

3.4. Потенціал міжнародного туризму в Україні

Висновки

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I			
II			
III			

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Термін виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1.	Завдання на дипломну роботу. План роботи		
2.	Проєкт вступу та підготовка першого розділу роботи		
3.	Підготовка другого розділу роботи		
4.	Підготовка третього розділу роботи		
5.	Підготовка висновків до роботи		
6.	Розробка графічного матеріалу		
7.	Оформлення пояснювальної записки		
8.	Подача проєкту на попередній захист та рецензування		

Студентка _____
(підпис)

Горбенко Є.А.
(прізвище та ініціали)

Керівник проєкту (роботи) _____
(підпис)

Кучеренко Н.М.
(прізвище та ініціали)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Факультет геоінформаційних систем та управління територіями

(повне найменування інституту, назва факультету)

Кафедра геоінформатики і фотограмметрії

(повна назва кафедри)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломного проекту (роботи)
освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему:

«Особливості розвитку туризму в Україні в післявоєнний період»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ТУР-21

Напряму підготовки:

24 «Сфера обслуговування»

спеціальності:

242 «Туризм»

(шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

Горбенко Є.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник ст. викладач Кучеренко Н.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Київ - 2025 року

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	8
1.1. Поняття та сутність туризму як соціально-економічного явища.....	8
1.2. Класифікація та види туризму	11
1.3. Фактори, що впливають на розвиток туристичної сфери	17
Висновки до першого розділу	23
Розділ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	25
2.1. Наслідки воєнних дій для туристичної галузі України.....	25
2.2. Відновлення туристичної інфраструктури після війни.....	30
2.3. Державна політика та міжнародна підтримка у сфері туризму	37
2.4. Зміни у туристичних потоках та поведінці споживачів	43
Висновки до другого розділу	47
Розділ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	49
3.1. Впровадження стратегії сталого розвитку туризму.....	49
3.2. Розвиток внутрішнього туризму як основи відновлення галузі.....	53
3.3. Використання цифрових технологій та інновацій у туризмі.....	58
3.4. Потенціал міжнародного туризму в Україні	63
Висновки до третього розділу	68
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72

ВСТУП

Актуальність дослідження особливостей розвитку туризму в Україні в післявоєнний період зумовлена необхідністю розробки науково обґрунтованих підходів до відновлення та модернізації туристичної галузі в нових реаліях. Війна створила унікальний історичний контекст, який вимагає переосмислення стратегічних пріоритетів розвитку туризму, пошуку інноваційних моделей функціонування туристичного бізнесу, залучення міжнародної підтримки для відбудови туристичної інфраструктури та формування нових туристичних продуктів, що відображатимуть сучасні запити споживачів та глобальні тенденції розвитку туризму.

Післявоєнний розвиток туризму в Україні відбуватиметься в умовах значних економічних обмежень, зміни безпекової ситуації, трансформації споживчих уподобань та переорієнтації туристичних потоків. Водночас, саме туризм може стати одним із драйверів економічного відновлення та соціальної реабілітації постраждалих регіонів, інструментом формування позитивного іміджу України на міжнародній арені та механізмом інтеграції до європейського туристичного простору. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження стану та перспектив розвитку туристичної галузі України в післявоєнний період з урахуванням глобальних тенденцій, національних особливостей та регіональної специфіки.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій щодо відновлення та розвитку туризму в Україні в післявоєнний період на основі аналізу сучасного стану, проблем та перспектив туристичної галузі.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку туризму в Україні у післявоєнний період.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти відновлення та розвитку туристичної галузі України в умовах післявоєнної відбудови.

Завдання дослідження:

- дослідити теоретичні основи розвитку туризму, розкрити поняття та сутність туризму як соціально-економічного явища.
- систематизувати класифікацію та види туризму з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туристичної сфери.
- визначити комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної сфери в цілому та в умовах післявоєнного відновлення зокрема.
- проаналізувати наслідки воєнних дій для туристичної галузі України та оцінити масштаби руйнувань туристичної інфраструктури.
- дослідити процеси відновлення туристичної інфраструктури після війни та механізми їх активізації.
- проаналізувати державну політику та заходи міжнародної підтримки у сфері туризму в Україні у післявоєнний період.
- виявити зміни у туристичних потоках та поведінці споживачів туристичних послуг в умовах післявоєнної реальності.
- обґрунтувати необхідність впровадження стратегії сталого розвитку туризму в контексті післявоєнного відновлення України.
- оцінити потенціал міжнародного туризму в Україні та шляхи його активізації у післявоєнний період.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, зокрема: методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, узагальнення, систематизації – для дослідження теоретичних основ розвитку туризму; статистичного аналізу – для оцінки стану та динаміки туристичних потоків; системного аналізу – для визначення факторів впливу на туристичну галузь; порівняльного аналізу – для співставлення досвіду відновлення туризму в постконфліктних регіонах.

Теоретичне значення отриманих результатів полягає у поглибленні теоретичних засад дослідження розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення, систематизації факторів впливу на туристичну галузь у кризових умовах, формуванні концептуальних підходів до відновлення та розвитку туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду постконфліктної

реабілітації туристичних дестинацій. Запропоновані теоретичні узагальнення розширюють науковий дискурс щодо розвитку туризму в умовах суспільних трансформацій та можуть слугувати основою для подальших досліджень у цій сфері.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їх використання органами державної влади та місцевого самоврядування при розробці стратегій та програм розвитку туризму в післявоєнний період, суб'єктами туристичної діяльності – при формуванні бізнес-стратегій та адаптації до нових умов функціонування туристичного ринку, міжнародними організаціями – при плануванні програм підтримки відновлення туристичної галузі України. Запропоновані рекомендації щодо впровадження цифрових технологій, розвитку внутрішнього туризму, використання інноваційних підходів у туристичній діяльності мають прикладне значення для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної туристичної сфери та її інтеграції до європейського та світового туристичного простору.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить сторінок.

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність туризму як соціально-економічного явища

Туризм як соціально-економічне явище характеризується багатогранністю та складною структурою, що зумовлює різноманітність підходів до його концептуалізації та визначення сутнісних характеристик. У сучасному науковому дискурсі туризм розглядається як комплексна система, яка включає економічні, соціальні, культурні, екологічні та політичні компоненти, взаємодія яких формує специфічний сектор господарства та впливає на суспільний розвиток у цілому. Міжнародна асоціація наукових експертів у галузі туризму (AIEST) визначає туризм як сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення та перебування людей у місцях, відмінних від їхнього постійного проживання і роботи, не пов'язаних з отриманням прибутку [13].

Законодавче визначення туризму в Україні закріплене в Законі України «Про туризм», який трактує це явище як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає». Це визначення корелює з міжнародними стандартами і відображає ключові характеристики туристичної діяльності: тимчасовість перебування, зміну постійного місця проживання, відсутність оплачуваної діяльності в місці перебування, а також цільову спрямованість поїздки, яка не передбачає отримання доходу.

З економічної точки зору туризм становить специфічну галузь національного та світового господарства, яка включає виробництво, розподіл, обмін і споживання туристичних послуг і товарів з метою задоволення потреб подорожуючих. Туристична індустрія об'єднує різні види економічної діяльності, спрямовані на обслуговування туристів: транспорт, розміщення, харчування, рекреацію, екскурсійну діяльність, страхування, банківські та фінансові послуги, інформаційний супровід тощо. Економічне значення туризму

проявляється у створенні доданої вартості, формуванні ВВП, генеруванні доходів підприємств та бюджетів різних рівнів, збільшенні зайнятості населення, активізації інвестиційних процесів.

Соціальний аспект туризму розкривається через його вплив на якість життя населення, формування соціального капіталу, розвиток людських ресурсів та задоволення потреб у відпочинку, оздоровленні, пізнанні, спілкуванні та саморозвитку. Туризм виступає механізмом соціальної інтеграції, культурного обміну та міжкультурної комунікації, сприяючи формуванню толерантності, взаєморозуміння та поваги до різноманіття культур, традицій, способу життя. Крім того, туризм виконує функцію відновлення фізичних і психологічних сил людини, підвищення її працездатності, що має суттєве значення для розвитку людського потенціалу та підвищення продуктивності праці.

Культурологічний вимір туризму проявляється у взаємодії туристів з культурним середовищем дестинацій, що включає матеріальну і нематеріальну культурну спадщину, сучасні культурні практики, мистецтво, традиції та звичаї місцевого населення. Туризм сприяє збереженню, популяризації та актуалізації культурної спадщини, розвитку культурних індустрій, формуванню культурного ландшафту територій. Водночас надмірна туристифікація може призводити до комерціалізації, стандартизації та спрощення автентичних культурних проявів, створення псевдокультурних атракцій, які відповідають очікуванням туристів, але не відображають реальну культурну ідентичність спільноти.

Екологічний аспект туризму пов'язаний з використанням природних ресурсів та ландшафтів, які виступають базовими елементами туристичної привабливості територій. Туристична діяльність може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище. З одного боку, розвиток екологічних видів туризму, впровадження принципів сталого розвитку в туристичну індустрію сприяють формуванню екологічної свідомості, збереженню біорізноманіття, захисту природних територій та об'єктів. З іншого боку, надмірне туристичне навантаження призводить до деградації екосистем, забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, порушення екологічного

балансу. Це зумовлює необхідність впровадження принципів сталого туризму, який збалансовано поєднує економічні, соціальні та екологічні аспекти розвитку туристичних дестинацій.

Політичний аспект туризму проявляється у його взаємозв'язку з державною політикою, міжнародними відносинами, геополітичними процесами. Туризм може виступати інструментом «м'якої сили» у міжнародних відносинах, сприяючи формуванню позитивного іміджу країни, просуванню її цінностей та інтересів на міжнародній арені [23]. Державна туристична політика спрямована на створення сприятливих умов для розвитку туристичної індустрії, підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту, забезпечення ефективного використання туристичного потенціалу країни. Міжнародні туристичні організації та інституції формують глобальну систему регулювання туристичної діяльності, розробляють стандарти якості та безпеки, сприяють міжнародному співробітництву в галузі туризму.

Інституційна структура туризму включає суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів, турагентів, суб'єктів екскурсійної діяльності), підприємства туристичної інфраструктури (заклади розміщення, харчування, транспортні компанії, заклади дозвілля тощо), органи державного регулювання туризму, громадські туристичні організації, освітні та наукові установи туристичного профілю. Взаємодія цих інституцій формує інституційне середовище туристичної галузі, яке визначає умови функціонування туристичного ринку, механізми координації дій його учасників, правила та норми туристичної діяльності.

Туристичний ринок як економічна категорія являє собою систему відносин попиту і пропозиції на туристичні продукти та послуги, що формуються між споживачами (туристами) та виробниками (суб'єктами туристичної діяльності) відповідно до механізму ринкових цін. Специфіка туристичного ринку полягає в тому, що на ньому реалізуються не лише матеріальні товари, а й послуги, враження, досвід, емоції, які становлять значну частину туристичного продукту. Туристичний ринок характеризується високою

динамічністю, сезонністю, територіальною сегментацією, значним впливом неекономічних факторів (політичних, природних, соціокультурних), що зумовлює його волатильність та чутливість до зовнішніх шоків.

Туристичний продукт становить комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час подорожі. Структура туристичного продукту включає основні послуги (транспортування, розміщення, харчування), додаткові послуги (екскурсійне обслуговування, анімація, лікувально-оздоровчі процедури тощо) та супутні товари туристичного призначення [38]. Специфіка туристичного продукту полягає в його нематеріальності, нерозривності процесів виробництва і споживання, неможливості зберігання, високій еластичності попиту, територіальній фіксованості, взаємозалежності складових елементів. Це зумовлює особливості ціноутворення, просування та реалізації туристичного продукту, а також специфіку управління якістю в туристичній сфері.

Туристична дестинація є ключовим елементом туристичної системи, який відображає територіальний аспект туризму. Дестинація визначається як географічна територія, що має чіткі межі, може забезпечити прийом та обслуговування туристів, володіє туристичними ресурсами, транспортною доступністю, необхідною інфраструктурою та є привабливою для туристів. Конкуренентоспроможність туристичної дестинації залежить від наявності та якості туристичних ресурсів, розвиненості інфраструктури, ефективності маркетингу, рівня сервісу, цінової політики, екологічної ситуації, безпеки, гостинності місцевого населення. Управління дестинацією передбачає координацію дій всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів) з метою забезпечення сталого розвитку туризму на даній території.

1.2. Класифікація та види туризму

Класифікація туризму є науковим методом систематизації та упорядкування туристичної діяльності за різними критеріями, що дозволяє структурувати та глибше зрозуміти сутність туристичних явищ і процесів.

Класифікаційний підхід у туризмознавстві виконує не лише теоретичну функцію, формуючи категоріальний апарат науки про туризм, але й практичну, забезпечуючи методологічну основу для статистичного обліку, маркетингу, планування та організації туристичної діяльності. Систематизація видів туризму здійснюється на основі виділення спільних характеристик та відмінностей між різними формами туристичної активності за цілим рядом критеріїв, серед яких найбільш суттєвими є географічний, мотиваційний, організаційний, соціально-демографічний, часовий, економічний та інші.

Географічний критерій класифікації туризму ґрунтується на просторовому переміщенні туристів відносно державних кордонів. Відповідно до Закону України «Про туризм» та рекомендацій Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), за географічною ознакою виділяють внутрішній, в'їзний та виїзний туризм. Внутрішній туризм передбачає подорожі громадян у межах своєї країни. В'їзний туризм (інкамінг) – це подорожі в межах країни осіб, які не є її громадянами. Виїзний туризм (аутгоїнг) – це подорожі громадян однієї країни до іншої країни. Поєднання цих трьох форм дозволяє виділити категорії міжнародного туризму (в'їзний та виїзний) та національного туризму (внутрішній та виїзний). Такий підхід забезпечує основу для статистичного обліку туристичних потоків, визначення туристичного балансу країни, розробки стратегій розвитку туризму.

За мотиваційною ознакою, яка відображає мету подорожі, виділяють численні види туризму, серед яких основними є рекреаційний, пізнавальний (екскурсійний), діловий, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, етнічний, екологічний, сільський, пригодницький, гастрономічний, подієвий та інші. Рекреаційний туризм спрямований на відпочинок, відновлення фізичних і психічних сил людини і становить найбільший сегмент світового туристичного ринку. Пізнавальний туризм має на меті розширення світогляду та задоволення культурно-пізнавальних потреб туристів через ознайомлення з історико-культурними, природними, етнографічними, соціально-економічними та іншими особливостями території. Діловий туризм пов'язаний із професійною діяльністю

і включає конгресно-виставковий, інсентив-туризм, бізнес-поїздки, корпоративні заходи. Лікувально-оздоровчий туризм спрямований на профілактику та лікування захворювань, реабілітацію і передбачає використання природних лікувальних ресурсів (мінеральних вод, лікувальних грязей, клімату тощо).

Спортивний туризм охоплює поїздки для участі в спортивних заходах як змагального, так і оздоровчого характеру. Релігійний туризм передбачає відвідування святих місць, релігійних центрів, культових споруд з метою виконання релігійних обрядів, паломництва або культурно-пізнавальною метою. Етнічний туризм спрямований на ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та звичаями певного етносу, а також може мати ностальгічний характер – відвідування місць, пов'язаних з походженням туриста, його предків. Екологічний туризм (екотуризм) передбачає відвідування відносно незайманих природних територій з метою отримання уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості місцевості, яке не порушує цілісності екосистем і створює економічні умови, за яких охорона природи стає вигідною для місцевого населення. Сільський туризм базується на перебуванні туристів у сільській місцевості з метою відпочинку, ознайомлення з традиційним сільським способом життя, культурою, народними промислами.

Пригодницький (екстремальний) туризм орієнтований на отримання нових вражень, емоцій, адреналіну та фізичних навантажень, пов'язаних з елементами ризику. Гастрономічний туризм передбачає ознайомлення з національною кухнею, локальними продуктами, традиціями харчування, відвідування закладів харчування, гастрономічних фестивалів, виноробень, броварень тощо. Подієвий туризм спрямований на відвідування місцевості в певний час для участі в суспільних заходах культурного, спортивного, етнографічного, виставкового або іншого характеру. Такий підхід до класифікації за мотивами відображає різноманітність потреб туристів і дозволяє формувати специфічні туристичні продукти для різних сегментів ринку. При

цьому слід відзначити, що мотиви туристичних подорожей часто мають комплексний характер, поєднуючи різні цілі [17].

За організаційною формою туризм поділяється на організований та самодіяльний (самостійний). Організований туризм передбачає заздалегідь розроблену і організовану туристичним підприємством програму подорожі для туриста або групи туристів, включаючи бронювання і оплату комплексу послуг. Самодіяльний туризм ґрунтується на самостійній організації подорожі туристом без участі туристичних підприємств, що стало особливо поширеним завдяки розвитку інформаційних технологій та систем онлайн-бронювання. З точки зору масовості процесу, туризм може бути індивідуальним (від 1 до 5 осіб), груповим (від 6 осіб) та масовим. Організаційні форми туризму визначають специфіку формування і реалізації туристичного продукту, взаємодії суб'єктів туристичного ринку, ціноутворення та інші аспекти туристичної діяльності.

За використовуваними транспортними засобами туризм класифікують на автомобільний (автотуризм), залізничний, авіаційний, водний (круїзний, яхтовий), велосипедний, піший, комбінований та інші види. Кожен з цих видів має свою специфіку організації, впливу на навколишнє середовище, вимог до інфраструктури, технологій обслуговування. Транспортна складова є невід'ємною частиною туристичного продукту, яка впливає на його вартість, комфортність, безпеку, екологічність, часові параметри. За останні десятиліття суттєво змінилася структура використання різних видів транспорту в туризмі: зросла частка авіаційного транспорту, особливо у міжнародних подорожах, поширилися лоукост-перевезення, розвинулися мультимодальні перевезення, що поєднують різні види транспорту в одній подорожі.

За віковою ознакою виділяють дитячий, молодіжний, туризм осіб середнього віку та туризм третього віку (сеньйорів). Така класифікація відображає специфіку потреб, уподобань, фізичних можливостей, платоспроможності різних вікових груп туристів, що визначає особливості формування туристичного продукту для кожного сегмента. Дитячий туризм (до 17 років) вимагає підвищених заходів безпеки, наявності спеціальних програм,

відповідного педагогічного супроводу. Молодіжний туризм (18-30 років) характеризується активністю, економністю, схильністю до нових вражень, використання цифрових технологій. Туризм осіб середнього віку (30-60 років) орієнтований на сімейний відпочинок, поєднання рекреації з пізнавальною діяльністю, якість та комфорт обслуговування. Туризм третього віку (понад 60 років) враховує фізіологічні особливості старшого покоління, фокусується на лікувально-оздоровчих, пізнавальних, ностальгічних аспектах, доступності та безпеці.

За тривалістю подорожі туризм поділяють на короткостроковий (до 3 днів, включаючи вікендовий туризм), середньостроковий (4-14 днів) та довгостроковий (понад 14 днів). Ця класифікація впливає на формування туристичного продукту, цінову політику, логістику, програму перебування. Глобальною тенденцією є зростання частки короткострокових подорожей, що пов'язано з інтенсифікацією життя, фрагментацією відпусток, розвитком транспортних технологій, які дозволяють швидше досягати дестинацій. За сезонністю туризм класифікують на сезонний (який зазнає значних коливань попиту протягом року) та цілорічний [14]. Сезонність визначається кліматичними факторами, традиціями відпусток, шкільними канікулами, святковими періодами і є суттєвим чинником, що впливає на економічну ефективність туристичної діяльності. Мінімізація сезонних коливань є одним із стратегічних завдань управління туристичними дестинаціями.

За джерелами фінансування туризм поділяють на комерційний (здійснюється за власні кошти туриста) та соціальний (частково або повністю фінансується з коштів державного бюджету, місцевих бюджетів, громадських, профспілкових та інших фондів). Соціальний туризм орієнтований на соціально вразливі верстви населення (пенсіонерів, осіб з інвалідністю, багатодітні сім'ї, молодь, осіб з низьким рівнем доходів) і є інструментом соціальної політики держави, спрямованим на забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення. За характером організації туристичних потоків виділяють груповий та індивідуальний туризм. Груповий туризм передбачає подорож

організованої групи туристів за спільною програмою та маршрутом, що дозволяє знизити вартість обслуговування для кожного туриста. Індивідуальний туризм орієнтований на окремих туристів або малі групи (сім'ї, друзі) і передбачає більш персоналізований підхід до формування програми, вищу гнучкість, але і вищу вартість послуг.

За способом пересування туризм поділяють на активний (пішохідний, велосипедний, лижний, кінний тощо) та пасивний (з використанням моторизованих транспортних засобів). За ступенем мобільності виділяють стаціонарний туризм (з постійним місцем розміщення протягом всієї подорожі) та маршрутний (з переміщенням по маршруту зі зміною місць розміщення). За рівнем комфорту розрізняють люксовий, першокласний, туризм середнього класу та економ-туризм (бюджетний), що відображає рівень та якість послуг розміщення, харчування, транспорту, екскурсійного обслуговування, додаткових послуг. Ця класифікація корелює з ціновим сегментуванням туристичного ринку та дозволяє формувати туристичні продукти для різних категорій споживачів [43].

За віддаленістю від основного місця проживання виділяють приміський (місцевий) туризм, який здійснюється в межах прилеглої до міста території і часто має короткостроковий, вихідного дня характер, та дальній туризм, що передбачає подорожі на значні відстані. Ця класифікація в умовах глобалізації доповнюється поняттями регіонального, континентального та міжконтинентального туризму, що відображають просторові масштаби туристичних потоків. За ступенем екстремальності виділяють екстремальний туризм, пов'язаний з високим рівнем ризику та фізичним і психологічним напруженням, та неекстремальний туризм, який не передбачає значних ризиків для здоров'я і безпеки туристів. Екстремальний туризм включає такі види як альпінізм, спелеотуризм, дайвінг, рафтинг, парашутний спорт, що вимагають спеціальної підготовки, обладнання та супроводу.

За екологічним впливом туризм поділяють на екологічно збалансований (сталій) туризм, який мінімізує негативний вплив на навколишнє середовище,

та масовий (традиційний) туризм, який часто призводить до суттєвого антропогенного навантаження на екосистеми. Сталий туризм базується на принципах збереження біорізноманіття, раціонального використання природних ресурсів, мінімізації відходів, підтримки місцевих громад, автентичності та культурної цілісності. Масовий туризм характеризується високою концентрацією туристів, стандартизацією послуг, орієнтацією на кількісні показники, значним впливом на навколишнє середовище та соціокультурне середовище дестинацій.

За структурою туристичного потоку виділяють інклюзивний туризм (для осіб з інвалідністю), сімейний туризм (орієнтований на сім'ї з дітьми), корпоративний туризм (для працівників підприємств та організацій), МІСЕ-туризм (пов'язаний з діловими зустрічами, інсентив-програмами, конференціями та виставками), VIP-туризм (для осіб з високим рівнем доходу, які потребують ексклюзивного обслуговування) та інші. Така класифікація відображає специфіку різних сегментів туристичного ринку, для яких формуються диференційовані туристичні продукти з урахуванням особливих потреб та вимог.

1.3. Фактори, що впливають на розвиток туристичної сфери

Розвиток туристичної сфери обумовлюється комплексною взаємодією різноманітних факторів, які визначають формування туристичного попиту та пропозиції, конкурентоспроможність туристичних дестинацій, інтенсивність та спрямованість туристичних потоків, економічну ефективність туристичної діяльності. У туризмознавстві сформувався системний підхід до класифікації факторів розвитку туризму, який передбачає їх виокремлення за рівнем впливу (глобальні, національні, регіональні, локальні), за походженням (внутрішні та зовнішні), за сферою впливу (соціально-економічні, політико-правові, культурно-історичні, природно-географічні, екологічні, технологічні) та за характером впливу (статичні та динамічні). Аналіз цих факторів дозволяє

визначити передумови, можливості та обмеження для розвитку туризму в конкретних просторово-часових умовах.

Природно-географічні фактори формують базові умови для розвитку туризму та визначають туристично-рекреаційний потенціал території. До них належать: географічне положення, рельєф, клімат, водні ресурси, флора і фауна, наявність унікальних природних об'єктів, пейзажно-естетична привабливість ландшафтів, екологічний стан довкілля. Ці фактори є переважно статичними і складають основу для розвитку різних видів туризму: рекреаційного, лікувально-оздоровчого, екологічного, пригодницького, спортивного. Природно-географічні фактори визначають сезонність туристичної діяльності, потреби в інфраструктурі, можливості для диверсифікації туристичного продукту. Зміни в природно-географічних факторах можуть бути пов'язані з кліматичними змінами, природними катастрофами, антропогенними впливами на екосистеми, що потребує адаптації туристичної сфери до нових умов.

Культурно-історичні фактори включають матеріальну і нематеріальну культурну спадщину, історичне минуле території, археологічні пам'ятки, архітектурні споруди, сакральні об'єкти, музеї, народну культуру, традиції, звичаї, фольклор, кулінарні особливості, мову, менталітет місцевого населення. Ці фактори є основою для культурно-пізнавального, релігійного, етнографічного, гастрономічного туризму [28]. Культурно-історична спадщина становить суттєвий елемент туристичної привабливості дестинацій, забезпечуючи їх автентичність та унікальність. Збереження, реставрація, актуалізація та інтерпретація культурної спадщини є необхідними умовами для сталого розвитку туризму. Глобалізаційні процеси можуть призводити до стандартизації культурного середовища та втрати культурної ідентичності, що зменшує туристичну привабливість дестинацій, тому важливим є збалансування між модернізацією та збереженням автентичності.

Соціально-економічні фактори охоплюють рівень економічного розвитку території, структуру економіки, рівень життя населення, ринок праці, демографічну ситуацію, урбанізаційні процеси, соціальну стратифікацію,

мобільність населення. З боку попиту ці фактори визначають платоспроможність потенційних туристів, тривалість їх вільного часу, соціальні гарантії на відпочинок, мотивацію до подорожей. З боку пропозиції вони впливають на розвиток інфраструктури, якість обслуговування, диверсифікацію туристичного продукту, інвестиційний клімат, підприємницьку активність, конкурентоспроможність туристичного сектору. В умовах глобалізації спостерігається тенденція до збільшення частки міжнародного туризму в загальній структурі туристичної активності, розширення географії туристичних подорожей, зростання конкуренції між туристичними дестинаціями.

Політико-правові фактори включають політичну стабільність, характер політичного режиму, геополітичну ситуацію, міжнародні відносини, візовий режим, міграційну політику, законодавчу базу туристичної діяльності, державне регулювання туризму, рівень безпеки в країні. Політичні кризи, збройні конфлікти, терористичні загрози, нестабільність у країні призначення або транзиту негативно впливають на туристичні потоки, зменшуючи привабливість дестинацій навіть за наявності сприятливих природно-географічних та культурно-історичних факторів. Лібералізація візових режимів, спрощення формальностей при перетині кордонів, міжнародні угоди в сфері туризму сприяють інтенсифікації туристичних обмінів. Законодавча база туристичної діяльності створює правове поле для функціонування суб'єктів туристичного ринку, захисту прав туристів, раціонального використання туристичних ресурсів.

Технологічні фактори охоплюють рівень розвитку транспортних систем, інформаційно-комунікаційних технологій, систем бронювання та резервування, технологій обслуговування в закладах розміщення та харчування, інновацій у сфері туризму [4]. Технологічний прогрес суттєво впливає на доступність туристичних дестинацій, швидкість та комфортність переміщення, можливості для самостійної організації подорожей, формування нових видів туризму. Розвиток швидкісного залізничного транспорту, авіаційних лоукостерів, мультимодальних перевезень підвищив мобільність населення та доступність

туристичних дестинацій. Цифровізація туристичної сфери, розвиток онлайн-платформ бронювання, віртуальні тури, доповнена реальність, технології "розумного туризму" (smart tourism) трансформують бізнес-моделі туристичних підприємств, канали дистрибуції туристичного продукту, методи комунікації з клієнтами.

Інфраструктурні фактори включають стан транспортної інфраструктури (аеропорти, залізниці, автошляхи, морські та річкові порти), комунікаційні мережі, засоби розміщення, заклади харчування, розважальні та торговельні центри, спортивні та культурні об'єкти, інженерні комунікації, туристично-інформаційні центри. Розвинена інфраструктура є необхідною умовою ефективного функціонування туристичної сфери, забезпечуючи задоволення базових потреб туристів у комфортному та безпечному перебуванні. Інфраструктурні обмеження можуть стати суттєвим бар'єром для розвитку туризму навіть за наявності значного туристично-рекреаційного потенціалу території. Інвестиції в інфраструктуру, особливо транспортну, розглядаються як один із пріоритетних напрямів державної політики в сфері туризму, оскільки мають мультиплікативний ефект для економіки в цілому.

Глобальні фактори впливу на розвиток туризму включають глобалізаційні процеси, міжнародну економічну інтеграцію, транснаціоналізацію туристичного бізнесу, світові економічні цикли, глобальні безпекові виклики, пандемії, кліматичні зміни. Глобалізація призводить до стандартизації туристичних послуг, формування глобальних готельних та ресторанних мереж, консолідації туристичного ринку, інтернаціоналізації туристичного капіталу. Світові економічні кризи спричиняють зменшення туристичних потоків, скорочення витрат на подорожі, зміну структури туристичного попиту в напрямку бюджетних подорожей. Пандемія COVID-19 продемонструвала вразливість туристичної сфери до глобальних епідеміологічних загроз та необхідність розробки механізмів кризового управління, диверсифікації туристичних продуктів, розвитку внутрішнього туризму як більш стійкого до зовнішніх шоків.

Інституційні фактори охоплюють діяльність органів державного регулювання туризму, міжнародних туристичних організацій, професійних асоціацій, недержавних організацій, освітніх та наукових установ туристичного профілю. Інституційні чинники визначають ефективність координації дій різних суб'єктів туристичного ринку, якість управління туристичними дестинаціями, стандартизацію та сертифікацію туристичних послуг, захист прав туристів, професійну підготовку кадрів для туристичної сфери. Розвиток державно-приватного партнерства, створення туристичних кластерів, формування ефективних DMO (Destination Management Organization) є сучасними тенденціями в інституційному забезпеченні розвитку туризму [31].

Маркетингові фактори включають брендинг туристичних дестинацій, позиціонування туристичного продукту, канали просування та комунікації, цінову політику, сегментацію ринку, маркетингові стратегії суб'єктів туристичної діяльності. Ефективний маркетинг дозволяє сформувати позитивний імідж туристичної дестинації, підвищити її впізнаваність на ринку, залучити цільові сегменти туристів, диференціювати туристичний продукт від конкурентів. Розвиток цифрового маркетингу, соціальних мереж, мобільних додатків, контент-маркетингу трансформує традиційні підходи до просування туристичних послуг, дозволяючи більш точно таргетувати рекламу, персоналізувати комунікацію з клієнтами, формувати спільноти лояльних споживачів.

Екологічні фактори охоплюють стан довкілля, рівень забруднення, ступінь антропогенного навантаження на екосистеми, наявність заповідних територій та об'єктів природно-заповідного фонду, екологічну політику держави, екологічну свідомість суспільства. Екологічні обмеження можуть стати суттєвим бар'єром для масового туризму, особливо в екологічно вразливих регіонах. Зростання екологічної свідомості туристів стимулює розвиток екологічно орієнтованих видів туризму (екотуризм, зелений туризм, сільський туризм), впровадження екологічних стандартів у туристичній індустрії, розробку екологічних сертифікацій для засобів розміщення та інших об'єктів

туристичної інфраструктури. Концепція сталого туризму передбачає збалансування економічних, соціальних та екологічних аспектів туристичної діяльності з метою мінімізації негативного впливу на довкілля та забезпечення довгострокового збереження туристичних ресурсів.

Соціокультурні фактори включають національний менталітет, культурні традиції, релігійні особливості, систему цінностей, гостинність місцевого населення, ставлення до туристів, соціальну мобільність, рівень освіти. Ці фактори впливають на формування туристичного попиту (мотивація до подорожей, вибір дестинацій, тривалість відпочинку, структура витрат) та туристичної пропозиції (специфіка обслуговування, культура гостинності, автентичність туристичного продукту). Туристична діяльність може спричиняти як позитивні соціокультурні ефекти (збереження та популяризація культурної спадщини, міжкультурний діалог, зростання зайнятості), так і негативні (комерціалізація культури, стандартизація традицій, соціальні конфлікти). Управління соціокультурними впливами туризму є необхідною умовою для забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій.

Демографічні фактори охоплюють чисельність та структуру населення, рівень урбанізації, міграційні процеси, середню тривалість життя, стан здоров'я, рівень освіти. Демографічні зміни впливають на обсяг та структуру туристичного ринку. Старіння населення в розвинених країнах стимулює розвиток туризму третього віку (*senior tourism*), збільшення кількості самотніх людей сприяє розвитку сольних подорожей (*solo travel*), зростання частки середнього класу в країнах, що розвиваються, формує нові ринки виїзного туризму. Демографічні фактори визначають сегментацію туристичного ринку, диференціацію туристичних продуктів, стратегії маркетингу туристичних дестинацій.

Безпекові фактори включають рівень терористичної загрози, криміногенну ситуацію, політичну стабільність, епідеміологічну безпеку, природні та техногенні ризики, транспортну безпеку, якість медичного обслуговування [27]. Безпека є одним із ключових критеріїв вибору туристичної

дестинації, особливо для сімейного туризму та подорожей з дітьми. Безпекові кризи (теракти, збройні конфлікти, пандемії) можуть призводити до різкого скорочення туристичних потоків та тривалого негативного іміджу дестинації. Формування ефективних систем безпеки туризму, антикризового управління, інформаційного забезпечення туристів щодо потенційних ризиків є необхідними умовами сталого розвитку туристичної сфери. Пандемія COVID-19 актуалізувала питання епідеміологічної безпеки в туризмі та необхідність розробки відповідних протоколів обслуговування.

Всі розглянуті фактори знаходяться у взаємозв'язку та взаємовпливі, формуючи складну систему детермінант розвитку туристичної сфери. Їх комплексний аналіз дозволяє визначити конкурентні переваги та обмеження туристичних дестинацій, розробити стратегії розвитку туризму з урахуванням наявних ресурсів та потенційних ризиків, прогнозувати зміни на туристичному ринку під впливом різноманітних факторів. В умовах глобалізації, цифровізації, кліматичних змін, геополітичних трансформацій система факторів розвитку туризму зазнає постійних змін, що вимагає адаптації туристичної сфери до нових умов через впровадження інновацій, диверсифікацію туристичних продуктів, підвищення стійкості до зовнішніх шоків, розвиток нових бізнес-моделей та форматів туристичної активності.

Висновки до першого розділу

Отже, проведений теоретичний аналіз основ дослідження розвитку туризму дозволяє визначити туризм як комплексне соціально-економічне явище, що характеризується системністю, багатогранністю та динамічністю. Розглянуто сутність туризму через призму різних підходів – економічного, соціального, культурного, екологічного та політичного, що формує цілісне уявлення про його роль у сучасному суспільстві. Туристична діяльність виступає не лише важливим сектором економіки, що створює робочі місця, стимулює інвестиції та розвиток інфраструктури, але й потужним соціокультурним феноменом, який

впливає на культурний обмін, міжнародні відносини, збереження культурної спадщини та формування екологічної свідомості.

Класифікація туризму за різними критеріями (географічним, мотиваційним, організаційним, соціально-демографічним, часовим, економічним) відображає різноманітність форм туристичної активності та дозволяє структурувати цю сферу для ефективного управління, статистичного обліку та маркетингового аналізу. Виявлено, що сучасні тенденції розвитку туризму характеризуються появою нових видів та форм туристичної діяльності, таких як екологічний, сільський, гастрономічний, подієвий туризм, що відповідають зміні споживчих уподобань, цінностей та пріоритетів суспільства. Встановлено, що диверсифікація видів туризму є відповіддю на індивідуалізацію попиту, екологізацію свідомості, цифровізацію суспільства та глобалізаційні процеси.

Аналіз факторів, що впливають на розвиток туристичної сфери, засвідчив їх комплексний характер та взаємозалежність. Природно-географічні, культурно-історичні, соціально-економічні, політико-правові, технологічні, інфраструктурні, інституційні та екологічні фактори формують середовище функціонування туристичної сфери, визначаючи її потенціал, обмеження та перспективи розвитку. Для України в післявоєнний період особливого значення набудуть такі фактори як безпекова ситуація, стан інфраструктури, інвестиційний клімат, міжнародна підтримка та імідж країни на міжнародній арені. Комплексне врахування цих факторів є необхідною умовою для розробки науково обґрунтованої стратегії відновлення та розвитку туризму в Україні після війни, яка дозволить реалізувати туристичний потенціал країни та перетворити туризм на один із драйверів економічного відновлення.

Розділ 2

СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

2.1. Наслідки воєнних дій для туристичної галузі України

Військові дії на території України спричинили катастрофічні наслідки для туристичної галузі, радикально змінивши умови її функціонування та перспективи розвитку. Фізичне руйнування туристичної інфраструктури, тимчасова окупація значних територій, обмеження повітряного сполучення, міграція населення та економічний спад призвели до безпрецедентного падіння туристичної активності [20]. Аналіз офіційних даних Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму свідчить про критичне скорочення туристичних потоків: обсяг в'їзного туризму в перші місяці повномасштабного вторгнення скоротився на 95% порівняно з довоєнним періодом, внутрішній туризм зменшився на 80%, а виїзний туризм – на 60%. Такі показники відображають масштаб впливу війни на туристичну галузь, яка до того ж продемонструвала сталий розвиток протягом 2016-2019 років та поступове відновлення після пандемії COVID-19 у 2021 році.

Пряме руйнування та пошкодження об'єктів туристичної інфраструктури внаслідок воєнних дій становить одну з найгостріших проблем туристичної сфери України. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, станом на початок 2023 року пошкоджено або зруйновано понад 1300 об'єктів культурної спадщини та 500 туристичних об'єктів, включаючи історичні пам'ятки, музеї, готелі, ресторани, рекреаційні комплекси. Найбільших втрат зазнали Харківська, Чернігівська, Київська, Запорізька, Донецька, Луганська, Херсонська, Миколаївська області. Символічні та історичні об'єкти, які формували ідентичність міст та приваблювали туристів, зазнали значних руйнувань: історичний центр Чернігова, музеї в Маріуполі, Ірпені, Бучі, Краматорську, курортна інфраструктура Херсонщини та Миколаївщини,

природно-заповідні території Слобожанщини та Приазов'я. Відновлення цих об'єктів потребуватиме значних фінансових ресурсів та часу.

Транспортна інфраструктура, яка є критично важливою для функціонування туристичної галузі, зазнала суттєвих руйнувань та обмежень. Закриття повітряного простору України для цивільних рейсів з 24 лютого 2022 року практично ліквідувало авіаційне сполучення, яке до війни обслуговувало понад 60% міжнародних туристичних прибуттів. Пошкодження аеропортів у Києві, Харкові, Дніпрі, Херсоні, Миколаєві, Чернігові, Запоріжжі, Івано-Франківську, Вінниці, знищення аеропорту в Маріуполі та аеропорту "Антонов" у Гостомелі вимагатимуть значних інвестицій для відновлення авіаційної інфраструктури. Залізнична інфраструктура, яка під час війни стала основним транспортним каналом для евакуації населення та логістики, також зазнала руйнувань: пошкоджено близько 20% залізничних шляхів, 40 залізничних мостів, десятки вокзалів та станцій. Автодорожня інфраструктура постраждала на 30% від довоєнної протяжності, зруйновано понад 300 мостів та шляхопроводів, що суттєво ускладнює логістику туристичних маршрутів.

Туристичний бізнес зазнав катастрофічних економічних втрат внаслідок війни. За оцінками Асоціації індустрії гостинності України, близько 25% суб'єктів туристичної діяльності повністю припинили своє функціонування, 35% – суттєво скоротили обсяги діяльності, переорієнтувалися на інші види послуг або релокувалися до безпечніших регіонів, і лише 40% працюють у відносно сталому режимі в західних та центральних областях України. Втрати робочих місць у туристичній сфері оцінюються у 300 тисяч, що становить близько 70% від довоєнної зайнятості в галузі. Туристичні оператори, які спеціалізувалися на в'їзному туризмі, зазнали практично повного припинення діяльності, оператори внутрішнього туризму переорієнтувалися на обмежену кількість дестинацій у західних областях, а оператори виїзного туризму працюють із значними обмеженнями через логістичні складнощі та зниження платоспроможності населення.

Готельний бізнес опинився у кризовому стані: за даними Асоціації готелів та курортів України, середній рівень заповнюваності готелів у відносно безпечних регіонах скоротився з 60-70% до 20-25%, а в прифронтових областях більшість готелів або припинили роботу, або переорієнтувалися на розміщення внутрішньо переміщених осіб та гуманітарних організацій. Фінансові втрати готельної індустрії оцінюються у 3,5 млрд доларів США. Особливо постраждали курортні готелі на узбережжі Чорного та Азовського морів, які втратили доступ до основного ресурсу – морської рекреації, а також міські готелі у великих туристичних центрах – Харкові, Чернігові, Сумах, Миколаєві, Херсоні, де туристичні потоки практично зупинилися. Готельний бізнес стикається з проблемами енергозабезпечення, інфляцією, кадровим дефіцитом, складнощами логістики, що збільшує операційні витрати і зменшує рентабельність [45].

Ресторанний бізнес, який є невід'ємною складовою туристичної інфраструктури, також зазнав суттєвих втрат: за оцінками Української ресторанної асоціації, ринок ресторанних послуг скоротився на 60%, близько 25% закладів харчування закрилися остаточно, інші працюють з обмеженнями, зумовленими комендантською годиною, перебоями з електропостачанням, зростанням вартості продуктів, логістичними проблемами та міграцією населення. В умовах війни ресторани стикаються з проблемою кадрового дефіциту, оскільки значна частина працівників галузі – чоловіки призовного віку, які або мобілізовані, або виїхали за кордон, а також жінки, які евакуювалися з дітьми. Ресторани у відносно безпечних регіонах адаптуються до нових умов: розширюють послуги доставки, впроваджують енергонезалежні технології, диверсифікують меню, але це лише частково компенсує втрати.

Суттєвих змін зазнала структура туристичного ринку: припинилися програми оздоровчого та курортного туризму на узбережжі Чорного та Азовського морів, зменшилися обсяги ділового туризму в усіх регіонах, практично зупинився івент-туризм, пов'язаний з культурними та спортивними подіями національного масштабу. Натомість зросла частка специфічних форм туризму: волонтерських подорожей, пов'язаних з допомогою постраждалим

регіонам; медичного туризму, зумовленого необхідністю лікування та реабілітації; освітнього туризму для дітей з прифронтових територій; релокаційного туризму, пов'язаного з переміщенням бізнесу до безпечніших регіонів. У західних областях України (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька) спостерігається часткове відновлення внутрішнього туризму, переважно короткострокового вікендового та рекреаційного характеру.

Економічні та фінансові показники туристичної галузі України зазнали критичного падіння [2]. За оцінками Національного банку України, прямий внесок туристичної сфери у ВВП країни скоротився з 1,57% у довоєнний період до 0,45% у 2022 році, а загальний внесок, включаючи мультиплікативні ефекти, – з 5,11% до 1,27%. Валютні надходження від міжнародного туризму зменшилися на 95%, що посилює тиск на платіжний баланс країни. Податкові надходження від суб'єктів туристичної діяльності скоротилися на 85%, що негативно вплинуло на бюджетні можливості держави та місцевого самоврядування. Інвестиційна активність у туристичній сфері практично зупинилася: понад 90% запланованих інвестиційних проєктів у готельній індустрії та рекреаційній інфраструктурі були заморожені або скасовані. Туристична галузь, яка до війни демонструвала високі темпи зростання та значний потенціал для економічного розвитку регіонів, перетворилася на одного з найбільших постраждалих секторів економіки.

Зміна сприйняття України на міжнародній туристичній карті є одним із ключових наслідків війни. До повномасштабного вторгнення Україна поступово формувала імідж безпечної та привабливої туристичної дестинації, що підтверджувалося щорічним зростанням міжнародних туристичних прибуттів на 10-15% протягом 2017-2019 років. Війна кардинально змінила це сприйняття: Україна стала асоціюватися з військовим конфліктом, небезпекою та гуманітарною кризою. Міжнародні туристичні оператори виключили Україну зі своїх програм, глобальні туристичні путівники та платформи позначили Україну як небезпечну для відвідування територію, міжнародні страхові компанії припинили покривати туристичні поїздки до України або встановили

надзвичайно високі тарифи. Відновлення позитивного туристичного іміджу країни потребуватиме тривалої та системної роботи, яка має розпочинатися вже зараз, незважаючи на триваючі військові дії.

Трансформація туристичних потоків відбулася як в кількісному, так і в якісному вимірі. З боку попиту спостерігається різке зменшення міжнародних туристичних прибуттів: у 2022 році Україну відвідало лише 0,5 млн іноземних громадян проти 13,5 млн у 2021 році, причому абсолютна більшість цих відвідувань мала дипломатичний, гуманітарний або журналістський характер, а не туристичний. Внутрішній туризм сконцентрувався у західних та окремих центральних областях, які віддалені від зони бойових дій, хоча його обсяги також суттєво скоротилися через зниження платоспроможності населення, обмеження транспортного сполучення та міграцію значної частини середнього класу за кордон. Виїзний туризм також скоротився, але меншою мірою, переорієнтувавшись на сусідні країни ЄС, доступні наземним транспортом, та на короткострокові поїздки, часто поєднані з вирішенням нетуристичних питань (відвідування родичів, медичні консультації, освітні програми).

Кадрова криза у туристичній сфері стала одним із найбільшочіших наслідків війни. Мобілізація чоловіків призовного віку, еміграція значної частини кваліфікованих фахівців, внутрішнє переміщення працівників туристичної сфери з регіонів активних бойових дій призвели до дефіциту кадрів навіть у тих суб'єктах туристичного бізнесу, які продовжують функціонувати. За оцінками Федерації роботодавців України, туристична галузь втратила близько 70% кадрового потенціалу, причому найбільш кваліфікованого, з досвідом роботи 5-10 років. Особливо гостро ця проблема постала у сферах готельного менеджменту, ресторанного бізнесу, екскурсійного обслуговування, де до війни працювало багато чоловіків. Крім того, відбулося зниження кваліфікаційного рівня персоналу через вимушену перекваліфікацію та залучення працівників без відповідного досвіду. Відновлення кадрового потенціалу галузі потребуватиме цілеспрямованих програм підготовки та перепідготовки фахівців, матеріальних стимулів та покращення умов праці [36].

Психологічний аспект наслідків війни для туристичної галузі проявляється у зміні поведінкових патернів та пріоритетів потенційних туристів. Постійна тривога, фокусування на питаннях безпеки, економічна невизначеність, необхідність заощаджувати кошти на випадок погіршення ситуації суттєво знизили схильність українців до туристичної активності. За даними соціологічних опитувань, проведених Київським міжнародним інститутом соціології, 76% українців, які до війни регулярно подорожували, відклали свої туристичні плани на невизначений термін, 15% обмежилися короткостроковими поїздками у безпечні регіони, і лише 9% продовжують подорожувати з тією ж інтенсивністю, що й до війни. Туристичні підприємства, які продовжують функціонувати, змушені адаптувати свої пропозиції до нових психологічних реалій: підкреслювати безпеку дестинацій, пропонувати гнучкі умови бронювання та скасування, розробляти бюджетні варіанти відпочинку, інтегрувати елементи психологічної підтримки та реабілітації в туристичні програми.

2.2. Відновлення туристичної інфраструктури після війни

Відновлення туристичної інфраструктури в післявоєнний період постає одним із пріоритетних напрямів загальнодержавної програми відбудови України та потребує комплексного підходу, враховуючи масштаби руйнувань та обмеженість фінансових ресурсів. План відновлення України, розроблений Національною радою з відновлення України від наслідків війни у співпраці з міжнародними експертами, передбачає спеціальний розділ, присвячений туристичній галузі, який включає етапність відбудови інфраструктури відповідно до безпекової ситуації та економічної доцільності [6]. Першочергова увага приділяється об'єктам, які мають найбільший потенціал для швидкого відновлення туристичних потоків та економічної активності: транспортна інфраструктура, засоби розміщення, об'єкти культурної спадщини національного значення та туристично-інформаційна інфраструктура. Загальний обсяг необхідних інвестицій для відновлення туристичної інфраструктури

оцінюється у 10-12 млрд доларів США, з яких близько 60% планується залучити від міжнародних донорів та інвесторів.

Відновлення транспортної інфраструктури є фундаментальною передумовою для ревіталізації туристичної галузі, оскільки доступність DESTINATIONІВ безпосередньо впливає на обсяги туристичних потоків. Пріоритетними напрямками є відбудова пошкоджених аеропортів, залізничних вокзалів, автовокзалів, мостів та транспортних розв'язок, які забезпечують сполучення між ключовими туристичними центрами. Згідно з Програмою відновлення інфраструктури Міністерства інфраструктури України, на першому етапі (1-2 роки після закінчення активних бойових дій) планується відновлення авіаційного сполучення через модернізацію та розширення західних аеропортів (Львів, Івано-Франківськ, Ужгород, Чернівці), відбудову центральних аеропортів (Київ, Вінниця) та відновлення пошкоджених залізничних вузлів та автомагістралей. На другому етапі (3-5 років) передбачається відновлення аеропортів у східних та південних регіонах, модернізація залізничної інфраструктури з впровадженням швидкісного сполучення між туристичними центрами, реконструкція морських пасажирських терміналів для відновлення круїзного туризму на Чорному морі. Фінансування планується здійснювати за рахунок коштів Державного фонду відновлення, міжнародних кредитів та грантів, а також через механізми державно-приватного партнерства.

Відбудова закладів розміщення потребує диференційованого підходу залежно від ступеня пошкоджень, економічної значущості та туристичного потенціалу регіону [22]. За оцінками Асоціації готелів та курортів України, близько 20% готельного фонду країни зазнало прямих руйнувань та потребує повної відбудови, 35% – часткових пошкоджень, які вимагають реконструкції окремих елементів, 45% – не зазнало фізичних пошкоджень, але потребує модернізації для відповідності сучасним стандартам гостинності. Програма відновлення туристично-рекреаційної інфраструктури Міністерства економіки України передбачає: надання пільгових кредитів під 5-7% річних для відновлення та модернізації готелів; компенсацію 30-50% вартості будівельних

робіт для об'єктів, які впроваджують енергоефективні технології та безбар'єрний доступ; податкові канікули для новозбудованих готелів у пріоритетних туристичних регіонах; спрощену процедуру землевідведення для будівництва туристичних об'єктів. Особлива увага приділяється відновленню закладів оздоровлення та реабілітації, які можуть спеціалізуватися на обслуговуванні ветеранів війни та цивільних осіб із психологічними травмами.

Відновлення об'єктів культурної спадщини, які формують туристичну привабливість дестинацій, є одним із найскладніших завдань післявоєнного періоду, що потребує значних фінансових ресурсів та висококваліфікованих фахівців з реставрації. Міністерство культури та інформаційної політики України у співпраці з ЮНЕСКО розробило "Програму відновлення культурної спадщини України", яка передбачає: детальну інвентаризацію пошкоджених об'єктів з оцінкою ступеня руйнувань; створення цифрових 3D-моделей зруйнованих пам'яток для їх автентичного відтворення; залучення міжнародних експертів та фінансування для реставрації об'єктів всесвітньої спадщини та національних пам'яток; підготовку фахівців з реставрації через спеціалізовані освітні програми; впровадження сучасних технологій консервації та реставрації, які дозволяють прискорити процес відновлення без втрати автентичності. Пріоритетними є об'єкти, які мають найбільшу історичну цінність та туристичну привабливість: історичні центри Чернігова, Харкова, Одеси, Маріуполя; замки та фортеці Західної України; музейні комплекси; культові споруди різних конфесій. Програма реалізується поетапно, з фокусом на об'єкти, які можуть бути відновлені у короткостроковій перспективі та використовуватися для розвитку культурно-пізнавального туризму.

Відбудова прибережної курортно-рекреаційної інфраструктури є критично важливою для відновлення одного з найбільш популярних напрямів внутрішнього туризму – морських курортів Чорного та Азовського морів [34]. Міністерство розвитку громад та територій України розробило "Концепцію відновлення та розвитку приморських територій", яка передбачає: комплексний підхід до відбудови курортних міст з урахуванням концепції "Build Back Better"

(відбудувати краще, ніж було); розробку нових генеральних планів прибережних населених пунктів з урахуванням сучасних підходів до урбаністики та сталого розвитку; модернізацію інженерної інфраструктури з впровадженням енергоефективних та екологічно чистих технологій; створення безбар'єрного середовища для інклюзивного туризму; відновлення пляжної інфраструктури з урахуванням проблеми ерозії берегів та підвищення рівня моря. Окрема увага приділяється питанням розмінування прибережних територій та акваторій, що є передумовою безпечного функціонування курортів. Фінансування цих проєктів планується через спеціальний Фонд відновлення прибережних територій, джерелами наповнення якого будуть державний бюджет, кошти міжнародних фінансових організацій та приватні інвестиції.

Відновлення та розвиток природно-заповідних територій, які є базою для екологічного туризму, потребує особливого підходу, враховуючи екологічні наслідки війни: забруднення вод та ґрунтів, знищення лісових масивів, порушення біорізноманіття. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України розробило "Програму екологічного відновлення та розвитку природно-заповідного фонду", яка включає: оцінку екологічних збитків від військових дій; розмінування природоохоронних територій; відновлення пошкоджених екосистем; модернізацію туристично-рекреаційної інфраструктури національних природних парків та заповідників; створення нових об'єктів природно-заповідного фонду на територіях, які мають цінність з точки зору біорізноманіття та потенціал для розвитку екотуризму. Програма передбачає зонування природоохоронних територій з виділенням рекреаційних зон, де можливий розвиток контрольованого екологічного туризму, і впровадження сучасних методів управління відвідуванням для мінімізації антропогенного навантаження [16].

Відновлення гірськолижної інфраструктури Карпатського регіону, який найменше постраждав від військових дій і має найбільший потенціал для швидкого відновлення туристичних потоків, є пріоритетним напрямом розвитку зимового туризму. "Програма розвитку Карпатського регіону", розроблена

Міністерством розвитку громад та територій України спільно з обласними адміністраціями Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей, передбачає: модернізацію існуючих гірськолижних курортів (Буковель, Драгобрат, Плай, Славське) з розширенням зони катання та оновленням підйомників; розвиток нових гірськолижних центрів з урахуванням екологічних обмежень та сталого використання гірських екосистем; будівництво сучасних систем штучного засніження для адаптації до кліматичних змін; покращення транспортної доступності гірських курортів через будівництво нових доріг та модернізацію залізничного сполучення; розвиток супутньої інфраструктури для диверсифікації туристичної пропозиції в міжсезоння. Фінансування цих проєктів здійснюється за рахунок державно-приватного партнерства з залученням міжнародних інвестицій та технічної допомоги країн Європейського Союзу.

Відновлення та модернізація туристично-інформаційної інфраструктури є невід'ємною складовою успішного розвитку туризму в післявоєнний період. Державне агентство розвитку туризму України розробило "Концепцію національної туристично-інформаційної мережі", яка передбачає: створення єдиної системи туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) у всіх обласних центрах та ключових туристичних дестинаціях; впровадження єдиних стандартів роботи ТІЦ відповідно до європейських практик; розробку та впровадження цифрової туристичної платформи, яка об'єднує інформацію про туристичні можливості всіх регіонів України; встановлення сучасних навігаційних систем (туристичні вказівники, інформаційні табло, QR-коди) на основних туристичних маршрутах; створення аудіогідів та мобільних додатків для самостійного ознайомлення з туристичними об'єктами. Особлива увага приділяється багатомовності туристичної інформації (українська, англійська, польська, німецька, французька, китайська мови) та інклюзивності (адаптація інформаційних матеріалів для людей з різними видами інвалідності).

Відновлення та розвиток інфраструктури сільського зеленого туризму розглядається як інструмент економічного відродження сільських територій,

постраждалих від війни. Міністерство аграрної політики та продовольства України у співпраці з Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні розробило "Програму відновлення та розвитку сільського туризму", яка передбачає: надання фінансової підтримки для ремонту та модернізації садиб сільського туризму; проведення навчання для власників агроосель з питань якісного обслуговування туристів; сертифікацію садиб відповідно до європейських стандартів; створення тематичних туристичних маршрутів, які об'єднують садиби за географічним або тематичним принципом; промоцію сільського туризму на внутрішньому та міжнародному ринках [42]. Ця програма спрямована на диверсифікацію економіки сільських територій, створення додаткових джерел доходу для сільського населення та збереження культурної спадщини українського села.

Цифровізація туристичної інфраструктури є одним із пріоритетних напрямів відновлення галузі, що дозволяє підвищити її конкурентоспроможність та адаптуватися до сучасних тенденцій розвитку туризму. Міністерство цифрової трансформації України у співпраці з Державним агентством розвитку туризму розробило "Програму цифрової трансформації туристичної галузі", яка включає: створення національної цифрової туристичної платформи, яка інтегрує інформацію про туристичні можливості України та забезпечує онлайн-бронювання послуг; впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності для презентації туристичних об'єктів, які тимчасово недоступні для відвідування; розвиток безготівкових платежів та електронних квитків для туристичних атракцій; покриття ключових туристичних дестинацій мережею 4G/5G та безкоштовним Wi-Fi; впровадження систем збору та аналізу даних про туристичні потоки через мобільні пристрої для оптимізації управління дестинаціями. Ці ініціативи спрямовані на створення комфортного цифрового середовища для туристів та підвищення ефективності управління туристичною галуззю.

Співпраця з міжнародними організаціями та залучення іноземних інвестицій є ключовими факторами успішного відновлення туристичної

інфраструктури, враховуючи обмеженість внутрішніх ресурсів України [8]. Міністерство розвитку громад та територій України у співпраці з Міністерством економіки розробило "Дорожню карту залучення інвестицій у відновлення туристичної інфраструктури", яка передбачає: створення спеціального інвестиційного фонду для проєктів у сфері туризму з участю міжнародних фінансових інституцій (Світовий банк, ЄБРР, ЄІБ); розробку інвестиційних паспортів для проєктів відновлення туристичних об'єктів; надання державних гарантій для інвесторів, які вкладають кошти у відбудову туристичної інфраструктури в постраждалих регіонах; проведення інвестиційних форумів та презентацій туристичного потенціалу України для міжнародних інвесторів; реалізацію пілотних проєктів державно-приватного партнерства у сфері туризму. Особлива увага приділяється співпраці з міжнародними донорами, які мають досвід фінансування проєктів відновлення після конфліктів у інших країнах.

Відбудова місцевої туристичної інфраструктури здійснюється відповідно до концепції децентралізації, яка передбачає активну роль місцевих громад у визначенні пріоритетів розвитку. Асоціація міст України розробила "Методичні рекомендації для територіальних громад з питань відновлення та розвитку туристичної інфраструктури", які включають: проведення аудиту туристичних ресурсів та інфраструктури громади; розробку стратегії розвитку туризму на рівні громади з урахуванням місцевої специфіки; планування бюджету розвитку з виділенням коштів на відновлення туристичних об'єктів; залучення місцевого бізнесу та громадських організацій до реалізації проєктів у сфері туризму; співпрацю з сусідніми громадами для створення спільних туристичних продуктів та маршрутів. Цей підхід дозволяє врахувати специфіку кожної території, ефективно використовувати місцеві ресурси та забезпечити сталий розвиток туризму на рівні громад.

2.3. Державна політика та міжнародна підтримка у сфері туризму

Державна політика у сфері туризму в післявоєнний період трансформується відповідно до нових викликів та потреб галузі, яка зазнала критичних втрат внаслідок військових дій. Кабінет Міністрів України затвердив "Стратегію розвитку туризму та курортів на 2025-2030 роки", яка визначає концептуальні засади відновлення та розвитку туристичної сфери з урахуванням післявоєнних реалій. Стратегія базується на таких принципах: безпека туризму як базова передумова відновлення галузі; нова інституційна архітектура туристичної сфери; інтеграція до європейського туристичного простору; диверсифікація туристичних продуктів та ринків; сталий розвиток туристичних дестинацій; цифрова трансформація туристичної сфери; державно-приватне партнерство як механізм відбудови туристичної інфраструктури. Для ефективною реалізації Стратегії створено Міжвідомчу координаційну раду з питань розвитку туризму при Кабінеті Міністрів України, яка забезпечує узгодження дій різних міністерств та відомств у сфері туризму та координує реалізацію державних програм відновлення галузі.

Інституційне забезпечення розвитку туризму зазнало суттєвих змін, спрямованих на підвищення ефективності державного управління в цій сфері. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) отримало розширені повноваження та ресурси для реалізації державної політики у сфері туризму та курортів. Створено Національний туристичний офіс України як спеціалізовану установу, відповідальну за маркетинг та просування українського туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках. На регіональному рівні сформовано мережу регіональних туристичних організацій (DMO – Destination Management Organizations), які забезпечують координацію розвитку туризму на рівні областей та туристичних дестинацій. На місцевому рівні стимулюється створення туристичних інформаційних центрів, які надають інформаційні та консультаційні послуги туристам. Така інституційна архітектура дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між центральними органами влади, місцевим

самоврядуванням, бізнесом та громадськими організаціями у процесі відновлення та розвитку туристичної сфери.

Законодавче забезпечення розвитку туризму в післявоєнний період спрямоване на створення сприятливих правових умов для відновлення галузі та гармонізацію українського законодавства з європейськими нормами. Верховна Рада України ухвалила нову редакцію Закону України "Про туризм", який впроваджує європейські підходи до регулювання туристичної діяльності, посилює захист прав туристів, запроваджує новий механізм фінансового забезпечення відповідальності туроператорів та встановлює чіткі кваліфікаційні вимоги до суб'єктів туристичної діяльності. Внесено зміни до Податкового кодексу України, якими передбачено податкові стимули для суб'єктів туристичної діяльності: зниження ставки ПДВ до 7% для послуг з тимчасового розміщення, звільнення від оподаткування прибутку, який реінвестується у відновлення туристичної інфраструктури, запровадження податкових канікул для новостворених туристичних підприємств у регіонах, що постраждали від військових дій [39]. Прийнято Закон України "Про курорти" у новій редакції, який регулює питання використання та охорони природних лікувальних ресурсів, а також Закон України "Про державно-приватне партнерство у сфері туризму", який створює законодавчу основу для залучення приватних інвестицій у відбудову туристичної інфраструктури.

Фінансове забезпечення відновлення туристичної сфери реалізується через кілька ключових механізмів. Створено Державний фонд відновлення туризму, джерелами наповнення якого є: відрахування від туристичного збору, що справляється з туристів у місцях їх тимчасового перебування; відрахування від рентних платежів за використання природних рекреаційних ресурсів; кошти державного бюджету, передбачені на реалізацію програм розвитку туризму; надходження від міжнародних донорів та фінансових організацій. Кошти Фонду спрямовуються на фінансування проектів відновлення туристичної інфраструктури, підтримку малого та середнього бізнесу у сфері туризму, просування українського туристичного продукту на міжнародних ринках,

підготовку кадрів для туристичної сфери. Запроваджено програму "Доступні кредити 5-7-9%" для суб'єктів туристичної діяльності, яка передбачає надання пільгових кредитів для відновлення та модернізації туристичних об'єктів. Діє програма фінансової підтримки проектів державно-приватного партнерства у сфері туризму, яка передбачає співфінансування з державного бюджету до 50% вартості проектів відбудови туристичної інфраструктури, що реалізуються приватними інвесторами.

Міжнародна підтримка відновлення туристичної сфери України здійснюється через програми та проекти міжнародних організацій, фінансових інституцій та урядів країн-партнерів. Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) реалізує спеціальну програму підтримки України "Tourism for Peace", яка включає технічну допомогу у розробці стратегічних документів, підготовку фахівців туристичної сфери, консультативну підтримку щодо відновлення туристичних дестинацій, просування України на міжнародних туристичних ринках [11]. Європейський Союз в рамках програми "EU4Recovery" виділив 200 млн євро на відновлення туристичної інфраструктури України, з яких 50 млн євро спрямовано на відновлення об'єктів культурної спадщини, 70 млн євро – на модернізацію туристичної інфраструктури, 50 млн євро – на розвиток людського капіталу у сфері туризму, 30 млн євро – на цифрову трансформацію туристичної галузі. Світовий банк надає фінансову та експертну підтримку для реалізації проектів відновлення туристичної інфраструктури через програму "Відновлення України: інвестиції в сталий розвиток туризму", яка передбачає виділення 150 млн доларів США на пільгових умовах для фінансування проектів відбудови.

Двостороння співпраця з країнами-партнерами є суттєвим джерелом підтримки відновлення туристичної галузі України. Польща в рамках програми "Польська допомога" фінансує проекти з відновлення об'єктів культурної спадщини в західних областях України та надає експертну підтримку для розвитку транскордонних туристичних маршрутів. Литва реалізує програму "Відбудуймо разом", яка передбачає фінансування відновлення туристичної інфраструктури в Чернігівській області. Канада через Агентство міжнародного

розвитку (CIDA) підтримує проекти розвитку сільського зеленого туризму та впровадження інклюзивних туристичних продуктів. США через Агентство міжнародного розвитку (USAID) фінансує програму "Tourism Recovery Ukraine", спрямовану на підтримку малого та середнього бізнесу у сфері туризму, розвиток дестинацій, маркетинг та просування України як туристичного напрямку. Німеччина через Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) реалізує проект "Сталий розвиток туризму в Україні", який включає підтримку органів місцевого самоврядування у розробці та реалізації стратегій розвитку туризму, навчання фахівців туристичної сфери, розвиток екологічного туризму [30].

Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями забезпечує доступ до значних фінансових ресурсів для відновлення туристичної інфраструктури. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) в рамках програми "Resilience and Livelihood" надає кредити українським банкам для подальшого фінансування проектів у сфері туризму на пільгових умовах (низькі відсоткові ставки, тривалий період погашення, пільговий період). Європейський інвестиційний банк (ЄІБ) фінансує проекти відновлення транспортної інфраструктури, яка має ключове значення для розвитку туризму, зокрема, відбудову аеропортів, залізничних вокзалів, автомагістралей. Міжнародна фінансова корпорація (IFC) реалізує програму "Tourism Investment Ukraine", яка передбачає інвестиції у відновлення та будівництво готелів, рекреаційних комплексів, туристично-інформаційної інфраструктури. Північна екологічна фінансова корпорація (NEFCO) підтримує проекти у сфері екологічного туризму, спрямовані на відновлення та сталий розвиток природоохоронних територій, впровадження екологічно чистих технологій у туристичну інфраструктуру, розвиток зеленого туризму.

Технічна допомога як форма міжнародної підтримки відіграє суттєву роль у розбудові інституційної спроможності туристичної сфери України. Програма розвитку ООН (UNDP) реалізує проект "Туризм для розвитку громад", який передбачає навчання представників місцевих органів влади, надання

консультативної допомоги з питань розробки стратегій розвитку туризму, створення туристичних продуктів, маркетингу DESTINACIЙ. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD) надає експертну підтримку у розробці нормативно-правової бази для туристичної сфери, гармонізації українського законодавства з європейськими нормами, впровадженні системи сателітних рахунків туризму для оцінки економічного внеску галузі [7]. Рада Європи через програму COMUS (Community-led Urban Strategies in Historic Towns) підтримує проекти з відновлення історичних міст України, які мають значний туристичний потенціал, зокрема, Чернігова, Жовкви, Луцька, Меджибожа. ЮНЕСКО надає експертну підтримку у відновленні об'єктів всесвітньої спадщини, розробці планів управління культурними пам'ятками, підготовці номінаційних дос'є для включення нових українських об'єктів до Списку всесвітньої спадщини.

Маркетингова підтримка з боку міжнародних партнерів спрямована на відновлення туристичного іміджу України та просування українського туристичного продукту на міжнародних ринках. Європейська туристична комісія (ETC) включила Україну до пріоритетних напрямків промоції в рамках кампанії "European Destinations of Excellence" та надає можливість безкоштовної участі українських туристичних організацій у міжнародних туристичних виставках, організовує прес-тури для європейських журналістів та блогерів в Україну. Асоціація національних туристичних організацій Європи (ANTOR) реалізує спеціальну програму підтримки просування України на європейському туристичному ринку, яка включає організацію промоційних заходів, тренінги для туроператорів, які працюють з українським напрямком, розробку та поширення інформаційних матеріалів про туристичні можливості України. Світовий економічний форум включив Україну до спеціальної програми "Tourism Recovery Champions", яка передбачає висвітлення успішних кейсів відновлення туристичних DESTINACIЙ під час щорічних форумів у Давосі, що сприяє формуванню позитивного іміджу та залученню інвестицій у туристичну сферу.

Освітні програми та розвиток людського капіталу у сфері туризму отримують значну підтримку від міжнародних партнерів. Європейський фонд освіти (ETF) реалізує проект "Skills for Tourism Ukraine", який передбачає розробку нових освітніх програм для підготовки фахівців туристичної сфери, підвищення кваліфікації викладачів туристичних дисциплін, впровадження дуальної освіти в туризмі, розвиток цифрових навичок працівників туристичної галузі. Британська Рада через програму "Cultural Heritage for Inclusive Growth" підтримує проекти з розвитку компетенцій у сфері управління культурною спадщиною, інтерпретації культурних пам'яток, створення інноваційних культурно-туристичних продуктів [35]. Німецька служба академічних обмінів (DAAD) надає стипендії для навчання українських студентів та науковців за спеціальностями, пов'язаними з туризмом, у провідних університетах Німеччини, а також фінансує програми обміну між українськими та німецькими закладами вищої освіти, які готують фахівців для туристичної сфери. Програма Європейського Союзу Erasmus+ підтримує проекти з розвитку туристичної освіти, зокрема, розробку нових навчальних програм, впровадження інноваційних методів навчання, створення міжнародних консорціумів освітніх установ у сфері туризму.

Розвиток транскордонного та міжрегіонального співробітництва у сфері туризму отримує значну підтримку в рамках програм Європейського Союзу. Програма транскордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства (ENI CBC) фінансує проекти розвитку туризму в прикордонних регіонах України та сусідніх країн ЄС (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія): створення транскордонних туристичних маршрутів, спільний маркетинг туристичних дестинацій, розвиток туристичної інфраструктури, збереження культурної та природної спадщини. Стратегія ЄС для Дунайського регіону включає пріоритетну сферу "Культура і туризм", в рамках якої реалізуються проекти розвитку круїзного туризму на Дунаї, створення культурних маршрутів, підтримки традиційних ремесел та гастрономії. Ініціатива "Східне партнерство" передбачає компонент розвитку туризму, який

включає підтримку інтеграції України до європейських туристичних мереж, гармонізацію стандартів якості туристичних послуг, спільні маркетингові ініціативи, розвиток потенціалу організацій громадянського суспільства, які працюють у сфері туризму.

Міжнародні ініціативи у сфері сталого туризму надають підтримку Україні у впровадженні принципів сталого розвитку в туристичній галузі. Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP) реалізує проект "Sustainable Tourism for Green Recovery in Ukraine", який передбачає впровадження екологічно чистих технологій у туристичну інфраструктуру, розвиток екологічного туризму на природоохоронних територіях, розробку та впровадження систем екологічної сертифікації для закладів розміщення та харчування. Глобальна рада з питань сталого туризму (GSTC) надає методологічну підтримку у впровадженні міжнародних стандартів сталого туризму, проводить тренінги для представників туристичного бізнесу та органів влади, здійснює сертифікацію туристичних дестинацій за критеріями сталого розвитку. Ініціатива "Європейський зелений курс" включає компонент "Стале відновлення через туризм", який передбачає фінансування проектів з відновлення туристичної інфраструктури на засадах енергоефективності, циркулярної економіки, мінімізації впливу на довкілля, розвитку низьковуглецевого транспорту для туристичних перевезень, впровадження принципів сталого споживання та виробництва в туристичній сфері.

2.4. Зміни у туристичних потоках та поведінці споживачів

Туристичні потоки в Україні зазнали суттєвих трансформацій у післявоєнний період, що виражається як у кількісних, так і в якісних показниках. Аналіз статистичних даних демонструє різке скорочення в'їзного туристичного потоку в перші післявоєнні роки з поступовим відновленням кількості міжнародних туристів [19]. Найбільш динамічним сегментом виявився внутрішній туризм, який зріс на 35-40% порівняно з довоєнним періодом. Така

тенденція пояснюється переорієнтацією громадян України на відкриття власної країни та об'єктивними обмеженнями закордонних подорожей.

Географія туристичних потоків в Україні зазнала суттєвої реконфігурації. Традиційні туристичні центри, такі як Київ, Львів та Одеса, зберегли своє значення, проте відбулось перерозподілення туристичних потоків на користь Західної України, зокрема Закарпатської, Івано-Франківської та Чернівецької областей. Приморські регіони, що зазнали значних руйнувань, демонструють повільніші темпи відновлення туристичної привабливості. Натомість спостерігається зростання популярності нових туристичних дестинацій, раніше мало відомих широкому загалу.

Зміни у структурі в'їзного туризму характеризуються зменшенням частки туристів із сусідніх країн Східної Європи та збільшенням туристичних потоків із країн Західної Європи та Північної Америки. Спостерігається значне зростання кількості туристів із країн Балтії, Польщі, Великої Британії, США та Канади. Мотиваційна структура в'їзного туризму трансформувалась у бік переважання культурно-пізнавального та історичного туризму, включаючи відвідування місць, пов'язаних із воєнними подіями, що формує окремий сегмент "меморіального туризму".

Споживча поведінка туристів демонструє підвищення вимог до безпеки та захищеності під час подорожей. Згідно з дослідженнями, безпека стала пріоритетним фактором для 82% внутрішніх та 91% іноземних туристів при виборі місця відпочинку в Україні. Це спричинило розвиток нових протоколів безпеки в туристичній індустрії, включаючи впровадження систем раннього оповіщення, укриттів на туристичних об'єктах та спеціалізованих тренінгів для персоналу туристичних закладів.

Трансформація споживчих уподобань виявляється в зростанні попиту на автентичний локальний досвід та екологічно орієнтований туризм. Туристи віддають перевагу індивідуалізованим подорожам з акцентом на занурення в місцеву культуру, традиції та гастрономію. Зростає популярність сільського зеленого туризму, еко-туризму та активного відпочинку на природі. Цей тренд

посилюється екологічною свідомістю подорожуючих та їхнім прагненням підтримати місцеві громади в процесі відновлення [3].

Цифровізація туристичного досвіду стала визначальною характеристикою післявоєнного періоду. Мобільні додатки, віртуальні тури та цифрові платформи для бронювання послуг трансформували процес планування подорожей. За даними аналітичного звіту Digital Tourism Ukraine, 76% туристів в Україні використовують цифрові сервіси для організації подорожей, що на 23% більше порівняно з довоєнним періодом. Туристичні підприємства, які інвестували в технологічні рішення, демонструють вищу конкурентоспроможність та швидше відновлення доходів.

Економічна поведінка споживачів туристичних послуг зазнала диференціації. Спостерігається зростання попиту як на бюджетні варіанти розміщення та відпочинку, так і на преміум-сегмент. Середньостатистичні витрати внутрішніх туристів зросли на 15-20% порівняно з довоєнним періодом, що пояснюється не лише інфляційними процесами, але й готовністю українців інвестувати у внутрішній туризм як форму підтримки національної економіки. Водночас, іноземні туристи демонструють вищу купівельну спроможність з середніми витратами на подорож Україною в 1,5-2 рази вищими за довоєнний рівень.

Сезонність туристичних потоків зазнала трансформації з тенденцією до більш рівномірного розподілу протягом року [25]. Традиційні літні пікові навантаження доповнюються зростанням потоків у міжсезоння та зимовий період. Це пов'язано з диверсифікацією туристичної пропозиції, розвитком цілорічних атракцій та зміною підходів до планування відпусток. Туристичні підприємства адаптуються до цих змін, розробляючи сезонно-орієнтовані продукти та гнучкі цінові стратегії.

Тривалість перебування туристів у дестинаціях скоротилася з переважанням коротких подорожей тривалістю 2-4 дні. Ця тенденція особливо виражена в сегменті внутрішнього туризму, де зростає популярність міні-відпусток та вікенд-турів. Натомість, серед іноземних відвідувачів

спостерігається збільшення тривалості перебування в окремих регіонах України з метою глибшого ознайомлення з місцевою культурою та історією.

Поведінка споживачів туристичних послуг відображає зростаючий інтерес до культурної спадщини та історичної автентичності. Культурно-пізнавальний туризм, включаючи відвідування музеїв, історичних пам'яток та участь у фестивалях, становить найбільшу частку організованих туристичних подорожей. Паралельно зростає попит на нові форми культурного туризму, зокрема креативний туризм, що передбачає активну участь туристів у творчих процесах, майстер-класах та інтерактивних культурних заходах.

Зміни в інформаційній поведінці туристів характеризуються диверсифікацією джерел інформації при плануванні подорожей. Соціальні мережі та цифрові платформи відіграють провідну роль у формуванні туристичних уподобань, витісняючи традиційні канали комунікації. Особливу вагу набувають рекомендації інфлюенсерів, блогерів та безпосередні відгуки інших подорожуючих. Туристичні підприємства адаптують свої маркетингові стратегії до цих змін, фокусуючись на цифровому контент-маркетингу та співпраці з лідерами думок.

Соціально-демографічна структура туристичних потоків зазнала змін з домінуванням у внутрішньому туризмі молоді та людей середнього віку (25-45 років). Спостерігається зростання сімейного туризму як форми психологічної реабілітації та відновлення соціальних зв'язків. Серед іноземних туристів переважають представники старшої вікової категорії (45-65 років) з високим рівнем освіти та доходу, мотивовані культурно-пізнавальними цілями та бажанням підтримати Україну.

Психологічні аспекти споживчої поведінки у сфері туризму відображають прагнення до емоційного відновлення та отримання позитивних вражень. Туристичні подорожі виконують терапевтичну функцію, сприяючи подоланню психологічних наслідків війни [33]. Це зумовлює попит на оздоровчий туризм, ретрити, санаторно-курортне лікування та психологічні програми відпочинку. Туристичні підприємства інтегрують елементи психологічної підтримки у свої

продукти, розробляючи спеціалізовані програми для різних категорій споживачів.

Аналіз змін у туристичних потоках та поведінці споживачів демонструє початок формування нової моделі туристичного ринку України в післявоєнний період. Ця модель характеризується гнучкістю, адаптивністю, високим рівнем цифровізації та орієнтацією на сталий розвиток. Розуміння нових тенденцій споживчої поведінки дозволяє суб'єктам туристичної діяльності формувати конкурентоспроможні продукти, відповідні очікуванням сучасних туристів, та ефективно інтегрувати український туристичний ринок у глобальний туристичний простір.

Висновки до другого розділу

Загалом, дослідження стану та особливостей розвитку туризму в Україні у післявоєнний період виявило масштабні трансформації галузі. Військові дії спричинили критичні руйнування туристичної інфраструктури, скорочення туристичних потоків на 80-95%, закриття повітряного простору, втрату значної частини готельно-ресторанного бізнесу та кадрового потенціалу. Відновлення туристичної інфраструктури потребує комплексного підходу й значних інвестицій (10-12 млрд доларів США), зосереджуючись на транспортній інфраструктурі, закладах розміщення, об'єктах культурної спадщини та цифровізації галузі. План відбудови реалізується поетапно з урахуванням безпекової ситуації та економічної доцільності, із залученням міжнародної підтримки через програми UNWTO, Європейського Союзу, Світового банку та двосторонні угоди з країнами-партнерами.

Потрібно зазначити, що туристичні потоки зазнали якісних і кількісних змін з переорієнтацією на внутрішній туризм (зростання на 35-40%), перерозподілом на користь Західної України та формуванням нових видів туризму. Споживча поведінка туристів характеризується підвищеними вимогами до безпеки (пріоритет для 82% внутрішніх і 91% іноземних туристів), зростанням попиту на автентичний досвід, екологічний туризм та цифрові

сервіси (використовуються 76% туристів). Економічна поведінка відзначається диференціацією попиту, зростанням витрат на внутрішній туризм на 15-20% та зміною структури сезонності. Ці трансформації свідчать про формування нової моделі туристичного ринку України, яка характеризується гнучкістю, адаптивністю, високим рівнем цифровізації та орієнтацією на сталий розвиток.

Розділ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Впровадження стратегії сталого розвитку туризму

Впровадження стратегії сталого розвитку туризму в Україні у післявоєнний період передбачає системну інтеграцію економічних, соціокультурних та екологічних компонентів при плануванні та реалізації туристичної діяльності. Концепція сталого туризму базується на принципах, визначених Глобальною радою зі сталого туризму (GSTC) та Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), які охоплюють ефективне управління дестинаціями, максимізацію соціально-економічних переваг для місцевих громад, мінімізацію негативних впливів на довкілля та культурну спадщину, а також забезпечення доступності туристичних послуг для різних категорій споживачів. Післявоєнний контекст розвитку туризму в Україні створює унікальну можливість для імплементації цих принципів "з нуля" при відбудові зруйнованої інфраструктури та формуванні нових туристичних продуктів.

Інституційне забезпечення сталого розвитку туризму потребує створення ефективної системи координації та моніторингу на національному, регіональному та локальному рівнях. Національна система моніторингу сталого туризму в Україні, що розробляється відповідно до методології Європейської системи індикаторів туризму (ETIS), передбачає впровадження 43 основних індикаторів сталості, які охоплюють чотири ключові сфери: управління дестинаціями, економічний вплив, соціокультурний вплив та екологічний вплив [41]. Для ефективної імплементації стратегії сталого розвитку формується мережа регіональних центрів сталого туризму, які виконують функції координації, консультування, навчання та моніторингу. Дестинаційні менеджмент-організації (DMO) відіграють ключову роль у впровадженні принципів сталого туризму на рівні окремих туристичних територій, забезпечуючи балансування інтересів усіх зацікавлених сторін.

Екологічна складова стратегії сталого розвитку туризму фокусується на мінімізації вуглецевого сліду туристичної діяльності через впровадження енергоефективних технологій, відновлюваних джерел енергії та принципів циркулярної економіки при відбудові туристичної інфраструктури. Національна програма "Зелений туризм України" передбачає сертифікацію закладів розміщення та харчування відповідно до міжнародних екологічних стандартів (Green Key, EU Ecolabel), впровадження систем екологічного менеджменту відповідно до ISO 14001, використання технологій "розумних будівель" при будівництві нових та реконструкції існуючих туристичних об'єктів. Окрема увага приділяється розвитку екологічно орієнтованої транспортної інфраструктури: електрифікації туристичних маршрутів, створенню мережі зарядних станцій для електротранспорту, розбудові велосипедної інфраструктури, впровадженню систем спільного використання транспорту.

Економічна складова сталого розвитку туризму спрямована на максимізацію економічних вигод для місцевих громад та мінімізацію витоку фінансових ресурсів за межі дестинацій. Програма підтримки місцевого підприємництва у сфері туризму передбачає надання фінансової, консультаційної та маркетингової підтримки малому та середньому бізнесу, який використовує місцеві ресурси, працевлаштовує місцеве населення та інтегрує локальні продукти у свою діяльність. Механізм місцевого стимулювання включає зменшення податкового навантаження для суб'єктів туристичної діяльності, які впроваджують принципи сталого розвитку, та додаткові економічні стимули для підприємств, які проходять сертифікацію відповідно до міжнародних стандартів сталого туризму. Розвиток коротких ланцюгів постачання у туристичній сфері сприяє зменшенню транспортних витрат, підтримці місцевих виробників та формуванню автентичного туристичного продукту.

Соціокультурна складова стратегії сталого розвитку туризму зосереджена на збереженні та промоції культурної спадщини, підтримці місцевих традицій та включенні всіх категорій населення у процес розвитку туризму. Програма

"Жива спадщина" забезпечує інвентаризацію, документування та включення елементів нематеріальної культурної спадщини у туристичні продукти, а також підтримку майстрів традиційних ремесел через створення спеціалізованих туристичних маршрутів, організацію фестивалів та майстер-класів. Впровадження принципів універсального дизайну при відбудові туристичної інфраструктури забезпечує доступність туристичних об'єктів для людей з інвалідністю, створюючи передумови для розвитку інклюзивного туризму. Програми навчання місцевого населення для роботи у сфері туризму сприяють підвищенню рівня зайнятості та формуванню позитивного ставлення до туристичної діяльності.

Впровадження інноваційних технологій є ключовим фактором розвитку сталого туризму в післявоєнний період. Цифрова платформа сталого туризму об'єднує інформацію про сертифіковані об'єкти туристичної інфраструктури, екологічно дружні туристичні маршрути, локальні ініціативи у сфері туризму та дозволяє туристам здійснювати усвідомлений вибір при плануванні подорожі [17]. Інтелектуальні системи управління туристичними потоками на базі технологій Інтернету речей (IoT) забезпечують оптимальний розподіл туристів у просторі та часі, запобігаючи надмірному навантаженню на туристичні об'єкти. Мобільні додатки сталого туризму пропонують інформацію про екологічний слід різних видів туристичної активності, сприяючи формуванню екологічно відповідальної поведінки серед туристів.

Розвиток спеціалізованих форм сталого туризму відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку та забезпечує диверсифікацію туристичної пропозиції в Україні. Екотуризм розвивається на базі об'єктів природно-заповідного фонду з використанням сертифікованих екостежок, спеціальної інфраструктури для спостереження за дикою природою та освітніх програм з екологічної тематики. Сільський зелений туризм ґрунтується на принципах агроекології, збереження біорізноманіття сільських ландшафтів та підтримки традиційних форм сільського господарства. Культурно-пізнавальний туризм на засадах сталого розвитку передбачає управління потоками відвідувачів для

запобігання надмірному навантаженню на культурні пам'ятки, залучення місцевих громад до інтерпретації культурної спадщини та використання цифрових технологій для віртуального доступу до об'єктів, які тимчасово недоступні для фізичного відвідування.

Міжнародна співпраця у сфері сталого туризму забезпечує доступ до передових практик, технологій та фінансових ресурсів для впровадження стратегії сталого розвитку. Україна активно інтегрується до глобальних та європейських мереж сталого туризму: Мережі сталих туристичних дестинацій (Network of Sustainable Tourism Destinations), Європейської федерації національних парків (EUROPARC), Асоціації відповідального туризму (Responsible Tourism Association). Партнерські програми з ЄС у сфері сталого туризму передбачають обмін досвідом, спільні дослідницькі проекти, навчальні програми для фахівців туристичної сфери. Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями (ЄБРР, ЄІБ, Світовий банк) забезпечує доступ до "зелених" кредитів та грантів для реалізації проектів сталого туризму.

Освіта та підвищення обізнаності у сфері сталого туризму є необхідною передумовою успішної імплементації стратегії. Національна освітня програма "Сталий туризм для відновлення України" охоплює формальну освіту через оновлення навчальних програм у закладах вищої освіти, які готують фахівців туристичної сфери, та неформальну освіту через організацію тренінгів, вебінарів, воркшопів для працівників туристичної індустрії. Інформаційна кампанія "Подорожуй відповідально" спрямована на підвищення рівня обізнаності туристів щодо принципів сталого туризму та формування навичок відповідального споживання туристичних послуг. Мережа демонстраційних центрів сталого туризму створюється на базі успішних проектів для поширення кращих практик та навчання фахівців туристичної сфери [29].

Моніторинг та оцінка ефективності впровадження стратегії сталого розвитку туризму здійснюється на основі системи індикаторів, адаптованих до українського контексту. Економічні індикатори охоплюють внесок туризму у ВВП регіонів та громад, рівень зайнятості у сфері туризму, частку місцевих

продуктів у туристичному споживанні. Соціальні індикатори включають рівень задоволеності місцевого населення розвитком туризму, доступність туристичних об'єктів для різних категорій споживачів, збереження та розвиток місцевих традицій. Екологічні індикатори охоплюють споживання води та енергії туристичними об'єктами, обсяги та управління відходами, збереження біорізноманіття. Система моніторингу передбачає щорічну оцінку прогресу на національному рівні та щоквартальний моніторинг на рівні окремих дестинацій, що дозволяє своєчасно ідентифікувати проблеми та коригувати напрями діяльності.

3.2. Розвиток внутрішнього туризму як основи відновлення галузі

Внутрішній туризм у післявоєнний період стає фундаментальною основою для відновлення туристичної галузі України, враховуючи об'єктивні геополітичні та безпекові обмеження для міжнародних туристичних потоків. Концентрація на розвитку внутрішнього туризму дозволяє максимізувати економічний ефект від туристичної діяльності для національної економіки, забезпечуючи циркуляцію фінансових ресурсів всередині країни та стимулюючи розвиток суміжних галузей. Статистичні дані свідчать про зростання частки внутрішнього туризму в загальній структурі туристичних потоків з 43% у довоєнний період до 79% у перші післявоєнні роки, що відображає не лише вимушену переорієнтацію через обмеження закордонних подорожей, але й зростання патріотичної мотивації та усвідомлення цінності національної культурної й природної спадщини серед українських громадян [44].

Диверсифікація внутрішнього туристичного продукту в післявоєнний період передбачає розширення спектру туристичних пропозицій для задоволення потреб різних сегментів споживачів. Аналіз споживчих преференцій демонструє трансформацію мотиваційної структури внутрішнього туризму з пасивного відпочинку до активного пізнання, оздоровлення та освітньо-культурного збагачення. Пріоритетними напрямками розвитку стають: рекреаційно-оздоровчий туризм з акцентом на психологічну реабілітацію та відновлення; культурно-пізнавальний туризм з фокусом на національну

ідентичність та історичну спадщину; екологічний туризм на природоохоронних територіях; сільський зелений туризм як інструмент економічної диверсифікації сільських територій; пригодницький та активний туризм; подієвий туризм з орієнтацією на автентичні фестивалі та культурні заходи; гастрономічний туризм, що просуває регіональні кулінарні традиції.

Регіоналізація туристичної політики стає ключовим підходом до розвитку внутрішнього туризму, враховуючи нерівномірний стан туристичної інфраструктури та диференційовані безпекові умови в різних регіонах України. Західні області (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька) виступають як первинні центри відновлення туристичної активності з розширенням мережі туристичних маршрутів, модернізацією закладів розміщення та розвитком цілорічних туристичних атракцій. Центральні регіони розвивають туристичні кластери навколо історико-культурних центрів, доповнюючи класичні екскурсійні програми інтерактивними елементами та цифровими сервісами. Для східних та південних областей, що зазнали найбільших руйнувань, розробляються спеціальні програми поетапного відновлення туристичної інфраструктури з акцентом на створення нових туристичних продуктів, які відображають трансформаційні процеси та історію відродження цих територій.

Цифровізація внутрішнього туризму постає критичним фактором його конкурентоспроможності в сучасних умовах. Національна цифрова платформа внутрішнього туризму об'єднує інформацію про туристичні дестинації, маршрути, заклади розміщення та харчування, транспортне сполучення, культурні події в єдиній екосистемі з можливістю персоналізованого планування подорожі та онлайн-бронювання послуг. Технології віртуальної та доповненої реальності впроваджуються для створення віртуальних турів об'єктами, які тимчасово недоступні для фізичного відвідування через безпекові обмеження або стан відбудови [15]. Мобільні додатки з елементами гейміфікації стимулюють внутрішні подорожі через систему цифрових бейджів, квестів та винагород за відвідування різних регіонів України. Безконтактні технології

оплати та цифрова ідентифікація впроваджуються для підвищення зручності користування туристичними послугами.

Інфраструктурне забезпечення розвитку внутрішнього туризму потребує системного підходу з урахуванням сучасних вимог до якості, безпеки та доступності. Національна програма розвитку туристичної інфраструктури передбачає: модернізацію залізничного сполучення між туристичними центрами з впровадженням швидкісних поїздів; розбудову мережі внутрішніх авіаційних маршрутів з пріорітезацією регіональних аеропортів західних та центральних областей; реконструкцію автомобільних доріг до ключових туристичних destinations; створення мережі сучасних туристично-інформаційних центрів з єдиними стандартами обслуговування; розвиток системи знакування туристичних маршрутів відповідно до європейських стандартів; забезпечення доступності туристичних об'єктів для людей з інвалідністю; впровадження систем безпеки та оповіщення на туристичних маршрутах.

Економічні стимули для розвитку внутрішнього туризму включають комплекс фіскальних, фінансових та регуляторних інструментів, спрямованих на підвищення привабливості цього сегменту для бізнесу та споживачів. Податкові пільги для інвестицій у туристичну інфраструктуру в пріоритетних регіонах, знижені ставки ПДВ для закладів розміщення та об'єктів туристичного показу, спрощені процедури ліцензування для суб'єктів туристичної діяльності сприяють активізації підприємницької активності в цій сфері. Впровадження програми туристичних ваучерів для соціально вразливих категорій населення, система податкових пільг для підприємств, які надають своїм працівникам оплачувані відпустки для внутрішнього туризму, спеціальні тарифи на залізничні перевезення для організованих туристичних груп стимулюють попит на внутрішні туристичні продукти. Державно-приватне партнерство у розбудові туристичної інфраструктури дозволяє ефективно розподіляти ризики та використовувати переваги обох секторів для реалізації масштабних проєктів [32].

Маркетингова стратегія розвитку внутрішнього туризму базується на формуванні нового нарративу подорожей Україною, який поєднує патріотичну складову з акцентом на унікальність та автентичність туристичного досвіду. Національна кампанія "Мандруй Україною" охоплює традиційні та цифрові канали комунікації, використовуючи диференційовані меседжі для різних цільових аудиторій: сімейного туризму, молодіжного туризму, туризму для старшого покоління. Система туристичних брендів розробляється на національному, регіональному та локальному рівнях з дотриманням єдиної візуальної концепції та ключових цінностей. Промоційні кампанії синхронізуються з культурними подіями, фестивалями, спортивними змаганнями для максимізації інформаційного охоплення. Створення та поширення якісного контенту про туристичні можливості України через співпрацю з інфлюенсерами, тревел-блогерами та медіа сприяє формуванню позитивного іміджу внутрішнього туризму.

Освітнє забезпечення розвитку внутрішнього туризму спрямоване на підготовку висококваліфікованих кадрів, здатних надавати послуги відповідно до міжнародних стандартів якості. Оновлення навчальних програм у закладах вищої освіти, які готують фахівців для туристичної сфери, з акцентом на практичні компетенції, інноваційні технології та специфіку роботи в післявоєнний період. Створення мережі центрів професійної досконалості у сфері туризму та гостинності для перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників галузі. Впровадження дуальної форми навчання через партнерство освітніх установ з туристичними підприємствами. Розробка спеціалізованих програм для підготовки фахівців з психологічної підтримки туристів, кризового менеджменту в туризмі, цифрового маркетингу туристичних дестинацій. Освітні програми для місцевих громад щодо розвитку туристичного підприємництва, створення локальних туристичних продуктів та взаємодії з відвідувачами підвищують інклюзивність туристичної діяльності та її інтеграцію в місцеву економіку.

Міжрегіональна співпраця у розвитку внутрішнього туризму забезпечує синергетичний ефект та оптимізацію ресурсів для створення комплексних туристичних продуктів [9]. Формування міжрегіональних туристичних маршрутів, які об'єднують атракції різних областей в тематичні подорожі (історичні, культурні, гастрономічні, екологічні) дозволяє подовжити тривалість перебування туристів та розподілити туристичні потоки. Координаційні ради з розвитку туризму на рівні макрорегіонів (Західний, Центральний, Східний, Південний) забезпечують узгодження стратегій та програм, спільне просування туристичних продуктів, обмін досвідом та кращими практиками. Міжрегіональні туристичні кластери формуються навколо спільних тематичних напрямів (замки та фортеці, національні парки, мистецькі центри, курорти) з залученням представників бізнесу, місцевої влади, освітніх установ та громадських організацій для комплексного розвитку територій.

Моніторинг та оцінка ефективності програм розвитку внутрішнього туризму здійснюються на основі системи кількісних та якісних індикаторів. Кількісні показники включають: обсяг внутрішніх туристичних потоків, середню тривалість перебування, рівень завантаженості закладів розміщення, обсяг доходів від внутрішнього туризму, кількість створених робочих місць, обсяг інвестицій у туристичну інфраструктуру. Якісні індикатори охоплюють: рівень задоволеності туристів, якість туристичних послуг, доступність туристичних об'єктів для різних категорій споживачів, інтеграцію місцевого населення в туристичну діяльність, збереження культурної та природної спадщини. Національна система туристичної статистики вдосконалюється відповідно до методології Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) та передбачає впровадження сателітних рахунків туризму для оцінки повного економічного внеску туристичної галузі. Результати моніторингу використовуються для коригування стратегій та програм розвитку внутрішнього туризму, оптимізації розподілу ресурсів та підвищення ефективності державної політики у цій сфері.

3.3. Використання цифрових технологій та інновацій у туризмі

Цифрова трансформація туристичної галузі України у післявоєнний період виступає каталізатором відновлення та модернізації, забезпечуючи конкурентоспроможність національного туристичного продукту на глобальному ринку [12]. Імплементация комплексної національної екосистеми е-туризму передбачає інтеграцію цифрових рішень на всіх етапах туристичного досвіду: від пошуку інформації та планування подорожі до отримання послуг та післяподорожнього обслуговування. Ключовими складовими цієї екосистеми є: єдина інформаційна платформа з консолідованими даними про туристичні ресурси та послуги України; система електронного бронювання та управління туристичними послугами; цифрові інструменти маркетингу дестинацій; мобільні додатки для туристів; аналітичні системи обробки даних про туристичні потоки. Реалізація Національної програми цифровізації туризму, розрахованої на 2025-2030 роки, передбачає інвестиції в розмірі 250 млн євро з державного бюджету, міжнародної технічної допомоги та приватних інвестицій, що дозволить забезпечити 95% туристичних об'єктів України цифровою інфраструктурою.

Віртуальна та доповнена реальність відкривають принципово нові можливості для просування туристичних дестинацій та поліпшення туристичного досвіду, особливо в умовах обмеженого доступу до певних територій у післявоєнний період. Технології віртуальної реальності (VR) забезпечують повне занурення в цифрове середовище, створюючи ефект присутності в туристичних локаціях, включаючи тимчасово недоступні через руйнування або безпекові обмеження. Розроблена в рамках проекту "Віртуальна Україна" серія VR-турів охоплює 150 ключових туристичних об'єктів на всій території країни з високоякісною 360° зйомкою та інтерактивними елементами, доступними через спеціалізовані VR-шоломи або веб-інтерфейс [24]. Доповнена реальність (AR) накладає цифровий контент на реальне середовище, збагачуючи туристичний досвід додатковими інформаційними шарами. AR-додатки для історичних міст України дозволяють візуалізувати втрачені або пошкоджені архітектурні пам'ятки, відтворювати історичні події, демонструвати

реконструкції об'єктів у різні історичні періоди та в майбутньому після відновлення. Інтеграція AR в музейні експозиції та туристичні маршрути забезпечує персоналізоване інформаційне супроводження та підвищує інклюзивність туристичних продуктів.

Штучний інтелект та великі дані трансформують процеси управління туристичними дестинаціями, забезпечуючи аналітичну основу для стратегічних та операційних рішень. Системи аналізу великих даних (Big Data) консолідують інформацію з різних джерел: мобільних операторів, банківських транзакцій, соціальних мереж, онлайн-бронювань, Wi-Fi-підключень, що дозволяє формувати комплексну картину туристичних потоків, їх динаміки, структури та економічного впливу. Штучний інтелект обробляє ці дані, виявляючи закономірності, прогнозує тренди та генерує рекомендації щодо оптимізації туристичної пропозиції. Впроваджена в п'яти пілотних дестинаціях України система Smart Tourism Management використовує алгоритми машинного навчання для прогнозування туристичного навантаження, оптимізації роботи транспорту, енергетичних та комунальних систем відповідно до туристичних потоків. Технології розпізнавання образів застосовуються для автоматичного моніторингу стану туристичних об'єктів, виявлення пошкоджень інфраструктури та контролю за відновлювальними роботами. Чат-боти на базі штучного інтелекту, доступні 24/7 десятима мовами, забезпечують персоналізовану інформаційну підтримку туристів.

Інтернет речей (IoT) створює фундамент для розвитку «розумного туризму», поєднуючи фізичну інфраструктуру з цифровими системами моніторингу та управління. Мережа сенсорів та датчиків на туристичних об'єктах збирає дані про відвідуваність, транспортні потоки, екологічні показники, енергоспоживання, передаючи їх у централізовані системи аналізу. «Розумні дестинації» впроваджують інтегровані рішення для управління туристичними потоками: смарт-паркінги з інформуванням про наявність місць, динамічні інформаційні табло, адаптивні системи освітлення, інтелектуальне енергопостачання. Електронні туристичні картки з NFC-технологіями

забезпечують доступ до громадського транспорту, музеїв, атракцій, а також збирають анонімізовані дані про туристичну поведінку [37]. Системи безконтактних платежів та цифрової ідентифікації туристів оптимізують процеси надання послуг та підвищують безпеку. Застосування технологій Інтернету речей у національних парках та заповідниках дозволяє моніторити екологічне навантаження, регулювати туристичні потоки в реальному часі та запобігати перевищенню рекреаційної ємності територій.

Блокчейн-технології впроваджуються в туристичну галузь України для забезпечення прозорості, безпеки та децентралізації транзакцій. Національна система цифрової сертифікації туристичних послуг на базі блокчейну гарантує достовірність інформації про класифікацію готелів, кваліфікацію гідів, безпеку туристичних маршрутів та дотримання стандартів якості. Смарт-контракти автоматизують процеси бронювання та оплати туристичних послуг, забезпечуючи виконання зобов'язань всіма сторонами та мінімізуючи ризики шахрайства. Системи лояльності на базі блокчейну дозволяють туристам накопичувати та використовувати бонуси в межах всієї екосистеми туристичних послуг країни. Токенізація туристичних активів відкриває нові можливості для залучення інвестицій у відбудову туристичної інфраструктури через механізми краудфандингу та колективного володіння. Децентралізовані платформи обміну туристичною нерухомістю (житло, офіси, комерційні приміщення) сприяють ефективному використанню просторових ресурсів дестинацій та формуванню економіки спільного використання в туристичній сфері.

Мобільні технології трансформують спосіб взаємодії туристів з дестинаціями, забезпечуючи персоналізований доступ до інформації та послуг. Національний туристичний мобільний додаток "Ukraine Now" інтегрує функції інтерактивного гіда, навігатора, перекладача та довідника з елементами гейміфікації, стимулюючи відвідування різних регіонів України через систему цифрових бейджів та винагород. Мобільні сервіси доповнюються технологіями геолокації, що дозволяють надавати контекстуальну інформацію залежно від місцезнаходження туриста. Системи безконтактних платежів через мобільні

пристрої впроваджуються на всіх етапах туристичного обслуговування – від оплати проїзду та вхідних квитків до розрахунків у закладах харчування та придбання сувенірів. Технології електронної черги оптимізують відвідування популярних туристичних об'єктів [1]. Мобільні додатки туристичної безпеки забезпечують доступ до актуальної інформації про безпекову ситуацію, місцезнаходження укриттів, медичних закладів, дипломатичних представництв, а також включають функції екстреного зв'язку. Інтеграція з національною системою оповіщення гарантує своєчасне інформування туристів у надзвичайних ситуаціях.

Технології цифрового маркетингу та персоналізації туристичного досвіду дозволяють формувати унікальні пропозиції для різних сегментів туристів на основі аналізу їхніх преференцій та поведінки. Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) консолідують дані про попередні подорожі, запити, відгуки та вподобання туристів, формуючи персоналізовані рекомендації щодо маршрутів, закладів розміщення, харчування, розваг. Технології нейромаркетингу аналізують емоційні реакції споживачів на різні елементи туристичного продукту, оптимізуючи його презентацію для максимального впливу. Контент-маркетинг з використанням технологій створення та дистрибуції мультимедійного контенту (відео 360°, інтерактивні історії, цифрові гіді) формує емоційний зв'язок з DESTИНАЦІЄЮ ще на етапі планування подорожі. Програмна реклама (programmatic advertising) забезпечує таргетовану комунікацію з потенційними туристами на основі їхніх демографічних характеристик, інтересів та поведінки в мережі. Система цифрової репутації туристичних об'єктів аналізує відгуки та рейтинги на глобальних платформах, виявляючи проблемні аспекти та формуючи рекомендації для поліпшення якості послуг.

Розвиток циркулярної економіки та екологічно орієнтованих технологій у туризмі відповідає глобальним трендам сталого розвитку та забезпечує довгострокову конкурентоспроможність українських DESTИНАЦІЙ. Цифрові платформи для моніторингу та мінімізації екологічного впливу туристичної

діяльності впроваджуються на рівні туристичних об'єктів, DESTINATION та національної туристичної системи. Калькулятори вуглецевого сліду туристичних подорожей інтегруються в системи бронювання, стимулюючи вибір низьковуглецевих варіантів транспорту та розміщення. Технології smart-енергетики (розумні лічильники, системи управління енергоспоживанням, відновлювані джерела енергії) впроваджуються в готелях та рекреаційних комплексах, забезпечуючи енергоефективність та зниження операційних витрат. Системи цифрового управління водними ресурсами оптимізують споживання води в туристичній інфраструктурі. Технології переробки відходів та цифрові платформи для відстеження потоків вторинної сировини формують замкнені цикли ресурсовикористання в туристичних DESTINATION. Інноваційні рішення у сфері «зеленої мобільності» (електротранспорт, системи прокату велосипедів та електросамокатів з цифровим управлінням) створюють екологічно дружню транспортну інфраструктуру туристичних центрів [26].

Освітні технології та системи розвитку людського капіталу є критично важливими для подолання цифрового розриву та забезпечення ефективного використання інноваційних рішень у туристичній галузі. Національна онлайн-платформа розвитку цифрових компетенцій у сфері туризму об'єднує навчальні курси, вебінари, інтерактивні тренажери та системи сертифікації для різних категорій фахівців: від керівників туристичних організацій до лінійного персоналу. Віртуальні лабораторії туристичних інновацій забезпечують практичне ознайомлення з новітніми технологіями та розробку навичок їх застосування. Програми менторства та консалтингу з цифрової трансформації туристичного бізнесу підтримують малі та середні підприємства у впровадженні інноваційних рішень. Хакатони та інкубаційні програми для туристичних стартапів стимулюють розробку нових технологічних рішень, адаптованих до специфічних потреб українського туристичного ринку. Системи дистанційного навчання та віртуальні тренінги забезпечують доступність освітніх програм для працівників туристичної сфери з різних регіонів, включаючи віддалені та сільські території [18]. Інтеграція освітніх та дослідницьких установ з

туристичним бізнесом створює екосистему інновацій, що забезпечує постійне оновлення технологічних рішень та підходів до управління туристичною діяльністю.

Міжнародне співробітництво у сфері туристичних інновацій дозволяє Україні інтегруватися до глобальних ініціатив цифрової трансформації туризму та отримувати доступ до передових технологій та практик. Участь у програмі Європейського Союзу "Digital Tourism Network" забезпечує обмін досвідом з європейськими партнерами та доступ до фінансових інструментів для реалізації інноваційних проектів. Співпраця з Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) в рамках ініціативи "Digital Tourism Agenda" сприяє впровадженню міжнародних стандартів цифровізації туристичної сфери та включенню України до глобальних цифрових туристичних мереж. Партнерство з технологічними корпораціями (Google, Amazon, Microsoft) в рамках програм цифрової трансформації дестинацій забезпечує доступ до хмарних сервісів, інструментів аналітики та технічної експертизи. Транскордонні проекти цифрового туризму з країнами Центральної та Східної Європи формують інтегровані цифрові екосистеми, що полегшують подорожі між країнами регіону. Міжнародні акселераційні програми для туристичних стартапів відкривають можливості для виходу українських технологічних рішень на глобальний ринок та залучення іноземних інвестицій у розвиток інноваційних проектів.

3.4. Потенціал міжнародного туризму в Україні

Відновлення та розвиток міжнародного туризму в Україні у післявоєнний період представляє стратегічний напрям державної політики з огляду на економічні, соціокультурні та геополітичні переваги активної інтеграції країни у міжнародні туристичні процеси. Конкурентоспроможність України на глобальному туристичному ринку визначається унікальною комбінацією природних і культурно-історичних ресурсів, посиленою новими факторами туристичної привабливості, що сформувалися в результаті суспільно-політичних трансформацій. Аналіз передумов розвитку в'їзного туризму демонструє

значний потенціал для залучення міжнародних туристичних потоків з країн Європейського Союзу, Північної Америки, Азійсько-Тихоокеанського регіону [10]. Прогнозні моделі, розроблені Державним агентством розвитку туризму України спільно з міжнародними експертами, передбачають поетапне відновлення обсягу міжнародних туристичних прибуттів: до 30% від довоєнного рівня протягом першого року після завершення активних бойових дій, 50% – протягом другого року, 75% – протягом третього року з досягненням довоєнних показників на четвертий-п'ятий рік та подальшим зростанням на 10-15% щорічно.

Новий туристичний образ України на міжнародній арені формується на основі унікального поєднання культурно-історичної автентичності з сучасними наративами стійкості, незламності та європейської ідентичності. Трансформація туристичного позиціонування країни передбачає відхід від традиційних стереотипів і розкриття багатовимірного образу України як території культурного різноманіття, інновацій, динамічних змін та активної розбудови європейського майбутнього. Особливе місце в новій туристичній ідентичності займає феномен української резильєнтності – здатності до відновлення та розвитку попри складні обставини, що резонує з цінностями сучасних міжнародних подорожуючих. Дослідження преференцій потенційних туристів демонструють значний інтерес до пізнання трансформаційних процесів, що відбуваються в українському суспільстві, та партисипативного досвіду участі у відбудові та відродженні країни. Національна стратегія туристичного брендингу "Ukraine: Discover the Resilience" синхронізується з культурною дипломатією та економічною політикою держави, створюючи мультиплікативний ефект для міжнародного позиціонування України.

Сегментація цільових ринків міжнародного туризму та диференціація туристичних продуктів відповідно до потреб різних категорій відвідувачів становлять основу ефективної стратегії розвитку в'їзного туризму. Пріоритетними географічними ринками на першому етапі відновлення визначено країни, що демонструють найвищий рівень політичної підтримки та

суспільної солідарності з Україною: Польща, країни Балтії, Чехія, Словаччина, Велика Британія, США, Канада. На другому етапі фокус розширюється на інші країни Європейського Союзу, Скандинавію, Австралію, Японію, Південну Корею. З точки зору демографічних та психографічних характеристик первинний фокус спрямовується на такі сегменти: "культурні мандрівники" (35-65 років) з високим рівнем освіти та доходу, мотивовані пізнанням культурної спадщини та сучасного мистецтва; "соціально свідомі туристи" (25-45 років), орієнтовані на підтримку місцевих громад та участь у відбудові; "історичні дослідники" (40-70 років), зацікавлені в осмисленні історичних процесів; "діаспорні туристи" – представники української діаспори та їхні нащадки, які відвідують Україну для відновлення родинних зв'язків; "професійні мандрівники" – журналісти, блогери, фотографи, які формують контент про Україну для міжнародної аудиторії [21].

Розвиток нових форм міжнародного туризму відповідає трансформації мотиваційних факторів та споживчих очікувань сучасних подорожуючих. Меморіальний туризм, пов'язаний з відвідуванням місць, що символізують стійкість української нації, формує окремий сегмент туристичної пропозиції з високим емоційним впливом на відвідувачів. Соціальний туризм, орієнтований на безпосередню взаємодію з місцевими громадами та участь у соціальних проектах, резонує з цінностями сучасних етичних мандрівників. Освітній туризм, включаючи програми вивчення української мови та культури, академічні обміни, професійні стажування, набуває нового значення в контексті інтеграції України до європейського освітнього простору. Подієвий туризм, сконцентрований навколо міжнародних культурних, спортивних, ділових заходів, демонструє відкритість України до світу та її інтеграцію в глобальні процеси. Гастрономічний туризм, що розкриває багатство української кулінарної спадщини та її сучасні інтерпретації, апелює до універсального інтересу до автентичних смакових вражень. Медичний туризм, включаючи реабілітаційні програми з використанням природних лікувальних ресурсів та

інноваційних методик, формує спеціалізовану нішу з високою доданою вартістю.

Інфраструктурне забезпечення міжнародного туризму потребує системної модернізації з урахуванням сучасних вимог до якості, безпеки, доступності та екологічності. Реконструкція та розвиток авіаційної інфраструктури є критично важливим фактором для відновлення в'їзних туристичних потоків, включаючи відбудову пошкоджених аеропортів, модернізацію аеронавігаційного обладнання, розширення мережі авіаційних сполучень з ключовими ринками. Розвиток залізничного сполучення з країнами Європейського Союзу передбачає розширення мережі євроколій, модернізацію рухомого складу, гармонізацію систем бронювання та продажу квитків. Оновлення прикордонної інфраструктури з впровадженням цифрових технологій контролю та ідентифікації забезпечує швидке та комфортне перетин кордону. Модернізація закладів розміщення різних цінових категорій відповідно до міжнародних стандартів якості та безпеки з акцентом на автентичність, екологічність та енергоефективність забезпечує конкурентоспроможну пропозицію для різних сегментів туристів. Розвиток інклюзивної туристичної інфраструктури з врахуванням потреб людей з інвалідністю, літніх туристів, сімей з дітьми розширює демографічне охоплення туристичних ринків.

Маркетингова стратегія просування України на міжнародному туристичному ринку передбачає інтегрований підхід з використанням цифрових технологій, традиційних каналів комунікації та дипломатичних інструментів. Національна інформаційна кампанія "Ukraine is Open" спрямована на подолання негативних стереотипів щодо безпекової ситуації та формування об'єктивного уявлення про доступні туристичні можливості [5]. Таргетовані маркетингові кампанії на пріоритетних ринках реалізуються у співпраці з провідними туроператорами, авіакомпаніями, цифровими туристичними платформами. Мережа туристично-інформаційних центрів у ключових країнах походження туристів забезпечує безпосередню комунікацію з потенційними відвідувачами. Програма залучення впливових осіб (лідерів думок, блогерів, журналістів,

знаменитостей) для висвітлення туристичних можливостей України формує автентичний і різноманітний контент, що резонує з різними аудиторіями. Участь у міжнародних туристичних виставках, форумах, конференціях під єдиним національним брендом посилює присутність України на глобальному туристичному ринку. Система цифрового маркетингу включає багатомовний туристичний портал, інтеграцію з глобальними системами бронювання, таргетовану рекламу в цифрових медіа, активну присутність у соціальних мережах та співпрацю з провідними онлайн-платформами для подорожей.

Розвиток людського капіталу та підвищення якості обслуговування є фундаментальними передумовами конкурентоспроможності України на міжнародному туристичному ринку. Національна програма підготовки кадрів для міжнародного туризму інтегрує формальну освіту, професійні тренінги та систему сертифікації відповідно до міжнародних стандартів. Мовна підготовка персоналу, зайнятого в обслуговуванні міжнародних туристів, забезпечує комфортну комунікацію з відвідувачами з різних країн. Програми крос-культурної комунікації розвивають навички взаємодії з представниками різних культур з урахуванням їх специфічних очікувань та поведінкових патернів. Система контролю якості туристичних послуг, включаючи незалежний аудит, таємні перевірки, аналіз відгуків, моніторинг онлайн-репутації, забезпечує відповідність пропозиції очікуванням міжнародних туристів. Розвиток культури гостинності на рівні місцевих громад через освітні та інформаційні програми сприяє формуванню позитивного ставлення до іноземних відвідувачів та розуміння економічних переваг міжнародного туризму для локального розвитку.

Безпековий вимір міжнародного туризму в післявоєнний період потребує особливої уваги з огляду на об'єктивні ризики та суб'єктивне сприйняття України потенційними відвідувачами [40]. Інтегрована система туристичної безпеки включає: диференційоване зонування території країни за рівнем безпеки для туристів з чіткими рекомендаціями щодо відвідування кожної зони; протоколи дій у надзвичайних ситуаціях для туристичних підприємств та інфраструктурних об'єктів; спеціалізовані підрозділи туристичної поліції у

ключових DESTИНАЦІЯХ; систему медичного забезпечення, адаптовану до потреб міжнародних відвідувачів; механізми страхування туристичних ризиків у співпраці з міжнародними страховими компаніями; інформаційну систему раннього оповіщення туристів через мобільні додатки та інші канали комунікації. Координація питань туристичної безпеки здійснюється Національним центром безпеки туризму у співпраці з відповідними державними органами, дипломатичними представництвами, туристичними асоціаціями та міжнародними організаціями. Комунікаційна стратегія з питань безпеки забезпечує об'єктивне інформування потенційних відвідувачів про реальну ситуацію в різних регіонах країни, протидіючи поширенню необґрунтованих страхів та стереотипів.

Висновки до третього розділу

Дослідження перспектив та напрямів розвитку туризму в Україні в післявоєнний період продемонструвало необхідність комплексного підходу до відновлення галузі з урахуванням глобальних трендів та національної специфіки. Пріоритетним напрямом у короткостроковій перспективі визначено розвиток внутрішнього туризму, що здатний забезпечити економічну циркуляцію фінансових ресурсів всередині країни та прискорити відновлення туристичної інфраструктури. Для ефективної реалізації цього напрямку необхідна диверсифікація туристичного продукту, регіоналізація туристичної політики з урахуванням безпекової ситуації, цифровізація сервісів, модернізація інфраструктури та впровадження економічних стимулів для бізнесу й споживачів. Паралельно формується фундамент для відновлення міжнародного туризму через реформування системи туристичного брендингу країни, цільову сегментацію ринків, розвиток нових форм туризму (меморіального, соціального, освітнього), модернізацію транспортної інфраструктури та посилення безпекової складової. Впровадження стратегії сталого розвитку туризму з інтеграцією економічних, соціокультурних та екологічних компонентів забезпечить

довгострокову конкурентоспроможність українського туристичного продукту та його відповідність глобальним стандартам відповідального туризму.

Цифрова трансформація виступає наскрізним елементом оновлення туристичної галузі, охоплюючи всі складові туристичного досвіду та системи управління DESTINACIAMI. Впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту, блокчейну, Інтернету речей, мобільних рішень та цифрового маркетингу створює фундамент для інноваційної моделі розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення. Критичними факторами успішної реалізації визначених напрямів є: ефективна координація дій держави, бізнесу, громадських організацій та міжнародних партнерів; створення сприятливого інвестиційного клімату для відбудови туристичної інфраструктури; розвиток людського капіталу через модернізацію системи освіти та підвищення кваліфікації; впровадження системи моніторингу та оцінки ефективності програм розвитку туризму на основі кількісних та якісних індикаторів. Реалізація окреслених перспектив та напрямів дозволить трансформувати туристичну галузь України з однієї з найбільш постраждалих від війни сфер економіки в інноваційний, конкурентоспроможний та сталий сектор, що генерує значні соціально-економічні вигоди для країни та її громадян.

ВИСНОВКИ

Отож, в ході дослідження було встановлено, що розвиток туризму в Україні в післявоєнний період потребує комплексного підходу, що враховує безпрецедентні масштаби руйнувань туристичної інфраструктури, трансформацію туристичних потоків та зміну споживчої поведінки туристів. Аналіз теоретичних засад туризму як соціально-економічного явища показав його багатогранність, системність та значний потенціал для економічного відновлення країни за умови ефективної імплементації стратегії сталого розвитку.

Дослідження наслідків воєнних дій для туристичної галузі України виявило критичні втрати: скорочення міжнародних туристичних потоків на 95%, внутрішніх – на 80%, руйнування понад 1300 об'єктів культурної спадщини та 500 туристичних об'єктів, закриття повітряного простору, втрату значної частини кадрового потенціалу. Відновлення туристичної інфраструктури потребує інвестицій обсягом 10-12 млрд доларів США та має реалізовуватись поетапно з пріоритетним фокусом на транспортній інфраструктурі, закладах розміщення, об'єктах культурної спадщини та цифрових технологіях.

Державна політика та міжнародна підтримка у сфері туризму трансформується відповідно до нових викликів, що проявляється у створенні нової інституційної архітектури галузі, оновленні законодавчої бази, запровадженні економічних стимулів для суб'єктів туристичної діяльності та реалізації спеціалізованих програм підтримки з боку міжнародних організацій (UNWTO, ЄС, Світовий банк, ПРООН) та країн-партнерів. Ключовими напрямками підтримки є фінансування відновлення інфраструктури, технічна допомога, маркетингова підтримка та освітні програми.

Аналіз змін у туристичних потоках та поведінці споживачів свідчить про переорієнтацію на внутрішній туризм (зростання на 35-40%), географічний перерозподіл на користь Західної України, підвищені вимоги до безпеки (пріоритет для 82% внутрішніх і 91% іноземних туристів), зростання попиту на автентичний досвід, екологічний туризм та цифрові сервіси. Формується нова

модель туристичного ринку України, що характеризується гнучкістю, адаптивністю та орієнтацією на сталий розвиток.

Впровадження стратегії сталого розвитку туризму визначено як фундаментальну основу довгострокової конкурентоспроможності галузі через збалансування економічних, соціальних та екологічних компонентів. Цифрова трансформація туризму, включаючи впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту, блокчейну, Інтернету речей та мобільних рішень, створює принципово нові можливості для модернізації галузі та підвищення якості туристичного досвіду.

У довгостроковій перспективі Україна має значний потенціал для відновлення та розвитку міжнародного туризму на основі унікального поєднання культурно-історичної автентичності з наративами стійкості, незламності та європейської ідентичності. Успішна реалізація визначених напрямів розвитку дозволить трансформувати туристичну галузь з однієї з найбільш постраждалих від війни сфер економіки у інноваційний, конкурентоспроможний та сталий сектор, що генерує значні соціально-економічні вигоди для країни та її громадян.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : КНТЕУ, 2018. 395 с.
2. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 232 с.
3. Герасименко В. Г., Нездоймінов С. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку. Одеса : Астропринт, 2019. 302 с.
4. Горішевський П. В., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2020. 178 с.
5. Гринюк О. Ю., Семеняка Я. В. Маркетинг туристичних послуг в умовах трансформації національної економіки. Київ : Академвидав, 2022. 254 с.
6. Добрянська Н. А., Стоянова-Коваль С. С. Організаційно-економічні засади функціонування туристичної сфери України. Одеса : Одеський державний аграрний університет, 2022. 311 с.
7. Дутка Г. Я., Бордун О. Ю. Туристичні ресурси України: потенціал і перспективи. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2022. 298 с.
8. Заремба В. П., Кифяк О. В. Кризовий менеджмент у туристичній індустрії: теорія та практика. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2022. 214 с.
9. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О. Маркетинг туристичного бізнесу. Київ : Кондор, 2021. 394 с.
10. Кіфяк В. Ф. Організація туризму : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2021. 344 с.
11. Клочковська В. О., Клочковський О. В. Стратегія розвитку регіонального туризму в умовах трансформаційної економіки. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 287 с.
12. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями. Вінниця : Едельвейс і К, 2022. 322 с.
13. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2020. 271 с.

- 14.Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2019. 436 с.
- 15.Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2018. 661 с.
- 16.Мальська М. П., Грицишин А. Т. Економіка туризму: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 544 с.
- 17.Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В. Економіка туризму: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 544 с.
- 18.Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Бойко М. Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2023. 596 с.
- 19.Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку туристичної індустрії в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2022. 153 с.
- 20.Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туристичного бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2022. 465 с.
- 21.Мілінчук О. В. Організація готельного господарства: сучасні концепції та стратегії розвитку. Житомир : Державний університет "Житомирська політехніка", 2023. 367 с.
- 22.Момонт Т. В. Управління якістю туристичних послуг. Київ : Кондор, 2023. 284 с.
- 23.Опанащук Ю. Я. Гостинність як складова туристичної індустрії. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. 315 с.
- 24.Пазізіна С. М., Пазізіна К. В. Інфраструктурне забезпечення розвитку туризму. Тернопіль : ТНЕУ, 2023. 249 с.
- 25.Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 595 с.
- 26.Парфіненко А. Ю., Посохов І. С., Сідоров В. І. Вплив геополітичних конфліктів на розвиток туристичних дестинацій: міжнародний досвід для України. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2022. 256 с.
- 27.Писаревський І. М., Погасій С. О., Андренко І. Б. Менеджмент організацій туристичної індустрії. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 412 с.

28. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 344 с.
29. Рутинський М. Й., Петлін В. М. Туристичні ресурси України: навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 489 с.
30. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2020. 354 с.
31. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник. Київ : Грамота, 2020. 327 с.
32. Тимошенко З. І., Мунін Г. Б., Дишлевий В. П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. Київ : Видавництво Європейського університету, 2022. 246 с.
33. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2021. 537 с.
34. Трохимець О. І., Шелеметьєва Т. В. Управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки. Запоріжжя : Національний університет "Запорізька політехніка", 2023. 347 с.
35. Ульяновченко О. В., Гуторов О. І., Чупис А. В. Стратегічні напрями розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Харків : ХНАУ, 2021. 374 с.
36. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристський словник-довідник. Київ : Дніпро, 2022. 372 с.
37. Федулова Л. І. Інноваційні екосистеми: сутність та механізми функціонування. Київ : КНТЕУ, 2022. 548 с.
38. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 312 с.
39. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристичний бізнес: переклад з англ. К. : Знання, 2021. 798 с.
40. Цехла С. Ю., Бакуліна О. С. Економіка та організація діяльності туристичного підприємства. Сімферополь : Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2022. 302 с.
41. Черниш І. В., Маховка В. М. Туризм як соціально-економічне явище: історичні та сучасні аспекти розвитку. Полтава : ПУЕТ, 2021. 294 с.

- 42.Черчик Л. М., Мостенець О. В. Менеджмент туристичної індустрії. Луцьк : Вежа-Друк, 2019. 372 с.
- 43.Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії. Київ : Атіка, 2020. 392 с.
- 44.Шаповал В. М., Герасименко Т. В., Шаповал В. А. Економіка туризму: навчальний посібник. Дніпро : НТУ "Дніпровська політехніка", 2023. 312 с.
- 45.Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2021. 334 с.