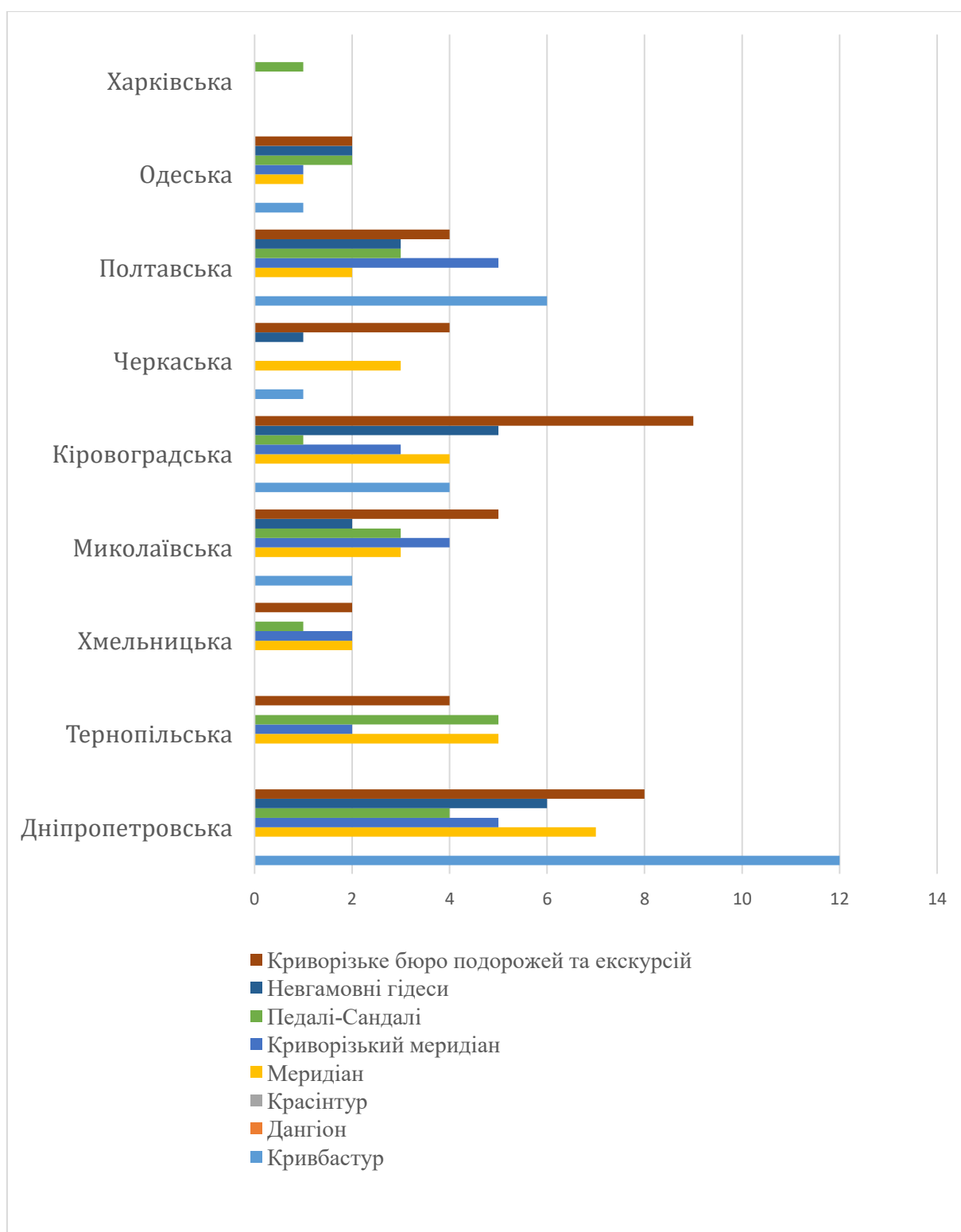


Рис. Е.1. Кількість пропозицій до різних областей України, наданих туристичними організаціями Кривого Рогу в період повномасштабного вторгнення

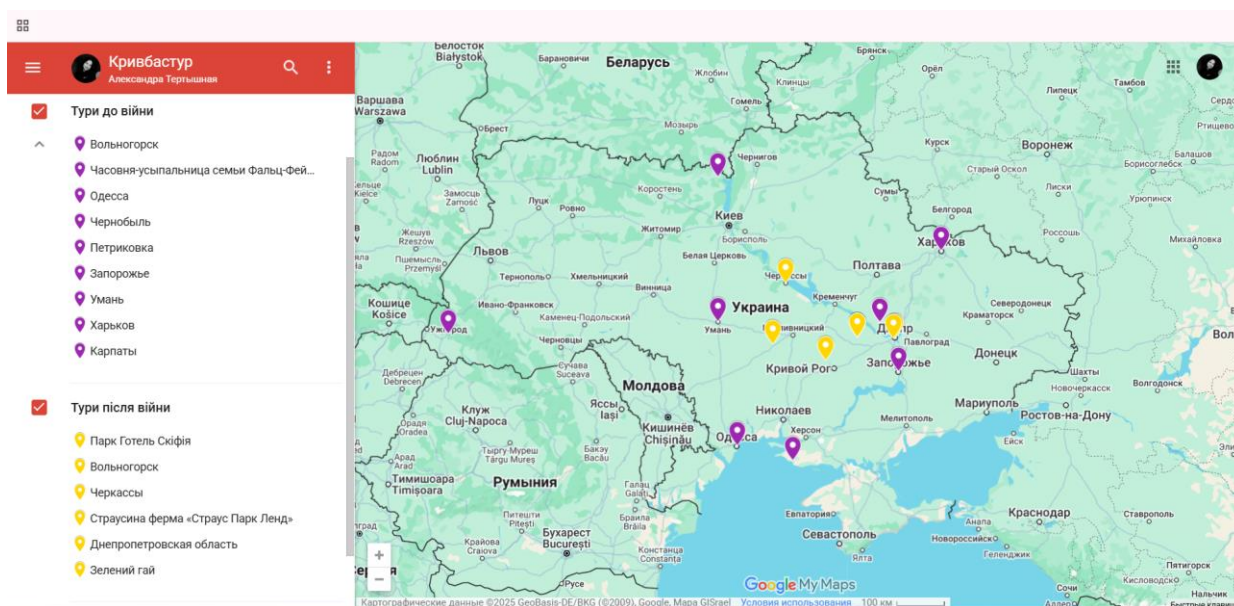


Рис.Ж.1. Географія запропонованих подорожей туристичної організації
«Кривбастур»

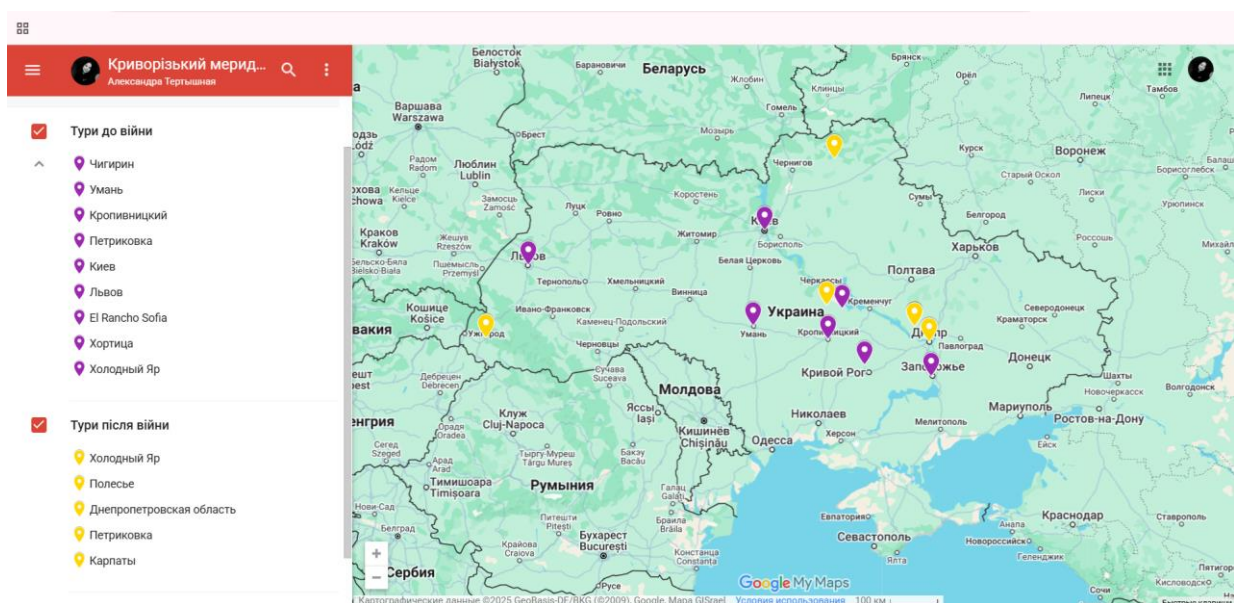


Рис. Ж.2. Географія запропонованих подорожей туристичної організації
«Криворізький меридіан»

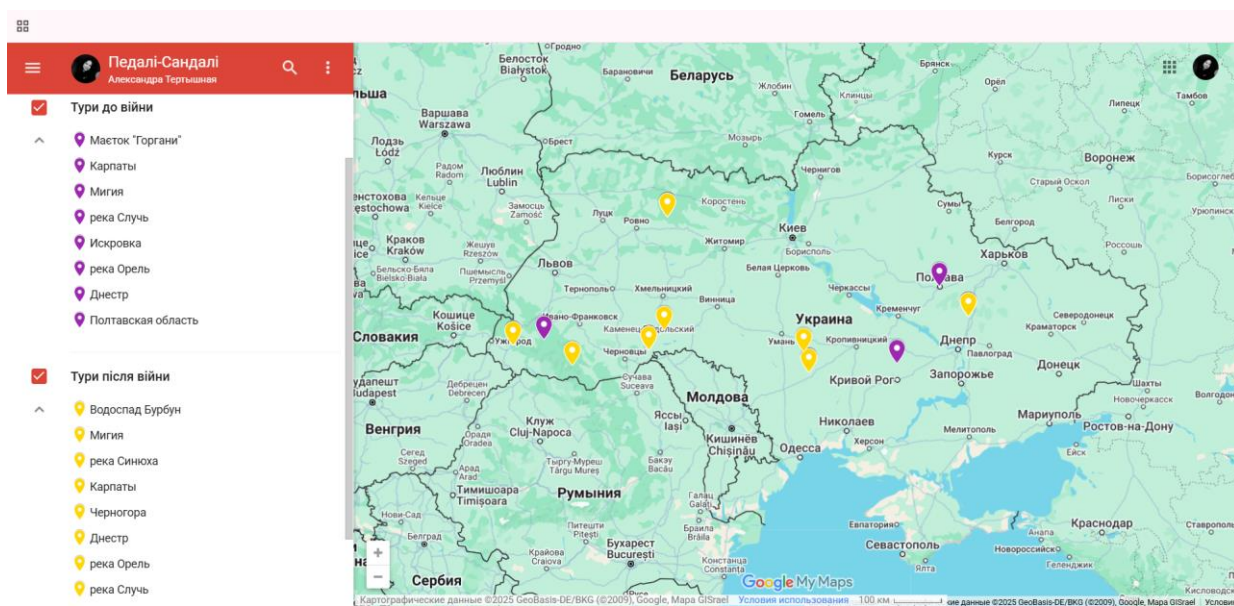


Рис. Ж.3. Географія запропонованих подорожей туристичного клубу «Педалі Сандалі»

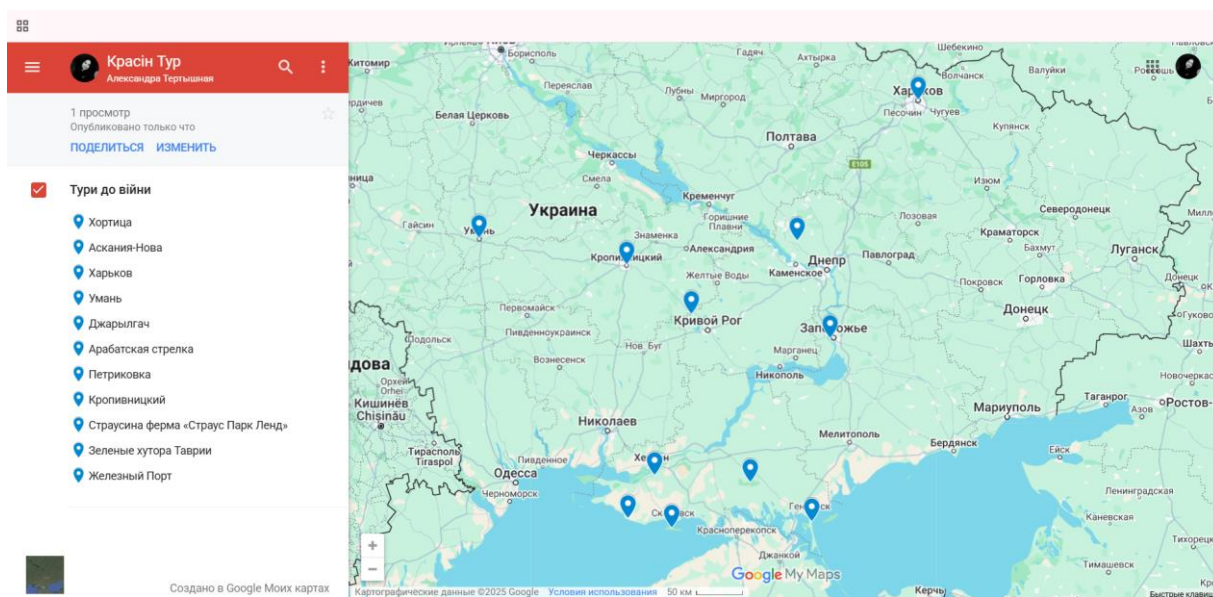


Рис. Ж.4. Географія запропонованих подорожей туристичної фірми «Красін Тур»

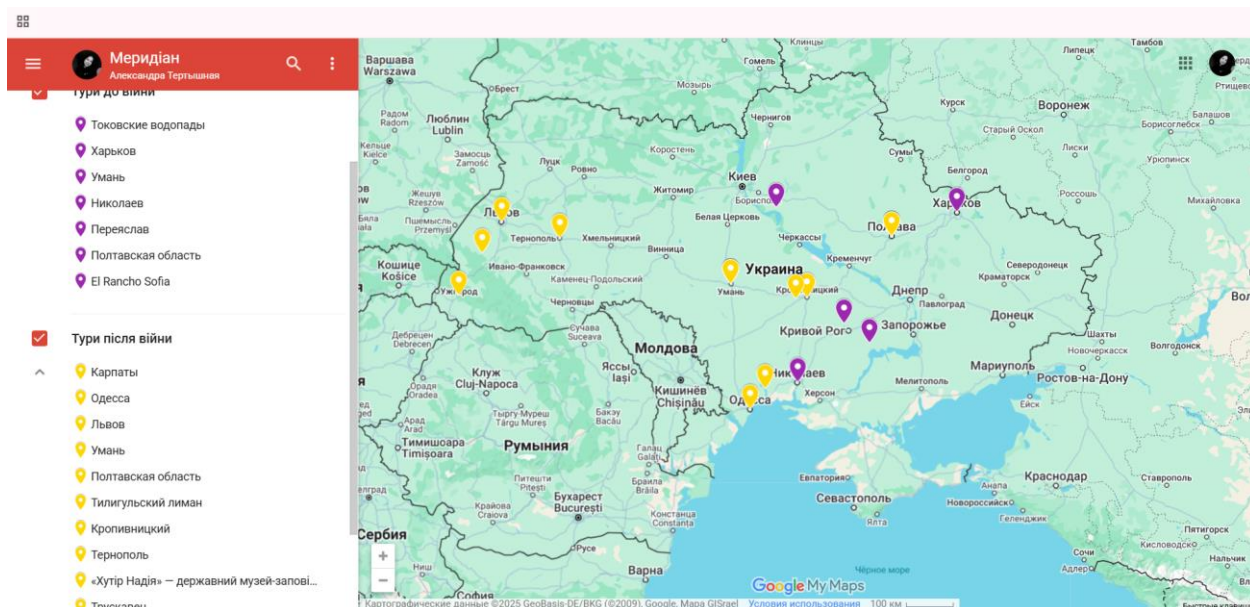


Рис. Ж.5. Географія запропонованих подорожей туристичної фірми
«Меридіан»

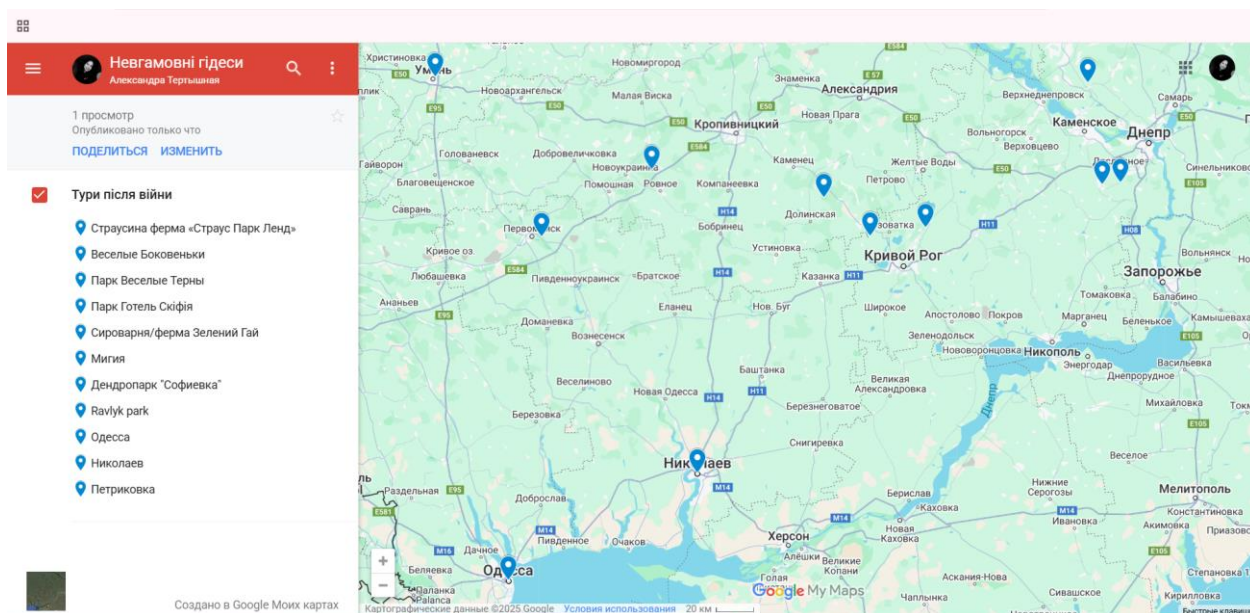


Рис. Ж.6. Географія запропонованих подорожей туристичного клубу
«Невгамовні Гідеси»

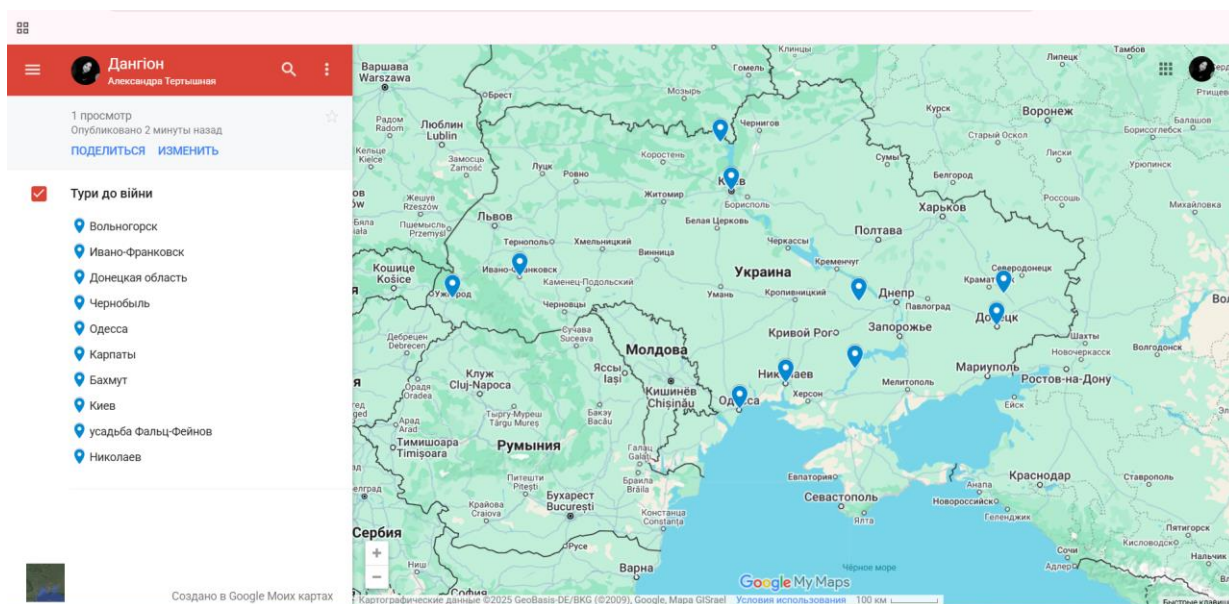


Рис. Ж.7. Географія запропонованих подорожей туристичної організації «Дангiон»

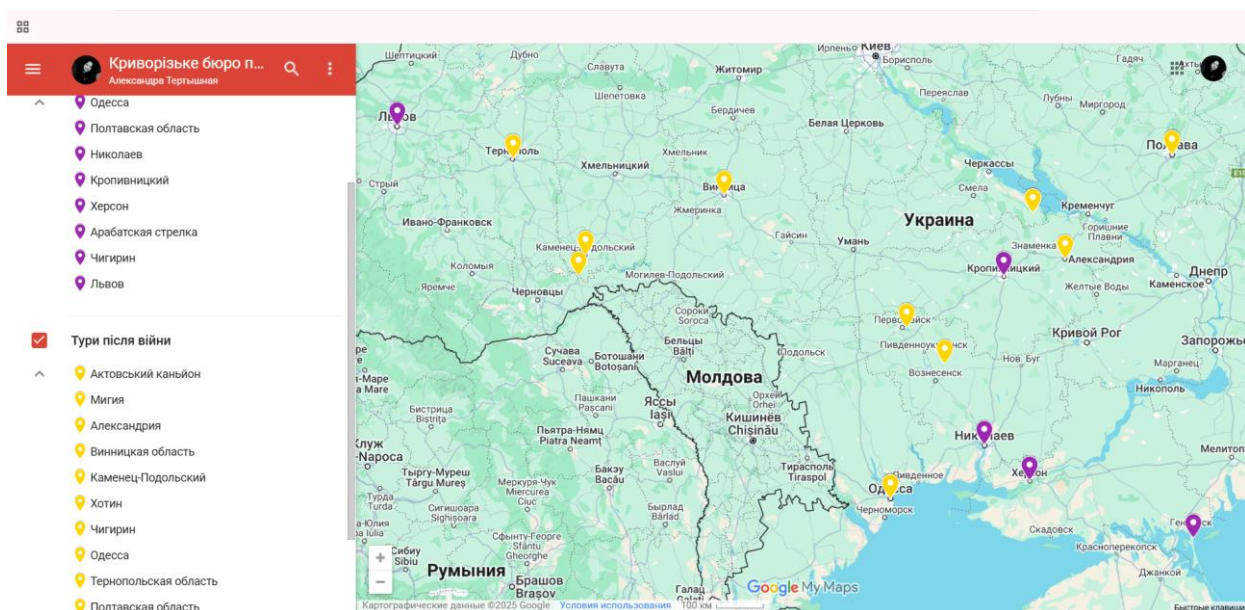


Рис. Ж.8. Географія запропонованих подорожей Криворізького бюро подорожей та туризму