

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

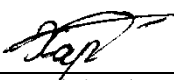
**ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ, АРХЕОЛОГІЇ ТА ТУРИЗМУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему: «ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»

здобувач _____ **4** _____ **курсу** _____ **групи** _____ **ТУ-21д**
спеціальність: _____ **242 Туризм та рекреація** _____

Харченко М.
(ПІБ здобувача)


(підпис)

Керівник роботи

д.геогр.н., проф.. Заваріка Г.М.

(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)


(підпис)

КИЇВ – 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

Факультет _____ юридичний _____
(повне найменування факультету)
Кафедра _____ Історії, археології та туризму _____
(повне найменування кафедри)
Освітній ступінь _____ бакалавр _____
(бакалавр, магістр)
Спеціальність _____ 242 Туризм і рекреація _____
(шифр і назва спеціальності)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

к. і. н, доц. Сапицька О.М.

_____ 
« 17 » квітня 20 25 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Харченко М. Д.

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема роботи: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

керівник

роботи:

д.геогр.н., проф.. Заваріка Г.М.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по від « 17 » квітня 20 25 року №72/19.01
університету: _____

2. Строк подання студентом 12 червня 2025 р.
роботи до захисту: _____

3. Вихідні дані: наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, аналітичні звіти, статистичні матеріали Державної служби статистики України, профільних міністерств, законодавчі акти, а також матеріали міжнародних організацій.

4. Зміст основної частини (перелік питань, які потрібно розробити):
Теоретичні основи розвитку туризму

Аналіз сучасного стану розвитку туризму в Україні

Напрями удосконалення розвитку туризму в Україні

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 4 табл., 6 рис. 81 джерело

6. Консультанти розділів

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Заваріка Г.М.		
Розділ 2	Заваріка Г.М.		
Розділ 3	Заваріка Г.М.		

7. Дата видачі завдання « 18 » квітня 20 25 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз літератури	квітень 2025	
2	Визначення мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження	травень 2025	
3	Робота з бібліографічними джерелами, підготовка матеріалів для написання першого розділу роботи	травень 2025	
4	Надання матеріалів по першому розділу роботи	травень 2025	
5	Збір інформації для написання другого розділу роботи	травень 2025	
6	Надання матеріалів по другому розділу роботи	травень 2025	
7	Підготовка матеріалів до написання третього розділу роботи	червень 2025	
8	Надання матеріалів по третьому розділу роботи	червень 2025	
9	Написання висновків, заключне оформлення роботи та демонстраційних матеріалів	червень 2025	
10	Підготовка доповіді до захисту роботи	червень 2025	

Здобувач


(підпис)

Харченко М. Д.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Заваріка Г. М.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Харченко М.Д. Особливості розвитку туризму в Україні – Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм». – Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України. – Київ, 2025.

У роботі висвітлено теоретичні засади та практичні аспекти удосконалення розвитку туризму в Україні. Розглянуто основні проблеми функціонування туристичної сфери, проаналізовано стан туристичної інфраструктури, рівень якості туристичних послуг та шляхи підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту. Досліджено значення інноваційних технологій, цифровізації та маркетингових стратегій для популяризації українського туризму на міжнародному ринку. Обґрунтовано пріоритетні напрями розвитку туризму з урахуванням сучасних викликів і глобальних тенденцій. Надано пропозиції щодо удосконалення державної політики у сфері туризму.

Ключові слова: туризм, розвиток, туристичні послуги, інфраструктура, національний туристичний продукт.

ANNOTATION

Harchenko M.D. Directions for Improving Tourism Development in Ukraine – Manuscript.

Bachelor's qualifying work on specialty 242 "Tourism". – Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kyiv, 2025.

The paper highlights the theoretical foundations and practical aspects of improving tourism development in Ukraine. It examines the main challenges facing the tourism sector, analyzes the state of tourism infrastructure, the quality level of tourism services, and the ways to enhance the competitiveness of the national tourism product. The study explores the role of innovative technologies, digitalization, and marketing strategies in promoting Ukrainian tourism on the international market. Priority directions for tourism development are substantiated considering modern challenges and global trends. The work provides recommendations for improving state policy in the field of tourism.

Keywords: tourism, development, tourism services, infrastructure, national tourism product

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	7
1.1. Поняття, види та функції туризму	7
1.2. Історія становлення та етапи розвитку туризму в Україні	13
1.3. Нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	23
2.1. Динаміка туристичних потоків: в'їзний, виїзний та внутрішній туризм	23
2.2. Регіональні особливості розвитку туризму в Україні	28
2.3. Вплив зовнішніх факторів (війна, економіка, пандемія) на туристичну галузь	34
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
3.1. Розвиток інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг	42
3.2. Популяризація національного туристичного продукту	46
3.3. Державна підтримка та інвестиції в туристичну галузь	50
ВИСНОВОК.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

У сучасному світі туризм набуває дедалі більшого значення як одна з провідних галузей світової економіки. Цей сектор не лише створює робочі місця, генерує валютні надходження, але й сприяє розвитку регіонів, популяризації національної культури, збереженню історико-культурної спадщини та міжкультурній взаємодії. Для багатьох країн, особливо тих, що мають сприятливі природно-географічні умови, унікальну історико-культурну спадщину та різноманітні туристичні ресурси, туризм виступає як стратегічно важливий напрямок економічного розвитку. У цьому контексті Україна має потужний потенціал для активного розвитку туристичної сфери, проте цей потенціал реалізується далеко не повною мірою.

Актуальність дослідження особливостей розвитку туризму в Україні зумовлена кількома ключовими чинниками. По-перше, сучасний етап трансформації української економіки, зумовлений як внутрішніми реформами, так і зовнішніми викликами (зокрема, війною, економічною нестабільністю, міграційними процесами), потребує пошуку нових джерел стабільного зростання. Туризм у цьому контексті може виступати як ефективний інструмент диверсифікації економіки, зменшення залежності від традиційних галузей і стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, особливо в регіонах.

По-друге, глобальні тенденції розвитку туризму свідчать про зростання попиту на нові, нестандартні, екологічні та культурно насичені маршрути. Україна, з її етнокультурною різноманітністю, традиціями, численними пам'ятками архітектури, релігійними святинами, гірськими та приморськими регіонами, здатна запропонувати туристам унікальні враження. Але для того, щоб стати конкурентоспроможною на світовому туристичному ринку, країні потрібно

вирішити низку проблем, пов'язаних із інфраструктурою, безпекою, якістю послуг, маркетинговими стратегіями та державним регулюванням.

По-третє, актуальність теми зумовлюється потребою переосмислення підходів до управління туристичною галуззю в умовах децентралізації та євроінтеграційного курсу України. Регіони отримують дедалі більше повноважень і відповідальності за власний розвиток, зокрема у сфері туризму. Це відкриває нові можливості для формування місцевих брендів, розвитку внутрішнього туризму, залучення інвестицій, але водночас вимагає наукового обґрунтування стратегій, адаптованих до конкретних територіальних умов.

Також важливим аспектом актуальності є зростання інтересу до внутрішнього туризму в Україні. Через обмеження на подорожі за кордон, економічні чинники, а також прагнення українців глибше пізнати власну країну, внутрішній туризм набуває нової популярності. Проте розвиток цього напрямку стримується відсутністю належної інформаційної підтримки, нерівномірним розвитком інфраструктури, низьким рівнем сервісу в окремих регіонах. У зв'язку з цим важливо проаналізувати стан внутрішнього туризму, виявити найбільш перспективні напрямки та розробити інструменти для їх активізації.

Сучасні реалії, пов'язані з війною в Україні, також значною мірою впливають на туристичну галузь. З одного боку, частина територій тимчасово є недоступними або небезпечними для туристів. З іншого боку, з'являються нові виклики і формати, як-от волонтерський туризм, військово-історичні маршрути, меморіальні об'єкти, культурні ініціативи, спрямовані на збереження ідентичності та підтримку локальних громад. Дослідження того, як туризм адаптується до умов воєнного часу, якими є механізми його трансформації та як він може стати інструментом постконфліктної відбудови, набуває особливої ваги. Окрім цього, вивчення розвитку туризму є актуальним і з огляду на перспективи відновлення країни після перемоги. Туризм може стати одним із перших секторів,

який допоможе відновити економічну активність у постраждалих регіонах, сприяти реінтеграції тимчасово окупованих територій, зростанню позитивного міжнародного іміджу України.

Актуальність теми зумовлена також недостатнім рівнем науково-практичної розробленості питань, пов'язаних із системним підходом до розвитку туризму. Існуючі дослідження, як правило, фрагментарно розглядають окремі аспекти проблеми, тоді як сучасна ситуація вимагає комплексного аналізу із врахуванням економічних, соціальних, політичних, екологічних та культурних факторів. Враховуючи вищезазначене, можна стверджувати, що дослідження особливостей розвитку туризму в Україні є надзвичайно актуальним з теоретичної, прикладної, соціальної та економічної точок зору. Воно дозволяє не лише виявити ключові бар'єри та ресурси у сфері туризму, але й сприяє розробці ефективних механізмів управління, здатних підвищити конкурентоспроможність українського туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку.

Об'єктом дослідження є туристична індустрія України, зокрема її розвиток, проблеми та перспективи у різних аспектах (економічному, соціальному, культурному).

Предметом дослідження є особливості розвитку туризму в Україні в умовах сучасних змін та глобалізації.

Метою роботи є аналіз стану та тенденцій розвитку туризму в Україні, а також розробка рекомендацій щодо удосконалення політики та практики управління туристичним сектором.

Для досягнення мети необхідно розглянути завдання дослідження:

- аналізувати основні проблеми, що гальмують розвиток туризму в Україні,

- визначити можливі шляхи покращення інфраструктури та послуг у галузі туризму,
- розглянути досвід інших країн щодо розвитку туризму та адаптація цих моделей до українських умов,
- оцінити вплив політичних, економічних та соціальних факторів на туристичний ринок України.

Методологічною основою дослідження є використання загальнонаукових методів аналізу й синтезу, порівняння, економічного моделювання та прогнозування. Додатково застосовано методи статистичного аналізу для дослідження динаміки розвитку туризму в Україні, а також кейс-аналіз для вивчення практичного досвіду окремих регіонів і країн.

Наукова новизна дослідження полягає у розробці комплексного підходу до оцінки сучасного стану та прогнозування розвитку туристичної галузі України з урахуванням глобальних тенденцій, національної специфіки та локальних чинників. Запропоновані методи оптимізації управлінських процесів спрямовані на підвищення конкурентоспроможності сфери туризму.

Практична значущість роботи полягає в можливості використання отриманих результатів органами державної влади, туристичними підприємствами та науковими установами для розроблення стратегій розвитку туризму на національному й регіональному рівнях, а також для вдосконалення туристичних послуг та інфраструктури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття, види та функції туризму

Війна є одним з найбільших глобальних викликів для людства, що значною мірою впливає на всі сфери життя, зокрема на економіку, політику, культуру та соціальні процеси. В Україні війна, розпочата в 2014 році, а з 2022 року й ще більш інтенсивна, серйозно змінила не лише геополітичну ситуацію, а й значно позначилася на різних аспектах внутрішнього життя країни, зокрема на туристичній сфері. Війна вплинула на всі види туризму, скоротивши потоки туристів і змінивши структуру індустрії. Разом з тим, питання туризму під час та після війни стали предметом численних досліджень, що допомагають вивчати зміни в поведінці споживачів, адаптацію туристичних підприємств до нових реалій і можливості розвитку галузі в умовах війни [20].

Туризм – одна з найбільш динамічних і глобальних індустрій, яка безпосередньо залежить від соціально-економічних і політичних умов у світі. У зв'язку з війною, питання туризму набувають нової актуальності, оскільки країни, які зазнали війни чи перебувають у конфлікті, стикаються з величезними викликами у цій галузі. Порушення безпеки, знищення інфраструктури, зміни в споживчих настроях – все це робить проблему туризму в умовах війни надзвичайно важливою для дослідження. Дослідження, що стосуються туризму в Україні під час війни, займаються вивченням різних аспектів цієї сфери: від впливу військових конфліктів на туристичний потік до змін у споживчій поведінці та методах організації туризму в умовах обмежених ресурсів та безпеки [19]. Українські вчені та дослідники активно займаються цією темою, зокрема вивчаючи, як війна впливає на внутрішній туризм, туристичну привабливість різних регіонів та адаптацію туристичних компаній до нових умов.

Туризм є однією з найбільш важливих сфер сучасної економіки, яка охоплює безліч аспектів, від економічного розвитку до культурних обмінів між країнами. Він включає в себе подорожі людей з метою відпочинку, пізнання нових культур, здійснення ділових поїздок, медичних процедур або релігійних практик. Поняття туризму визначається як тимчасова подорож осіб за межі їхнього звичайного середовища, з метою відпочинку, дозвілля або професійних справ.

В Україні питання туризму почали активно вивчати в 1990-х роках, коли держава почала відкриватися для міжнародних туристів. Одним із основних напрямів дослідження туризму є його економічна складова. Науковці звертали увагу на позитивний вплив цієї галузі на економіку: створення робочих місць, розвиток інфраструктури, залучення інвестицій та податкові надходження. Зокрема, дослідження Миколи Єрмоленка, одного з видатних вчених у сфері економіки туризму, підкреслюють важливість розвитку цієї галузі для залучення іноземної валюти та розвитку малих підприємств, що сприяють соціально-економічному розвитку регіонів. Велику роль у наукових дослідженнях відіграють дослідники географічного та культурного аспектів туризму [11]. Однією з основних тем є регіональний туризм та специфіка туристичних потоків, вивчення місцевих традицій, архітектурних пам'яток, природних заповідників. Наприклад, науковець Володимир Бондаренко досліджував розвиток туризму в Карпатах, висвітлюючи важливість збереження природних територій при одночасному залученні туристів. Він також акцентував увагу на розвитку екологічного туризму, що є важливим для збереження екологічної рівноваги в регіонах з високим туристичним потенціалом.

Також дослідження, які проводить Інститут туризму Національної академії наук України, зосереджуються на питаннях менеджменту та маркетингу в туризмі, а також на аналізі туристичних потоків та розвитку інфраструктури.

Окремо вивчаються правові аспекти туризму, пов'язані з регулюванням туристичної діяльності в Україні, зокрема законодавчі ініціативи, що сприяють розвитку галузі. Так, науковці досліджують питання створення правових норм для захисту прав туристів, ліцензування туристичних послуг та організацію безпеки туристів [13].

У вітчизняному науковому дискурсі туризм розглядається не лише як галузь господарства, а й як складний соціокультурний феномен, що взаємодіє з багатьма сферами суспільного життя. Серед провідних українських дослідників, які досліджували теоретико-методологічні засади туризму, варто назвати О.І. Шаблія [11], який розглядав туризм крізь призму соціально-географічних процесів та регіонального розвитку. У своїх працях він наголошував на значенні просторової організації туристичної діяльності, ролі туризму у формуванні міжрегіональних зв'язків і розвитку інфраструктури. І.І. Твердохліб у своїх працях детально аналізував поняття туризму як тимчасового переміщення людей поза межі їх постійного місця проживання з різними цілями – від пізнавальних і рекреаційних до оздоровчих та ділових. Він запропонував структурну класифікацію туризму за такими критеріями: за метою, за тривалістю, за засобами пересування, за формами організації, що знайшло широке застосування в українській туристичній освіті та практиці [12].

Г.О. Балабанов у своїх наукових розвідках акцентував увагу на соціально-економічних функціях туризму. Зокрема, він виділив такі основні функції туризму, як: економічна (забезпечення зайнятості, надходження до бюджету, розвиток малого і середнього бізнесу), соціальна (покращення добробуту населення, розширення світогляду), культурна (збереження та популяризація історико-культурної спадщини), освітня (поширення знань, виховання толерантності) та екологічна (створення умов для збереження природи шляхом екотуризму) [15].

Значний внесок у дослідження туристичних процесів зробили також О.В. Любіцева та Ю.В. Грабовський, які у своїй колективній монографії та навчальних посібниках не лише уточнили зміст поняття туризму, але й запропонували багатогранну класифікацію його видів: міжнародний і внутрішній, масовий і спеціалізований, активний і пасивний, організований і самостійний [16]. Їх підхід базується на інтеграції соціологічних, економічних і географічних критеріїв. О.В. Мальська, відома дослідниця з Львівського національного університету імені Івана Франка, зосереджується на функціональній моделі туризму в умовах трансформації ринку. Вона розглядає туризм як механізм формування іміджу регіону, інструмент економічної політики та канал міжкультурної комунікації [14].

Не менш важливими є праці О.С. Бейдик [13], яка вивчає туристичні ресурси України, їх роль у розвитку рекреаційного потенціалу регіонів. Вона також вносить істотний вклад у формування поняттєвого апарату галузі, уточнюючи поняття «туристичний продукт», «туристична послуга», «туристичний потік» тощо.

Однією з важливих тем наукових досліджень останніх років є вивчення впливу війни на туризм. З початком військового конфлікту на сході України в 2014 році та ескалацією ситуації в 2022 році, туристична галузь пережила значні труднощі. І тут велику роль відіграють дослідження, спрямовані на відновлення туризму в умовах війни, а також адаптацію індустрії до нових реалій. Олександр Рябов, один з провідних українських дослідників у цій галузі, звернув увагу на необхідність розвитку внутрішнього туризму, зокрема, створення програм для відновлення довіри туристів до українських регіонів, постраждалих від війни. Він також підкреслює важливість економічної стабільності та безпеки як основних факторів, що впливають на розвиток туризму в період після конфліктів.

Види туризму

№	Вид туризму	Опис	Особливості	Приклади
1	Рекреаційний	Туризм, спрямований на відпочинок, оздоровлення, відновлення фізичних та психологічних сил.	Включає пляжний, гірськолижний, курортний відпочинок, спа-процедури, санаторне лікування.	Відпочинок на Чорному морі в Затоці, відвідування Трускавця для оздоровлення.
2	Пізнавальний	Подорожі з метою ознайомлення з новими культурами, історією, архітектурою, традиціями.	Часто включає екскурсії, музеї, архітектурні пам'ятки, природні об'єкти.	Тур до Львова з відвідуванням історичних пам'яток, подорож до Кам'янця-Подільського.
3	Культурний	Включає участь у культурних заходах, фестивалях, виставках, театральних подіях.	Може бути пов'язаний із культурними обмінами, вивченням мистецтва, гастрономічним туризмом.	Участь у «Файному фесті» в Тернополі, гастроitur до Закарпаття.
4	Діловий (MICE)	Поїздки з професійною, діловою метою: участь у конференціях, виставках, бізнес-переговорах.	Часто поєднується з рекреаційним елементом – «ділова поїздка + відпочинок».	Участь у бізнес-форумі в Києві, виставка ІТ-технологій у Харкові.
5	Екологічний (еко)	Туризм, що спрямований на спілкування з природою, дбайливе ставлення до довкілля.	Часто включає походи, кемпінги, екскурсії в заповідники. Не шкодить природі.	Поїздка до Карпат з екскурсією в Національний парк «Синевир», прогулянки екостежками.
6	Сільський	Туризм у сільській місцевості з метою ознайомлення з побутом, традиціями, господарством.	Проживання в агрооселях, участь у зборі врожаю, народних промислах.	Відпочинок в гуцульській хаті в Космачі, дегустація меду на пасіці в Полтавщині.
7	Релігійний	Подорожі до святих місць, монастирів, церков, участь у паломництвах.	Може бути частиною духовної практики або цікавістю до історії релігії.	Паломництво до Почаївської лаври, відвідування Софії Київської.
8	Спортивний	Подорожі з метою участі в спортивних	Включає як пасивний (глядач), так і	Участь у марафоні в Києві,

		заходах або активного відпочинку.	активний (учасник) туризм.	гірськолижний туризм у Буковелі.
9	Медичний	Поїздки з метою лікування, оздоровлення, діагностики або косметичних процедур.	Часто перетинається з рекреаційним туризмом. Передбачає спеціалізоване лікування або реабілітацію.	Лікування в санаторіях Моршина, пластичні операції або стоматологія у клініках Львова.
10	Пригодницький	Туризм, пов'язаний із екстримом, пригодами, подоланням труднощів.	Часто включає альпінізм, сплави, дайвінг, трекінг, сафарі тощо.	Рафтинг на Черемоші, похід у високогір'я Карпат, політ на парашані в Яремче.
11	Військово-історичний	Туризм, що пов'язаний з відвідуванням історичних бойових місць, музеїв війни, меморіалів.	Має важливу просвітницьку й патріотичну функцію, часто орієнтований на збереження історичної пам'яті.	Відвідування музею АТО в Дніпрі, екскурсія до місць битв Першої та Другої світових воєн.
12	Індустріальний	Туризм, пов'язаний з відвідуванням промислових об'єктів, заводів, підприємств.	Популярний серед технічних фахівців, студентів, туристів-ентузіастів.	Екскурсія на Львівську пивоварню, відвідування шахт у Кривому Розі.
13	Навчальний	Поїздки з метою здобуття знань, участі у курсах, обмінах, стажуваннях.	Передбачає тимчасове проживання, навчання, мовні курси або академічні програми.	Участь у міжнародній освітній програмі в університеті Києва або Варшави.
14	Шопінг-туризм	Подорожі з основною метою здійснення покупок.	Часто пов'язаний з поїздками до аутлетів, ринків, торгових фестивалів.	Поїздка на закупа до Польщі, шопінг-тур у Туреччині або Румунії.

Джерело: [13]

Війна, безумовно, залишає глибокий слід у всіх сферах життя, включаючи туризм. Однак навіть у найскладніші періоди, ця галузь може бути важливим чинником відновлення та розвитку економіки. Туризм продовжує виконувати численні функції, допомагаючи не лише в економічному розвитку, але й у збереженні культурних зв'язків, зміцненні соціальної згуртованості та розвитку екологічної свідомості. І хоча війна значно змінює туристичні потоки та

спричиняє певні труднощі для галузі, з часом вона може стати стимулом для інновацій, адаптації та відновлення туризму в нових реаліях.

1.2. Історія становлення та етапи розвитку туризму в Україні

Туризм – це не просто подорожі задля відпочинку чи пізнання. Це складне соціокультурне і економічне явище, яке в різні історичні періоди мало різне значення, функції та форми. З розвитком суспільства змінювались мотиви подорожей, форми організації туристичної діяльності, способи пересування та інфраструктура для обслуговування мандрівників. Історія туризму – це, по суті, історія людської цивілізації, адже з найдавніших часів людина прагнула відкривати нові землі, знайомитися з іншими культурами, оздоровлюватися у природному середовищі чи шукати духовного просвітлення. Розгляд еволюції туризму дозволяє краще зрозуміти, як звичайні мандрівки перетворилися на одну з провідних галузей світової економіки [21].

Розвиток туризму умовно поділяють на чотири основні етапи: початковий, становлення організованого туризму, формування туристичної індустрії та етап масового туризму і глобалізації. Кожен із цих етапів має свої особливості, що зумовлені як соціально-економічними умовами, так і технологічним прогресом та зміною світогляду людей.

Перший етап: від найдавніших часів до 1841 року – початковий етап туризму. Початковий етап розвитку туризму розпочинається ще з прадавніх мандрів наших предків, які були зумовлені необхідністю виживання, освоєння нових територій, торгівлею чи релігійними віруваннями. Туризм у цей час не існував як окрема сфера діяльності, і тим більше – як економічна галузь. Подорожі носили стихійний, часто вимушений характер.

Першими «туристами» можна вважати первісних людей, які пересувалися у пошуках сприятливіших умов для життя, їжі, води чи безпеки. З часом з'явилися більш чіткі маршрути, засоби пересування (човни, вози, упряжні тварини), а пізніше – дороги та пристановища. В епоху стародавніх цивілізацій (Єгипет, Месопотамія, Греція, Рим) з'являються перші подорожі з пізнавальною, політичною, культурною метою. Особливе місце в розвитку подорожей посідало релігійне паломництво, що стало поштовхом до формування своєрідної туристичної інфраструктури – готелів, трапезних, аптек, бібліотек при монастирях [19].

Торгівля також відіграла важливу роль у розвитку туризму. Купці-мандрівники (як, наприклад, Марко Поло) залишили по собі не лише опис подорожей, а й вплинули на розвиток зв'язків між народами. Поступово з'являються й інші мотиви подорожей: оздоровчі (відвідування термальних джерел), освітні (навчання в закордонних університетах), культурні (знайомство з архітектурними пам'ятками, мистецтвом). Попри це, туризм на даному етапі залишався переважно справою одиниць – мандрівників, паломників, купців, учених, а не масовим явищем. Організованих подорожей ще не існувало. Але вже тоді туризм виконував свої соціальні функції: пізнавальну, рекреаційну, економічну, соціокультурну, політичну та навіть виховну.

Другий етап: 1841–1914 рр. – становлення організованого туризму.

Цей етап пов'язаний з іменем Томаса Кука – англійського підприємця, який у 1841 році організував першу групову поїздку для членів товариства тверезості. Він не просто забезпечив транспорт і харчування, а створив модель організованого туру, який можна було повторювати та масштабувати. Саме цей момент вважається початком організованого туризму як комерційної діяльності [19]. Розвиток транспорту (залізниць, пароплавів), науково-технічний прогрес, урбанізація, зростання чисельності середнього класу, який мав вільний час і

кошти, сприяли зростанню попиту на подорожі. У Європі та США починають з'являтися туристичні агентства, готелі, курорти. Туризм стає престижним заняттям для освіченої та заможної частини суспільства. Водночас починають формуватися і перші професії, пов'язані з туристичною діяльністю: екскурсоводи, гіді, турагенти, організатори поїздок. Особливістю цього періоду є поява перших туристичних маршрутів, путівників, афіш, організація культурних і освітніх турів, створення транспортної інфраструктури. Туризм ще не був масовим явищем, але вже мав тенденцію до розширення [29].

Третій етап: 1914–1945 рр. – формування туристичної індустрії.

Попри складні історичні обставини (дві світові війни, економічна криза), у цей період туризм продовжує розвиватися, хоча й із перервами. Туристична галузь набуває рис повноцінної індустрії: створюються державні структури з регулювання туризму, з'являються перші міжнародні туристичні організації. Деякі країни, попри труднощі, розвивають курортну справу, особливо на територіях, привабливих кліматично та культурно. Особливо важливою новацією стає введення оплачуваних відпусток для робітників і службовців, що відкриває туризм для ширших верств населення. Формується перше уявлення про соціальний туризм. Збільшується кількість туристичних маршрутів, розширюється географія подорожей, зростає інтерес до нових країн і культур.

Четвертий етап: від 1945 року до сьогодення – масовий туризм і глобалізація. Після Другої світової війни туризм стрімко перетворюється на одну з найбільших галузей світової економіки. Створюється Всесвітня туристична організація (UNWTO), приймаються міжнародні документи, які регулюють діяльність туристичних агентств, захищають права туристів. Туризм стає масовим, доступним для більшості населення розвинених країн. Значне зростання добробуту, технічні інновації (літаки, автомобілі, швидкісні потяги), спрощення візових режимів, глобалізація культури та інформації – все це сприяє

активному розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Туристичні послуги стають різноманітнішими: екологічний туризм, медичний, гастрономічний, пригодницький, культурний, молодіжний, круїзний тощо. З'являються тури «все включено», розвиток онлайн-сервісів бронювання, авіаперельоти за низькими цінами (лоукости) [32].

Україна, яка має надзвичайно вигідне географічне положення, багату історико-культурну спадщину, унікальні природні ландшафти та етнічну різноманітність, завжди мала значний потенціал у сфері туризму. Проте, як і багато інших сфер, туристична індустрія України пройшла складний і неоднозначний шлях становлення – від перших поодиноких подорожей до сучасного багатогалузевого сектору, здатного впливати на регіональний розвиток і міжнародний імідж країни.

Історія туризму на українських землях починається задовго до появи поняття "туризм" у його сучасному значенні. Ще у давні часи територією сучасної України проходили важливі торгові, культурні та паломницькі маршрути, серед яких найбільш відомим був Великий шовковий шлях, а також пізніший "Шлях із варяг у греки". Протягом століть українські землі ставали об'єктом подорожей купців, дипломатів, мандрівників, релігійних діячів. Паломницькі поїздки до Києво-Печерської лаври, Почаївської лаври, Чернігівських монастирів можна вважати найдавнішими формами організованого туризму. З переходом у XIX століття в Україні, як і в Європі загалом, починає формуватися новий тип туризму – освітньо-пізнавальний, оздоровчий та екскурсійний. Розвиток залізничного транспорту, зростання рівня урбанізації та освіченості населення сприяли появі перших туристичних товариств. Так, у 1880 році в Галичині було створено перше на території України туристичне об'єднання – Товариство подорожей по Карпатах, яке пізніше трансформувалося у Польське Татранське товариство. У 1895 році у Львові

з'явилося Товариство туристів, яке організовувало екскурсії, видавало путівники та сприяло розбудові туристичної інфраструктури – маршрутів, притулків, оглядових майданчиків. У цей період Карпати почали активно розвиватися як рекреаційна зона, з'явилися перші санаторії та курорти, зокрема в Моршині, Трускавці, Сваляві [41].

У період між двома світовими війнами туристична активність дещо сповільнилася через політичну нестабільність, але вже у радянські часи туризм набув нового характеру. З 1930-х років активно розвивалася система державного організованого туризму. Було створено Всесоюзне товариство з туризму і краєзнавства, яке займалося проведенням походів, екскурсій, розбудовою туристичних баз. У повоєнний час, особливо з 1950-х до 1980-х років, туристична галузь СРСР, включно з Україною, активно зростала. З'явилася розгалужена мережа будинків відпочинку, пансіонатів, туристичних маршрутів. Найбільш популярними напрямками були Крим, Карпати, Причорномор'я. У цей період туризм набув переважно колективного, ідеологізованого характеру, що відповідало політиці радянської держави: організація масових походів, трудових таборів, участь у "походах по місцях бойової слави". Туризм розглядався не як форма дозвілля, а як інструмент виховання "нової людини" [23].

Після проголошення незалежності України у 1991 році відбулася докорінна трансформація туристичної галузі. З одного боку, розпочався процес переходу до ринкових відносин, з'явилися приватні туристичні компанії, відкрилися нові можливості для міжнародного співробітництва, українці отримали доступ до закордонних подорожей. З іншого боку, туристична інфраструктура, успадкована від СРСР, виявилася застарілою, морально й фізично зношеною. Бракувало сучасних готелів, сервісу, законодавчої бази, а також фінансових ресурсів для оновлення галузі. Проте вже в 2000-х роках починається новий етап – активний розвиток в'їзного і внутрішнього туризму. Україна бере участь у міжнародних

туристичних виставках, розвиваються нові туристичні бренди, впроваджуються регіональні програми розвитку туризму[27].

Визначною віхою стало проведення Євро-2012 – перший масштабний спортивний захід європейського рівня, що стимулював розвиток інфраструктури, транспорту, готельного бізнесу та іміджу України на міжнародній арені. У той же час, з початком військової агресії Росії проти України у 2014 році та анексією Криму, туристична галузь зазнала серйозного удару. Було втрачено низку ключових туристичних територій, а безпекова ситуація ускладнила приїзд іноземних туристів. Водночас розпочалася переорієнтація на внутрішній туризм, розвиток маловідомих напрямків, активізація локальних ініціатив.

Період з 2015 по 2021 рік ознаменувався новою хвилею зацікавлення внутрішнім туризмом. Громади почали формувати локальні туристичні продукти – фестивалі, етнотури, агротуризм, гастрономічні маршрути. Активно розвивалася зелена туристика, екотуризм, історико-культурні маршрути, крафтові екскурсії. З'явилися проєкти цифрового туризму, інтерактивні карти, мобільні додатки. На державному рівні було ухвалено Концепцію розвитку туризму, створено Державне агентство розвитку туризму, посилено туристичний маркетинг країни за кордоном [30].

З початком повномасштабної війни у 2022 році туристична галузь України знову опинилася в умовах виживання. Проте навіть у воєнний час туризм не зник. Він трансформувався. Набув нового сенсу – як форма психологічної підтримки, відновлення, вшанування пам'яті. У безпечних регіонах продовжили працювати музеї, проводилися екскурсії, розвивався волонтерський туризм. Також активізувався інтерес до культурної спадщини, яка зазнала руйнувань. Туризм сьогодні стає ще й інструментом боротьби – за ідентичність, за правду, за пам'ять.

Підсумовуючи, варто зазначити, що історія туризму в Україні – це історія адаптації до змін, пошуку балансу між спадщиною та інноваціями, між зовнішніми викликами та внутрішнім потенціалом. Кожен етап – від паломницьких подорожей до цифрових маршрутів – є важливим кроком у формуванні української туристичної ідентичності. Майбутнє українського туризму залежить від того, наскільки вдало буде поєднано історичний досвід, сучасні підходи та стратегію сталого розвитку.

1.3. Нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності

Успішне функціонування та розвиток туристичної галузі будь-якої країни неможливе без належного правового регулювання. Саме нормативно-правова база виступає основою формування туристичного ринку, визначення правових взаємовідносин між учасниками туристичної діяльності, забезпечення прав споживачів туристичних послуг, стимулювання інвестицій, підтримки суб'єктів малого і середнього бізнесу у сфері туризму, а також гармонізації національного законодавства із міжнародними стандартами.

Туристична діяльність в Україні регулюється системою законів, підзаконних актів, державних стратегій, програм розвитку туризму, а також міжнародних угод, стороною яких виступає наша держава. Це нормативно-правове поле є динамічним: воно постійно оновлюється у зв'язку із змінами соціально-економічної ситуації, євроінтеграційним курсом України, військовими подіями та іншими внутрішніми й зовнішніми чинниками.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює туристичну діяльність в Україні, є Закон України "Про туризм", ухвалений ще у 1995 році[3]. Незважаючи на численні зміни, цей закон залишається базовим документом, який визначає загальні принципи здійснення туристичної діяльності, понятійний

апарат, класифікацію туризму, права і обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, а також механізми державного регулювання у цій сфері. Водночас значна частина його положень потребує суттєвої модернізації відповідно до сучасних умов, особливо в контексті цифровізації, безпеки, адаптації до умов воєнного часу, захисту прав туристів і розвитку міжнародного співробітництва.

Окрім Закону "Про туризм", важливу роль у правовому забезпеченні туристичної діяльності відіграють й інші законодавчі акти, що прямо або опосередковано регулюють туристичні відносини. Це, зокрема:

- Цивільний та Господарський кодекси України, які регламентують договірні відносини у сфері надання туристичних послуг [1,2];
- Закон України "Про захист прав споживачів", який гарантує дотримання прав туристів як споживачів послуг [4];
- Закон України "Про ліцензування видів господарської діяльності", який до 2020 року регламентував ліцензування туроператорської діяльності (сьогодні вона ліцензуванню не підлягає) [5];
- Митний, Податковий кодекси, які регулюють правила перетину кордону, імпорту та експорту товарів туристичного призначення, а також оподаткування діяльності туристичних підприємств [3];
- Закон України "Про курорти", що стосується розвитку рекреаційної та санаторно-курортної сфери [6];
- Закон України "Про природно-заповідний фонд" та інші екологічні закони, важливі для екотуризму [7];
- Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні", що визначає повноваження органів місцевої влади у сфері розвитку туризму [10].

Варто також зазначити, що останні роки характеризуються посиленою увагою держави до стратегічного планування туристичного розвитку. У 2017 році була затверджена Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка

визначає пріоритети державної політики у сфері туризму, зокрема розвиток внутрішнього туризму, покращення інфраструктури, інтеграцію до європейського туристичного простору. Проте через війну частина положень цієї стратегії втратила актуальність і потребує перегляду з урахуванням нових реалій.

З початком повномасштабної збройної агресії Росії проти України питання нормативного забезпечення туристичної діяльності набуло нових вимірів. Туристична інфраструктура багатьох регіонів зазнала руйнувань або втратила функціональність. Частина територій стала тимчасово окупованими або потенційно небезпечними для відвідування. У цих умовах держава має формувати нові підходи до регулювання туристичної діяльності в умовах війни та післявоєнного відновлення, зокрема:

- розробку нових правил безпечного переміщення туристів територіями з різним рівнем ризику;
- створення законодавчих передумов для військово-історичного, меморіального та волонтерського туризму;
- оновлення процедур страхування туристів;
- стимулювання інвестицій у відновлення туристичної інфраструктури;
- закріплення пільг для туристичних підприємств, які зазнали втрат унаслідок бойових дій [21].

Особливу увагу слід звернути на гармонізацію українського законодавства із міжнародними правовими нормами, зокрема документами таких організацій, як Всесвітня туристична організація (UNWTO), Європейський Союз, Світова організація торгівлі. Україна є членом UNWTO, тому бере участь у формуванні глобальної політики у сфері сталого туризму, а також імплементує норми цієї організації у національне законодавство. Євроінтеграційний курс України також зобов'язує до адаптації правових норм до стандартів ЄС, зокрема у сфері якості

послуг, доступності, захисту персональних даних туристів, електронної комерції тощо.

Крім державного законодавства, важливу роль у нормативному забезпеченні відіграють локальні регулювання, які приймаються на рівні територіальних громад. В умовах децентралізації саме ОТГ отримали інструменти впливу на розвиток туристичного потенціалу: можливість створювати програми підтримки місцевого бізнесу, організовувати фестивалі, формувати локальні бренди, створювати туристичні інформаційні центри. Це створює потребу в розробці узгоджених нормативних актів регіонального рівня, які відповідатимуть загальнодержавним цілям і специфіці місцевості [41].

Таким чином, нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності в Україні є комплексною, динамічною системою, яка перебуває у процесі постійного оновлення. З огляду на виклики, спричинені війною, зміною моделей туристичної поведінки, глобальними цифровими трендами та інтеграційними прагненнями, правова база потребує глибокої ревізії та модернізації. Важливою залишається координація між державними, місцевими органами влади, туристичними асоціаціями, представниками бізнесу і наукової спільноти з метою формування сучасної, ефективної, прозорої та справедливої системи правового регулювання туризму, яка не лише гарантуватиме безпеку та комфорт туристів, але й сприятиме стійкому розвитку цієї важливої для економіки України галузі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Динаміка туристичних потоків: в'їзний, виїзний та внутрішній туризм

Упродовж останніх п'яти років туристична галузь України пережила глибокі трансформації, спричинені як глобальними викликами, так і внутрішніми подіями, які кардинально змінили структуру туристичних потоків. Якщо до 2020 року туризм демонстрував стабільне зростання, то починаючи з пандемічного періоду ситуація зазнала значного погіршення, яке згодом посилилося через початок повномасштабної війни у 2022 році. Ці фактори безпосередньо вплинули на три ключові складові туризму в Україні: в'їзний, виїзний та внутрішній.

У 2020 році світ охопила пандемія COVID-19, яка практично паралізувала міжнародні подорожі. За даними Державної прикордонної служби, кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну, різко зменшилась із 13,7 млн у 2019 році до 3,4 млн у 2020-му. Це становило падіння більш ніж на 75%. Більшість туристичних потоків обмежилися країнами, які не запровадили суворих карантинних обмежень, однак навіть ці напрямки не забезпечили суттєвого наповнення ринку. Водночас виїзд українців за кордон теж скоротився майже на 60%: з 29,35 млн у 2019 році до близько 11,25 млн у 2020-му. Основною причиною була недоступність перельотів, закриті кордони, страх перед хворобою, а також тимчасове зупинення візової діяльності в багатьох країнах [73].

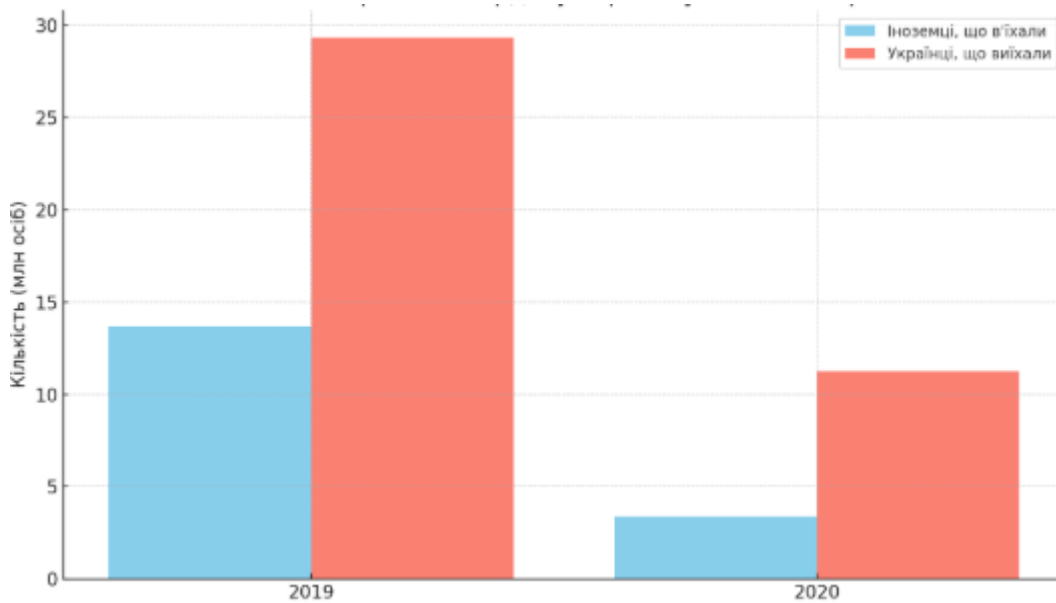


Рис.2.1. Динаміка падіння обсягів в'їзного та виїзного туризму в Україні у 2020 році порівняно з 2019 роком

Джерело: [73]

Часткове відновлення у 2021 році супроводжувалось збільшенням кількості в'їзних туристів, яка зросла на 25%, до 4 млн, у порівнянні з 2020 роком. Це було пов'язано зі зняттям частини карантинних обмежень, впровадженням сертифікатів вакцинації, а також відкриттям окремих туристичних напрямків. Наприклад, туристи з Саудівської Аравії почали активно приїжджати до України, зокрема до Львова та Києва. Виїзний туризм теж показав приріст – кількість українців, які виїжджали за кордон, зросла до 13,5 млн, тобто майже на 20%. Найпопулярнішими напрямками залишались Туреччина, Єгипет, ОАЕ, які забезпечували лояльні умови в'їзду навіть під час пандемії[74].

Однак уже в 2022 році ситуація змінилася докорінно. 24 лютого 2022 року Росія розпочала повномасштабне вторгнення в Україну, що призвело до практичного зупинення в'їзного туризму. За весь 2022 рік Україну відвідали лише близько 2,17 млн іноземців, що на 45,4% менше, ніж у 2021 році. Більшість

візитів були не туристичними, а пов'язаними з гуманітарною, журналістською або дипломатичною діяльністю. Туризм як сектор практично зник з мапи міжнародних подорожей у зв'язку з воєнними ризиками, зруйнованою інфраструктурою та заборонаю перетину певних територій.

На тлі цього виїзний туризм трансформувався в інше явище: масову евакуацію. За перші три місяці війни з України виїхало понад 8 млн громадян, значна частина з яких – жінки та діти. Хоча формально це теж перетин кордону, він не належить до туристичної діяльності у класичному розумінні. Якщо враховувати лише туристичні виїзди, їх кількість знизилася до мінімуму. У той же час, за даними Statista, загальна кількість виїздів з України у 2022 році становила 15,5 млн – на 47% менше, ніж у 2019-му, але на 38% більше, ніж у 2020 році. Такий парадокс пояснюється саме великою кількістю вимушених переселенців, які шукали тимчасового притулку в Польщі, Німеччині, Румунії, Чехії та інших країнах Європи[74].

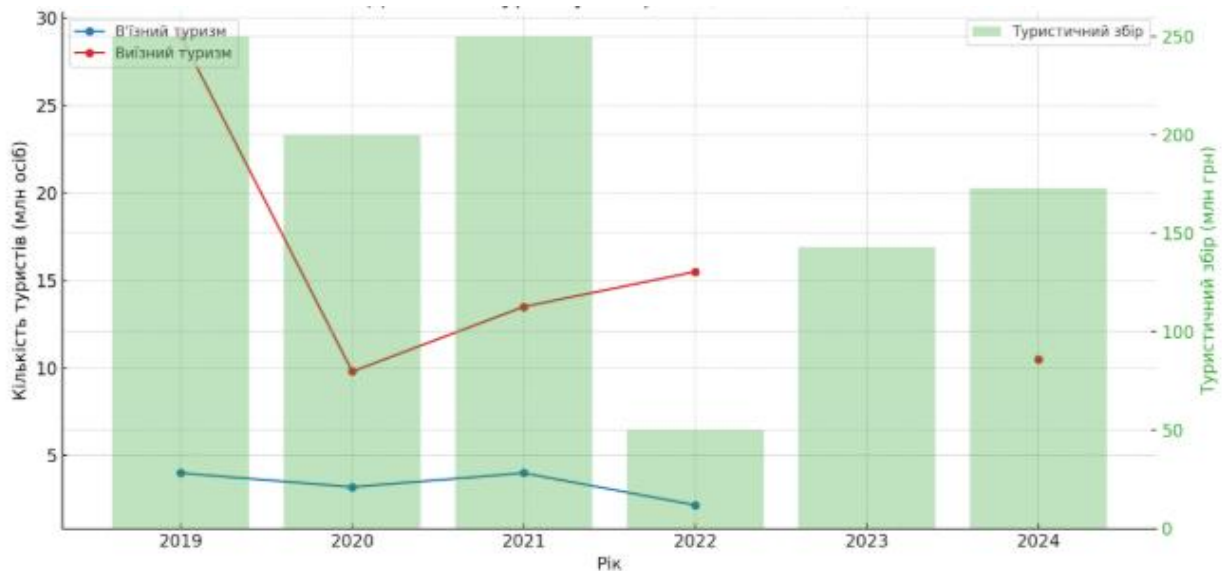


Рис.2.2.Динаміка кількості в'їзних туристичних відвідувань та загальну кількість виїздів з України за різні роки

Джерело: [74]

2023 рік став роком адаптації. Туристична галузь почала поступово відновлюватися на внутрішньому рівні. За даними ДАРТ, податкові надходження від туризму зросли на 13%, а внутрішній туризм став єдиним стабільним джерелом розвитку індустрії. Серед регіонів, де фіксувалося найбільше внутрішніх туристів, – Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська області, а також Київ та Чернівці. Особливої популярності набули зелені садиби, агротуризм, реабілітаційні табори, оздоровчі подорожі до Карпат. У 2023 році туристичний збір в Україні перевищив 130 млн грн, що свідчить про позитивну динаміку порівняно з 2022 роком [75].

За перші три квартали року надходження від туристичного збору склали 173 млн грн – це на 21% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Найбільше зібрав Київ – понад 34,4 млн грн, що на 62% більше, ніж у 2023 році. Львівщина – близько 20 млн, Івано-Франківськ – 11 млн, Закарпаття – 10 млн. Однак загальний рівень ще не повернувся до довоєнного 2021 року, коли туризм генерував понад 250 млн грн щорічно. В'їзний туризм залишається слабким – у 2024 році, за оцінками UHRA, він зменшився на 85% порівняно з 2019 роком. Це становить приблизні втрати доходів понад \$1 млрд. Виїзний туризм почав набирати оберти, зокрема завдяки стабілізації авіасполучення через західні хаби (Польща, Словаччина), але загальна кількість подорожей з туристичною метою все ще не перевищує 10–11 млн осіб на рік [76].

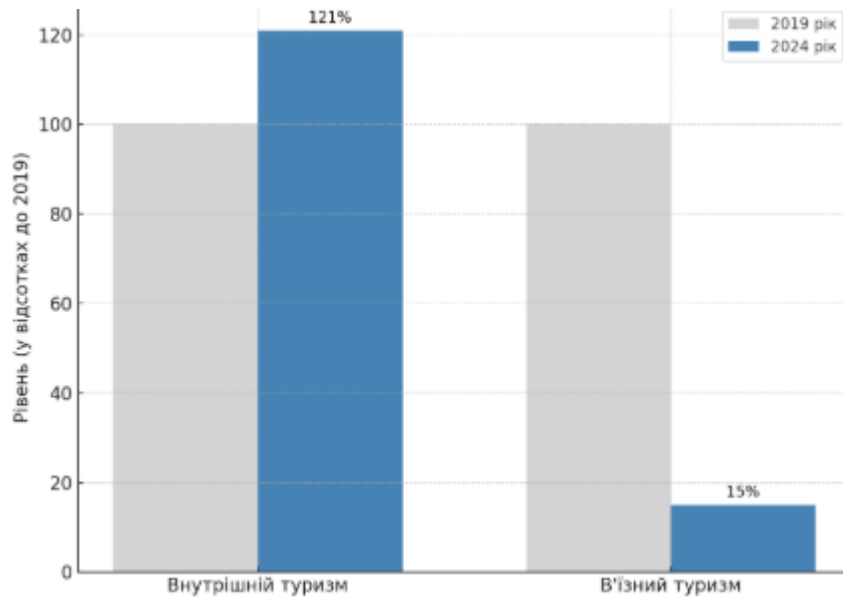


Рис.2.3. Динаміка порівняння туристичної галузі України

Джерело: [76]

У період з 2020 по 2024 роки туристична галузь України пройшла через глибокі кризові етапи: від пандемії до війни. Кожна зі складових – в'їзна, виїзна та внутрішня – зазнала своїх викликів, трансформацій і адаптацій. Найбільш вразливим виявився в'їзний туризм, який через воєнний стан та втрату безпеки фактично зупинився. Виїзний туризм поступово адаптується через сусідні країни, а внутрішній туризм, незважаючи на складні обставини, виявив стійкість і став ключовим напрямком підтримки економіки регіонів. Майбутнє галузі безпосередньо залежатиме від подальшого перебігу війни, інвестицій у відновлення інфраструктури та спрямованої державної політики підтримки туристичного сектору.

2.2. Регіональні особливості розвитку туризму в Україні

Розвиток туризму в Україні має яскраво виражену регіональну специфіку, що формується під впливом природно-географічних, соціально-економічних, історико-культурних, інфраструктурних та безпекових чинників. Водночас останні десятиліття характеризуються неоднозначною динамікою розвитку галузі: поряд із позитивними зрушеннями в окремих регіонах, спостерігається зниження туристичної активності в інших, що свідчить про нерівномірність розвитку туризму на території країни.

Однією з ключових причин зниження туристичних потоків у багатьох регіонах України є безпекова ситуація, що погіршилася з 2014 року внаслідок анексії Криму та початку бойових дій на сході України. Це спричинило практично повну зупинку туристичної діяльності в Кримському регіоні, який до того часу був одним з головних курортних центрів України, особливо в сегменті літнього відпочинку. Згідно з даними до 2013 року, півострів приймав близько 6 мільйонів туристів щороку, що становило приблизно 25% від загального туристичного потоку в Україні. З 2014 року туристична активність на території Криму майже зникла для громадян України та туристів з-за кордону, адже юридичний статус території унеможливорює офіційний в'їзд без порушення українського законодавства [76].

Схожа ситуація спостерігається на Донеччині та Луганщині, де військові дії, зруйнована інфраструктура, знищені пам'ятки архітектури, закриття туристичних маршрутів та загальна небезпека для життя людей спричинили повний колапс індустрії туризму. До 2014 року ці регіони мали потенціал для розвитку промислового, культурно-пізнавального та зеленого туризму, особливо у таких містах як Слов'янськ, Святогірськ, Луганськ, Шахтарськ.

Сьогодні більшість туристичних об'єктів в зоні ООС (а з 2022 року – в зоні бойових дій через повномасштабне вторгнення РФ) залишаються недоступними для відвідування, а підприємства туристичної галузі – зруйнованими або припинили своє існування. На фоні цього деякі регіони центральної України (Кіровоградська, Черкаська, Вінницька області), які раніше не розглядалися як туристично привабливі, почали розвивати внутрішній туризм. Проте цей розвиток часто є спорадичним, не має системного підходу, бракує інвестицій, маркетингу, кваліфікованого персоналу. Наприклад, Вінниччина намагається розвивати гастрономічний та історико-культурний туризм, проте масштаби залишаються обмеженими, здебільшого – на рівні регіонального значення [77].

Значний удар по галузі завдала пандемія COVID-19, яка спричинила падіння міжнародного туризму у 2020–2021 роках. Закриття кордонів, обмеження на пересування, скасування масових заходів – все це призвело до глибокої кризи в туристичному секторі. У таких регіонах як Львівська, Київська, Одеська області, що є лідерами з прийому туристів, особливо іноземних, кількість туристичних відвідувань скоротилася на десятки відсотків. Наприклад, у Львові у 2020 році було зафіксовано лише 25% від туристичного потоку 2019 року. Львівщина, яка є прикладом активного розвитку міського та культурного туризму, змогла частково відновити потоки за рахунок внутрішнього туризму, особливо у літній сезон 2021 року. Сюди приїжджають як на вікенд, так і для глибшого знайомства з архітектурною спадщиною, гастрономічною культурою, фестивалічним життям регіону. Однак повномасштабна війна, що почалась у 2022 році, знову знизила показники: туристичний сектор працює здебільшого на волонтерські ініціативи, евакуйованих осіб, а не на класичний туризм [76].

Ще одним показовим прикладом є Одещина, яка протягом десятиліть асоціювалась із морським туризмом. Проте через мінування узбережжя, ракетні обстріли та руйнування інфраструктури (як-от внаслідок атак на портову

інфраструктуру та центр міста), туристичний потік різко скоротився. Якщо раніше влітку сюди масово їхали туристи з усієї України, зокрема з півночі, центру та сходу, то з 2022 року курортний сезон фактично не проводився. Попри деякі спроби адаптувати туристичні послуги під нові умови, безпековий чинник залишається ключовим бар'єром.

Закарпатська область продемонструвала відносну стійкість до потрясінь завдяки унікальному географічному положенню, що дозволило приймати туристів навіть у складні часи. Порівняно спокійна безпекова ситуація, розвиток оздоровчого, гірськолижного, зеленого туризму сприяли зростанню внутрішніх туристичних потоків. Однак інфраструктурні обмеження, низька якість сервісу та нестача кадрів не дозволяють Закарпаттю повністю реалізувати свій потенціал як європейського туристичного регіону [77].

Карпати загалом залишаються відносно популярним напрямком внутрішнього туризму. Івано-Франківська область, особливо регіони навколо Яремче, Буковелю, Верховини, продовжують приймати туристів, хоча й у меншій кількості, ніж до 2022 року. Тут активно розвивається готельна база, пропонуються екологічні маршрути, проводяться фестивалі. Водночас через постійні відключення електроенергії, нестачу пального, труднощі з логістикою та інші виклики воєнного часу, повноцінний розвиток гальмується [77].

Полтавська, Чернігівська, Сумська області, маючи цікавий потенціал для подієвого, агротуризму, духовного туризму, зазнали часткового занепаду через бойові дії, окупацію деяких територій, знищення пам'яток культури. Наприклад, Чернігів, який вважався одним із центрів релігійного туризму, постраждав від обстрілів і зазнав часткової руйнації об'єктів культурної спадщини. Попри це, зусилля громади та державних органів поступово відновлюють туристичну інфраструктуру [77].

Війна в Україні кардинально змінила характер розвитку внутрішнього туризму, зумовивши адаптацію туристичної діяльності до нових безпекових реалій. Основні туристичні потоки змістилися у напрямку центральних та західних регіонів країни, які вважаються відносно безпечними для подорожей. Туристичні компанії враховують запроваджені обмеження на пересування, зокрема комендантську годину, необхідність наявності укриттів чи бомбосховищ на маршрутах, а також вимоги щодо оперативної евакуації у разі виникнення загрози.

Кожен регіон України має свої специфічні умови для функціонування туристичної сфери в умовах воєнного стану. Ці умови визначаються рівнем інтенсивності бойових дій, географічною близькістю до зони конфлікту, а також рішеннями місцевих військових адміністрацій. Для забезпечення життєздатності туристичної галузі необхідним є гнучке планування маршрутів, підвищена увага до питань безпеки та впровадження нових маркетингових стратегій, спрямованих на підтримку внутрішнього туризму[78].

У сучасних реаліях важливим завданням є розробка і реалізація державних програм стимулювання туристичної діяльності в безпечних регіонах, модернізація інфраструктури, сприяння розвитку локальних туристичних брендів та об'єктів, що не зазнали руйнування.

Таблиця 2.1.

Наслідки війни для туристичної галузі України та можливі заходи реагування

№	Напрямок впливу	Опис негативних наслідків	Статистичні дані	Запропоновані заходи
1	Скорочення туристичних потоків	Значне зменшення кількості внутрішніх та іноземних туристів.	За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2023 році обсяги внутрішнього туризму знизилися на понад 60% порівняно з 2021 роком.	Формування безпечних туристичних маршрутів; інформаційна кампанія щодо безпечних регіонів.
2	Зниження доходів туристичних підприємств	Масове закриття закладів розміщення, туроператорів, зниження обсягів туристичних послуг.	Понад 45% туристичних підприємств припинили діяльність або перейшли в режим мінімальної активності (за даними профільних об'єднань 2023 року).	Державна підтримка малого і середнього бізнесу у сфері туризму; податкові пільги.
3	Втрата робочих місць	Зростання безробіття серед працівників туристичної галузі та суміжних сфер.	За оцінкою Мінекономіки, рівень зайнятості у туристичній сфері скоротився на близько 50% .	Програми перекваліфікації кадрів; підтримка зайнятості через гранти на розвиток нових туристичних проєктів.
4	Руйнування інфраструктури	Пошкодження доріг, мостів, аеропортів, транспортних вузлів.	Станом на кінець 2023 року пошкоджено або зруйновано понад 24 тисячі км автомобільних доріг та понад 300 мостів (дані Мінінфраструктури).	Відновлення критичної інфраструктури за пріоритетом доступу до туристичних об'єктів.
5	Пошкодження культурних та історичних пам'яток	Втрата важливих об'єктів культурної спадщини.	ЮНЕСКО зафіксувала понад 340 випадків пошкодження об'єктів культури в Україні станом на 2024 рік.	Міжнародна підтримка у відновленні пам'яток; створення віртуальних турів для популяризації культурної спадщини.

Джерело: [78]

Збройний конфлікт в Україні завдав суттєвого негативного впливу на туристичну галузь, призвівши до різкого скорочення обсягів туристичних потоків, втрати доходів підприємств, руйнування інфраструктури та пам'яток культури. Однак, разом із викликами, війна сформувала і нові тенденції та можливості для подальшого розвитку туризму в країні.

Аналіз регіонального розвитку туризму в Україні демонструє як серйозні труднощі, так і появу перспективних напрямів для адаптації та зростання. Одним із найпомітніших трендів є переорієнтація туристичних потоків на внутрішній туризм. В умовах обмеження міжнародних подорожей та зростання безпекових ризиків українці все більше цікавляться локальними маршрутами, етнокультурною спадщиною, гастрономічним туризмом, екотуризмом, а також патріотичними турами, пов'язаними із героїчними сторінками сучасної історії[24].

Поряд із цим, регіони України демонструють активне пристосування до нових умов. Так, Карпатський регіон залишається відносно стабільним осередком рекреаційного туризму завдяки своїм природним ресурсам та відносно безпечному середовищу. Західні області (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська) розвивають пропозиції у сфері зеленого туризму, відпочинку в сільській місцевості, етнотуризму, що користуються підвищеним попитом. Натомість Центральна Україна робить акцент на розвитку гастрономічних маршрутів, туристичних фестивалів і культурних заходів[36].

У сучасних умовах особливо важливим стає не лише фізичне відновлення пошкодженої інфраструктури, а й розробка нової стратегії розвитку туризму, що має базуватися на наступних ключових принципах:

- Безпека туристів як основа формування туристичних продуктів і маршрутів.
- Підвищення якості туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів.
- Сталий розвиток туризму, що передбачає раціональне використання природних і культурних ресурсів та мінімізацію екологічного навантаження.

- Ефективна цифровізація туризму, зокрема через просування туристичних маршрутів у мережі Інтернет, створення мобільних додатків, віртуальних турів, використання Big Data для аналізу туристичних уподобань [56].

Хоча війна завдала потужного удару по туристичній галузі, водночас вона створила імпульс для переосмислення існуючих підходів, стимулювала розвиток внутрішнього туризму і зумовила необхідність формування інноваційної та стійкої моделі туристичного ринку України у післявоєнний період.

2.3. Вплив зовнішніх факторів (війна, економіка, пандемія) на туристичну галузь

Туристична галузь є однією з найбільш чутливих до зовнішніх викликів сфер світової економіки. Події глобального та регіонального масштабу, зокрема війни, економічні кризи та пандемії, мають суттєвий вплив на динаміку розвитку туризму, змінюючи споживацьку поведінку, інвестиційну активність, структуру пропозиції та попиту на туристичні послуги.

Одним із ключових зовнішніх факторів, що визначають сучасний стан туристичної галузі, є війна. Збройні конфлікти призводять до прямого фізичного руйнування туристичної інфраструктури, погіршення безпекового середовища та формування негативного іміджу регіонів на міжнародному туристичному ринку. Прикладом є російська військова агресія проти України, яка розпочалася у 2014 році з анексії Криму та ескалювала у 2022 році у повномасштабне вторгнення. За даними Державного агентства розвитку туризму України, кількість туристичних прибуттів в Україну у 2022 році скоротилася на 92% порівняно з довоєнним 2019 роком (з 14,7 млн до 1,2 млн осіб). Крім того, за оцінками Світового банку, збитки

туристичної інфраструктури України у 2022 році перевищили 2,6 млрд доларів США [78].

Окрім фізичних руйнувань, війна призводить до змін у структурі туристичних потоків. Спостерігається зростання внутрішнього туризму в безпечних регіонах, розвиток альтернативних форматів відпочинку (зокрема, еко-туризму та агро-туризму) та переорієнтація на ринки країн-сусідів. Наприклад, у Західній Україні у 2023 році внутрішній туризм зріс на 45% у порівнянні з 2021 роком за рахунок релокованого населення та внутрішньо переміщених осіб.

Другим важливим чинником є економічна нестабільність, яка безпосередньо впливає на рівень доходів населення, платоспроможний попит на туристичні послуги, інвестиції у туристичну інфраструктуру та діяльність малого і середнього бізнесу. Економічна криза 2008–2009 років, а також наслідки пандемії COVID-19 та війни в Україні продемонстрували високий рівень залежності туристичної сфери від загального економічного клімату. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), під час глобальної економічної кризи 2009 року кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі скоротилася на 4%, а доходи від туризму впали на 5,7%. У 2020 році через пандемію та економічний спад міжнародні туристичні прибуття знизилися на рекордні 74%, що стало найгіршим показником в історії сучасного туризму [78].

В умовах економічної нестабільності туристичні підприємства стикаються з низкою викликів: зростанням вартості логістики, паливно-енергетичних ресурсів, дефіцитом інвестицій, зниженням купівельної спроможності споживачів. Це призводить до реструктуризації бізнес-моделей, впровадження економічніших форматів обслуговування, посилення конкуренції за туриста. Пандемія COVID-19, що почалася у 2020 році, стала безпрецедентним зовнішнім шоком для туристичної галузі. Введення карантинних обмежень, закриття

кордонів та обмеження на пересування населення спричинили майже повне припинення міжнародних туристичних потоків у 2020–2021 роках. За оцінками UNWTO, глобальні втрати туристичного сектора в 2020 році сягнули понад 1,3 трильйона доларів США. У 2021 році міжнародний туризм залишався на рівні 30% від докризового рівня 2019 року.

Для України пандемія мала катастрофічні наслідки: за даними Державної служби статистики України, у 2020 році кількість туристичних поїздок скоротилася на 70%, кількість працюючих туроператорів зменшилася на 40%, а доходи від туристичної діяльності впали на 65%. Однак пандемія також стала каталізатором деяких позитивних змін: розвиток внутрішнього туризму, діджиталізація туристичних послуг, зростання інтересу до індивідуальних, безпечних подорожей та природного туризму.

Таблиця 2.3.

Регіон	Динаміка розвитку	Основні напрями туризму	Особливості
Львівська область	Зростання податкових надходжень на 27% у 2022 році	Культурний, гастрономічний, історичний, екскурсійний туризм	Сильний бренд Львова, активне проведення фестивалів, безпечне середовище
Івано-Франківська область	Підвищення внутрішнього туризму на 18% у 2023 році	Екотуризм, гірський туризм, етнографічний туризм	Карпати як стабільно популярний напрямок для рекреації
Закарпатська область	Зростання кількості внутрішніх туристів на 15% у 2023–2024 рр.	Медичний туризм, гастрономічний туризм, винні тури	Розвиток санаторно-курортних закладів, нові туристичні маршрути
Чернівецька область	Відновлення туристичної активності до довоєнного рівня у 2024 році	Культурний та історичний туризм	Акцент на міжрегіональній співпраці і популяризації локальних культурних маршрутів
Тернопільська область	Зростання відвідуваності туристичних об'єктів на 12% у 2024 році	Релігійний, зелений туризм, фестивальний туризм	Популяризація малих міст та агротуристичних об'єктів

Регіони України, що демонструють стійкість у розвитку туризму у 2022–2024 рр.

Джерело [78]

Доходи від туристичного збору значно зменшилися у 14 областях України, які постраждали від бойових дій або знаходяться під тимчасовою окупацією. Зокрема, у Херсонській області зниження склало 95%, у Миколаївській – 90%, у Донецькій – 83%, а в Луганській – 80%. Подібні втрати зафіксовано в Одеській (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), Чернігівській (53%) та Києві (54%). У Київській області падіння склало 43%, у Житомирській – 24%, а в Дніпропетровській та Рівненській – 15%.

Натомість серед регіонів, які стали лідерами за обсягами туристичного збору в 2022 році, перше місце зайняла Львівська область, зібравши 41 млн 430 тис. грн – це на 79% більше, ніж у попередньому році. Київ отримав 31 млн 474 тис. грн, що вдвічі менше, ніж у 2021 році. Закарпатська область зібрала 19 млн 471 тис. грн, Івано-Франківська – 17 млн 956 тис. грн, а Черкаська – 12 млн 555 тис. грн.[78].

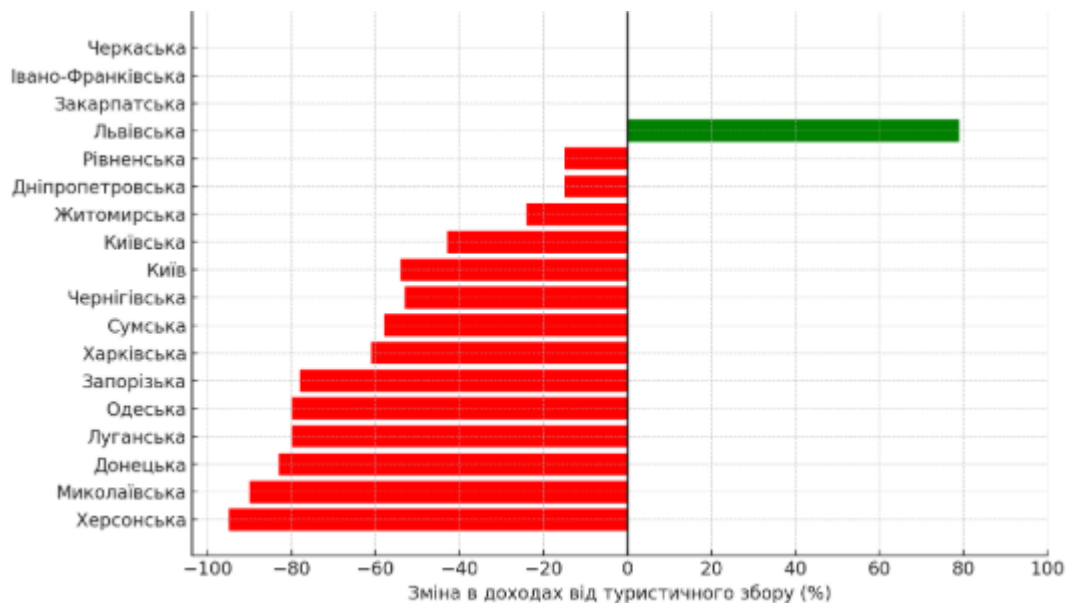


Рис. 2.3. Зміна податкових надходжень від туристичної галузі в Україні у 2021 та 2022 роках за різними категоріями і регіонами

Джерело [73]

Війна має руйнівний вплив на туристичну галузь як на рівні окремих регіонів, так і на країну в цілому. Основними чинниками цього є проблеми безпеки, зниження попиту на туристичні послуги, руйнування інфраструктури, втрата робочих місць та погіршення репутації країни як туристичного напрямку. Усі ці фактори створюють серйозні перешкоди для відновлення туристичної діяльності. В цілому, наслідки військових дій для туристичного сектору є значними і можуть мати довготривалий вплив, відчутний навіть після завершення конфлікту.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну, що почалося 24 лютого, завдало колосальних руйнувань не тільки для населення та інфраструктури, але й для екології. Важко оцінити повний обсяг екологічних наслідків через відсутність детальної інформації, адже бойові дії тривають, а проведення відповідних досліджень небезпечно для експертів. Крім того, необхідність збереження тактичної секретності ускладнює доступ до даних.

Однак уже зараз зрозуміло, що тривалість війни має прямий вплив на масштаби завданої шкоди природному середовищу, наслідки якої ми відчуватимемо в майбутньому. Подібні тенденції спостерігалися у 2014 році, коли Росія окупувала Крим і частину Донецької та Луганської областей. Вплив бойових дій та діяльності окупаційної влади на екосистеми цих регіонів дає підстави прогнозувати подібні, але значно масштабніші наслідки поточного повномасштабного вторгнення [74].

На початку війни російські війська використовували наявну інфраструктуру для пересування. Однак у міру затягування конфлікту їхня тактика змінилася: вони почали облаштовувати військові бази та укріплення, просуваючись у природні зони. Це призвело до серйозних пошкоджень природоохоронних територій, зокрема лісових масивів. Рух важкої техніки,

будівництво інженерних споруд та бойові дії призвели до руйнування рослинного покриву, деградації ґрунтів і посилення ерозії.

У 2023 році світова туристична галузь продемонструвала поступове відновлення після безпрецедентних потрясінь, викликаних пандемією COVID-19, економічною нестабільністю та збройними конфліктами. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), міжнародні туристичні потоки досягли рівня 80% від показників 2019 року, що засвідчує стабільну позитивну динаміку у відновленні глобальної туристичної активності[79]. Основними чинниками такого зростання стали поступова нормалізація санітарно-епідеміологічної ситуації, зняття обмежень на пересування у більшості країн світу, активізація міжнародного авіасполучення та реалізація програм підтримки туристичного сектору на державному рівні. Разом з тим, повне відновлення обсягів міжнародного туризму до докризових рівнів прогнозується не раніше 2025 року. Така затримка зумовлена наявністю низки стримувальних факторів, серед яких: регіональні геополітичні кризи, зростання вартості енергоресурсів, інфляційний тиск на домогосподарства, а також зміни у споживацьких уподобаннях, що виникли внаслідок пандемічних обмежень.

В Україні, незважаючи на триваючий збройний конфлікт, туристична сфера демонструє ознаки поступового відновлення за рахунок внутрішнього туризму. Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2023 році обсяг внутрішніх туристичних потоків збільшився на 38% порівняно з 2022 роком. Основними напрямками внутрішніх подорожей стали відносно безпечні регіони Західної України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька області. Підвищений попит спостерігався на готельні послуги середнього класу, екскурсійно-пізнавальні тури та активний відпочинок, зокрема у гірських районах.

У 2024 році тенденція до відновлення туристичної діяльності в Україні зберігається, хоча й супроводжується значними регіональними диспропорціями. За попередніми оцінками аналітиків галузі, обсяг внутрішнього туризму в Україні у 2024 році зріс ще на 12–15% у порівнянні з 2023 роком. Суттєвий внесок у зростання внесли заходи зі стимулювання туристичної активності, організовані місцевими громадами, реалізація грантових програм для підтримки туристичних ініціатив малого та середнього бізнесу, а також розвиток інфраструктурних проектів у безпечних регіонах [79].

Крім того, у 2024 році спостерігається активізація міжнародного туризму до України серед гуманітарних працівників, представників міжнародних організацій та бізнес-туристів, які беруть участь у проектах з відбудови та розвитку регіонів. Проте обсяги цього потоку залишаються незначними порівняно з довоєнними показниками, а масовий туристичний прийом наразі неможливий через безпекову ситуацію.

Світовий туристичний ринок у 2024 році продовжує демонструвати позитивні тенденції: за даними UNWTO, міжнародні туристичні прибуття у світі вже досягли 90–92% від рівня 2019 року. Найбільш швидкі темпи відновлення зафіксовані в Європі та на Близькому Сході, тоді як деякі регіони Азії, особливо ті, що тривалий час зберігали жорсткі обмеження, відстають у темпах зростання [79].

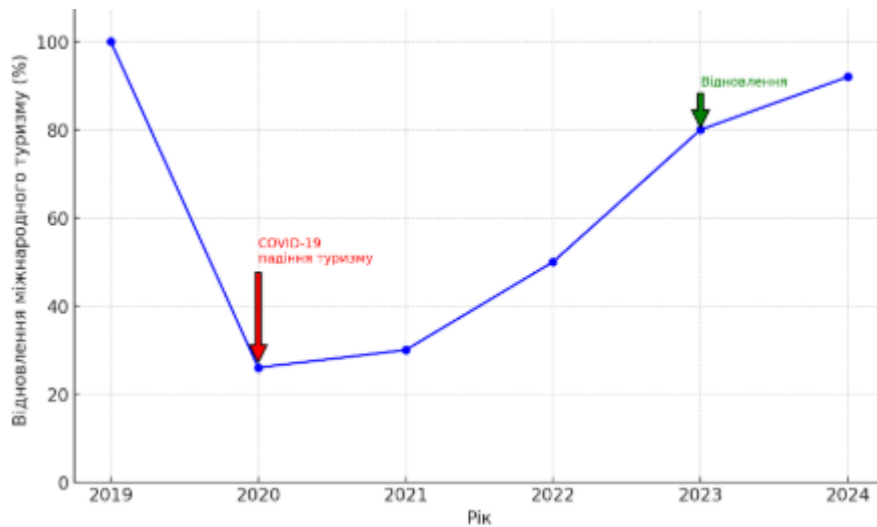


Рис. 2.4. Динаміка міжнародних туристичних потоків 2019–2024 рр

Джерело [79]

Отже, зовнішні фактори продовжують істотно трансформувати туристичну галузь, виступаючи як викликами, так і каталізаторами змін. Адаптація до нових умов вимагає від учасників туристичного ринку комплексного підходу, що включає розвиток антикризового управління, впровадження інноваційних технологій, зміцнення внутрішнього туризму та активну участь держави у формуванні стабільного і безпечного середовища для розвитку туристичної діяльності. Зокрема, необхідною є інтеграція принципів сталого розвитку, підтримка малого та середнього бізнесу, підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури, а також посилення маркетингових зусиль із популяризації безпечних і привабливих туристичних маршрутів.

Подальше зростання та стійкість туристичної сфери в Україні й у світі залежать від здатності гнучко та оперативно реагувати на глобальні зміни, інвестувати у безпеку, цифровізацію та якість туристичних продуктів, забезпечувати психологічний комфорт туристів та розвивати нові сегменти ринку відповідно до змінених запитів споживачів. Таким чином, зовнішні виклики

стають не лише джерелом ризиків, але й можливостями для оновлення, модернізації та сталого розвитку туризму в нових реаліях ХХІ століття.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Розвиток інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг

У сучасних умовах розвитку національної економіки туризм розглядається як важлива складова соціально-економічного зростання, що забезпечує зайнятість населення, наповнення бюджету, міжрегіональну інтеграцію та популяризацію культурної спадщини. Однак, попри значний потенціал, туристична сфера в Україні характеризується рядом системних проблем, які стримують її ефективний розвиток. Серед ключових напрямів удосконалення туристичної галузі слід виокремити розвиток інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг, що формують основу конкурентоспроможності туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Інфраструктура туризму охоплює широкий спектр елементів, включаючи транспортну систему, готельно-ресторанне господарство, об'єкти розваг, інфраструктуру рекреаційного призначення, інформаційно-комунікаційні технології та екологічні об'єкти. Наявність розвиненої інфраструктури є визначальним чинником при формуванні туристичних потоків, адже вона забезпечує комфортність, безпечність і доступність туристичних послуг. В Україні, незважаючи на певні досягнення у розвитку туристичних об'єктів та сервісів у великих містах і відомих курортних зонах, спостерігається значна диспропорція між регіонами, а також низький рівень інфраструктурної забезпеченості у сільській місцевості та на об'єктах природно-заповідного фонду.

Для вирішення зазначених проблем необхідним є формування цілісної державної політики у сфері інфраструктурного розвитку туризму, що передбачає інвестиції в модернізацію транспортних шляхів, особливо доріг місцевого значення, які забезпечують доступ до туристичних дестинацій. Важливо також активізувати будівництво та реконструкцію залізничних та авіаційних вузлів, які здатні забезпечити ефективну логістику туристичних потоків, зокрема міжнародного значення. Значну увагу слід приділяти розвитку екологічно

дружніх видів транспорту, що відповідають концепції сталого туризму та сприяють збереженню довкілля. Ключовим елементом туристичної інфраструктури є заклади розміщення, серед яких готелі, мотелі, кемпінги, хостели, санаторно-курортні установи та агрооселі. У цьому контексті необхідно стимулювати створення мережі сертифікованих готельних закладів із сучасними стандартами якості та безпеки, включаючи впровадження європейських практик щодо категоризації, обслуговування та екологічності. Доцільним є також розвиток альтернативних форм розміщення, зокрема зеленого та сільського туризму, що дозволяє не лише урізноманітнити туристичну пропозицію, а й забезпечити економічну активність у віддалених територіях.

Підвищення якості туристичних послуг є не менш важливим завданням, оскільки саме якісний сервіс формує імідж дестинації, визначає рівень задоволеності туристів і стимулює повторні візити. На сьогодні в Україні існує потреба у гармонізації національних стандартів надання туристичних послуг із міжнародними нормами, зокрема ISO та вимогами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). Важливим є також впровадження систем управління якістю у сфері обслуговування, зокрема використання системи ISO 9001 для туристичних підприємств. Суттєвим фактором підвищення якості є професійна підготовка кадрів. Необхідно реформувати систему профільної освіти, орієнтуючись на дуальну модель навчання, що поєднує теоретичну підготовку з практикою на підприємствах індустрії гостинності. Державна політика повинна передбачати підтримку освітніх програм з підготовки фахівців для туристичної галузі, зокрема у сфері менеджменту туризму, готельно-ресторанної справи, культурної спадщини, маркетингу та іноземних мов. Підвищення кваліфікації персоналу повинно відбуватися на постійній основі, з урахуванням новітніх технологічних та сервісних змін у світовій практиці.

Інтеграція цифрових технологій у туристичні послуги є важливим інструментом як підвищення якості, так і розширення доступу до туристичного продукту. Створення цифрових платформ, мобільних додатків, онлайн-сервісів бронювання, віртуальних гідів, електронних квитків та інтерактивних мап дозволяє не лише покращити обслуговування туристів, але й підвищити ефективність управління туристичною сферою на рівні держави, регіону та конкретного об'єкта. Крім того, розвиток аналітичних систем на основі великих даних (Big Data) та штучного інтелекту дозволяє здійснювати точні прогнози, оцінювати поведінкові патерни туристів та удосконалювати маркетингові стратегії. Ще одним пріоритетним напрямом є розвиток туристичної інформаційної інфраструктури, зокрема мережі туристично-інформаційних центрів, які мають стати базовими осередками комунікації між туристом та місцевою владою, бізнесом, культурними інституціями. Такі центри повинні надавати комплексні інформаційні, логістичні, культурні та мовні послуги, а також відігравати роль координаторів у сфері внутрішнього туризму та локального брендингу.

Окремої уваги потребує удосконалення нормативно-правової бази у сфері інфраструктури та якості туристичних послуг. Слід забезпечити ефективний механізм державного регулювання та контролю за відповідністю послуг встановленим стандартам, а також удосконалити механізми сертифікації, ліцензування та акредитації суб'єктів туристичної діяльності. Підтримка малого та середнього бізнесу, пільгове оподаткування інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створення державно-приватного партнерства – це ті інструменти, які здатні забезпечити динамічне зростання галузі.

У контексті сучасних викликів, спричинених збройною агресією проти України, особливо актуальним стає питання відновлення зруйнованої туристичної інфраструктури, переорієнтації туризму на безпечні регіони,

розвиток внутрішнього туризму, а також формування нових туристичних маршрутів з урахуванням безпекових чинників. Доцільним є розроблення національної програми підтримки внутрішнього туризму, яка б передбачала популяризацію культурних, історичних, релігійних та природних об'єктів, у тому числі за допомогою цифрових кампаній, пільгових поїздок та інформаційних турів. Отже, розвиток інфраструктури та підвищення якості туристичних послуг в Україні є стратегічним напрямом удосконалення національного туризму. Успішна реалізація цього напрямку потребує системного підходу, міжгалузевої координації, залучення інвестицій, реформування освітньої системи та активного використання інноваційних технологій. Лише за умов комплексної модернізації інфраструктурної та сервісної складової український туризм зможе вийти на новий рівень розвитку, забезпечивши сталий соціально-економічний ефект.

3.2. Популяризація національного туристичного продукту

У контексті глобалізації туристичного ринку та зростання конкуренції між країнами за увагу міжнародного споживача популяризація національного туристичного продукту стає ключовим завданням державної політики у сфері туризму. Туристичний продукт виступає не лише економічним активом, але й засобом культурної дипломатії, інструментом формування позитивного міжнародного іміджу країни, зокрема України. Відтак популяризація українського туристичного потенціалу потребує системного, науково обґрунтованого підходу з урахуванням регіональних особливостей, цільових аудиторій та сучасних комунікаційних технологій. Сутність національного туристичного продукту полягає в сукупності послуг, об'єктів та явищ, які забезпечують задоволення пізнавальних, рекреаційних, оздоровчих, релігійних, екологічних, пригодницьких та інших потреб туриста. У випадку України це,

зокрема, унікальні культурно-історичні ресурси (дерев'яні церкви Карпат, заповідники Києва, Львова, Чернігова, Кам'янця-Подільського), природні об'єкти (Карпатські гори, Шацькі озера, біосферні заповідники), гастрономічна автентика (гуцульська, подільська, слобожанська кухня) та самобутні традиції, що формують ідентичність національного бренду. Однак наявність ресурсів не гарантує туристичного інтересу – необхідно забезпечити їх професійну презентацію, адаптацію до міжнародних стандартів, створення відповідного інформаційного супроводу.

Згідно з аналітичними дослідженнями Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), сучасний турист дедалі частіше обирає напрямки, які не лише забезпечують якісний сервіс, але й пропонують автентичний культурний досвід. Відповідно, Україна має значний потенціал у сегменті «культурного туризму», але потребує підвищення міжнародної впізнаваності. Основними бар'єрами тут є обмежена наявність контенту іноземними мовами, недостатній рівень присутності в глобальних інформаційних просторах та фрагментарність просування регіональних туристичних продуктів. Для ефективної популяризації національного туристичного продукту необхідним є формування національного туристичного бренду. Брендинг у туризмі – це не лише створення логотипа та гасла, але системна комунікація цінностей країни як туристичного напрямку. Відповідно до досвіду таких країн, як Ісландія («Inspired by Iceland»), Іспанія («Spain is part of you») чи Японія («Endless Discovery»), успішне брендування включає поєднання візуального образу, емоційного наративу, мультимедійної присутності та активного діалогу з аудиторією. В українському контексті бренд «Ukraine NOW», презентований у 2018 році, став першим кроком до формування цілісного візуального стилю країни, однак його туристичний сегмент поки не набув достатньої глибини та конкретики.

Варто наголосити, що популяризація туристичного продукту має бути адаптована до різних цільових ринків. Так, для країн Європейського Союзу акцент варто робити на близькість, спільну історико-культурну спадщину, безвізовий режим, можливості активного відпочинку. Для країн Азії – на екзотику слов'янської культури, духовну спадщину, лікувальні ресурси. Для української діаспори – на ностальгійний туризм, родинні зв'язки, пізнання національного коріння. У цьому контексті важливою стає розробка сегментованих рекламних кампаній із застосуванням багатомовного цифрового контенту.

Одним із найефективніших інструментів популяризації у XXI столітті є цифровий маркетинг. Присутність національного туристичного продукту в інтернет-просторі має включати комплексні стратегії пошукової оптимізації (SEO), використання контекстної реклами (Google Ads), просування через соціальні мережі (SMM), співпрацю з тревел-блогерами та лідерами думок. За даними GlobalWebIndex, понад 70% мандрівників використовують соціальні мережі для пошуку натхнення перед подорожами, а відеоконтент на платформах YouTube, TikTok, Instagram суттєво впливає на формування уявлень про країну. Станом на 2023 рік кількість переглядів відео про Карпати, Київ та Львів на платформі YouTube перевищила 50 мільйонів, що вказує на значний інтерес, який може бути комерціалізований через розвиток турпродуктів. Також важливу роль відіграють міжнародні туристичні виставки (World Travel Market у Лондоні, ITB Berlin, FITUR у Мадриді), де формуються канали ділових контактів, укладаються угоди між туроператорами, просуваються нові напрямки. Проте участь України в таких заходах досі має обмежений характер – зокрема, у 2022 році участь у виставці ITB Berlin мала лише 12 українських компаній, тоді як Польщу представляли понад 100 учасників. Тому держава повинна підтримувати

туристичний бізнес у його представленні на міжнародних платформах через субсидії, дипломатичне сприяння, організацію єдиних стендів.

Окремим напрямом популяризації національного туристичного продукту є розвиток внутрішнього туризму як джерела позитивних відгуків, цифрового контенту та поступового формування «туристичних амбасадорів» серед громадян України. За даними Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), у 2023 році внутрішній туризм зріс на 28%, що стало можливим завдяки інформаційним кампаніям «Мандруй Україною», проєкту «Діджитал-маршрути», розвитку платформи «Туристичний портал України». Проте потенціал внутрішнього ринку ще далекий від вичерпання, адже лише 21% українців здійснили туристичну поїздку в межах країни, не пов'язану з родинними візитами чи роботою. Успішна популяризація туристичного продукту вимагає також залучення креативних індустрій – кіно, музики, літератури, моди – до створення позитивного образу України. Так, зйомки зарубіжних фільмів у Києві, Львові, Одесі (наприклад, французького трилера «Останній найманець» 2021 року) привернули увагу до локацій, а фестивалі електронної музики (Atlas Weekend, Brave! Factory) – до культурної привабливості країни. Держава може підтримувати такі ініціативи через грантові програми, спрощення дозвільних процедур, а також створення платформи міжсекторальної співпраці.

У довгостроковій перспективі ефективна популяризація туристичного продукту неможлива без розвитку людського капіталу у сфері туризму. Фахівці з маркетингу, бренд-менеджменту, гіді, PR-менеджери мають володіти не лише іноземними мовами, а й сучасними інструментами просування, мати культурну обізнаність, здатність до міжкультурної комунікації. Для цього необхідне реформування профільної освіти, підвищення кваліфікації кадрів, створення центрів туристичної інноваційності.

Таким чином, популяризація національного туристичного продукту є комплексним процесом, що потребує стратегічного бачення, міжгалузевої співпраці, сучасного технологічного інструментарію та ефективної державної підтримки. Лише за умов інтеграції зусиль держави, бізнесу, громадянського суспільства та міжнародних партнерів можна забезпечити формування конкурентоспроможного, впізнаваного та привабливого образу України як туристичної дестинації у глобальному масштабі.

3.3. Державна підтримка та інвестиції в туристичну галузь

У сучасних умовах розвитку національної економіки туристична галузь дедалі більше набуває стратегічного значення як сектор, що сприяє не лише зростанню валового внутрішнього продукту, але й формуванню позитивного іміджу держави, збереженню культурної спадщини та стимулюванню зайнятості населення. Враховуючи потенціал туризму як драйвера економічного зростання, питання державної підтримки та залучення інвестицій у дану сферу набувають особливої актуальності. Ефективна державна політика у сфері туризму повинна формувати сприятливе інституційне, правове та фінансове середовище, яке забезпечує конкурентоспроможність національного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринках.

Державна підтримка туристичної галузі реалізується за кількома основними напрямками. По-перше, це нормативно-правове регулювання, що передбачає створення законодавчої бази, спрямованої на забезпечення прозорості та передбачуваності умов функціонування туристичного бізнесу. Зокрема, важливими кроками є прийняття спеціалізованих законів, які визначають статус суб'єктів туристичної діяльності, регламентують стандарти надання послуг, механізми сертифікації, ліцензування та захисту прав

споживачів туристичних послуг. По-друге, держава забезпечує інституційну підтримку через функціонування профільних органів державної влади, таких як Державне агентство розвитку туризму України, завданням якого є розробка стратегічних документів, координація діяльності суб'єктів туристичного ринку, здійснення маркетингу національного туристичного продукту за кордоном.

У межах державної підтримки також важливим є фінансування програм розвитку туризму за рахунок бюджетних коштів. Такі програми включають інфраструктурні проекти (будівництво доріг, реконструкція історичних і культурних об'єктів, розвиток санаторно-курортної бази), заходи з просування українського туристичного бренду на міжнародному рівні, а також грантову підтримку малого та середнього бізнесу в сфері туризму. Наприклад, у рамках національної економічної стратегії до 2030 року передбачено розвиток внутрішнього і в'їзного туризму через створення туристичних кластерів, які об'єднують бізнес, органи влади та громади навколо спільного туристичного продукту. Значну роль у розвитку туристичної галузі відіграють інвестиції, зокрема як внутрішні, так і іноземні. Інвестиційна привабливість сфери туризму обумовлена високим мультиплікативним ефектом: інвестиції в готельну інфраструктуру, транспорт, розважальні комплекси тощо стимулюють розвиток суміжних галузей, включаючи будівництво, сферу обслуговування, сільське господарство, ремесла. Однак на практиці існує низка бар'єрів, що стримують інвестиційну активність у сфері туризму, серед яких – недосконалість регуляторного середовища, нестабільність податкової політики, обмежений доступ до фінансування, низький рівень гарантій захисту інвестора.

У зв'язку з цим держава має впроваджувати заходи для активізації інвестиційної діяльності, серед яких можна виокремити податкові стимули для туристичних підприємств, зниження адміністративного навантаження, спрощення процедур реєстрації бізнесу, забезпечення правового захисту

інвесторів. Крім того, актуальним є розвиток державно-приватного партнерства (ДПП), яке дозволяє поєднати ресурси держави та приватного сектору для реалізації масштабних інфраструктурних проєктів, які безпосередньо впливають на розвиток туристичного середовища.

Іноземні інвестиції у туристичну галузь України мають перспективи зростання за умови покращення інвестиційного клімату. За даними Державної служби статистики України, частка прямих іноземних інвестицій у сферу готельно-ресторанного господарства та туризму залишається низькою порівняно з іншими секторами економіки, що вказує на необхідність активнішого залучення капіталу, у тому числі шляхом участі у міжнародних туристичних виставках, форумах та реалізації спільних ініціатив з міжнародними донорами.

Одним зі шляхів активізації залучення іноземного капіталу є посилення міжнародної присутності України на туристичному ринку через участь у міжнародних туристичних виставках, форумах та конференціях. Такі заходи дають змогу демонструвати інвестиційні можливості країни, налагоджувати партнерства із закордонними компаніями та міжнародними донорами, а також популяризувати українські туристичні продукти.

Не менш важливим чинником є активна державна політика підтримки туризму. Зокрема, необхідне вдосконалення нормативно-правового забезпечення, створення сприятливого податкового режиму для інвесторів, гарантування прав власності, спрощення процедур отримання дозволів та ліцензій. Інституційна підтримка у вигляді створення спеціалізованих державних агенцій, розвиток партнерства між владою і приватним сектором, а також фінансування пріоритетних проєктів, зокрема у сфері розвитку туристичної інфраструктури, є передумовами для підвищення інвестиційної привабливості галузі.

Державна підтримка та інвестиції у туристичну галузь є ключовими чинниками її сталого розвитку. Комплексна політика, яка поєднує нормативно-правове забезпечення, інституційну підтримку, фінансування пріоритетних проєктів та стимулювання інвестиційної активності, дозволить перетворити туризм на повноцінну галузь національної економіки з високим рівнем доданої вартості, соціальним ефектом і міжнародною конкурентоспроможністю.

У довгостроковій перспективі інвестування у туристичну галузь сприятиме не лише економічній динаміці країни, а й розширенню зайнятості, особливо у малих містах та сільських територіях, де туризм може стати основним джерелом доходу. Крім того, через популяризацію української культури, традицій та національної спадщини, туризм сприятиме зміцненню національної ідентичності та формуванню позитивного образу України у світі.

Отже, іноземні інвестиції у туристичну галузь України можуть стати потужним фактором економічного та соціального розвитку. Для реалізації цього потенціалу необхідна системна робота держави, бізнесу та громадянського суспільства, спрямована на покращення інвестиційного клімату, популяризацію України на міжнародній арені та створення сучасної, конкурентоспроможної туристичної індустрії.

ВИСНОВОК

Розвиток туризму в Україні на сучасному етапі відображає складну динаміку змін під впливом глобальних і національних чинників. Туризм перетворився на один із ключових секторів економіки, що забезпечує мультиплікативний ефект для розвитку інфраструктури, малого і середнього

бізнесу, культурної інтеграції та міжнародного іміджу країни. Проте останнє десятиліття характеризується різкими коливаннями: від періоду поступового зростання і розбудови туристичного потенціалу до глибокої кризи, спричиненої пандемією COVID-19 та повномасштабною війною з Російською Федерацією.

Аналізуючи еволюцію туристичної галузі України, слід відзначити, що історично вона розвивалась під впливом європейських тенденцій та національних особливостей. Від паломництва до Києво-Печерської лаври у давнину до організованого туризму XIX століття і масового розвитку курортних зон у радянський період – кожен етап історії туризму відображає прагнення українського суспільства до пізнання світу та власної культурної самобутності. Після здобуття незалежності туристична галузь зазнала значної трансформації: було створено нові інституції, розроблено нормативно-правову базу, сформовано ринок туристичних послуг у відповідності до міжнародних стандартів.

Сучасний стан туристичної індустрії демонструє як сильні сторони, так і численні проблеми. Україна володіє значними туристичними ресурсами: унікальними природними ландшафтами, багатою історико-культурною спадщиною, етнографічним та гастрономічним потенціалом. Однак реалізація цього потенціалу ускладнюється низкою чинників: недостатнім розвитком інфраструктури, нерівномірним регіональним розвитком, проблемами безпеки, браком ефективної державної підтримки, слабкою міжнародною промоцією національного туристичного продукту.

Внутрішній туризм в останні роки набув нового значення, ставши фактично єдиним стійким напрямом розвитку галузі в умовах війни. Саме внутрішні подорожі стали важливим інструментом соціальної згуртованості, психологічної реабілітації населення, підтримки регіональних економік. Особливо активізувався розвиток зеленого туризму, агротуризму, культурно-пізнавальних маршрутів у відносно безпечних регіонах Західної та Центральної України.

Водночас обмеження, пов'язані з безпековою ситуацією, ускладнюють повноцінну діяльність туристичного бізнесу, вимагаючи гнучких, адаптивних моделей управління.

Важливу роль у розвитку туризму відіграють нормативно-правові засади. Попри існування базових законодавчих актів, правове регулювання потребує подальшого вдосконалення відповідно до сучасних викликів: необхідна модернізація стандартів безпеки, страхування туристів, розвитку військово-історичного туризму, інтеграції в цифрові платформи бронювання і просування туристичних послуг. Особливої уваги потребує імплементація європейських норм у галузі захисту прав туристів, екологічної відповідальності та доступності туризму для осіб з обмеженими можливостями. Регіональний вимір розвитку туризму показує суттєву нерівномірність. Західні області (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська) демонструють відносну стійкість і позитивну динаміку навіть в умовах кризи, тоді як східні та південні регіони зазнали серйозних втрат через окупацію, руйнування інфраструктури та зниження безпеки. У майбутньому слід приділяти більше уваги регіональним стратегіям розвитку туризму, підтримці локальних ініціатив, створенню унікальних туристичних продуктів на основі місцевих ресурсів.

Однією з перспективних тенденцій є переорієнтація туризму на внутрішні резерви та розвиток альтернативних напрямів: медичного, рекреаційного, військово-історичного, освітнього туризму. Також надзвичайно важливими є інтеграція цифрових технологій у туристичну сферу, вдосконалення маркетингових стратегій, залучення інвестицій в інфраструктуру.

Отже, перспективи розвитку туризму в Україні безпосередньо залежать від здатності адаптуватися до нових викликів, забезпечити безпеку туристів, модернізувати законодавчу базу та системно розвивати інфраструктуру. В умовах післявоєнного відновлення туризм може і повинен стати однією з

рушійних сил економічного зростання, культурної реінтеграції та позитивного іміджу України на міжнародній арені. Системний підхід, державна підтримка, активна роль громад і бізнесу, інноваційні рішення мають стати основою стратегії відродження і сталого розвитку туристичної галузі країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 40–44, ст. 356.
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18–22, ст. 144.
3. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 44–45, ст. 552.

4. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13–14, № 15–16, № 17, ст. 112.
5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст. 241.
6. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, № 30, ст. 379.
7. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2015, № 23, ст. 158.
8. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 № 2026-III. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 50, ст. 436.
9. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 № 2456-XII. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 34, ст. 502.
10. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 24, ст. 170.
11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посіб. / О.О. Любіцева. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Київ: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
12. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб. / О.О. Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
13. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
14. Мальська М.П., Гаталяк О.М. Туризм у містах: підручник / М.П. Мальська, О.М. Гаталяк. – Київ: Центр учбової літератури, 2018. – 224 с.

15. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 544 с
16. Балабанов І.Т., Балабанов А.І. Економіка туризму: навч. посіб. / І.Т. Балабанов, А.І. Балабанов. – Москва: Фінанси і статистика, 2003. – 176 с.
17. Міністерство туризму України. Відновлення туристичних потоків: у 2021 році до України прибуло понад 3 млн іноземців. 2022. Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html> (дата звернення: 26.12.2024).
18. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В. та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Вип. 62. С. 178–196.
19. Катаєва М. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. Вечірній Київ. 27 вересня 2022 р. Режим доступу: <https://vechimiya.kyiv.ua/news/71973/> (дата звернення: 26.12.2024).
20. Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. Журнал геології, географії та геоекології. 2020. Т. 29, №1. С. 94–101. Режим доступу: <https://doi.org/10.15421/112009> (дата звернення: 26.12.2024).
21. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. №41. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 26.12.2024).
22. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.12.2024).
23. Михайлов А. Аналіз розвитку туристичного ринку України в умовах війни. Вісник Національного університету економіки. 2023. Вип. 17. С. 22–31.
24. Гринчук О., Чикаліна І. Вплив воєнного стану на туристичну діяльність України. Туризм і відпочинок. 2023. №5. С. 17–24.

- 25.Лещенко І. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах постійних викликів. Журнал економічної науки. 2022. Т. 38, №3. С. 103–110.
- 26.Маркевич О., Панченко М. Відновлення туристичних потоків після війни: економічні, соціальні та культурні аспекти. Економічний вісник. 2022. Вип. 56. С. 120–129.
- 27.Никифорова Н. Український туристичний сектор після війни: прогноз відновлення. Україна та світ. 2023. Вип. 11. С. 45–49.
- 28.Тимошенко О. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. Туристична наука і практика. 2022. Т. 20, №4. С. 56–63.
- 29.Шматко О. Стратегії відновлення туристичної індустрії України після війни. Журнал досліджень в галузі туризму. 2022. Т. 10, №2. С. 72–79.
- 30.Яковенко С. Вивчення змін у туристичних потоках після початку військового конфлікту. Туризм та екологія. 2022. Т. 17. С. 33–41.
- 31.Колесник Л. Проблеми та шляхи відновлення туризму в Україні після війни. Сучасний туризм: теорія і практика. 2022. Т. 28. С. 58–64.
- 32.Шевченко Т. Відновлення міжнародного туризму: виклики та можливості для України. Туризм в Україні. 2022. №6. С. 12–18.
- 33.Гудим Л. Туризм і воєнний стан: проблеми та шляхи виходу. Науковий вісник. 2023. Вип. 19. С. 27–33.
- 34.Іванова Л. Адаптація туристичних компаній до нових умов війни. Вісник українського туризму. 2023. №3. С. 49–56.
- 35.Федоренко О. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Туризм і рекреація. 2023. №4. С. 62–67.
- 36.Лебедева О. Дослідження туристичних маршрутів у межах України після війни. Український туризм. 2023. Т. 14. С. 43–50.
- 37.Коваленко Р. Туристичний потенціал України в умовах економічних труднощів. Туризм і розвиток. 2022. Т. 22, №2. С. 71–76.

- 38.Савченко Ю. Відновлення туристичних потоків в Україні: перспективи для малого бізнесу. Економіка і підприємництво. 2023. Т. 41. С. 48–53.
- 39.Морозова С. Тренди та інновації в туристичному секторі України. Технічні науки і технології. 2023. №8. С. 20–26.
- 40.Петрів Т. Виклики для туристичної індустрії в Україні в умовах пандемії та війни. Сучасні проблеми економіки. 2022. Т. 36, №1. С. 79–85.
- 41.Гречко О. Кризові стратегії туристичних підприємств в умовах війни. Економічний розвиток. 2022. Вип. 30. С. 92–98.
- 42.Ільїн О. Вплив війни на розвиток туристичної індустрії України. Економічні дослідження. 2023. Вип. 7. С. 44–50.
- 43.Петрова І. Відновлення туристичних послуг на території України. Журнал туризму. 2022. Т. 26. С. 22–29.
- 44.Покрас О. Виклики для туристичної галузі в Україні: пандемія та війна. Наукові перспективи. 2023. Вип. 11. С. 30–37.
- 45.Лосєв В. Туристичні потоки в Україні після війни: проблеми та перспективи. Журнал сучасного туризму. 2022. Т. 5. С. 44–51.
- 46.Жукова С. Туристичний ринок України в умовах міжнародної ізоляції. Журнал економічних досліджень. 2022. Т. 24. С. 57–63.
- 47.Лисенко О. Специфіка розвитку внутрішнього туризму в Україні після війни. Наука і туризм. 2023. Т. 23. С. 61–68.
- 48.Воробйова Л. Відновлення туристичних бізнесів в Україні після кризових періодів. Тренди у туризмі. 2023. №2. С. 37–42.
- 49.Дмитренко О. Перспективи розвитку туризму на південь України після війни. Економічний аналіз. 2023. Т. 15, №1. С. 23–28.
- 50.Ковалевський П. Туризм в Україні після 2022 року: досвід відновлення та реструктуризації. Журнал туризму та гостинності. 2022. Т. 18. С. 30–36.

- 51.Соколовська М. Оцінка стану туристичного ринку України після війни. Сучасні тенденції розвитку туризму. 2022. Т. 6, №1. С. 13–18.
- 52.Шевченко І. Туристична інфраструктура України та її оновлення після кризи. Туризм і ринок. 2023. Т. 21. С. 8–14.
- 53.Чернишова Л. Відновлення готельного бізнесу в Україні в умовах війни. Наукові дослідження в туризмі. 2023. Вип. 16. С. 50–56.
- 54.Юрченко В. Адаптація туроператорів до нових умов діяльності в Україні. Сучасна економіка та туризм. 2023. Вип. 12. С. 47–52.
- 55.Скляр А. Відновлення туристичних маршрутів: шляхи та перспективи. Туризм в умовах війни. 2023. Т. 14. С. 53–58.
- 56.Кінаш І. Реструктуризація туристичної індустрії України після війни. Журнал економічного розвитку. 2023. Т. 28, №2. С. 72–78.
- 57.Панова В. Вплив воєнного стану на культурний туризм України. Вісник соціальних наук. 2022. Т. 12. С. 20–26.
- 58.Селезньова А. Психологічні аспекти відновлення туристичної діяльності після війни. Туризм і культура. 2023. Т. 6. С. 11–18.
- 59.Петрікова М. Прогнози щодо розвитку міжнародного туризму в Україні після завершення війни. Економіка і соціум. 2023. Вип. 9. С. 39–45.
- 60.Тимченко Т. Відновлення українського туристичного ринку: можливості та обмеження. Журнал економіки та туризму. 2022. Т. 29, №3. С. 67–74.
- 61.Дмитренко І. Вплив воєнного стану на розвиток туристичних регіонів України. Географія та економіка. 2022. Т. 34. С. 55–60.
- 62.Микитенко О. Перспективи розвитку туристичних послуг в Україні після війни. Туристичні дослідження. 2023. Т. 9. С. 40–44.
- 63.Ситник О. Стратегії відновлення туристичних підприємств в Україні після військових дій. Економіка і туризм. 2023. Вип. 13. С. 57–62.

64. Кузьменко С. Відновлення міжнародного туризму на пострадянському просторі: досвід України. Економічний аналіз і туризм. 2022. Т. 12, №2. С. 66–71.
65. Гребенюк А. Відновлення туристичних послуг в Україні після етапу військових дій. Сучасні проблеми туризму. 2023. Т. 5. С. 18–23.
66. Старчевська Ю. Вплив війни на туристичну індустрію: нові виклики для України. Журнал індустріального туризму. 2022. Т. 7. С. 52–59.
67. Бобров О. Відновлення туризму в умовах війни: кризові періоди та їх наслідки для України. Журнал туризму та гостинності. 2023. Т. 3. С. 17–21.
68. Максимова Н. Перспективи розвитку туризму на деокупованих територіях України. Туризм у посткризовий період. 2023. Т. 4. С. 10–16.
69. Шимко С. Відновлення туристичних потоків в Україні після війни. Ринок туризму. 2023. №1. С. 72–78.
70. Шевченко В. Відновлення готельного бізнесу в Україні після війни. Економічний вісник. 2023. Вип. 6. С. 50–55.
71. Герасимчук Т. Реструктуризація туристичного ринку України: виклики та можливості. Туристичний журнал. 2022. Т. 30. С. 45–51.
72. Степаненко М. Психологічні стратегії відновлення туризму в Україні після війни. Сучасні соціально-економічні дослідження. 2023. Вип. 7. С. 12–18.
73. Державна прикордонна служба України. Звіт про діяльність Державної прикордонної служби України за 2019 рік. Київ: ДПСУ, 2020. – 78 с.
74. Державна прикордонна служба України. Звіт про діяльність Державної прикордонної служби України за 2020 рік. Київ: ДПСУ, 2021. – 82 с.
75. Державна прикордонна служба України. Інформація про результати пропуску осіб через державний кордон у 2019–2020 роках. Режим доступу: <https://dpsu.gov.ua/ua/statystyka/> (дата звернення: 01.05.2025).

- 76.Державна служба статистики України.Статистичний щорічник України за 2019 рік / за ред. І.М. Жук Київ: Державна служба статистики України, 2020. – 594 с.
- 77.Державна служба статистики України.Статистичний щорічник України за 2020 рік / за ред. І.М. Жук.Київ: Державна служба статистики України, 2021. – 602 с.
- 78.Державна служба статистики України.Рух населення України у 2020 році: статистичний бюлетень.Київ: Держстат України, 2021. – 58 с.
- 79.World Tourism Organization (UNWTO).
- 80.World Tourism Barometer. Volume 22, Issue 2, March 2024. – Madrid: UNWTO, 2024. – 30 p. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/statistics> (дата звернення: 01.05.2025).
- 81.Всесвітня туристична організація (UNWTO). Reports & Statistics. – <https://www.unwto.org/>