

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет харчових технологій**

**Кафедра туризму**

До захисту  
Допускається  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

**Олександр КОВАЛЕНКО**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

**На тему: Проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу України  
у воєнний період**

Виконав:

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Обрамець С. О.**

(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2401-1м

(Науковий) керівник:

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Єпик Л. І.**

(прізвище, ініціали)

Суми – 2025

**ЗАВДАННЯ**  
**на дипломну роботу студенту**  
Обрамцю Сергію Олександровичу

1. **Тема роботи:** «Проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу України у воєнний період».
2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру:** 05.12.2025 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** На основі матеріалів, отриманих під час проходження виробничої практики на базі ГО «Туристичний розвиток регіонів», а також аналізу сучасного стану функціонування туристичної галузі України в умовах воєнного стану, зібрано достатній фактичний матеріал для проведення комплексного дослідження. У роботі використано наукову, навчальну, періодичну, статистичну та електронну літературу, дані офіційних звітів і публікацій міжнародних туристичних організацій (UNWTO, WTTC), матеріали вітчизняних органів державного управління, цифрові й інтернет-ресурси.
4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** розкрити теоретико-методологічні основи функціонування туристичного бізнесу в умовах кризових ситуацій; дослідити вплив воєнних дій на розвиток туристичного ринку України, його структуру, сегменти та регіональні особливості; окреслити перспективи післявоєнного відновлення галузі та її інтеграції у європейський туристичний простір; розробити практичні рекомендації щодо стабілізації, адаптації та інноваційного розвитку туристичного бізнесу України в умовах воєнних і післявоєнних реалій.

**Керівник дипломної роботи** \_\_\_\_\_ доцент Лариса ЄПІК

**Завдання прийняв до виконання** \_\_\_\_\_ студент Сергій ОБРАМЕЦЬ

Дата отримання завдання «01» лютого 2025 р.

## ПЛАН-ГРАФІК

№ п/п	Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст роботи	Результат або заключний документ етапу (підпис керівника роботи)	Термін виконання (контроль)
1.	Підготовчий	1. Визначення теми роботи	Тема кваліфікаційної роботи	2-й семестр
		2. Затвердження теми	Заява на ім'я декана з зазначенням теми, з підписом завідувача випускної кафедри	
		3. Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	Завдання на кваліфікаційну роботу	
		4. Підбір та аналіз літературних джерел з теми дипломної роботи	Список літератури	2-й семестр
		2. Визначення з базою (регіоном) проведення досліджень	Господарство, наукова чи інша установа	
		3. Підбір методик для проведення досліджень	Методика проведення досліджень	
2.	Виробнича практика	1. Формування програми виробничої практики виходячи з теми кваліфікаційної роботи	Програма виробничої практики	2-й семестр
		2. Визначення базових територій (установ, господарств і т.і.) для проведення дослідження	Дослідження на базі визначених територій (об'єктів, установ, господарств)	2-й семестр
		3. Збір даних	Фактичний матеріал	3-й семестр
		4. Математична обробка результатів дослідження	Результат досліджень	
		5. Звіт з виробничої практики – як основа для написання практичної частини дипломної роботи	Звіт з виробничої практики	
3.	Написання кваліфікаційної роботи	1. Написання розділів 1-3 кваліфікаційної роботи	Тексти розділів	3-й семестр
		2. Представлення першого загального варіанту кваліфікаційної роботи	Чорновий варіант роботи	3-й семестр
		3. Перевірка першого варіанта роботи керівником	Зауваження керівника	
		4. Доопрацювання дипломної роботи з врахуванням зауважень керівника та підготовка кінцевого варіанту роботи	Чистовий варіант кваліфікаційної роботи	
		1. Обробка зауважень наукового	Відгук наукового	

4.	Підсумковий етап	керівника	керівника	За 30 днів до визначеної дати публічного захисту (наказ на допуск до захисту кваліфікаційних робіт)
		2. Представлення роботи для перевірки на Академічну добросесність	Протокол перевірки, Висновок експертної ради	
		3. Рецензування роботи	Рецензія на кваліфікаційну роботу	
		4. Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	Допуск завідувача кафедри	
		5. Підготовка доповіді та презентації до кваліфікаційної роботи	Доповідь, презентація	
5.	Захист кваліфікаційної роботи	1. Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	Рішення Державної екзаменаційної комісії про захист	Дата публічного захисту

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Сергій ОБРАМЕЦЬ**

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Лариса ЄПІК**

## АНОТАЦІЯ

*Обрамець С.О. Проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу України у воєнний період, ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2025 р.*

У магістерському дослідженні розглянуто проблематику функціонування туристичного бізнесу України в умовах повномасштабної війни, спричиненої збройною агресією росії. Висвітлено динаміку змін у структурі туристичного ринку, зокрема різке зниження зовнішніх потоків, переорієнтацію попиту на внутрішній туризм, а також появу нових форматів туристичної діяльності — волонтерського, воєнно-пізнавального, культурно-меморіального туризму. У роботі визначено ключові проблеми галузі — невизначеність правового поля у сфері безпеки туристичної діяльності, недостатність державної підтримки бізнесу, низький рівень цифрової інтеграції, а також потребу у відновленні міжнародного іміджу України як безпечної туристичної дестинації. Особливу увагу приділено ролі місцевих громад і регіональних туристичних організацій у процесах адаптації до воєнних умов і підготовки до післявоєнного відродження галузі.

Обґрунтовано перспективні напрями розвитку туристичної галузі в Україні: диверсифікація туристичного продукту, активізація внутрішнього ринку, впровадження цифрових технологій, інтеграція принципів сталого розвитку та креативної економіки.

Розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення державної політики у сфері туризму, механізмів фінансової та інформаційної підтримки бізнесу, стимулювання інноваційних проєктів, відновлення туристичної інфраструктури та просування України як перспективної туристичної дестинації у післявоєнний період.

**Ключові слова:** туризм, туристичний бізнес, воєнний стан, криза, післявоєнне відновлення, внутрішній туризм, сталий розвиток, інновації, цифровізація, безпека подорожей, імідж України.

## ABSTRACT

**Obramets S.O.** *Problems and Prospects for the Development of the Tourism Business in Ukraine during the War Period.*, Educational and Professional Program «Tourism», specialty 242 «Tourism and Recreation», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2025. The master's research examines the functioning of Ukraine's tourism business under the conditions of the full-scale war caused by the armed aggression of the Russian Federation. The paper highlights the dynamics of changes in the structure of the tourism market, including a sharp decline in international tourist flows, the reorientation of demand toward domestic tourism, and the emergence of new formats of tourism activity such as volunteer, war-related, and cultural-memorial tourism. The research identifies key issues faced by the industry — the uncertainty of the legal framework regarding tourism safety, insufficient state support for tourism enterprises, a low level of digital integration, and the urgent need to restore Ukraine's international image as a safe and attractive destination. Special attention is devoted to the role of local communities and regional tourism organizations in adapting to wartime conditions and preparing for post-war recovery. Based on comparative analysis of national and international experiences, the study proves that the war period can become a stimulus for modernization of tourism management, the development of socially responsible business models, and the formation of a new travel culture focused on safety, education, and support of local communities. Practical recommendations are proposed for improving state tourism policy, developing mechanisms of financial and informational support for enterprises, promoting innovative projects, restoring tourism infrastructure, and enhancing Ukraine's international reputation as a promising post-war destination. The results of this research can be used by public administration bodies, tourism enterprises, educational institutions, and regional tourism development agencies.

**Keywords:** tourism, tourism business, martial law, crisis, post-war recovery, domestic tourism, sustainable development, innovation, digitalization, travel safety, image of Ukraine.

## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	12
1.1. Сутність та особливості туристичного бізнесу як сфери економіки	12
1.2. Сучасні тенденції та форми розвитку туризму в Україні	20
РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	30
2.1. Аналіз впливу військових дій на туристичну інфраструктуру та потоки	30
2.2. Психологічні та економічні бар'єри розвитку внутрішнього та в'їзного туризму	38
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	42
3.1. Розробка нових туристичних продуктів та маршрутів у безпечних регіонах	42
3.2. Роль держави та міжнародних організацій у підтримці туристичної галузі	53
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	60
ДОДАТКИ	65

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Туристична сфера є однією з найважливіших та найдинамічніших галузей світової економіки, що формує значну частку валового внутрішнього продукту, забезпечує мільйони робочих місць, стимулює розвиток малого й середнього бізнесу та сприяє активізації міжкультурних контактів. Для України, яка володіє унікальним поєднанням природно-рекреаційних ресурсів, багатою історико-культурною спадщиною, розвиненими традиціями гостинності та вигідним географічним розташуванням, туристична індустрія традиційно є стратегічно важливою сферою, здатною забезпечувати як економічне зростання, так і соціальну стабільність регіонів.

Попри складну ситуацію, туристична галузь залишається важливим чинником соціально-економічного відновлення країни. Саме туризм здатний сприяти активізації місцевих громад, створенню нових робочих місць, відновленню малого бізнесу, популяризації культурної спадщини та формуванню позитивного міжнародного іміджу України. Розвиток туризму під час війни та в післявоєнний період може стати інструментом реінтеграції територій, відбудови інфраструктури та залучення міжнародних партнерів і інвесторів.

У цьому контексті дослідження впливу воєнних дій на туристичний бізнес, аналіз трансформацій галузі, виявлення її ключових проблем, а також визначення перспектив і стратегій відновлення набувають виняткової актуальності. Таке дослідження має не лише наукове значення, адже формує теоретичне підґрунтя для розуміння процесів, що відбуваються у туристичній сфері, а й вагоме практичне значення – оскільки результати можуть бути використані для розробки ефективної державної політики, стратегічних планів регіонального розвитку та конкретних заходів з відбудови туристичної інфраструктури. Воно є необхідним елементом формування комплексної

стратегії повоєнної реконструкції України та забезпечення її сталого економічного зростання.

**Аналіз наукових літературних джерел й результатів досліджень.** У процесі дослідження проблем і перспектив розвитку туристичного бізнесу України у воєнний період проаналізовано широкий комплекс джерел – від офіційних нормативних документів до сучасних наукових публікацій, аналітичних матеріалів, інтерв'ю та статистичних звітів. Закон України «Про туризм» (1995) визначає правові засади функціонування галузі, проте сучасні умови потребують його адаптації до нових викликів, пов'язаних із безпекою туристичної діяльності, цифровізацією послуг та післявоєнним відновленням.

Вагомими є публікації, присвячені аналізу поточного стану туристичної сфери та її трансформацій під впливом воєнних дій. Так, у працях Баженової, Пологовської та Бикової (2022) наголошується на необхідності антикризового управління та державного стимулювання внутрішнього туризму як найбільш життєздатного напрямку в сучасних умовах. Коваль і Логвин (2022) акцентують на явищі «вимушеного туризму», спричиненого масовим внутрішнім переміщенням населення, що зумовлює появу нових форм туристичної та соціальної мобільності. Подібні ідеї підтримує Корчевська (2022), яка вбачає у кризі потенціал для структурної перебудови галузі та створення локальних туристичних кластерів.

Наукові праці українських і зарубіжних дослідників свідчать про формування нової парадигми розвитку туризму, зорієнтованої на безпеку, етичність і соціальну стійкість. Так, роботи Vobeka, Gotal і Horvat (2023) демонструють, як війна вплинула на поведінку українських туристів і переосмислення цінностей подорожей. Дослідження Tsviliy, Gurova, Zhuravlova, Mykhailuk (2022) і Tsviliy, Gurova, Zhilko (2022) аналізують економічну безпеку та брендинг туристичних дестинацій у поствоєнний період, пропонуючи стратегічні підходи до відновлення конкурентоспроможності галузі.

Узагальнення літератури засвідчує, що науковці та практики одноставно визнають туризм не лише економічною, а й соціокультурною категорією, здатною відіграти важливу роль у процесі національного відродження. Незважаючи на численні виклики, галузь має значний потенціал відновлення, спираючись на внутрішній туризм, інноваційні технології, збереження культурної спадщини та формування позитивного міжнародного іміджу України. Таким чином, огляд джерел підтверджує доцільність комплексного підходу до вивчення туристичного бізнесу у воєнний період і підкреслює потребу у розробці стратегій сталого розвитку, орієнтованих на довгострокову перспективу.

**Мета дослідження** полягає у виявленні основних проблем та викликів, з якими стикається туристичний бізнес України в умовах війни, а також у розробці практичних рекомендацій та стратегічних напрямів його відновлення та сталого розвитку.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні **завдання**:

1. Визначити теоретичні основи функціонування туристичного бізнесу як сфери економіки;
2. Дослідити вплив військових дій на туристичну інфраструктуру та потоки та визначити основні психологічні та економічні бар'єри, що перешкоджають розвитку внутрішнього та в'їзного туризму;
3. Розробити пропозиції щодо створення нових туристичних продуктів та маршрутів у безпечних регіонах.

**Об'єкт дослідження** – туристичний бізнес України.

**Предмет дослідження** – проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу в умовах воєнного періоду.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань у роботі були використані загальнонаукові методи, зокрема: аналіз та синтез (для вивчення теоретичних аспектів), узагальнення (для формування висновків), системний

підхід (для комплексного розгляду проблем галузі), а також статистичний аналіз (для оцінки кількісних показників) та порівняльний аналіз.

**Теоретичне та практичне значення дослідження** полягає у здійсненні комплексного аналізу функціонування туристичного бізнесу України в унікальних та екстремальних умовах воєнного часу, що дозволило виявити специфічні проблеми та розробити адаптивні стратегії відновлення. Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані органами державної влади, місцевого самоврядування, туристичними підприємствами та громадськими організаціями для розробки програм відновлення туристичної галузі, залучення інвестицій та ефективного використання існуючих ресурсів.

**Апробація результатів дослідження.** Результати проведених досліджень було висвітлено в наступних матеріалах (Додатки 1-2): 1.Обрамець С.О., Єпик Л.І. Туристичний бізнес України в реаліях воєнного часу. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтіювича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с. С.352-354. 2. Обрамець С., Єпик Л.. Перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні у повоєнний час.Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : Матер. ІІ Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). – Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с. С.61-64.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) та додатків. Загальний обсяг дослідження становить 64 сторінки (без урахування додатків).

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

### 1.1. Сутність та особливості туристичного бізнесу як сфери економіки

Згідно з сучасним визначенням, туризм розглядається як форма активного відпочинку, що сприяє зміцненню здоров'я та фізичному розвитку людини й передбачає подорожі за межі постійного місця проживання.

Також існує інше формулювання: туризм — це тимчасове вибуття людини з місця її проживання з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання, професійної чи ділової діяльності та інших потреб, без виконання оплачуваної роботи у пункті перебування.

До учасників туристичних відносин належать як фізичні, так і юридичні особи, що формують туристичний продукт, забезпечують надання послуг, або здійснюють посередницьку діяльність у цій сфері. У туристичній діяльності беруть участь також туристи, екскурсанти та відвідувачі — громадяни України, іноземці або особи без громадянства, в інтересах яких ця діяльність і здійснюється [33].

Туристичний продукт — це попередньо підготовлений набір взаємопов'язаних послуг, у склад якого входять щонайменше дві послуги та пропонується споживачу за єдиним встановленим прайсом. Зазвичай це буває — послуги перевезення, розміщення та інші аспекти, наприклад:

- організація відвідування культурних, історичних, природних об'єктів;
- екскурсійні програми;
- рекреаційні та розважальні заходи;
- оздоровчі та спортивні послуги;
- придбання сувенірної продукції та інші сервіси, що підвищують привабливість подорожі.

Таким чином, туристичний продукт має комплексний характер і поєднує в собі як базові послуги, так і додаткові, спрямовані на задоволення різних потреб туриста.

В економічному сенсі туризм як товар реалізується у вигляді послуг. Його споживча вартість полягає у враженнях, знаннях, емоціях і досвіді, що набувається у подорожах. Тож, якість туристичного продукту визначається не лише умовами перевезення чи проживання, але й рівнем організації, безпекою, сервісом та унікальністю вражень, які отримує турист.

Сутність туризму як соціально-економічного явища розкривається через його основні функції, де базисом є ті, що пов'язані з економікою, які проявляються у сприянні надходженню іноземної валюти в країну, створенні прибутку для локальних жителів, а також туристичних центрів, розвитку суміжних галузей, пов'язаних із створенням продукції, а також у розвитку бізнес-структур що базуються на пізнанні та розвагах. Також завдяки туризму вдосконалюється локальна інфраструктура — дорожні господарства, зв'язок та комунікації — що підвищує комфорт туристів.

Також туризм виконує важливі соціокультурні функції: забезпечує обмін культурними цінностями між народами та регіонами, популяризує історичну й природну спадщину, формує толерантність і взаєморозуміння між людьми. Також він стимулює розвиток творчих і розважальних напрямів, підвищує освітній рівень і культурну обізнаність населення, зміцнюючи соціальні зв'язки та залучаючи місцевих жителів до участі в туристичних проєктах і заходах.

Туризм є однією з найдинамічніших галузей економіки, адже забезпечує швидке повернення інвестицій і приносить значний прибуток. Він позитивно впливає на рівень життя населення та виконує важливі соціальні функції.

Ця сфера діяльності не лише організовує відпочинок, а й допомагає людині відновити сили, зберегти працездатність і раціонально використовувати вільний час. Туризм вважається екологічно безпечним видом економічної активності,

який стимулює міжрегіональне й міжнародне співробітництво, зміцнюючи взаєморозуміння між народами.

Його гуманітарне значення полягає в тому, що подорожі поєднують відпочинок із пізнанням життя, історії, культури та традицій інших країн. Це розширює світогляд, розвиває інтелект і формує шанобливе ставлення до культурної спадщини [32].

Економіка туристичної діяльності охоплює організацію й надання туристичних послуг у встановлених обсягах і термінах відповідно до укладених договорів, ефективне використання наявних ресурсів і розвиток нової матеріально-технічної бази туризму. Вона забезпечує надходження іноземної валюти до державного та місцевих бюджетів, отримання прибутку підприємствами галузі, координацію ресурсів туристичного сектору, сприяє зайнятості населення та задоволенню його різноманітних потреб.

До основних завдань економічної діяльності учасників туристичного ринку належать формування й комплектація туристичного продукту, розвиток ринку туристичних послуг, удосконалення туристичної інфраструктури, впровадження сучасних комп'ютерних технологій у систему продажу турів, а також стимулювання внутрішнього та в'їзного туризму [34].

Перш за все, економічне значення туризму можна аналізувати та оцінювати у глобальному аспекті. У цьому розумінні туризм як економічний феномен виконує різноманітні ролі: він створює та задовольняє попит, стимулює споживання, сприяє економічному зростанню та розвитку як окремих країн, так і світової економіки загалом [22].

Однією з ключових ролей туризму у світовій економіці є його здатність виступати стимулятором і каталізатором економічного зростання. Цей вплив проявляється у кількох напрямках.

По-перше, туризм сприяє переміщенню робочої сили — як фізичної, так і інтелектуальної — що підвищує продуктивність праці як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях. Це, своєю чергою, забезпечує раціональніше

використання трудових ресурсів і створює додаткові можливості для розвитку економічної та соціальної діяльності.

По-друге, туристична галузь формує сприятливі умови для появи нових виробничих і сервісних секторів, орієнтованих на створення товарів і послуг для потреб мандрівників.

По-третє, розвиток туризму прискорює впровадження сучасних технологій у сфері виробництва та обслуговування, стимулює інновації, адже туристичний попит висуває високі вимоги до якості продукції та сервісу.

По-четверте, зростання туристичного споживання підсилює попит на обладнання, технології, ноу-хау та інші товари, як через популяризацію місцевої продукції у в'їзному туризмі, так і через рух капіталів, пов'язаний із виїзними поїздками [24].

Нарешті, розширення масштабів рецептивного туризму стимулює інвестиційну активність — як внутрішню, так і зовнішню, залучаючи фінансові ресурси з-за кордону та сприяючи сталому розвитку туристичних дестинацій.

Завдяки активізації туристичного споживання зростають доходи сектору, що забезпечує обслуговування туристичних аспектів, оскільки розширюється потреба на послуги та товари, переходячи на численні виробничі та сервісні сфери. Це створює ефект економічного мультиплікатора, коли кожна гривня, витрачена туристом, генерує додаткові надходження в суміжні галузі та стимулює подальше економічне зростання.

Також він активізує платіжний баланс держави та регіонів, особливо там, де переважає в'їзний туризм, шляхом перерозподілу національного доходу як всередині країни, так і на міжнародному рівні. Найбільш помітним є економічне значення туризму для національної економіки, особливо в умовах активного міжнародного туризму, коли країни отримують значні валютні надходження, завдяки чому зростає загальний рівень економічної стабільності. Економічна роль і значення туризму найбільш виразно проявляються на рівні регіонів та окремих туристичних дестинацій, що реалізується через ряд ключових аспектів:

- Стимулювання продажу продукції місцевої промисловості серед туристів – туристи купують товари та сувеніри, що виробляються в регіоні, що безпосередньо підвищує доходи місцевих підприємств і сприяє розвитку виробничого потенціалу.
- Збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію регіону – туристичний потік створює додаткові ринки збуту для місцевих фермерів, що стимулює виробництво та підтримує аграрний сектор економіки.
- Розширення та модернізація регіональної інфраструктури – розвиток туристичної сфери стимулює будівництво і оновлення транспортних мереж, готелів, рекреаційних об'єктів і закладів громадського харчування, що покращує загальний рівень комфорту для місцевого населення.
- Надходження доходів до регіонального бюджету через податки та збори – діяльність туристичних підприємств збільшує обсяг податкових надходжень, що дозволяє фінансувати соціальні та інфраструктурні проєкти у регіоні.
- Підвищення рівня зайнятості місцевого населення – розширення туристичних послуг сприяє розширенню зайнятості як у сфері гостинності та обслуговування, так і в суміжних галузях економіки.
- Покращення рівня життя жителів регіону – за рахунок підвищення доходів, створення робочих місць та розвитку інфраструктури підвищується загальний соціальний та економічний добробут населення.
- Розвиток галузей, що забезпечують виробництво туристичних послуг – туризм стимулює зростання готельного бізнесу, транспортних та розважальних послуг, організацію екскурсій та культурних заходів.
- Активізація діяльності народних промислів та підтримка культурного розвитку – попит туристів на сувеніри, традиційні вироби та культурні програми сприяє збереженню місцевих ремесел і традицій.

- Збільшення валютних надходжень та зміцнення економічної стабільності регіону – особливо за рахунок в'їзного туризму, що приносить додаткові валютні ресурси і підтримує економічну стабільність національної та регіональної економіки [18].

Економічна ефективність туризму передбачає взаємопов'язаний розвиток туристичної сфери з іншими галузями соціально-економічного комплексу країни. Позитивний економічний вплив туризму можливий лише за умов гармонійного розвитку, коли туризм не перетворює економіку на виключно сферу послуг і не гальмує розвиток інших секторів.

Економічна ефективність проявляється у досягненні економічних результатів на різних рівнях: у масштабах держави, через обслуговування населення регіонів та в межах виробничо-обслуговуючих процесів туристичних підприємств.

Завдяки витратам туристів на послуги та товари виникає так званий прямий ефект. Непрямий ефект формується через ланцюгову економічну реакцію: гроші, витрачені туристами, створюють додаткові доходи, які повторно витрачаються на товари та послуги, генеруючи нові прибутки. Такий мультиплікаційний ефект стимулює розвиток суміжних галузей і сприяє зростанню економіки у регіонах та країни в цілому.

Прибуток в туристичній сфері формується з виручки підприємств від продажу послуг і товарів. Частина доходів регіону надходить у вигляді податків, які залишаються у розпорядженні місцевих органів влади та використовуються для розвитку інфраструктури і реалізації соціальних програм [20].

Туристичні витрати — це споживчі витрати відвідувачів, пов'язані з задоволенням їхніх потреб як туристів, які здійснюються перед поїздкою, під час подорожі та після неї, а також у місцях перебування. Основні види туристичних витрат включають оплату комплексних турів (пакетів послуг), послуг розміщення та харчування, перевезення пасажирським транспортом, екскурсійне обслуговування, послуги перекладачів, організаційні послуги туроператорів та

турагентів, участь у рекреаційних, культурних, розважальних і спортивних заходах, а також витрати на страхування та інші супутні послуги.

- Основні показники туристичної діяльності країни або регіону:
- загальна кількість відвідувачів;
- кількість іноземних туристів (в'їзний туризм);
- кількість громадян, що подорожують за кордон (виїзний туризм);
- кількість внутрішніх туристів;
- кількість екскурсантів;
- середня тривалість перебування туристів у дестинації;
- середньодобові витрати одного відвідувача;
- обсяг туристського споживання;
- валові туристські витрати за кордоном;
- кількість підприємств і організацій туристичної сфери;
- чисельність працівників, зайнятих у туризмі;
- обсяг наданих послуг підприємствами туристичного сектору;
- коефіцієнт завантаженості засобів розміщення.

Туристичний потік характеризує постійне прибуття туристів і є одним із ключових показників розвитку туристичної сфери. Для його оцінки використовують різноманітні показники, що враховують нічліги та ліжко-дні, а також середню тривалість перебування відвідувачів у дестинації. Ці дані дозволяють аналізувати інтенсивність туристичної активності, сезонність і динаміку змін попиту на туристичні послуги [19].

Оцінку матеріального забезпечення туризму проводять завдяки аналізу об'єктів розміщення та інфраструктуру, що обслуговує туристів. Важливим елементом є й кількість місць у закладах громадського харчування, розважальних та культурних установах, таких як театри, які відведені для туристів. Розвиток матеріально-технічної бази прямо впливає на комфорт і

задоволення потреб туристів. Завдяки цьому відбувається зростання туристичного потоку та підвищує доходи регіонів.

Фінансово-економічна діяльність туристичних фірм оцінюється через об'єм реалізації послуг або виторг від продажу туристичних продуктів, робочу силу що здатна виконувати роботу та її продуктивність. Також, важливими показниками є ефективність використання виробничих засобів, фондоддача, оборотність оборотних коштів, собівартість послуг, прибуток та рентабельність підприємств. Окремо аналізується фінансовий стан туристичних організацій, включаючи платоспроможність, ліквідність та загальну фінансову стабільність, що дозволяє оцінити їх здатність забезпечувати високоякісне обслуговування та довгостроковий розвиток [16].

Зважаючи на складні ситуації останніх років — пандемію COVID-19 та повномасштабну війну в Україні — економічне значення туризму набуло нових вимірів. Ось як ці події вплинули на галузь:

Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентний спад у світовому туризмі. За даними ООН, міжнародні туристичні прибуття знизилися на 65% у першій половині 2020 року. Через це було спричинено великі витрати, близько 320 мільярдів доларів США лише за перші п'ять місяців 2020 року

Міжнародна організація праці повідомила про значні втрати робочих місць у секторі, особливо у готельному та ресторанному бізнесі, що сталися через тривалі обмеження на подорожі та карантинні заходи. У відповідь на кризу стався активний розвиток внутрішнього туризму, з пропозицією громадянам подорожувати по своїй країні. Завдяки цьому були погашені втрати та відублася підтримка місцевої економіки [13].

Повномасштабна війна в Україні, розпочата в лютому 2022 року, призвела до значних руйнувань у туристичній інфраструктурі. За даними ЮНЕСКО, було пошкоджено 341 культурний об'єкт, зокрема в Києві, Львові та Одесі, з загальними збитками що перевищують десятизначні показники у мільярдах

доларів США. Подібних прикладів багато, одним із них можна вказати значні пошкодження Одеського собору, що має велике духовне та історичне значення.

Крім того, війна призвела до зміни туристичних звичок українців. Дослідження показали, що українські туристи стали більше подорожувати внутрішньо, відвідуючи історичні місця, музеї та природні об'єкти, що набуло патріотичного характеру.

Економічне значення туризму для країни можна оцінити за кількома критеріями:

- Внесок у ВВП: частка туризму у валовому внутрішньому продукті країни.
- Створення робочих місць: кількість працівників у сфері туризму
- Валютні надходження: дохід від іноземних туристів.
- Розвиток інфраструктури: вклад у розвиток транспорту, готельного бізнесу, культурних та рекреаційних об'єктів [15].

Аналізуючи ці показники до та після пандемії та війни, можна побачити значні зміни. Наприклад, у 2020 році країну відвідало на 65% менше міжнародних туристів у порівнянні з 2019 роком, завдяки чому можна зробити висновки про значний вплив пандемії на галузь. В Україні, за даними ЮНЕСКО, втрати в туристичній сфері через війну оцінюються в понад 19 мільярдів доларів США, що також свідчить про значний економічний вплив

## **1.2. Сучасні тенденції та форми розвитку туризму в Україні**

Сучасні тенденції відображають як внутрішні соціально-економічні зміни, так і вплив глобальних процесів. Все більшої популярності набирають подорожі, орієнтовані на пізнання культурної спадщини та автентичного способу життя різних регіонів. Наприклад, туристи відвідують фестивалі традиційної музики, знайомляться з народними ремеслами та кухнею, завдяки чому є можливість підтримувати локальні громади. Окремо варто відзначити й зростання інтересу

до екологічного та сільського туризму, адже для багатьох українців та іноземних гостей важливим стає відпочинок у гармонії з природою.

Важливою сучасною тенденцією у сфері туризму є активне впровадження цифрових технологій. Український турист дедалі частіше користується мобільними застосунками для планування поїздок, онлайн-сервісами бронювання готелів та квитків, а також інтерактивними картами. Це робить подорожі більш зручними, доступними та прозорими. Наприклад, завдяки мобільним платформам мандрівники можуть заздалегідь ознайомитися з відгуками інших користувачів, оцінити рівень сервісу та обрати найоптимальніший маршрут.

У постпандемічний період особливу роль почали відігравати віртуальні тури. Музеї, галереї та навіть окремі туристичні об'єкти пропонують можливість ознайомлення з експозиціями в онлайн-форматі. Це не лише популяризує культурні надбання України серед ширшої аудиторії, але й стимулює зацікавлення у подальшому відвідуванні локацій «наживо». Такі практики поєднують освітній, культурний та комерційний аспекти, формуючи нові можливості для розвитку туристичної індустрії [13].

Окремо слід виділити тенденцію цифровізації державних сервісів у сфері туризму. Упровадження електронних систем бронювання екскурсій, цифрових путівників та електронних квитків дозволяє значно спростити процедури та зробити їх більш доступними для широких верств населення. Також поступово формується електронна база туристичних маршрутів, що допомагає не лише мандрівникам, а й місцевому самоврядуванню в розвитку інфраструктури.

Значний вплив на туристичний сектор справляють соціальні мережі. Сучасні мандрівники орієнтуються не лише на офіційні сайти чи довідники, а й на блоги, відеоогляди та рекомендації відомих тревел-інфлюенсерів. Це створює ефект «живої реклами», адже реальні відгуки та візуальний контент формують довіру та стимулюють інтерес до певних напрямків. У цьому контексті

українські міста та регіони все активніше використовують можливості digital-маркетингу для просування своїх туристичних продуктів.

Варто також відзначити вплив новітніх технологій на розвиток інфраструктури. Впровадження систем електронних оплат, смарт-карток для туристів, онлайн-аудіогідів та інтерактивних інформаційних стендів сприяє підвищенню якості обслуговування та формує позитивний імідж країни як сучасної та відкритої для гостей. Така інтеграція технологій відповідає світовим тенденціям «розумного туризму» (smart tourism), де ключову роль відіграють зручність, інноваційність і доступність.

У майбутньому важливу роль може відіграти розвиток технологій д(AR) та (VR). Вже зараз у світі існують приклади, коли туристи під час екскурсії через мобільний додаток можуть побачити історичну реконструкцію подій або відновлений вигляд архітектурної пам'ятки. Для України такий напрямок є надзвичайно перспективним, оскільки поєднує збереження культурної спадщини з інноваційними методами її представлення. Це не лише підвищує інтерес до історичних місць, але й створює конкурентні переваги на міжнародному туристичному ринку [3].

Ще однією перспективною та активно розвиваючоюся формою туризму є сільський, або зелений, туризм де туристи можуть ознайомитися з традиційним способом життя, культурними особливостями та природними красотами регіонів. Особливу популярність сільський туризм здобув у західних та центральних областях країни, зокрема в Карпатах, на Поліссі та в Поділлі. Тут розташовані численні агросадиби, еко-ферми та гостьові будинки, які пропонують туристам широкий спектр послуг: проживання в традиційних хатах, участь у сільськогосподарських роботах, майстер-класи з народних ремесел, дегустації місцевої кухні та ознайомлення з автентичними обрядами.

Економічний потенціал сільського туризму є значним. Він сприяє розвитку місцевого бізнесу та залученню інвестицій у сільські території. Власники агросадиб і фермери отримують додатковий дохід від послуг, що дозволяє

модернізувати господарство та покращувати рівень життя місцевих громад. Крім того, сільський туризм відіграє важливу роль у збереженні культурної спадщини та традицій. Туристи мають можливість ознайомитися з народними ремеслами, фольклором, музикою та кухнею, що сприяє їх популяризації та передачі молодшому поколінню [36].

Потрібно вжити низку комплексних заходів, щоб сільський туризм мав гарний розвиток. Вони будуть спрямовані на маркетингові стратегії, розвиток якісних кадрів, поліпшення інфраструктури та інтеграцію принципів сталого розвитку.

#### 1. Покращення інфраструктури та цифровізація

Одним із основних бар'єрів є неідеальний стан інфраструктури. Понад 60% сільських доріг потребують ремонту або реконструкції. Покращення дорожнього покриття, забезпечення стабільного доступу до інтернету та впровадження смарт-рішень для управління туристичними потоками сприятимуть залученню більшої кількості туристів.

#### 2. Підвищення кваліфікації місцевих кадрів

Для підтримки якості обслуговування необхідно проводити навчання місцевих жителів з питань гостинності, екологічного туризму та маркетингу. Наприклад, за підтримки програми ЄС "Підтримка політики розвитку сільських територій" було проведено понад 100 тренінгів для місцевих підприємців у західних областях України.

#### 3. Розвиток маркетингових стратегій та брендингу

Створення єдиного бренду сільського туризму "Зелені Карпати" дозволить об'єднати регіональні зусилля та збільшити впізнаваність українського сільського туризму на міжнародному ринку. Активне просування через онлайн-платформи, участь у різних виставках та створення мобільних додатків для туристів сприятимуть залученню нових відвідувачів.

#### 4. Інтеграція принципів сталого розвитку

Важливою складовою є впровадження принципів сталого розвитку, що включають збереження природних ресурсів, підтримку громад, а також курс на екологічно чисті форми туризму. Наприклад, у Чернівецькій області реалізовано проєкт "Еко-туризм без відходів", що передбачає використання відновлювальних джерел енергії, сортування сміття та організацію еко-турів [7].

#### 5. Державна підтримка та законодавчі ініціативи

У 2024 році ВР було ухвалено закон "Про розвиток сільського туризму", який передбачає надання фінансової підтримки малим підприємствам, що займаються агротуризмом, а також створення туристичних кластерів у сільських районах. Це дозволить залучити інвестиції та сприятиме розвитку інфраструктури.

Ще одним перспективним напрямком розвитку туризму в Україні є гастрономічний туризм, який передбачає подорожі з метою ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями, продуктами та культурою харчування. Україна має багатий гастрономічний потенціал, що відображає різноманітність регіональних традицій. Так, на Одещині активно розвиваються еногастрономічні маршрути, які поєднують відвідування виноробних господарств із дегустаціями місцевих страв. Подібні ініціативи реалізуються і в Закарпатті, на Львівщині та в Черкаській області, де створюються тематичні маршрути для ознайомлення туристів з місцевими кулінарними традиціями та автентичними продуктами.

Гастрономічний туризм має суттєвий економічний ефект. Витрати туристів на гастрономічні послуги складають значну частину загальних витрат на подорожі, що стимулює розвиток малого бізнесу, створення робочих місць та залучення інвестицій у сільські території. Місцеві фермери та власники ресторанів і готелів отримують додатковий дохід, що дозволяє модернізувати господарства та покращувати рівень обслуговування.

Разом із тим ця галузь туризму має аспекти, які потрібно покращувати та вдосконалювати. Слабкий рівень інфраструктури, брак досвідчених кадрів, недостатній доступ до інтернет-мережі роблять повільними темпи розвитку

галузі. Також спостерігається нестача системної маркетингової підтримки та єдиних стандартів обслуговування, що ускладнює просування гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівнях.

Ще одним аспектом у розвитку туристичної індустрії в Україні є зелений туризм, який передбачає відпочинок у сільській місцевості з акцентом на природні ресурси та екологічно чисті форми дозвілля. Він дозволяє туристам не лише відпочити від міської метушні, а й ознайомитися з унікальною флорою та фауною регіонів, культурними традиціями місцевих громад та автентичним способом життя сільського населення. Сучасний зелений туризм в Україні активно розвивається, і сьогодні на території країни функціонує понад 2 000 агроосель, що пропонують туристам розміщення, харчування та організацію дозвілля. Особливо популярними є Карпати, Полісся, Поділля та Черкащина, де поєднуються мальовнича природа, традиційні ремесла та фольклорні свята, що робить подорожі цікавими та різноманітними.

Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні значні, і вони залежать від правильного підходу до покращення аспектів, які необхідно покращувати: недостатньої інфраструктури, браку кваліфікованих кадрів, обмеженого доступу до фінансування та слабого рівня обізнаності серед місцевого населення. Впровадження державних програм підтримки, розвиток брендів регіонального туризму, підвищення кваліфікації місцевих жителів та активне використання цифрових платформ для просування туристичних послуг створюють умови для сталого та якісного розвитку галузі.

Разом із розвитком різних сфер туризму в Україні постають і значні сучасні виклики, які потребують уваги з боку громад, влади та туристичного бізнесу. Туризм, як галузь, що інтегрує економічні, культурні та соціальні процеси, відчуває серйозний вплив пандемії COVID-19, війни, проблем із економікою та із інфраструктурою. Пандемія значно скоротила внутрішні та міжнародні потоки туристів, обмежила роботу різних сфер туризму, а обмеження на подорожі й карантинні заходи призвели до зниження доходів.

Найбільш гостро на туристичну галузь вплинула повномасштабна війна. Руїнування інфраструктури, нестача безпечних умов для подорожей, евакуація населення та зниження довіри у контексті туристичної дестинації сильно обмежили можливості для розвитку туристичних продуктів. Крім того, економічна нестабільність, інфляція та високі ціни на енергоносії знизили купівельну спроможність населення і ускладнили фінансування туристичних проєктів.

Не менше значення має погана інфраструктура та транспортне сполучення, особливо у віддалених регіонах, які є привабливими для зеленого та сільського туризму. Поганий стан доріг, обмежений доступ до готелів та туристичних об'єктів, відсутність сучасних транспортних рішень ускладнюють розвиток туристичних маршрутів і зменшують комфорт відпочинку. Нарешті, недостатня державна підтримка створює додаткові перешкоди для галузі, обмежує можливості для інвестування та розвитку нових туристичних продуктів.

Попри значні труднощі, сучасні виклики відкривають перед українським туристичним сектором нові можливості для відновлення та розвитку, особливо у сфері міжнародного туризму. Однією з головних перспектив є активне залучення іноземних туристів після завершення військових дій та стабілізації безпекової ситуації. За прогнозами експертів, попит на подорожі до України з боку Європи, Північної Америки та Азії поступово зростатиме, оскільки країна пропонує унікальні культурні, природні та гастрономічні ресурси, які не мають аналогів у регіоні [10].

Сучасні тенденції міжнародного туризму вимагають від України активного впровадження цифрових технологій та онлайн-платформ, що дозволяють туристам планувати подорожі, бронювати проживання та замовляти послуги дистанційно. Впровадження мобільних додатків, інтерактивних мап, віртуальних турів та систем зворотного зв'язку допомагає підвищити конкурентоспроможність українських туристичних продуктів та залучати ширшу аудиторію.

Також перспективним напрямком є розвиток спеціалізованого туризму, зокрема культурно-історичного, гастрономічного та зеленого. Після завершення бойових дій туристи матимуть змогу відвідати відновлені музеї, етнографічні села, винні та сироварні тури, національні парки та заповідники, що сприятиме не лише економічному зростанню регіонів, а й популяризації української культури у світі. Наприклад, інтерес до Карпат, Поділля та Полісся зростатиме завдяки поєднанню мальовничої природи, унікальних традицій та можливостей для активного відпочинку.

Важливим елементом відновлення міжнародного туризму є співпраця з міжнародними організаціями та туроператорами, що дозволяє залучати інвестиції, обмінюватися досвідом та просувати Україну на світових туристичних ринках. Участь у міжнародних виставках, форумах та проєктах з розвитку туристичної індустрії буде призводити до інтеграції українських туристичних послуг у глобальні ланцюги вартості та підвищення стандартів обслуговування.

Нарешті, перспективи міжнародного туризму пов'язані із розвитком безпечних та якісних транспортних сполучень, зокрема відновленням авіасполучень, модернізацією залізничних та автобусних маршрутів і створенням туристичних хабів у ключових містах. Це сприятиме легкому доступу до регіональних туристичних продуктів та зробить подорожі Україною зручними і привабливими для іноземних відвідувачів.

Перспективи відновлення міжнародного туризму тісно пов'язані з покращенням безпеки, інфраструктури, цифровізації, брендингу та міжнародної співпраці. Реалізація цих напрямків здатна не лише відновити туристичну галузь після кризи, а й створити довгострокові передумови для її сталого розвитку, підвищення економічного потенціалу регіонів та зміцнення міжнародного іміджу країни.

Після розгляду сучасних форм туризму в Україні, важливо звернути увагу на економічне значення туристичної галузі, яке має як поточне, так і

перспективне післявоєнне значення. Туризм сьогодні є не лише джерелом доходів для підприємців і місцевих громад, а й важливим фактором економічної стабілізації.

У сьогоднішній день, через обмежену можливість приймати іноземних туристів внутрішній туризм стає основним джерелом економічної активності для багатьох регіонів. Місцеві подорожі сприяють підтримці різних прошарків бізнесу, таких як готелі, ресторани, екскурсійні послуги та агротуристичні оселі. Водночас внутрішній туризм стимулює розвиток інфраструктури, зокрема транспортних маршрутів, дорожнього сполучення та туристичних об'єктів, що залишаються актуальними і після завершення війни. Зростання внутрішніх туристичних потоків також дозволяє підтримувати робочі місця в регіонах, зберігати культурну та природну спадщину, а також формувати додаткові джерела доходу для громад. Це вкрай важливо для сільських і віддалених територій, де інші джерела економічної активності обмежені [12].

Для післявоєнної України міжнародний туризм є потужним інструментом економічного відновлення. Він здатен забезпечити значне поповнення державного бюджету, залучення іноземних інвестицій та розвиток ключових секторів економіки, включно з транспортною та готельною інфраструктурою. Україна має унікальні туристичні ресурси, які можуть стати привабливими для туристів із Європи, Північної Америки та Азії. Особливо перспективним є розвиток спеціалізованих напрямків: культурно-історичного туризму, гастрономічного туризму та зеленого туризму. Відновлення національних парків, музеїв, етнографічних сіл та гастрономічних маршрутів дозволить залучити міжнародних туристів та збільшити туристичні доходи країни. Активне просування України на світовому ринку, участь у виставках та туристичних форумах, а також гарні умови для різних інвесторів будуть ключовими чинниками економічного зростання.

Важливо також звернути увагу на воєнний туризм — специфічний напрямок, який набув актуальності у сьогоднішніх умовах та має потенціал для

розвитку у післявоєнний період. Воєнний туризм охоплює відвідування об'єктів, пов'язаних з військовою історією, такими як бойові позиції, меморіали, музеї, а також участь у реконструкціях історичних подій. В Україні цей напрямок набув популярності після 2014 року, коли почалася агресія Росії проти України.

Під час воєнних дій ця галузь туризму виконує кілька функцій. По-перше, він є компонентом освіти, завдяки якому туристи можуть дізнатися більше про історію конфлікту, героїзм українських військових та цивільних осіб. По-друге, він сприяє психологічному відновленню учасників бойових дій та цивільного населення, надаючи можливість переосмислити пережите та знайти підтримку в спільному досвіді.

Після війни, є перспектива становлення цього виду туристичної діяльності як важливого елементу післявоєнної реабілітації та відновлення економіки. Відвідування місць бойових дій може стати частиною національної пам'яті, сприяти формуванню патріотичного виховання та залученню інвестицій у регіони, які постраждали від війни. Крім того, розвиток воєнного туризму може сприяти відновленню інфраструктури, збільшенню зайнятості та розвитку малого бізнесу в постраждалих регіонах [11].

Таким чином, важливе економічне значення сьогодні в Україні набувають різні галузі туризму. Внутрішній туризм сьогодні забезпечує стабільність регіонів, підтримує бізнес і робочі місця, а післявоєнний міжнародний туризм може стати драйвером масштабного економічного відновлення країни. Для досягнення цього важливо поєднувати інвестиції в інфраструктуру, розвиток людського капіталу, цифровізацію туристичних послуг та ефективну міжнародну промоцію, що дозволить Україні не лише відновити туристичну галузь, а й зробити її стратегічно значущим сектором економіки.

## **РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ ЧАС**

### **2.1. Вплив війни на туристичну інфраструктуру туризму та потоки**

Повномасштабне вторгнення росії в Україну стало вкрай серйозним викликом для всієї національної економіки, адже воно паралізувало багато секторів, які у мирний час забезпечували стабільне зростання та наповнення бюджету. Однією з найбільш уразливих сфер виявився туризм. Якщо до 2022 року Україна активно позиціонувала себе як країна з багатим культурним спадком, різноманітними природними ресурсами та розвинутою мережею курортів, то після початку війни, галузь опинилася на межі виживання.

Туристична діяльність в Україні завжди відігравала багатофункціональну роль. Вона забезпечувала зайнятість для великої кількості людей у готельному бізнесі, сфері харчування, транспорті, екскурсійній діяльності. З іншого боку, туризм був важливим чинником збереження та популяризації національної культурної спадщини: музеї, театри, історичні пам'ятки існували не лише як об'єкти для місцевих мешканців, а й як магніти для іноземних відвідувачів. Крім того, ця галузь виконувала функцію «економічного мультиплікатора», стимулюючи розвиток суміжних напрямків — від торгівлі та транспорту до ремесел і креативних індустрій.

До початку широкомасштабної війни, Україна поступово формувала позитивний імідж на міжнародному туристичному ринку. Країна приваблювала відвідувачів різними напрямками: від культурного туризму у Києві, Львові та Одесі — до лікувально-оздоровчих курортів Трускавця чи Моршина, а також активного відпочинку в Карпатах і на Чорноморському узбережжі. Особливо стрімко розвивався сегмент так званого "city break" туризму, коли іноземці відвідували Україну на кілька днів задля знайомства з історією, гастрономією та культурою міст. Важливу роль відігравав і транзитний туризм, оскільки Україна була зручно розташована між Сходом і Заходом Європи.

Проте вже в перші тижні війни ситуація кардинально змінилася. По-перше, закриття повітряного простору України зробило практично неможливим прибуття іноземних туристів. Альтернативні шляхи — залізничні та автомобільні — залишалися надто небезпечними через ризик обстрілів та нестабільну логістику. По-друге, інформаційне поле в усьому світі фокусувалося на війні, що створювало потужний "ефект відлякування": потенційні туристи асоціювали Україну не з відпочинком, а з небезпекою.

За оцінками аналітиків, скорочення в'їзного потоку становило близько 90% у порівнянні з довоєнними роками. Це означає, що іноземний туризм фактично припинив існування як окремий сектор. Для бізнесу, орієнтованого на обслуговування іноземців (туристичні оператори, гідів, готелі середнього та високого класу, ресторани з національною кухнею), це стало катастрофою. Багато підприємств були змушені закритися або перейти до роботи виключно з внутрішнім туристом, що різко зменшило їхні доходи [14].

Зупинка міжнародного туризму мала також низку вторинних наслідків. Від неї постраждали не лише компанії безпосередньо у ресторанній сфері, а й транспортні перевізники, сфера обслуговування, сувенірні виробництва та навіть окремі галузі культури, які раніше працювали завдяки постійному іноземному попиту. Наприклад, театральні постановки чи етнографічні фестивалі, орієнтовані на закордонну аудиторію, залишилися без глядачів.

Туристична інфраструктура України завжди мала змішаний характер: поряд із сучасними готельними комплексами та новими рекреаційними центрами функціонували історичні пам'ятки, музеї, театри, санаторії радянського зразка та приватні садиби зеленого туризму. Усе це разом формувало своєрідний "туристичний ландшафт", який дозволяв Україні пропонувати різноманітні маршрути для мандрівників. Війна ж завдала по цьому ландшафту нищівного удару.

Найбільш відчутними стали прямі фізичні руйнування. Обстріли та авіаудари пошкодили численні готелі, бази відпочинку, туристичні комплекси.

Деякі з них були знищені повністю, інші перебувають у стані, що вимагає капітального ремонту. Особливо критичним також слід назвати ураження й культурних об'єктів — музеї, театри, пам'ятки архітектури, які не лише виконували роль осередків культури, а й були туристичними магнітами для відвідувачів з усього світу.

Втрата культурної спадщини має подвійний ефект: це невимірні культурні збитки, адже унікальні артефакти та архітектурні ансамблі є невідновними і — зменшення туристичної привабливості країни у майбутньому. Адже відновити зруйнований готель технічно можливо, але повернути автентичну пам'ятку історії — значно складніше, а часом і зовсім нереально.

Важливим аспектом є також інфраструктура супутніх послуг. Багато ресторанів, кав'ярень, розважальних центрів і навіть транспортних вузлів припинили роботу. У прифронтових і окупованих регіонах вони або зруйновані, або законсервовані на невизначений час. Це означає, що навіть за умов припинення бойових дій туристичний продукт цих територій не зможе швидко відновитися, адже для повернення туриста необхідний повний комплекс сервісів — від готелю до транспортної доступності та дозвілля.

Значною проблемою стали і природні туристичні ресурси. Наприклад, частина природоохоронних територій і національних парків постраждала від військових дій: там виникали пожежі, забруднення ґрунтів і водойм, пошкодження екосистем. Такі зміни також негативно впливають на майбутні можливості розвитку екологічного та рекреаційного туризму [15].

Загальні оцінки збитків вимірюються десятками мільярдів доларів. Відновлення потребуватиме комплексного підходу, що включатиме як відбудову зруйнованих об'єктів, так і модернізацію тих, що збереглися. Це водночас виклик і можливість: війна відкриває шанс не просто повернути зруйновану інфраструктуру, а створити нову, сучасну, здатну конкурувати на європейському ринку.

Серед популярних туристичних об'єктів, які зазнали пошкоджень через російські обстріли є –

- Собор Святої Софії в Києві, один із найважливіших об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО, символ давньої історії та державності України. У червні 2025 року від вибухової хвилі було пошкоджено карниз та частину зовнішнього декору — зокрема відпала штукатурка на головній абсиді.
- Одеський історичний центр та об'єкти у ньому. Серед пошкоджень: будівлі в центральній частині — через ракетні чи артилерійські удари.
- Храм Святого Воскресіння в Київській області та інші церкви в Київщині. В Київській області було пошкоджено декілька церков, будівель культури, пам'ятних місць. Наприклад, будівлі церков у Ірпені, Завадичах, інші історичні муровані й дерев'яні церкви.
- Музей Коцюбинського в Чернігівській області, Музей мистецтв Харкова, музеї Одеси. Меморіальний будинок-музей і маєток Михайла Коцюбинського у Чернігівщині, Харківський художній музей, а також Музеї морського, літературного, археологічного профілю в Одесі — всі вони зазнали пошкоджень.

Фінансові втрати туристичної сфери України внаслідок війни є одними з наймасштабніших за всю історію незалежності. Якщо до 2022 року туризм стабільно приносив у державний бюджет мільярди доларів щороку, створював сотні тисяч робочих місць та стимулював суміжні галузі, то після початку повномасштабних бойових дій цей потік практично вичерпався.

Насамперед слід врахувати падіння доходів від в'їзного туризму. За різними оцінками, саме іноземні туристи приносили країні найбільший валютний дохід. У 2019 році цей показник сягав понад 1,5 млрд. дол. Після 2022 року надходження з цього джерела скоротилися майже до нуля. Це стало відчутним ударом не лише для підприємців, але й для державної економіки, оскільки втрачено значну частину валютних надходжень, які стабілізували гривню.

Не менш критичним стало зниження доходів у внутрішньому туризмі. Через бойові дії, окупацію та ризики безпеки українці перестали активно подорожувати країною. Відпочинок у Карпатах, на морських курортах, у санаторіях чи культурних центрах був замінений вимушеним пошуком безпечних місць проживання. Частина туристичних регіонів фактично зникла з мапи економічної активності. Так, південні області, які до війни забезпечували значний відсоток усіх туристичних поїздок (Чорноморське узбережжя, Одеса, Херсонщина, Азовське море), втратили цей потенціал через окупацію або постійну загрозу обстрілів [23].

Окремим фактором стали збитки від руйнування туристичної інфраструктури. Зруйновані готелі, ресторани, транспортні вузли та культурні пам'ятки не лише втратили свою функціональність, але й стали причиною втрати інвестицій. Бізнес, який протягом десятиліть розвивав сферу гостинності, зазнав мільярдних збитків. За даними міжнародних організацій, сумарні збитки у сфері культури й туризму вже перевищують десятки мільярдів доларів США, і ця цифра зростає щомісяця.

Фінансовий удар відчули й місцеві бюджети. Багато регіонів отримували значну частину доходів від туристичного збору та суміжних податків. Наприклад, Львів, Київ та Одеса до війни мали серйозний відсоток надходжень саме завдяки туристичній активності. Втрата цих коштів зменшила можливості місцевої влади фінансувати інфраструктуру, соціальні проекти та відновлення.

Не можна забувати і про зайнятість населення. Сотні тисяч людей працювали у сфері туризму: від адміністраторів готелів і екскурсоводів до водіїв, працівників ресторанів та культурних установ. Для багатьох це була єдина сфера працевлаштування. Внаслідок війни значна частина цих робочих місць була втрачена, що спричинило не лише економічні, а й соціальні проблеми, включаючи зростання безробіття та трудову міграцію за кордон.

Фінансові наслідки війни для туризму слід розглядати не лише як локальні втрати певних підприємств, а як системну кризу цілої галузі. Вона впливає на

національну економіку, міжнародний імідж, зайнятість та соціальну стабільність. Водночас ці втрати формують і певний виклик для майбутнього: відновлення туризму вимагатиме величезних інвестицій, державної підтримки та міжнародної допомоги.

Війна не лише зруйнувала інфраструктуру та обмежила міжнародні потоки, а й радикально змінила поведінку самих туристів. Українці були змушені адаптувати свої звички до нових умов небезпеки та економічної невизначеності.

Найпомітніша зміна стосується частоти подорожей. Якщо до війни середньостатистичний українець здійснював відносно регулярні поїздки у межах країни та за кордон, то у воєнний період більшість поїздок відмінилося або скоротилося до мінімуму. Внутрішні подорожі стали рідкісними та короткочасними, часто обмеженими відпочинком у безпечних регіонах. Ця тенденція була продиктована кількома факторами: ризиком обстрілів, нестабільністю дорожньої та транспортної інфраструктури, а також психологічним тиском війни.

Друга зміна стосується напрямків подорожей. До війни популярними були курорти на Чорноморському узбережжі, санаторії Закарпаття та Карпат, історичні міста Львів, Київ, Одеса. Після початку бойових дій туристи перемістили свій інтерес у більш безпечні західні області — Львівську, Івано-Франківську та Закарпатську. Такі регіони стали своєрідними «опорними точками» внутрішнього туризму, приймаючи не лише місцевих відпочивальників, але й ВПО [25].

Пріоритети туристів також змінилися у цей час. Багато українців стали більше цінувати безпеку і менше уваги приділяти комфорту та розвагам. Короткі поїздки на вихідні, сімейний відпочинок у горах, зелені садиби та невеликі приватні готелі стали популярнішими, ніж дорогі готельні комплекси чи тривалі закордонні подорожі. Водночас підвищився попит на самодостатні маршрути, де турист може уникнути масових скупчень людей, що зменшувало ризик у випадку ракетних обстрілів чи бойових дій.

Ще один наслідок війни — зменшення туристичних витрат. Багато громадян були змушені переорієнтувати сімейний бюджет на більш нагальні потреби: харчування, проживання, безпеку, евакуацію. Це зменшило обсяг грошових потоків у туристичному секторі і знизило можливості для розвитку нових туристичних продуктів, навіть у безпечних регіонах.

Саме тому можна виділити аспекти створення нової моделі внутрішнього туризму, яка характеризується:

- меншим масштабом та частотою подорожей;
- зміщенням популярності у безпечні західні регіони;
- обмеженням бюджету на подорожі;
- підвищеною увагою до безпеки та автономності маршруту;
- скороченням інфраструктурних потреб у прифронтових регіонах.

Ці зміни є важливими для планування відновлення туристичної галузі після війни. Вони показують, що внутрішній ринок може залишитися основною підтримкою туристичного сектору на перехідний період, і водночас формують нові очікування туристів, які слід враховувати при реконструкції інфраструктури та маркетингових стратегій.

Попри значні руйнування та економічні втрати, українська туристична галузь має потенціал для відновлення після завершення активних бойових дій. Перспективи цього процесу пов'язані з кількома ключовими напрямками: відновлення інфраструктури, залучення інвестицій, міжнародна підтримка та адаптація до нових вимог туристів.

#### 1. Відновлення та модернізація інфраструктури

Пошкоджені готелі, санаторії, музеї, театри та транспортні вузли потребують капітальної реконструкції. Це не лише питання повернення старих об'єктів у функціональний стан, але й можливість модернізувати їх відповідно до сучасних стандартів. Наприклад, готелі можна оснастити системами безпеки, сучасними сервісами для туристів, а культурні об'єкти — інтерактивними експозиціями та цифровими інформаційними платформами.

Особливу увагу слід приділити історичним та культурним пам'яткам, які є магнітами для туристів. Відбудова об'єктів ЮНЕСКО та інших визначних культурних пам'яток дозволить не лише відновити туристичний потік, а й підкреслити цінність національної спадщини на міжнародному рівні [21].

## 2. Залучення інвестицій та державна підтримка

Важливою складовою відновлення є інвестиції — як внутрішні, так і міжнародні. Держава може стимулювати розвиток туризму через податкові пільги, гранти для малого та середнього бізнесу, кредитні програми на відбудову інфраструктури. Підприємства туристичного сектору, що постраждали через обстріли, потребують фінансової підтримки для відновлення діяльності, а нові інвестори можуть сприяти розвитку сучасних готельних комплексів, розважальних центрів та транспортних послуг.

## 3. Міжнародна підтримка та співпраця

Міжнародні організації вже зараз оцінюють масштаб руйнувань і формують програми допомоги Україні. Така підтримка включає відновлення культурних об'єктів, інфраструктури, надання технічної допомоги та фінансових грантів. Співпраця з європейськими країнами, міжнародними фондами та туристичними асоціаціями дозволить пришвидшити процес відновлення та інтегрувати український туризм у світові маршрути.

## 4. Адаптація до нових вимог туристів

Війна змінила очікування туристів, і це необхідно враховувати при плануванні відновлення. Туристи зараз цінують безпеку, автономність маршруту, короткі поїздки та доступ до природи й культурних об'єктів у безпечних регіонах. Відповідно, післявоєнна туристична стратегія повинна враховувати ці зміни: розробляти нові маршрути, посилювати безпекові стандарти, впроваджувати цифрові сервіси та формувати позитивний імідж країни на міжнародному ринку.

## 5. Можливості нового розвитку

Відновлення туризму не обмежується поверненням до довоєнних показників. Україна має шанс використати поствоєнний період для створення сучасної конкурентоспроможної галузі. Наприклад, розвиток культурного, меморіального та екологічного туризму може стати важливим компонентом для розвитку економіки, також підкреслюючи унікальність української історії та природи [31].

Таким чином, перспективи відновлення туризму в Україні пов'язані з комплексним підходом: поєднання державних програм, міжнародної підтримки, приватних інвестицій та адаптації до нових реалій. Якщо ці умови будуть реалізовані, країна зможе не лише відновити втрачений туристичний потенціал, а й створити сучасний сектор, який відповідатиме міжнародним стандартам та приваблюватиме мандрівників з усього світу.

## **2.2. Психологічні та економічні бар'єри розвитку внутрішнього та в'їзного туризму**

Війна в Україні стала надзвичайно серйозним викликом для туристичної галузі. Туризм завжди був важливою складовою економіки країни, адже створював робочі місця, генерував валютні надходження та підтримував розвиток суміжних секторів. Проте початок повномасштабної агресії кардинально змінив умови розвитку як внутрішнього, так і в'їзного туризму. Туристична галузь виявилася однією з найбільш вразливих до кризових явищ, адже її функціонування напряму залежить від безпеки, стабільності та фінансових можливостей населення та іноземних гостей.

Психологічний фактор у воєнний час стає одним із головних обмежень розвитку туризму. Для українських туристів страх перед обстрілами та ракетними ударами, невпевненість у безпеці під час подорожей у різні регіони країни, а також постійна невизначеність щодо тривалості війни значно знижують готовність подорожувати навіть на території безпечних областей.

Особливо чітко це проявляється у внутрішньому туризмі. Громадяни, що перемістилися з прифронтових або окупованих територій, часто обмежують поїздки до мінімуму, навіть у безпечні західні області. Психологічний тиск включає не лише страх фізичної небезпеки, а й тривогу щодо логістики, доступу до сервісів та фінансових ресурсів під час поїздки. Західна Україна (Львів, Івано-Франківськ, Закарпаття) стала основним центром внутрішнього туризму, оскільки тут відносно безпечно, але навіть сюди туристи часто подорожують обережно і на короткий термін.

Для іноземних туристів психологічні бар'єри ще більш виражені. Інформаційний фон про війну, зруйновані міста та небезпеку ракетних ударів створює стійкий імідж країни як небезпечного напрямку. Навіть регіони України, що залишаються відносно безпечними та мають туристичний потенціал, часто сприймаються потенційними мандрівниками як зони ризику. Це призводить до різкого зниження в'їзного туризму, падіння валютних надходжень та перерозподілу туристичних потоків у країнах-сусідах.

Додатковим психологічним бар'єром є тривожність населення та ВПО. Ті, хто пережили бойові дії або втратили домівки, часто не відчувають готовності до відпочинку, навіть у безпечних регіонах. Це знижує обсяг внутрішнього туризму та змінює його структуру, орієнтуючи громадян на короткочасні поїздки або поїздки у знайомі та безпечні локації [27].

Економічні обмеження, що стримують розвиток туризму, мають кілька аспектів. По-перше, падіння доходів населення. Війна спричинила значне скорочення платоспроможності громадян: багато людей втратили роботу, бізнеси були зруйновані або призупинили діяльність. Внаслідок цього внутрішні туристи змушені скорочувати витрати на подорожі, обирати дешевші маршрути та зменшувати кількість поїздок.

По-друге, руйнування туристичної інфраструктури. Готелі, санаторії, бази відпочинку, музеї та театри зазнали значних пошкоджень у прифронтових та окупованих регіонах. Це обмежує можливості для розміщення туристів,

організації культурних та рекреаційних програм, а також веде до втрати інвестицій, зроблених до війни. Пошкодження багатьох об'єктів туристичної інфраструктури, як у Харкові - театри та музеї, Київська область - історичні пам'ятки та храми і т.і. - обмежує кількість туристичних місць, здатних приймати гостей, і створює бар'єр для розвитку галузі.

По-третє, нестача державної підтримки та інвестицій у воєнний час. Бюджетні кошти переорієнтовані на потреби оборони, що залишає мінімальні ресурси для відновлення та розвитку туристичної інфраструктури. Це стримує як внутрішній, так і в'їзний туризм, оскільки потенційні інвестори бояться вкладати кошти у високоризикову сферу.

Крім того, економічні бар'єри пов'язані з підвищеними витратами на безпеку та логістику. Туристичні компанії мають вкладати великі суми, щоб забезпечити безпеку відвідувачів, страхування та адаптацію маршрутів до умов війни. Це збільшує вартість туристичних продуктів, що робить їх менш доступними для громадян і менш привабливими для іноземних відвідувачів.

Психологічні та економічні бар'єри взаємопов'язані і взаємопідсилюють один одного. Наприклад, страх перед небезпекою зменшує готовність подорожувати, що знижує попит і, відповідно, доходи туристичної сфери. У свою чергу, падіння доходів обмежує можливості для відновлення інфраструктури та маркетингових кампаній, що підвищує відчуття ризику серед туристів [30].

Варто відзначити, що ці бар'єри створили нову туристичну модель. Внутрішні туристи переорієнтувалися на безпечні регіони (Західна Україна, Карпати, Львівщина, Закарпаття), скоротили бюджет та тривалість поїздок, а іноземні туристи практично відсутні. Ця модель зберігається протягом воєнного часу і визначає стратегічні пріоритети для майбутнього розвитку галузі.

Таким чином, аналіз психологічних та економічних бар'єрів розвитку внутрішнього та в'їзного туризму показує, що війна суттєво ускладнила функціонування галузі. Психологічні фактори, такі як страх перед небезпекою,

невпевненість у безпеці поїздок, значно зменшують готовність громадян подорожувати всередині країни. Для іноземних туристів війна формує стійкий негативний образ України як небезпечного напрямку, що обмежує в'їзний туризм і знижує валютні надходження.

Економічні бар'єри доповнюють цей ефект: падіння доходів населення, руйнування туристичної інфраструктури, відсутність достатньої державної підтримки та високі витрати на безпеку та логістику, є чинниками додаткових проблем. Взаємодія психологічних та економічних бар'єрів посилює негативний ефект, формуючи нову модель туризму, орієнтовану на короткі та безпечні маршрути, обмежені бюджети та концентрацію на західних регіонах України.

### **РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

#### **3.1. Створення креативних маршрутів у регіонах, де відсутня небезпека**

Туристичні дестинації у воєнний час є завданням, яке поєднує в собі стратегічний та практичний виміри. Насамперед ключовим орієнтиром виступає безпековий аспект. Туризм як галузь залежить від відчуття стабільності та захищеності, тому будь-який продукт чи маршрут може реалізовуватися лише в тих регіонах, де існують гарантії безпеки для подорожуючих. Це означає не лише відсутність активних бойових дій, а й наявність належної інфраструктури, медичного забезпечення, швидкого доступу до транспортних шляхів та відпрацьованих механізмів реагування на надзвичайні ситуації. Тема безпеки в сучасному туризмі стає першочерговою, і вона впливає на все — від формування маршруту до вибору маркетингової стратегії.

Водночас при створенні нових туристичних продуктів важливо зосередитися на місцевих громадах, адже саме вони є носіями культурних традицій, господарями природних ресурсів і потенційними партнерами у сфері гостинності. Якщо громада залучена до розробки та отримує прямий економічний ефект від туризму, тоді зростає і стійкість продукту. Участь місцевих жителів у туристичних програмах може проявлятися у різних формах: від організації майстер-класів, приготування національних страв, виробництва сувенірів до надання житла чи гідівських послуг. Таким чином, нові маршрути не лише приносять дохід, але й стимулюють збереження автентичних ремесел, культурних практик і створюють відчуття власної значущості для громади.

Ще одним ключовим принципом є орієнтація на сталість і баланс між економічними вигодами та збереженням ресурсів. Туристичний продукт повинен бути не тільки привабливим для споживача, а й екологічно та культурно відповідальним. Це означає обмеження надмірного навантаження на природні

території, впровадження практик екологічного менеджменту і збереження культурної спадщини. В умовах, коли війна спричинила серйозні втрати в матеріальній і культурній сфері, принцип сталого розвитку стає не просто модною тенденцією, а базовою вимогою для формування конкурентоспроможного і довгострокового туристичного продукту.

Не менш важливою є диверсифікація, яка дозволяє поєднувати кілька видів туризму в межах одного маршруту. Туристи дедалі частіше шукають не лише класичний відпочинок, а й унікальні враження, тому створення комплексних продуктів, де поєднуються гастрономічні дегустації, культурні події, екологічні екскурсії та активний відпочинок, підвищує привабливість напрямку і розширює цільову аудиторію. Наприклад, відвідування агросадиби може поєднуватися з участю у кулінарному фестивалі, прогулянкою на велосипедах або екскурсією до історичних пам'яток регіону [29].

В умовах цифрової трансформації окремим важливим напрямом стає впровадження цифрових технологій у розробку та промоцію продуктів. Туристи очікують зручних онлайн-сервісів для бронювання, отримання інформації та зворотного зв'язку. Віртуальні тури, мобільні додатки, QR-коди з інтерактивними гідами, цифрові карти та онлайн-бронювання вже не є додатковою перевагою, а перетворюються на стандарт, без якого складно конкурувати навіть на внутрішньому ринку. Для України це особливо актуально, оскільки цифрові рішення дозволяють не лише популяризувати нові маршрути серед громадян, але й формувати інтерес міжнародної аудиторії ще до відкриття повноцінних кордонів і відновлення масштабного в'їзного туризму.

Розробка нових маршрутів також повинна враховувати принцип модульності та масштабованості. Це означає, що кожен продукт має бути побудований так, щоб його можна було адаптувати залежно від ситуації: змінювати тривалість туру, комбінувати окремі локації, вводити додаткові послуги чи обмежувати їх за потреби. У воєнних умовах такий підхід є критично важливим.

Створення нових туристичних продуктів у безпечних регіонах України є ключовим етапом відновлення туристичної галузі, адже саме завдяки різноманітності пропозицій формується конкурентоспроможність країни на внутрішньому та міжнародному ринку. Сьогодні туристи очікують від подорожей не лише стандартного відпочинку, а й можливості отримати унікальний досвід, який поєднує культурні, гастрономічні, природні та соціальні враження. Саме тому нові продукти мають виходити за межі традиційних екскурсій і пропонувати комплексні рішення, які задовольняють потреби різних аудиторій — від молодих активних мандрівників до сімей з дітьми та людей похилого віку.

Таким напрямом туристичної сфери у безпечних регіонах є сільський та агротуризм, який поєднує відпочинок із зануренням у традиційний спосіб життя українського села. Цей вид туризму ґрунтується на автентичності, близькості до природи та особистій взаємодії з місцевими громадами. Село в Україні завжди було осередком культурної та побутової спадщини, і саме тут збереглися унікальні традиції, ремесла, кулінарні практики та звичаї, що можуть стати основою привабливих туристичних продуктів. Важливо, що агротуризм має не лише розважально-пізнавальний характер, а й виконує економічну та соціальну функцію, адже створює робочі місця для місцевих мешканців, стимулює розвиток малого бізнесу, допомагає утримувати молодь у сільських громадах [28].

Продукти сільського туризму можуть включати проживання у сільських садибах із домашнім харчуванням, участь у сільськогосподарських роботах (збір врожаю, догляд за тваринами, виготовлення традиційних продуктів), кулінарні майстер-класи з приготування національних страв, знайомство з традиційними ремеслами, такими як гончарство, ткацтво чи різьбярство. Турист отримує можливість не просто відвідати нове місце, а стати тимчасовим учасником життя громади, що створює сильний емоційний зв'язок і робить подорож незабутньою.

Сільський туризм має ще один цікавий аспект — він формує екологічно свідомий спосіб відпочинку. Такі продукти здебільшого базуються на використанні локальних ресурсів, органічних продуктів та мінімізації шкоди довкіллю. Турист, обираючи агротуризм, сприяє розвитку сталих практик, а сам відпочинок набуває не лише розважального, а й освітнього характеру. Це дозволяє не тільки відкрити для себе традиційну культуру України, але й зрозуміти важливість збереження сільських територій та їхньої ролі у майбутньому розвитку країни.

Іншим перспективним напрямом розвитку є екологічний та зелений туризм, який поєднує відпочинок на природі з принципами сталого розвитку й усвідомленого споживання. Україна має унікальні природні ресурси, які здатні можуть бути базою для конкурентних маршрутів: Карпатські гори з їхнім біорізноманіттям і традиційними гірськими поселеннями, Шацькі озера з унікальною екосистемою Полісся, Подільські Товтри як національний природний парк із мальовничими краєвидами та рідкісними видами флори й фауни, а також численні ліси, річки та заповідники Центральної і Західної України. Головна цінність зеленого туризму полягає в тому, що він дає можливість не лише відпочити від міського ритму життя, а й відчути гармонію з природою, навчитися відповідально ставитися до навколишнього середовища та зберігати його для майбутніх поколінь [4].

Туристичні продукти цього типу можуть включати різні форми активного та спокійного відпочинку: пішохідні походи різної складності, спостереження за птахами (birdwatching), веломандрівки, кінні прогулянки, водні маршрути на байдарках і катамаранах, а також еколого-освітні програми для дітей і дорослих. Важливим елементом є залучення сертифікованих еко-готелів і садиб, які дотримуються стандартів екологічної відповідальності — використовують відновлювані джерела енергії, сортують відходи, застосовують локальні продукти в харчуванні. Такі підходи не лише роблять подорож більш

екологічною, а й підвищують довіру туристів, які дедалі більше цінують усвідомлений і сталий відпочинок.

Екологічний туризм у сучасних умовах також набуває особливого соціального значення. Після стресових переживань, пов'язаних із війною, багато людей шукають психологічного відновлення, яке надає природа. Маршрути зеленого туризму здатні виконувати терапевтичну функцію, забезпечуючи спокій, фізичне розвантаження та можливість відчуття єднання з навколишнім середовищем. Крім того, вони створюють нові економічні можливості для віддалених сільських територій, стимулюючи розвиток малого бізнесу, виробництва локальних еко-продуктів і послуг гідів.

Не менш важливо, що зелений туризм легко інтегрується з іншими видами. Наприклад, гастрономічний компонент може доповнювати еко-маршрути дегустаціями локальних продуктів, культурний туризм — екскурсіями до етнографічних музеїв у сільській місцевості, а пригодницький — активними формами дозвілля, такими як скелелазіння чи веломарафони. Така міждисциплінарність створює комплексні продукти, які відповідають потребам різних цільових аудиторій.

Не менш важливою сферою для розробки нових туристичних продуктів є культурно-історичний туризм, який у безпечних містах і регіонах може стати однією з основ відновлення туристичної галузі. Україна володіє надзвичайно багатою культурною спадщиною, яка поєднує різні історичні епохи та традиції. Львів із його середньовічною архітектурою та спадщиною Ренесансу, Чернівці з унікальним ансамблем університету, що входить до списку ЮНЕСКО, Ужгород із поєднанням європейських архітектурних стилів та багатонаціональною культурою, Івано-Франківськ зі своєю австро-угорською спадщиною та креативними сучасними просторами, Полтава з унікальною козацькою історією та традиціями українського бароко — усі ці міста є потенційними центрами нових туристичних маршрутів.

Культурно-історичний туризм не обмежується лише класичними екскурсіями чи відвідуванням музеїв. Сучасні тенденції вимагають нових форматів подачі матеріалу, які здатні зробити подорож більш захопливою та інтерактивною. До таких форматів належать театралізовані екскурсії з використанням елементів реконструкції, нічні тури з відвідуванням історичних пам'яток у незвичний час доби, мультимедійні виставки з використанням доповненої та віртуальної реальності, інтерактивні квести у старих кварталах міст. Важливо, що такий підхід дозволяє поєднати навчальну функцію з розважальною, роблячи історію доступною й цікавою для різних вікових груп.

Важливим аспектом розвитку цього напрямку є його вплив на формування національної ідентичності та міжнародного іміджу. У воєнний час, ця галузь туризму стає засобом збереження й поширення історичної пам'яті, а також платформою для презентації України як сучасної європейської держави з глибоким культурним корінням. Він здатний виконувати функцію «м'якої сили», адже знайомство з архітектурою, мистецтвом і культурними практиками створює у туристів позитивне враження, формує емоційний зв'язок і підвищує рівень довіри до країни.

Особливе місце серед нових туристичних продуктів у безпечних регіонах України може посісти воєнно-історичний туризм, який у сучасних умовах набуває не лише пізнавального, а й глибокого культурно-освітнього значення. Україна переживає драматичний етап своєї історії, і збереження пам'яті про події війни стає надзвичайно важливим завданням. Туристичні продукти цього напрямку повинні бути спрямовані не на сенсаційність чи так званий «туризм на руїнах», а на формування культури пам'яті, виховання патріотизму [5].

Воєнно-історичний туризм може розвиватися у кількох взаємопов'язаних формах. По-перше, це відвідування музеїв, меморіальних комплексів та виставкових центрів, де представлені експозиції, присвячені сучасній війні, а також історичним подіям минулих століть. По-друге, важливою складовою стають інтерактивні та мультимедійні формати: VR-реконструкції боїв,

віртуальні тури місцями історичних подій, доповнена реальність для відтворення зруйнованих об'єктів. Це дозволяє туристам відчувати масштаб і драматизм подій, зберігаючи при цьому безпечні умови перебування. По-третє, до туристичних програм можуть інтегруватися зустрічі з очевидцями, ветеранами та волонтерами, що надає досвіду особливого емоційного виміру й створює живий зв'язок між історією та сучасністю.

У перспективі такий туризм може поєднувати освітній, культурний і навіть міжнародний аспекти. Для внутрішніх туристів він сприятиме усвідомленню цінності власної історії та ролі України у сучасному світі. Для іноземців воєнно-історичні маршрути можуть стати джерелом об'єктивної інформації про події, формуючи підтримку нашої країни за кордоном та зміцнюючи позитивний імідж як держави, яка бореться за демократичні цінності. Водночас важливо дотримуватися етичних стандартів у подачі матеріалу: зосереджуватися не на руйнуваннях чи стражданнях, а на героїзмі, стійкості, культурі спротиву та відродження.

Прикладами можливих маршрутів можуть стати подорожі до музеїв АТО у Дніпрі та Києві, відвідування інтерактивних виставок у Львові чи Харкові, участь у тематичних заходах, присвячених історичним датам та подіям. У безпечних регіонах можна створювати меморіальні парки, де поєднується природа і пам'ять, що надає простору водночас і рекреаційного, і виховного значення. Крім того, такий туризм може тісно інтегруватися з культурними та освітніми ініціативами: проведення лекцій, круглих столів, кінопоказів, створення арт-інсталяцій на тему війни.

Активний та пригодницький туризм є одним із найбільш динамічних і перспективних напрямів у розвитку нових туристичних продуктів у безпечних регіонах України, оскільки він відповідає сучасним тенденціям попиту на емоційні враження, фізичну активність та відчуття виклику. Туристи дедалі частіше обирають подорожі, які виходять за межі пасивного відпочинку та передбачають особисту участь у спортивних, екстремальних чи рекреаційних

заходах. В умовах війни та післявоєнного відновлення такий вид туризму має ще й додаткове соціальне значення, оскільки він дозволяє людям долати стрес, зміцнювати фізичне й психологічне здоров'я, формувати командний дух і відчуття власних можливостей [2].

Україна має значний природний потенціал для розвитку цього напрямку. Карпати пропонують широкий спектр активностей: гірські походи різних рівнів складності, скелелазіння, велосипедні маршрути, лижний та сноуборд-туризм у зимовий період. Полісся й Поділля мають сприятливі умови для водних видів туризму, зокрема сплавів на байдарках і катамаранах, риболовлі та кемпінгу біля річок і озер. У степових регіонах перспективним є розвиток кінного туризму, джип-сафарі та кемпінгів. Окрім цього, активний відпочинок може включати парапланеризм, дельтапланеризм, каякінг, трекінг та інші види, які поєднують елемент пригоди з пізнавальними можливостями.

Активний і пригодницький туризм також має значний потенціал у поєднанні з іншими видами: еко-туризмом (походи та кемпінг у заповідниках), гастрономічним (тури з дегустаціями після фізичної активності), культурним (екскурсії історичними місцями під час велосипедних або пішохідних маршрутів). Це дає змогу створювати комплексні туристичні продукти, які задовольняють як потребу у фізичному навантаженні та адреналіні, так і в культурному та пізнавальному досвіді.

Окремим сучасним напрямом є створення цифрових туристичних продуктів, які поєднують реальні подорожі з віртуальними форматами та інноваційними технологіями. У глобальному масштабі цифровізація стала одним із ключових трендів туристичної галузі, і Україна може використати цей потенціал для рішення проблем, що пов'язані із воєнними реаліями та проблемами у пересуванні. Цифрові продукти дозволяють підтримувати інтерес до туристичних напрямів навіть у ті періоди, коли фізичний доступ до них є утрудненим або небезпечним, а також виступають як ефективний інструмент промоції, освіти та формування бренду країни [11].

До цифрових рішень належать віртуальні тури, завдяки яким можна ознайомитися з пам'ятками, музеями, природними парками чи архітектурними об'єктами у форматі 360°; мобільні додатки з доповненою реальністю, що дозволяють «оживлювати» історичні події або реконструйовані об'єкти; інтерактивні карти та аудіогіди, які полегшують навігацію і забезпечують додаткову інформацію про маршрути. Важливо, що такі технології можуть бути інтегровані у вже існуючі туристичні продукти як допоміжний інструмент: наприклад, турист перед мандрівкою може здійснити віртуальну екскурсію місцем відпочинку, що підвищує його зацікавленість та довіру.

Цифрові продукти мають значний потенціал для міжнародної аудиторії. Віртуальні музеї й онлайн-експозиції здатні представляти українську культурну спадщину у світі, навіть якщо фізичний в'їзд до країни тимчасово обмежений. Таким чином вони виконують роль своєрідного «віртуального мосту», що підтримує увагу іноземних туристів і формує їхнє бажання відвідати Україну після відновлення безпеки. Крім того, цифрові формати можуть бути використані у сфері воєнно-історичного туризму: інтерактивні реконструкції подій, VR-платформи для показу сучасних реалій війни, онлайн-архіви культурних об'єктів, що постраждали від бойових дій, — усе це сприяє збереженню пам'яті та документуванню історії.

Не менш важливо, що цифрові туристичні продукти створюють додаткові можливості для людей, які з різних причин не можуть подорожувати фізично — через вікові обмеження, інвалідність чи економічні фактори. Таким чином вони роблять туризм більш інклюзивним і демократичним, відкриваючи доступ до культурної та природної спадщини широким верствам населення.

Впровадження цифрових рішень також сприяє розвитку інноваційної економіки: залучає стартапи, IT-компанії, дизайнерів, маркетологів, які можуть працювати над створенням інтерактивного контенту. У результаті формується мультиплікаційний ефект, коли туризм стає стимулом для розвитку суміжних сфер. Для держави ж цифровізація туризму є можливістю інтегрувати Україну у

світові технологічні тренди та підвищити її конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Такий широкий вибір туристичних продуктів створює міцне підґрунтя для розвитку туризму у безпечних регіонах України. Проте для того щоб ці напрями набули реального змісту та були інтегровані у практичні туристичні продукти, необхідно застосувати чітку модель формування маршрутів. Теоретичний контекст цього процесу передбачає системний підхід, у якому поєднуються ресурсна база території, потреби та очікування туристів, логістика та умови безпеки [1].

Проектування маршруту розпочинається з інвентаризації ресурсів. У випадку сільського туризму це можуть бути садиби, фермерські господарства та ремесла; для екологічного — природні парки, ліси, водойми; для гастрономічного — ферми, сироварні, виноробні; для культурно-історичного — архітектурні пам'ятки, музеї, креативні простори; для воєнно-історичного — музеї, меморіали та інтерактивні експозиції; для активного — гори, річки, маршрути для походів і спортивних активностей; для цифрового — онлайн-платформи та VR-рішення. На основі такого аналізу формується ядро маршруту.

Наступним етапом є сегментація аудиторії. Кожен вид туризму приваблює різні цільові групи: сім'ї з дітьми віддають перевагу сільському й екологічному відпочинку, молодь цікавиться пригодницьким туризмом та цифровими продуктами, іноземці часто обирають гастрономічні та культурні маршрути, тоді як внутрішні туристи охоче беруть участь у воєнно-історичних і патріотичних проєктах. Відповідно, програма маршруту повинна бути гнучкою та адаптованою під різні категорії мандрівників.

Важливим теоретичним принципом є модульність і масштабованість маршрутів. Це означає, що один і той самий маршрут може бути представлений у кількох варіантах: короткий вікенд-тур для внутрішніх подорожей, розширена програма на 5–7 днів для більш досвідчених туристів чи комбіновані формати, що поєднують кілька видів туризму. Такий підхід особливо актуальний у

сучасних умовах, коли зовнішні фактори (безпекова ситуація, погода, транспортна доступність) можуть швидко змінюватися. Формування маршрутів у теоретичному вимірі є балансом між ресурсами території, інтересами туристів, логістикою та умовами стійкого розвитку. Лише поєднання цих компонентів дозволяє створювати якісні туристичні продукти, здатні конкурувати на внутрішньому та міжнародному ринках.

Розробка маршрутів і нових туристичних продуктів неможлива без урахування аспектів безпеки та управління ризиками. У сучасній туристичній теорії безпека трактується як одна з основних передумов конкурентоспроможності продукту. Жоден із напрямів туризму — чи то сільський, екологічний, гастрономічний, культурно-історичний, воєнно-історичний, активний або цифровий — не може функціонувати без довіри туриста до організаторів і відчуття захищеності під час подорожі.

Оцінка ризиків здійснюється через ідентифікацію потенційних загроз: від природних і екологічних до соціальних, економічних та психологічних. Наприклад, для екологічного туризму ризиком може бути перевантаження природних територій, для активного — фізичні травми, для воєнно-історичного — етичні аспекти подачі інформації, для цифрового — питання достовірності та інформаційної безпеки. Кожен із напрямів має власні специфічні ризики, проте всі вони вимагають системного моніторингу та управління [4].

Управління ризиками передбачає кілька рівнів: профілактику (планування безпечних маршрутів, інструктаж, страхування), реагування (чіткі процедури у випадку надзвичайної ситуації, альтернативні маршрути, евакуаційні плани) та комунікацію (своєчасне інформування туристів, прозорість і відкритість організаторів). Особливо важливим є фактор сприйняття: навіть якщо реальний ризик є низьким, невпевненість чи відсутність інформації може відлякати туриста.

### **3.2. Роль держави та міжнародних організацій у підтримці туристичної галузі**

У сучасних умовах війни та глобальної нестабільності роль держави у підтримці туристичної галузі України набуває стратегічного значення. Туризм виступає не лише економічною, а й соціокультурною сферою, здатною забезпечити відновлення регіонів, створення робочих місць, збереження культурної спадщини та формування позитивного міжнародного іміджу країни. В умовах руйнування інфраструктури, скорочення туристичних потоків і загального економічного спаду саме державна підтримка може стати ключовим фактором стабілізації та подальшого розвитку галузі.

Основним завданням держави є створення сприятливого інституційного, нормативно-правового та фінансового середовища для відновлення і сталого розвитку туризму. Після початку повномасштабних бойових дій пріоритети державної туристичної політики України зазнали суттєвих змін. Якщо до 2022 року ключовим напрямом була популяризація країни на міжнародному туристичному ринку, то сьогодні акцент зміщено на підтримку внутрішнього туризму, збереження туристичного потенціалу та формування умов для післявоєнного відновлення галузі.

Важливим напрямом державної політики є нормативно-правове забезпечення. Прийняття Закону України «Про туризм» у новій редакції, розробка програм розвитку сільського, екологічного, культурного та гастрономічного туризму дозволять створити сучасну законодавчу базу, що відповідатиме європейським стандартам. Не менш важливою є поєднання законів України з стандартами ЄС у сфері ліцензування, стандартизації, безпеки туристів та захисту прав споживачів.

Державна підтримка має також включати фінансово-економічні механізми стимулювання галузі, серед яких – пільгове кредитування різних підприємств у сфері туризму, грантові програми, податкові пільги на реконструкцію туристичних об'єктів, а також компенсаційні механізми для підприємців, які

знали збитків через воєнні дії. В умовах обмеженого державного бюджету важливо щоб кошти витрачались ефективно, були спрямовані на розвиток регіонального туризму.

Важливим завданням є цифровізація туристичної сфери. Створення національного туристичного порталу, інтегрованого з європейськими платформами, дозволить забезпечити інформаційну доступність для внутрішніх і міжнародних туристів, сприяти просуванню українських дестинацій, а також формуванню аналітичної бази даних для моніторингу ринку. Впровадження цифрових аспектів, типу інтерактивних мап, онлайн-екскурсій та туристичних застосунків, підвищить конкурентоспроможність галузі [1].

Важливим напрямом регіональної політики є формування та реалізація регіональних програм розвитку туризму, що враховують природно-рекреаційний, культурний, історичний та економічний потенціал кожного регіону. Такі програми мають передбачати відновлення туристичної інфраструктури, підтримку підприємництва, розвиток зеленого, сільського, культурно-історичного та гастрономічного туризму. Наприклад, у західних областях України (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська) активно впроваджуються проекти створення туристичних кластерів і тематичних маршрутів, що поєднують культурні, природні та гастрономічні об'єкти. На сході та півдні країни, де тривають процеси відновлення після бойових дій, регіональні стратегії зосереджуються на відбудові інфраструктури, збереженні пам'яток та залученні внутрішнього туризму.

Окремої уваги заслуговує розвиток туристичних кластерів — об'єднань підприємців, владних органів та різних організацій, які спільно працюють над просуванням регіональних туристичних продуктів. Кластерна модель дозволяє ефективно координувати зусилля, залучати інвестиції, підвищувати якість послуг і формувати впізнаваний бренд регіону. Прикладами успішних ініціатив є «Карпатський туристичний кластер», який об'єднує готельєрів, перевізників та

культурні установи в межах кількох областей, а також «Подільський кластер гастрономічного туризму», який розвиває локальні кулінарні бренди й фестивалі.

Суттєве значення має підтримка місцевого бізнесу, що працює у сфері гостинності. Малі підприємства — садиби зеленого туризму, сімейні готелі, ресторани, ремісничі майстерні — створюють унікальне обличчя кожного регіону та забезпечують зайнятість місцевого населення. Державні та регіональні програми мають сприяти розвитку таких ініціатив через пільгове кредитування, гранти, консультаційну підтримку та навчальні проекти. У багатьох громадах вже діють локальні фонди підтримки малого бізнесу, які фінансують розвиток туристичних маршрутів, створення сувенірних майстерень і проведення місцевих фестивалів [4].

Важливим аспектом є залучення громад до планування туристичного розвитку. Концепція «community-based tourism» (туризму, орієнтованого на громаду) набуває популярності й в Україні. Вона передбачає активну участь місцевих жителів у створенні туристичних продуктів, управлінні туристичними об'єктами та розподілі прибутків. Такий підхід не лише підвищує ефективність розвитку туризму, але й сприяє зміцненню соціальної згуртованості, збереженню традицій і культурної спадщини.

Не менш ваговою складовою є покращення регіональної інфраструктури, зокрема транспортної, готельної та рекреаційної. Безпечні дороги, сучасні засоби розміщення, зручні маршрути громадського транспорту, доступ до інтернету — це базові умови, без яких розвиток туризму неможливий.

Суттєвий потенціал мають освітні та просвітницькі ініціативи на місцевому рівні. Проведення семінарів, тренінгів і шкіл для гідів, рестораторів, власників агросадіб і представників громад підвищує обізнаність кадрового складу та створює культуру гостинності. Розвиток кадрового потенціалу є основою для якісного обслуговування туристів і підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Окрім економічних аспектів, регіональна підтримка туризму має важливе соціокультурне значення. Місцеві фестивалі, етнографічні свята, майстер-класи з народних ремесел не лише приваблюють відвідувачів, а й формують у мешканців почуття гордості за свою територію. Туризм у цьому контексті виступає інструментом відродження культурної ідентичності.

У воєнний час, коли обмежені ресурси, підтримка з боку міжнародних організацій має вирішальне значення для збереження та відновлення туристичної індустрії України. На даному етапі активну участь у розвитку галузі беруть такі структури, як Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO), Європейський Союз, Програма розвитку ООН (UNDP), ЮНЕСКО, а також низка міжнародних фінансових інституцій, включно з Світовим банком та Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) [12].

UNWTO надає Україні консультативну допомогу з питань стратегічного планування та відновлення туризму, зокрема в аспектах безпеки, цифровізації та сталого розвитку. У межах співпраці з ЮНЕСКО здійснюється моніторинг збереження об'єктів, постраждалих від війни, а також розробляються програми з відновлення пам'яток та культурних маршрутів, які є основою для майбутнього культурно-історичного туризму.

Європейський Союз підтримує український туризм через грантові програми, технічну допомогу та навчальні проекти. Одним із прикладів є ініціатива EU4Business, що надає фінансову підтримку малому бізнесу, включно з підприємствами туристичної сфери. Крім того, ЄС активно сприяє інтеграції українських туристичних стандартів до європейських, що є важливим кроком для подальшої участі України у спільних туристичних проектах та транскордонних маршрутах.

Особливу увагу міжнародні партнери приділяють розвитку сталого туризму, який поєднує економічну вигоду з екологічною відповідальністю. За підтримки Програми розвитку ООН реалізуються пілотні проекти в Карпатському регіоні, на Поліссі та в Черкаській області, спрямовані на

екологічну сертифікацію туристичних об'єктів, розвиток еко-маршрутів і популяризацію зеленого туризму.

Важливим напрямом міжнародної допомоги є інвестиційна підтримка. ЄБРР та Світовий банк надають фінансові ресурси для модернізації транспортної, готельної та рекреаційної інфраструктури, а також для розвитку цифрових платформ у сфері туризму. Спільні програми з Європейським інвестиційним банком передбачають залучення інвестицій у відновлення культурних об'єктів, реконструкцію історичних центрів міст та розвиток екотуристичних територій [5].

Таким чином, після завершення бойових дій співпраця з міжнародними партнерами набуде ще більшої актуальності. Одним із пріоритетів має стати участь України у глобальних програмах відновлення туризму, розроблених UNWTO та ЄС, які передбачають створення інноваційних туристичних кластерів, розвиток безпечних маршрутів, залучення волонтерських і культурних місій.

Міжнародні організації також будуть посідати важливе місце у створенні гарного представлення України як безпечної, гостинної та відкритої для подорожей країни. Через культурну дипломатію, участь у світових туристичних виставках, промоційних кампаніях і фестивалях Україна зможе відновити свою присутність у глобальному туризмі.

## ВИСНОВКИ

Під час дослідження було розглянуто теоретичні, практичні та стратегічні аспекти функціонування туристичного бізнесу України в умовах воєнного часу.

1. У ході дослідження обґрунтовано, що туристичний бізнес є важливою складовою національної економіки, яка виконує не лише рекреаційно-культурну, а й соціально-економічну функцію. Туризм виступає мультиплікативним чинником розвитку суміжних галузей — транспорту, харчування, торгівлі, культури, креативних індустрій. Теоретичні засади функціонування туристичного бізнесу базуються на концепціях сталого розвитку, інноваційності, соціальної відповідальності та безпеки туристичної діяльності. У воєнний період ці принципи набувають особливої ваги, оскільки саме безпечність, гнучкість управлінських рішень, адаптивність бізнес-моделей і використання цифрових технологій визначають конкурентоспроможність підприємств. Встановлено, що ефективне управління туризмом вимагає інтеграції державної політики, місцевих ініціатив та приватного сектору з метою збереження потенціалу галузі й підтримки зайнятості населення.

2. Зазначено, що війна призвела до масштабних руйнувань туристичної інфраструктури, зокрема транспортних вузлів, засобів розміщення, культурних об'єктів і природних рекреаційних територій. Значна частина туристичних підприємств призупинила діяльність або переорієнтувалася на гуманітарні потреби населення. В'їзний туризм практично зупинився, тоді як внутрішні подорожі збереглися переважно у межах безпечних регіонів. До основних психологічних бар'єрів належать страх перед воєнними загрозами, невизначеність, емоційна втома, відчуття небезпеки. Економічні обмеження включають зниження купівельної спроможності населення, нестачу інвестицій, високі логістичні витрати, ризики для бізнесу. Водночас спостерігається поступове зростання попиту на короткострокові, бюджетні та безпечні подорожі, що свідчить про потенціал для подальшого відновлення внутрішнього туризму.

3. У практичній частині запропоновано комплекс практичних рекомендацій щодо диверсифікації туристичного продукту, формування нових туристичних маршрутів і відновлення дестинацій у безпечних областях України. Доцільним є розвиток етнотуризму, гастрономічного, сільського, еко- та культурно-пізнавального туризму, що сприятимуть підтримці місцевих громад і збереженню нематеріальної культурної спадщини. Значний потенціал мають воєнно-історичні маршрути пам'яті, спрямовані на осмислення національної історії та формування громадянської ідентичності. Важливо забезпечити якісне інформаційне просування безпечних регіонів через цифрові платформи, інтерактивні карти, соціальні мережі та міжнародні виставки. Пріоритетним напрямом є створення регіональних туристичних кластерів у Західній, Центральній та Північній Україні з орієнтацією на сталий розвиток, екологічну безпеку, інклюзивність і цифровізацію сервісів.

Результати дослідження підтверджують, що попри глибоку кризу, спричинену війною, туристичний бізнес України зберігає значний потенціал відновлення. За умови державної підтримки, партнерства з місцевими громадами, модернізації інфраструктури та впровадження інноваційних рішень галузь може стати одним із рушіїв післявоєнного економічного зростання країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агенство ООН у справах біженців. URL: <https://www.unhcr.org/ua/resources> (дата звернення: 06.11.2025).
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
3. Бекер Т., Айхенгрін Б. Нарис про відбудову України. URL: [https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine\\_ukr.pdf](https://cepr.org/sites/default/files/news/BlueprintReconstructionUkraine_ukr.pdf) (дата звернення: 06.11.2025).
4. Бойко В. О., Драгота І.П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research* (January 19–21, 2021). Berlin, Germany, 2021. P. 208–210.
5. Вечерський В. В. Культурна спадщина України. 2022. URL: <https://vue.gov.ua/> (дата звернення: 06.11.2025).
6. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (дата звернення: 06.11.2025).
7. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 06.11.2025).
8. Загальні втрати економіки, понесені в ході війни. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukrayini-na-mayzhe-144-mlrd/> (дата звернення: 06.11.2025).
9. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення: 06.11.2025).
10. Коваль Н. О., Логвин М.М. «Вимушений» туризм в Україні: масштаби прояву та загрози. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті*: тези доповідей XLV Міжнародної наукової

студентської конференції (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). Полтава : ПУЕТ, 2022. Ч. 2. С. 239–240.

11. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект* : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.

12. Кот С. І. Про стан збереження культурної спадщини України: Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань "Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні" 18 квітня 2022 р. НАН України. Інститут історії України. Київ, 2022. 42 с.

13. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнесінформ*. 2021. № 1. С. 177–184.

14. Ланда В. Війна за ресурси. 2023. Лютий–Березень. URL: <https://subscribe.forbes.ua/archive?year=2023> (дата звернення: 06.11.2025).

15. Ланда В. Які труднощі чекають Україну під час компенсації втрат від війни з РФ. Інтерв'ю із топ-економістом. URL: <https://ua.news/ua/money/kakye-trudnosti-zhdut-ukraynu-pry-kompensatsyy-poter-ot-voiny-s-rf-yntervyu-s-top-ekonomystom-vladymyrom-landoj> (дата звернення: 06.11.2025).

16. Логвин М., Мороз М., Логвин Д. Туристичний сектор під час воєнного стану: стан, загрози та перспективи. *Світ наукових досліджень*. Вип. 18 : матеріали міжн. мультидисц. наук. інтернет-конф. (м. Тернопіль – м. Переворськ, 20–21 квітня 2023 р.). Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б., 2023. С. 37–43. URL: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4462/> (дата звернення: 06.11.2025).

17. Мапа культурних втрат. Український культурний фонд. 2022. URL: <https://uaculture.org/culture-loss/> (дата звернення: 06.11.2025).

18. Міністерство культури та інформаційної політики України. Офіційний сайт. URL: <https://mkip.gov.ua/content/pro-ministerstvo.html> (дата звернення: 06.11.2025).

19. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення: 06.11.2025).

20. Обрамець С.О., Єпик Л.І. Туристичний бізнес України в реаліях воєнного часу. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтіювича Мазнева). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с. С.352-354.

21. 2. Обрамець С., Єпик Л.. Перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні у повоєнний час. Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : Матер. II Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). – Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с. С.61-64.

22. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2025. Вип. 126, ч. 1. С. 12–23.

23. Після війни внутрішній туризм в Україні економічно сильно "просяде", а згодом дещо зміниться. Інтерв'ю Голови Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/826786.html> (дата звернення: 06.11.2025).

24. Про туризм: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 241 (в ред. від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre> (дата звернення: 06.11.2025).

25. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. Вип. 46. С. 11–15.

26. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/9-2018/romanova.pdf> (дата звернення: 06.11.2025).

27. Савченко І. А. Вплив тероризму та військових дій на міжнародний туризм. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/11259/1/Savchenko%20I.%20A.pdf> (дата звернення: 06.11.2025).

28. Скляр Г. П., Дробіш Л.В., Тараненко О. О., Логвин М. М., Шуканов П. В. Феномен дозвіллевої діяльності: туризмологічний дискурс. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія “Економічні науки”*. 2023. № 1 (107). С. 60–65.

29. Ткачук Л. М. Актуальні тенденції розвитку туризму в Україні: геополітичний контекст. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 4: Географія і сучасність*. Київ : Вид-во НПУ, 2020. Вип. 33. С. 233–243.

30. Худавердієва В., Мерчанський В., Чуйко Н., Воронкова А. Стратегія економічної адаптації туристично-рекреаційної сфери України до міжнародного туристичного ринку. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2022. № 6 (2). URL: <http://www.is-journal.com/is/article/download/89/58> (дата звернення: 06.11.2025).

31. Туризм в Україні: минуле, сьогодні та майбутнє. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/tourism-ukraine-past-present-futureentdecke-net-dmc-gmbh> (дата звернення: 06.11.2025).

32. Bobeka V., Gotalb G., Horvatc T. Impacts of the 2022 War in Ukraine on the Travel Habits of Ukrainian Tourists. *Naše gospodarstvo*. 2023. № 69(3). pp. 56–67.

33. Plan of war tourism in Ukraine draws flak and sparks ethical debates. URL: <https://www.aa.com.tr/en/europe/ukraine-war-tourism-plan-draws-flak-sparks-ethical-debates/3003130> (дата звернення: 06.11.2025).

34. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O. Branding of the domestic territorial tourist destination in the post-war development period. *Das intellektuelle und technologische Potenzial des XXI Jahrhunderts: Wirtschaft, Tourismus, Bildung, Psychologie und Soziologie*. Monografische Reihe «Europäische Wissenschaft». Buch 15. Teil 2. Germany, Karlsruhe : ScientificWorldNetAkhatAV, 2022. pp. 151–158.

35. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S., Mykhailyk D. Economic security of the sphere of tourism business in the postwar period. *Current issues of security management during martial law: scientific monograph*. Košice : Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2022. pp. 265–277.

36. Visit Ukraine. Today. URL: <https://visitukraine.today/> (дата звернення: 06.11.2025).

## ДОДАТКИ

Додаток 1

### Апробація результатів дослідження

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# МАТЕРІАЛИ

ІХ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(присвячена пам'яті професора  
Григорія Євтіювича Мазнева)

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

ЧАСТИНА 3



Продовження додатку 1

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# **МАТЕРІАЛИ**

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**(присвячена пам'яті професора  
Григорія Євтіювича Мазнева)**

**«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»**

**ЧАСТИНА 3**

*06-07 березня 2025 року*

Харків – 2025

Продовження додатку 1

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**(присвячена пам'яті професора  
Григорія Євтіювича Мазнева)**

**Частина 3**

**Державний біотехнологічний університет**

---

Відповідальна за випуск – *Ю.М. Сагачко*

Редактори: *С.О. Заїка, В.М. Нагаєв, О.В. Грідін*

---

Підписано до друку 12.03.2025.

Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Папір офсетний.

Гарнітура Garamond. Офсетний друк.

Умовн. друк. арк. – 41,0. Наклад – 300 прим.

Видавництво ТОВ «Стильна типографія»

61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А

Тел.: (057) 754-49-42

Е-mail: [zebraprint.zakaz@gmail.com](mailto:zebraprint.zakaz@gmail.com)

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.

---

## Продовження додатку 1

<b>МЕРЧАНСЬКИЙ В.В., КАЗМІРЧУК А.Д., ОНОПРІЄНКО М.О.</b>	
Гастрономічний туризм як інструмент активізації туристичних дестинацій.....	348
<b>ОБРАМЕЦЬ С.О., ЄПІК А.І.</b>	
Туристичний бізнес України в реаліях воєнного часу .....	352
<b>ЧЕРНИЦЬКА О.В.</b>	
Ф'южн-кухня як перспективний напрям розвитку гастрономії в контексті сучасних кулінарних тенденцій .....	354
<b>ШЕВЧЕНКО А.С., ЄПІК А.І.</b>	
Сучасні інновації у розважальному туризмі.....	356
<b>ГУЦАЛЮК О.М., БОНДАР Ю.А.</b>	
Вибір інноваційних технологій та їх впровадження в галузях сервісної економіки .....	359
<b>БЕРЕЗІВСЬКА О.Й., ЯМНИЧ М.Д.</b>	
Інноваційні технології та сталий розвиток у сфері гостинності й туризму .....	361
<b>ВАКУЛІН М.А.</b>	
Створення віртуального бізнес-інкубатору для розвитку туристичної дестинації.....	363
<b>БЕРЕЗІВСЬКА О.Й., ІВАНЧЕНКО Д.І.</b>	
Інклюзивний туризм: можливості та перспективи розвитку у світі новітніх технологій.....	366
<b>ДРЕВАЛЬ Д.</b>	
Україна в європейських маршрутах сталого туризму: потенціал і перспективи .....	369
<b>ІЩЕНКО С.М., СКРИПЛЕНКО О.В.</b>	
Інноваційні технології як драйвер сталого розвитку в індустрії гостинності.....	372
<b>КАСЬЯНОВА К.О.</b>	
Мережа віртуальних бізнес-інкубаторів для регіональної туристичної дестинації.....	374

## ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ В РЕАЛІЯХ ВОЄННОГО ЧАСУ

**Обрамець С.О.**, здобувачка вищої освіти,  
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна  
**Єпик А.І.**, кандидат історичних наук, доцент,  
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5160-6529>

Туристичний бізнес є важливою складовою економіки України, яка до 2022 року активно розвивалася, демонструючи зростання внутрішнього та в'їзного туризму. Проте повномасштабна війна, розв'язана Росією проти України, докорінно змінила ситуацію, поставивши галузь перед безпрецедентними викликами. Руйнування інфраструктури, скорочення туристичних потоків і загальна економічна нестабільність змусили гравців ринку адаптуватися до нових реалій, шукати інноваційні рішення та переорієнтувати бізнес-моделі [2].

Бойові дії завдали значних збитків туристичній інфраструктурі країни. Окуповані або зруйновані регіони, які раніше були популярними туристичними локаціями (Азовське узбережжя, Чорноморські курорти, культурні центри на Сході та Півдні), фактично виключені з туристичних маршрутів. Втрата авіасполучення та часткова недоступність залізничного транспорту ще більше ускладнили подорожі країною.

Через небезпеку ракетних ударів та бойових дій кількість туристів, які відвідують Україну, суттєво скоротилася. В'їзний туризм майже припинився, а внутрішній набув нового формату, зокрема релокаційного та волонтерського туризму. Українці обирають подорожі безпечними регіонами, такими як Львівщина, Закарпаття, Івано-Франківщина, що сприяє розвитку локального туризму.

Попри складні умови, туристичний бізнес України почав активніше розвивати внутрішній туризм. Популярними напрямками стали:

Військово-пізнавальний туризм – екскурсії до місць бойових дій, музеїв війни, меморіальних комплексів (Київ, Буча, Ірпінь, Харків).

Екотуризм – подорожі до Карпат, Закарпаття, природних парків, де можна знайти спокій та відновлення.

Культурно-історичний туризм – екскурсії в музеї, відвідування фортець, старовинних міст, що залишилися поза зоною активних бойових дій.

## Продовження додатку 1

Новим явищем стала популярність волонтерського туризму. Багато українців та іноземців відвідують звільнені території для допомоги відбудові міст, участі у волонтерських ініціативах, зборі гуманітарної допомоги [1].

Перехід до цифрових рішень став необхідністю. Українські туристичні компанії активно використовують онлайн-формати для екскурсій, створюють віртуальні тури, розвивають мобільні застосунки для туристів. Проекти, такі як «Віртуальна Україна», дозволяють побачити культурні пам'ятки онлайн, що допомагає популяризувати країну в умовах обмеженого фізичного туризму.

Український уряд впроваджує ініціативи для підтримки туристичного сектору:

1. грантові програми для розвитку туризму в безпечних регіонах,
2. просування України як туристичного бренду на міжнародних платформах,
3. адаптація туристичних маршрутів під нові реалії.

Україна активно залучає підтримку міжнародних партнерів у сфері туризму. Наприклад, Європейська комісія з туризму та UNESCO сприяють збереженню культурної спадщини та розробці стратегій відновлення галузі після війни.

Після завершення війни туристична галузь стане одним із ключових секторів економіки, який сприятиме відновленню країни. Очікується:

1. розвиток нових туристичних маршрутів,
2. відновлення історичних пам'яток та рекреаційних зон,
3. активне залучення міжнародних інвесторів у сферу туризму [3].

Перемога України у війні змінить її світовий імідж. Країна стане привабливим напрямком для туристів, які хочуть побачити історичні місця, відвідати меморіальні комплекси та підтримати відновлення країни [4].

Попри важкі обставини, туристичний бізнес України демонструє високу стійкість та адаптивність. Внутрішній туризм розвивається новими форматами, а цифрові технології допомагають зберігати зв'язок із міжнародною аудиторією. Державна підтримка та міжнародна співпраця відіграють важливу роль у майбутньому відновленні туристичної галузі. Після перемоги Україна має всі шанси стати одним із найцікавіших туристичних напрямків у Європі, де поєднуються героїчна історія, багата культура та унікальні природні ландшафти.

## Продовження додатку 1

## Література:

1. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55-68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>
2. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11-15.
3. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення: 14.02.2025).
4. Шевченко О. Туризм в Україні у післявоєнний період: досвід зарубіжних країн. Матеріали III міжнародної науково-практичної інтернет-конференція «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». Київ, КНУТД, 10 червня 2022 року. С. 93-95.

### Ф'ЮЖН-КУХНЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ КУЛІНАРНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Черницька О.В., здобувачка вищої освіти\*,  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-9076-5932>

Сучасні тенденції розвитку сегменту HoReCa характеризуються активним змішуванням гастрономічних культур у ресторанному бізнесі. Зокрема, значної популярності набули поєднання азійської та європейської кухонь, що сприяє формуванню унікальних смакових композицій та інноваційних страв [1].

Одним із прикладів закладів, які пропонують ф'южн-поєднання можна виокремити мережу Domino's Pizza. Починаючи з 2024 року, у меню цих закладів в Україні пропонуються піца-роли, які можна розглядати як європейську адаптацію традиційних японських суші [2]. Водночас у японських закладах мережі було впроваджено піца-боули – страву, що поєднує рис з класичними інгредієнтами піци [3].

Окрім основних страв, тренів зміни гастрономічної сфери охоплюють і десертне меню. Зокрема, зростає популярність десертів, до складу яких додають чай або чайний порошок. До найпоширеніших

\* Науковий керівник – Панова І.О., к.е.н., доцент

## Додаток 2

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди  
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія  
Житомирський державний університет імені Івана Франка  
Національна спілка краєзнавців України  
Українське географічне товариство  
Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України  
Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні  
КУ «Житомирський обласний туристично інформаційний центр»  
Житомирської обласної Ради  
Управління культури Житомирської міської Ради  
Зеленогурський університет в Зелена Гура  
Університет Туризму і Екології в Сухій Бескидській  
Університет економіки в Білгощі

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ  
II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ  
«ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС»

20-21 березня 2025 року, Житомир

## Продовження додатку 2

УДК 338.48:91:504  
Т 90

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради  
Житомирського державного університету імені Івана Франка

**Рецензенти:**

**Тетяна ШВЕЦЬ** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємства та туризму Поліського національного університету.

**Олександр КРАТЮК** – кандидат біологічних наук, професор кафедри лісового господарства та садово-паркового господарства Поліського національного.

**Іван КОСТАЩУК** – завідувач кафедри географії України та регіоналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктора географічних наук, професор.

**Т 90 Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес** : матер. II Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). – Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с.

У збірнику представлені наукові нароби викладачів, здобувачів вищої освіти та практиків туристичного бізнесу, фахівців у сфері екології та освіти, які присвячені теоретичним та прикладним питанням туризму і гостинності, географії, екології, обговоренню проблем соціально-економічного розвитку регіонів, розвитку географічної освіти, екологічним проблемам повоєнного відновлення України.

*Матеріали друкуються в авторській редакції. За достовірність фактів, цитат, власних імен, посилань на літературні джерела та інші відомості, а також дотримання загальноприйнятих принципів академічної етики відповідають автори публікацій.*

*Матеріали подані в авторській редакції. Відповідальність за науковий та літературний зміст опублікованих матеріалів несуть їх автори. Думки редакторів можуть не збігатися з позицією авторів.*

©Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025

## Продовження додатку 2

9. Олександра Сашченко, Ірина Савченко. Досвід українських готелів у впровадженні міжнародних екологічних стандартів.....	36
10. Олександр Кондратюк, Лариса Єпик. Екологічний туризм в Україні: перспективи повоєнного відродження.....	39
11. Сергій Жилияков. «Індекс вареників» як інноваційний інструмент для досягнення конкурентоспроможності та залучення іноземних туристів до подорожей в Україну.....	42
12. Лідія Дяченко, Любомира Садула. Інноваційні рішення в туризмі: освітні аспекти.....	44
13. Артем Жерьобкін, Лариса Єпик. Інтелектуальні інформаційні системи в сфері туризму.....	47
14. Вікторія Река, Олександр Коваленко. Кінний туризм, як пріоритетний та перспективний напрямок розвитку туризму в Україні.....	50
15. Аліна Абдулаєва, Валентина Тарасова. Коростенський парк як об'єкт туризму та рекреації.....	53
16. Вікторія Растабарова, Валентина Тарасова. Національний музей космонавтики ім. С. П. Корольова: інновації в екскурсійних турах.....	56
17. Олена Овдіюк. Особливості підприємницького ризику туристичної індустрії.....	58
18. Зоряна Герасимів. Перспективи розвитку туризму в тернопільській області.....	61
19. Сергій Оюрамець, Лариса Єпик. Перспективи розвитку туристичного бізнесу в	4

Україні у повоєнний час.....	64
20. Інга Качинська, Інна Нестерчук. Перспективи та проблеми розвитку об'єктів історичного туризму попільнянської громади (на прикладі маєтку терещенків).....	67
21. Інна Конько. Подієвий туризм сумщини: стан і перспективи.....	70
22. Богдан Луговий. Позитивні та негативні впливи розвитку туризму в територіальній громаді.....	73
23. Антон Береза, Інна Нестерчук. Поняття сталого розвитку та його застосування в туризмі.....	76
24. Олександра Садурикова, Олена Билим. Психологічні аспекти впливу подорожей на ментальне здоров'я.....	79
25. Ілля Цикал, Інна Нестерчук. Розвиток гастрономічного туризму в коростенській громаді.....	82
26. Аліна Шевченко, Лариса Єпик. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні	

## Продовження додатку 2

УДК: 338.48(477) : 338.24

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ЧАС**

Сергій ОБРАМЕЦЬ

магістрант Сумського національного аграрного університету (Україна)

Лариса ЄПІК

кандидат історичних наук

доцент Сумського національного аграрного університету (Україна)

Туристичний бізнес є однією з важливих складових економіки багатьох країн світу, оскільки він сприяє розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та зростанню доходів від експорту послуг.

В Україні туризм завжди відігравав значну роль у національній економіці, особливо завдяки культурній спадщині, природним ресурсам та унікальному географічному розташуванню.

Однак війна, що триває на території України, значно вплинула на туристичну галузь, зумовивши падіння туристичних потоків, руйнування інфраструктури та зміни в уподобаннях туристів.

Попри всі труднощі, після завершення війни туристичний сектор має великий потенціал для відновлення та подальшого розвитку.

Змінюються і туристичні вподобання. Після пережитих потрясінь, люди починають цінувати безпеку та стабільність понад усе. Ризиковані подорожі до нестабільних регіонів відходять на другий план. Натомість, зростає попит на спокійний, передбачуваний та безпечний відпочинок. Екологічний туризм, відпочинок у природі, сімейні подорожі, оздоровчі тури – саме ці напрямки можуть отримати поштовх до розвитку після війни, як реакція на пережитий стрес та нестабільність.

Війна впливає і на кадровий потенціал туристичної галузі. Кваліфіковані фахівці, що втратили роботу через війну, змушені шукати інші джерела доходу, часто покидаючи туристичну сферу. Молоде покоління втрачає інтерес до професій, пов'язаних з туризмом, бачачи його нестабільність та вразливість. Відновлення кадрового потенціалу – це ще одна серйозна проблема, що постає перед туристичною галуззю після війни.

Попри всю трагічність наслідків війни, історія знає приклади успішного відновлення туризму після збройних конфліктів. Головний фактор успіху – це настання миру та стабільності. Безпека – основа для відродження будь-якої туристичної дестинації. Далі – потрібні системні зусилля держави, бізнесу та місцевих громад для відновлення інфраструктури, просування позитивного іміджу країни, залучення інвестицій та створення привабливих туристичних продуктів.

Інновації та адаптація відіграють ключову роль у повоєнному відновленні туризму. Потрібно шукати нові формати туризму, що відповідають зміненим уподобанням туристів. Розвиток внутрішнього туризму може стати першим кроком до відродження галузі, допомагаючи підтримати місцевий бізнес та створити нові

## Продовження додатку 2

робочі місця. Нішеві види туризму, такі як історичний, культурний, гастрономічний, екологічний, можуть стати "магнітами" для залучення туристів, що цікавляться чимось особливим, автентичним, унікальним. Цифрові технології відкривають нові можливості для просування туристичних продуктів, онлайн-бронювання, віртуальних турів, створення інтерактивного туристичного досвіду.

Відновлення туризму після війни – це довгий та складний шлях, що вимагає терпіння, наполегливості та творчого підходу. Але це шлях, що веде до відродження економіки, зміцнення міжнародних зв'язків та повернення до мирного, процвітаючого життя. Історія туризму свідчить, що навіть після найжахливіших потрясінь, людство не втрачає жаги до подорожей та відкриття світу. Головне – створити умови для безпечних, цікавих та незабутніх подорожей, що наповнюють життя радістю та позитивними емоціями, на противагу руйнівним силам війни.

Війна завдала значних збитків туристичній інфраструктурі: зруйновані готелі, туристичні об'єкти, транспортна інфраструктура.

Після війни одним із пріоритетних напрямів стане відбудова зруйнованих об'єктів та реконструкція інфраструктури. Це потребуватиме значних інвестицій, тому важливою буде підтримка з боку держави, а також залучення міжнародних донорів та приватних інвесторів [3].

Сучасні туристи все частіше обирають цифрові сервіси для планування та організації подорожей. Відновлення інфраструктури має супроводжуватися модернізацією технологій, впровадженням цифрових платформ для бронювання, віртуальних екскурсій та мобільних додатків. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність туристичного бізнесу та залучити молодіжну аудиторію.

Після війни багато українців віддаватимуть перевагу подорожам всередині країни через безпекові міркування та обмежений бюджет. Це створює можливості для розвитку внутрішнього туризму: популяризації маловідомих місць, сільського, екологічного та активного відпочинку.

Розвиток внутрішнього туризму сприятиме економічному відновленню регіонів, підтримуючи місцевих підприємців, зокрема власників готелів, ресторанів, сувенірних крамниць. Це також стимулюватиме розвиток культурних ініціатив, фестивалів та подій, які приваблюватимуть туристів.

Після війни в Україні зросте інтерес до місць історичної пам'яті, пов'язаних із подіями війни. Це може стати основою для розвитку меморіального туризму, що поєднуватиме освітні та культурні компоненти. Створення меморіальних комплексів, музеїв та екскурсійних маршрутів допоможе зберегти історичну пам'ять та сприятиме національній єдності [2].

Культурний туризм може стати потужним інструментом для залучення туристів. Організація фестивалів, концертів, виставок та інших культурних подій допоможе відновити позитивний імідж України на міжнародній арені та сприятиме розвитку туристичної інфраструктури.

Сучасний туристичний бізнес активно використовує новітні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність (VR/AR), штучний інтелект, блокчейн тощо. Впровадження таких рішень дозволить створювати інноваційні туристичні продукти, покращувати обслуговування клієнтів та оптимізувати бізнес-процеси.

## Продовження додатку 2

Важливою складовою успіху туристичного бізнесу стане використання цифрового маркетингу: просування в соціальних мережах, створення контенту (відео, блоги), співпраця з інфлюенсерами. Це допоможе залучити нову аудиторію та підвищити впізнаваність туристичних брендів.

Після війни важливою задачею стане відновлення позитивного іміджу України на міжнародному ринку. Це потребуватиме розробки нових маркетингових стратегій, спрямованих на формування привабливого бренду України як безпечної та цікавої туристичної дестинації [1].

Україна має активізувати міжнародну співпрацю у сфері туризму, зокрема через участь у міжнародних виставках, туристичних форумах, укладення партнерств з міжнародними туроператорами. Це сприятиме залученню іноземних туристів та інвестицій у туристичну галузь.

Війна в Україні створила значні виклики для туристичного бізнесу, але після її завершення з'являться нові можливості для відновлення та розвитку галузі. Основні перспективи пов'язані з відновленням інфраструктури, розвитком внутрішнього туризму, впровадженням інноваційних технологій, культурним відродженням та міжнародною співпрацею.

Завдяки ефективному поєднанню державної підтримки, приватних інвестицій та інноваційних рішень туристичний бізнес України може не тільки відновитися, але й вийти на новий рівень розвитку, сприяючи економічному зростанню та зміцненню національної ідентичності.

### Список використаних джерел:

1. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 26.02.2025).
2. План військового туризму в Україні викликає Zenitну критику та розпалює етичні дискусії. URL: <https://www.aa.com.tr/en/europe/ukraine-war-tourism-plan-draws-flak-sparks-ethical-debates/3003130> (дата звернення: 27.02.2025).
3. Туризм в Україні: минуле, сьогодення та майбутнє. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/tourism-ukraine-past-present-futureentdecke-net-dmc-gmbh> (дата звернення: 27.02.2025).

## Декларація академічної доброчесності

Я, Обрамець Сергій Олександрович, студент групи ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформований, що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

01.02.2025р.

---

## Декларація академічної доброчесності

Я, Оксененко Єлизавета Олегівна, студентка групи ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформована, що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинна буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

01.02.2025 р.

---

## ФОРМА САМООЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Критерій	Рівень		Коментар
Огляд літератури побудовано навколо основної проблеми, використано найактуальніші сучасні дослідження за темою, чітко відображено зв'язок між завданнями, поставленими в роботі, та попередніми дослідженнями	+	+	
Надана конкретна та точна інформація про методи та дані (кількість, температура, тривалість, послідовність, умови, розташування, розміри тощо), методи пов'язані з іншими дослідженнями.		+	
Наведено конкретні результати з поясненнями та аналізом, порівняння з результатами інших досліджень, показано чіткий зв'язок проблеми з отриманими результатами		+	
Надано пропозиції щодо удосконалення, що підкріплено відповідними обґрунтуваннями (прогноз, модель тощо)	+	+	
Висновки містять зв'язок з найважливішими аспектами попередніх розділів, підсумок ключових результатів, продемонстровано зв'язок між цією роботою та наявними дослідженнями зосереджена увага на суттєвих результатах, зазначено їх можливе застосування; подано обмеження, на які слід спрямувати майбутні дослідження.		+	
Перелік посилань є повним та достатнім для вирішення завдань дослідження		+	
Робота оформлена повністю відповідно до вимог		+	
Робота не містить друкарських та граматичних помилок	+	+	

Підтверджую, що робота виконана мною самостійно, не містить академічного плагіату. Зокрема, у моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилань на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видаються за свій текст, вирваних із контексту тверджень, цитат без лапок, фабрикації (вигаданих) даних чи фальсифікації (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень.

05.12.2025 р.

\_\_\_\_\_

**Сергій ОБРАМЕЦЬ**