


Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу


ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.



**Кваліфікаційна бакалаврська
робота**
на тему: «Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в
Україні»


Виконав: студент 4 курсу, групи УТз-41
спеціальності 242 «Туризм»

Акулова К.І.




(прізвище та ініціали)

Керівник: доц. Посохов І.С.



(прізвище та ініціали)

Рецензент: доц. Данько Н.І.



(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)



Покоłodна М.М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень)
перший (бакалаврський)
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
світової політики,
дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А.Ю.

“ _____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)
Акулової К.І.

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи: «Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні»

Керівник роботи к.і.н., доц. Посохов Іван Сергійович
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 07.03.2025 року № 4002-5/1675

2. Строк подання студентом роботи 1.05.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

- Визначити основні поняття, функції та місце екскурсійної діяльності в класифікації туризму
- Виявити специфіку створення екскурсії;
- Вивчити нормативно-правове забезпечення та методичні рекомендації з організації екскурсійної діяльності;
- Розглянути особливості застосування нових технологій в туристичній діяльності в світі;
- Провести аналіз розвитку екскурсійної діяльності в Україні;
- Обґрунтувати напрямки використання зарубіжного досвіду в туристично-екскурсійній діяльності України;
- Надати рекомендації з покращення розвитку туристично-екскурсійної діяльності в Україні.

- Обґрунтувати пріоритетні напрямки розвитку екскурсійної діяльності України

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Науково-методичні основи дослідження екскурсійної діяльності
2	Розділ 2. Аналіз розвитку екскурсійної діяльності в Україні

5. Дата видачі завдання 3.03.2025 р.

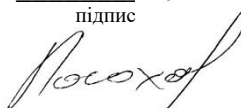
Студент


підпис

Акулова К.І.

ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

Посохов І.С.

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Акулова К.І. Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні.

Робота присвячена глибокому вивченню та аналізу розвитку екскурсійної діяльності в Україні. У роботі висвітлені теоретично-методичні засади організації екскурсій, розкриті актуальні питання та проблеми, що існують на сучасному ринку екскурсійних послуг.

На основі проведеного аналізу, автор роботи формулює перспективи розвитку екскурсійної сфери в Україні. Зокрема, наголошується на необхідності створення стандартів та регуляторних механізмів, які сприятимуть підвищенню якості та безпеки екскурсійних послуг. Пропонуються інноваційні підходи до залучення нових аудиторій та розширення ринкових можливостей, зокрема шляхом використання цифрових технологій та активного маркетингу.

ABSTRACT

Akulova K.I. Prospects for the development of excursion activities in Ukraine.

The paper is devoted to the in-depth study and analysis of the development of excursion activities in Ukraine. The work highlights the theoretical and methodological principles of the organization of excursions, reveals the current issues and problems existing in the modern market of excursion services.

Based on the analysis, the author formulates prospects for the development of the excursion sector in Ukraine. In particular, it is emphasized the need to create standards and regulatory mechanisms that will contribute to improving the quality and safety of excursion services. Innovative approaches to attracting new audiences and expanding market opportunities are offered, in particular through the use of digital technologies and active marketing.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Науково-методичні основи дослідження екскурсійної діяльності	
1.1 Екскурсія як об'єкт дослідження.....	6
1.2 Класифікація екскурсій.....	9
1.3 Закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності.....	15
1.4 Нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні....	23
Розділ 2. Аналіз розвитку екскурсійної діяльності в Україні	
2.1 Аналіз ресурсного забезпечення екскурсійної діяльності.....	27
2.2 Аналіз розвитку екскурсійної діяльності.....	35
2.3 Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності.....	56
Висновки.....	72
Список використаних джерел.....	74

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючим значенням культурно-пізнавального туризму як важливої складової туристичної галузі. Екскурсійна діяльність сприяє популяризації історико-культурної спадщини, формуванню національної ідентичності та створенню привабливого іміджу України на міжнародному рівні. У сучасних умовах підвищеного інтересу до локальних маршрутів, екотуризму та автентичних вражень, екскурсії стають інструментом просвітництва та чинником економічного розвитку регіонів.

Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну зросла потреба у внутрішньому туризмі, що активізувало розвиток нових екскурсійних маршрутів, зокрема патріотичного, військово-історичного, духовного спрямування. Екскурсійна діяльність у цьому контексті виконує й соціально-психологічну функцію, допомагаючи українцям зберігати культурну єдність, долати стрес та усвідомлювати цінність національної спадщини. Оновлення та адаптація екскурсійних програм до сучасних викликів є нагальним завданням для учасників туристичного ринку.

З огляду на євроінтеграційний курс України, також постає потреба у гармонізації екскурсійної діяльності із сучасними міжнародними стандартами якості обслуговування, інтерпретації культурної спадщини та професійної підготовки екскурсоводів. Технічна модернізація (аудіогіди, AR/VR-технології), діджиталізація продажу екскурсій та розвиток інноваційних форматів (інтерактивні, театралізовані, тематичні тури) відкривають нові можливості для залучення туристів різного віку та інтересів. Таким чином, дослідження перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Україні є своєчасним і суспільно значущим. Воно дозволяє виявити наявні проблеми, оцінити сучасні тенденції та сформулювати практичні рекомендації для сталого розвитку екскурсійної сфери в умовах змін і викликів сьогодення.

Ступінь вивчення проблеми. Проблематика розвитку екскурсійної діяльності в Україні вже знайшла певне відображення в наукових працях вітчизняних дослідників, хоча залишається недостатньо комплексно опрацьованою. Зокрема, Галасюк А.В. аналізує організаційно-правові засади екскурсійної діяльності, наголошуючи на необхідності її адаптації до сучасних умов туристичного ринку. Покоłodна М.М. акцентує увагу на культурно-освітній функції екскурсій та їх ролі у формуванні національної самосвідомості. У працях Король О.Д. розглядаються інноваційні підходи до розробки екскурсійних продуктів, а Слатвінська Л.А. вивчає методичні аспекти підготовки фахівців у сфері екскурсійного обслуговування.

Водночас більшість досліджень мають фрагментарний характер і не охоплюють повною мірою перспективні напрями розвитку галузі в умовах сучасних викликів, зокрема цифровізації, зміни туристичних потреб та післявоєнної відбудови. Це створює підґрунтя для подальших наукових розвідок, спрямованих на поглиблене вивчення перспектив екскурсійної діяльності як важливого елементу туристичної індустрії України.

Метою роботи є вивчення актуального стану екскурсійної діяльності в Україні та визначення перспектив її подальшого розвитку..

Завдання роботи:

- розкрити теоретичні засади та методичні підходи до організації екскурсійної діяльності;
- охарактеризувати ресурсний потенціал України як основу для розвитку екскурсійної справи;
- проаналізувати сучасний стан українського ринку екскурсійних послуг;
- виявити основні проблеми, що стримують розвиток екскурсійної діяльності в Україні;
- дати оцінку можливим напрямам і перспективам подальшого розвитку екскурсійної сфери.

Об'єктом дипломної роботи є екскурсійна діяльність.

Предметом роботи є визначення перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Україні.

У процесі дослідження було застосовано комплекс методів, що забезпечують всебічне вивчення об'єкта. Системний підхід дозволив розглядати екскурсійну діяльність як цілісну структуру з взаємопов'язаними елементами. Порівняльний метод дав змогу зіставити український ринок екскурсій із зарубіжними практиками для виявлення його особливостей. Статистичні та графічні методи допомогли візуалізувати результати та забезпечити обґрунтованість висновків. Поєднання цих підходів сприяло глибшому аналізу й формуванню обґрунтованих рекомендацій щодо подальшого розвитку галузі.

Інформаційною основою дослідження слугував широкий спектр джерел, що охоплює як наукову, так і практичну інформацію. До таких джерел належать наукові статті, в яких розкриваються теоретичні підходи та результати актуальних досліджень у сфері туризму й екскурсійної діяльності; монографії, що містять глибокий аналіз окремих аспектів теми. Важливе місце посіли й публіцистичні матеріали, що відображають сучасні тенденції та суспільну думку щодо розвитку галузі. Доповненням до традиційних джерел виступили інтернет-ресурси – офіційні сайти туристичних організацій, аналітичні платформи, статистичні бази та новинні портали, які забезпечили актуальність і різноплановість зібраної інформації.

Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків; містить 59 сторінок тексту, 25 малюнків, 13 таблиць, список джерел містить 75 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Екскурсія як об'єкт дослідження

Термін «excursio» походить від латинської мови, де спочатку він означав подорож або від'їзд, призначений для дослідження визначних місць — історичних, культурних, природних або промислових. Екскурсія розглядається не просто як форма діяльності, а й як спосіб отримання знань, який може відбуватися як груповим, так і індивідуальним. Для класифікації екскурсій використовуються різні критерії, такі як місце проведення, тематика та цільова аудиторія. Проте включення до цих визначень терміна «визначний» дещо обмежує тлумачення екскурсій, оскільки організувати пізнавальні поїздки можна навіть у місцях, де немає офіційно визнаних пам'яток [17, с.16]. Успіх екскурсії не завжди залежить від наявності «значущих» об'єктів; скоріше важливо, щоб він викликав інтерес і надавав цінну інформацію. Відповідно до англomовної Вікіпедії, екскурсія характеризується як мандрівка, що здійснюється з метою відпочинку, освіти чи навіть оздоровлення, що є частиною більш широкого туристичного досвіду [16, с.60].

Цікаво, що в англomовному середовищі термін «*excursion*» часто не має такого чіткого освітнього або пізнавального навантаження, як в українській практиці. Часто він означає просто коротку прогулянку або нетривалий виїзд. Натомість більш точним відповідником українського поняття «екскурсія» є термін «*guided tour*», що підкреслює наявність екскурсовода та чітко визначеної освітньо-пізнавальної мети [28]. Варто зазначити, що в законодавстві України визначення терміну «екскурсія» відсутнє. Водночас, відповідно до Закону України «Про туризм» від 1995 року, подорож, що триває не більше ніж 24 години та здійснюється з метою ознайомлення з

пам'ятками культури, історії, природи або музеями у супроводі фахівця, визначається як екскурсійна діяльність [1].

Згідно з даними Сучасного енциклопедичного словника з туризму, створеного з урахуванням міжнародних стандартів, екскурсія – це туристична послуга, яка задовольняє естетичні, духовні, пізнавальні потреби людей. Вона передбачає дослідження середовища: як природних об'єктів, так і технологічних досягнень, наукових явищ, елементів побуту, архітектурної спадщини та історичних місць конкретного регіону чи населеного пункту. Такий підхід розширює межі сприйняття екскурсійної діяльності, перетворюючи її на динамічний засіб комунікації між культурою, наукою та суспільством. Однак варто зазначити, що на сьогодні як Закон «Про туризм» у частині регулювання екскурсій, так і енциклопедичні стандарти втратили свою актуальність, а їх повноцінної нормативної заміни поки що не існує. Це створює прогалини у правовому та методичному забезпеченні сфери екскурсійної діяльності.



Рис. 1.1. Основні вимоги до екскурсійних послуг [47]

Екскурсія виконує низку важливих функцій, серед яких провідне місце займає інформаційна. Вона сприяє розширенню світогляду учасників,

формує пізнавальний інтерес до навколишнього середовища, історії, культури та суспільних процесів. Крім того, екскурсія організовує змістовне культурне дозвілля, забезпечує умови для спілкування, взаємодії та активного відпочинку. Вона є одночасно формою освіти та відпочинку, яка має вплив не лише на інтелектуальний, а й на емоційно-психологічний стан людини. До якісного проведення екскурсії висувається низка вимог, зокрема: повнота та достовірність інформаційного змісту, логічна послідовність викладу матеріалу, висока культурно-пізнавальна цінність, а також здатність задовольняти естетичні, моральні та психологічні потреби екскурсантів [51].

Підсумовуючи аналіз існуючих визначень поняття «екскурсія», можна дійти висновку, що її зміст, функції та завдання поступово змінювались, відображаючи загальні тенденції розвитку суспільства. Сьогодні екскурсія вже не сприймається як проста форма ознайомлення з об'єктами – вона перетворилася на цілісний метод організації дозвілля, який поєднує пізнання, емоційне занурення та соціальну взаємодію. Таким чином, екскурсія набула статусу універсального засобу освіти та культурного розвитку, здатного адаптуватися до сучасних умов і потреб [47, с.33].

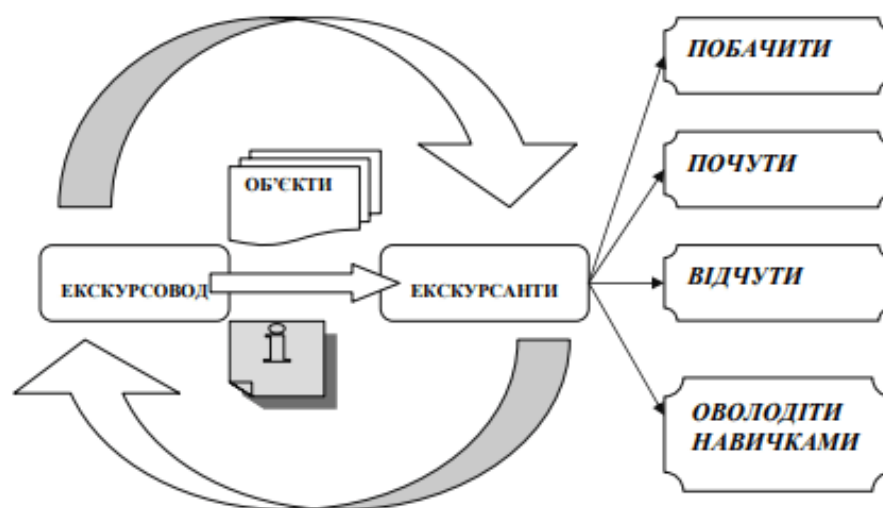


Рис. 1.2. Загальна схема екскурсійного процесу[38]

Під час проведення екскурсійного заходу екскурсовод виконує кілька ключових функцій, що забезпечують ефективність і змістовність сприйняття інформації екскурсантами. По-перше, він представляє туристам об'єкти, які

відповідають заздалегідь визначеній тематиці екскурсії. Це передбачає організовану подачу матеріалу згідно з маршрутом і сценарієм. По-друге, екскурсовод надає змістовну інформацію – історичні факти, культурні відомості, аналітичні зауваження про об'єкти, які розглядаються. Третє завдання полягає в тому, щоб залучити слухачів емоційно: викликати інтерес, захоплення, здивування чи навіть почуття гордості – залежно від змісту екскурсії. Екскурсовод вміло акцентує увагу на значущості подій або пам'яток, про які йдеться. Нарешті, четвертим завданням є розвиток у екскурсантів умінь самостійного аналізу побаченого, формування навичок спостереження та критичного мислення щодо культурно-історичних об'єктів [38].

Узагальнюючи різноманітні підходи до тлумачення сутності екскурсії, можна виокремити узагальнене визначення, яке фіксує її основні риси. Екскурсія – це комплексна туристична послуга, яка триває не більше 24 годин і має на меті ознайомлення туристів з екскурсійними об'єктами та відвідання цікавих місць для отримання нових знань і вражень. Вона являє собою процес пізнання навколишнього світу через поєднання різних типів сприйняття – зорового, слухового та інших. Неодмінною складовою є супровід фахівця – екскурсовода, а сама екскурсія проходить за затвердженим маршрутом і не передбачає розміщення туристів. Таким чином, екскурсія одночасно виступає способом змістовного проведення дозвілля й ефективним методом пізнання дійсності.

1.2. Класифікація екскурсій

Для того щоб ефективно організувати екскурсійний захід, необхідно чітко визначити його тему, змістове наповнення, спосіб проведення, а також розробити відповідний маршрут. У цьому контексті важливою передумовою є класифікація екскурсій, яка дозволяє систематизувати різноманіття форм і напрямів екскурсійної діяльності. Саме завдяки класифікації можна обрати

найбільш доцільний формат проведення екскурсії з урахуванням її мети, цільової аудиторії, регіональних особливостей та інших чинників.

Слід зазначити, що екскурсії можуть бути організовані фактично в будь-якому місті чи населеному пункті, незалежно від його туристичної популярності. Успішна екскурсія не завжди потребує наявності «знакових» пам'яток – важливим є зміст і подача матеріалу. Завдяки гнучкості екскурсійних форм, їх можна адаптувати до різних категорій туристів, задовольняючи їхні естетичні, духовні та пізнавальні потреби. Таким чином, екскурсія стає універсальним інструментом культурного та інтелектуального розвитку особистості [17].

Таблиця 1.1.

Класифікація екскурсій за ознаками

Тип екскурсії	Ознаки екскурсії
За складом учасників	<ul style="list-style-type: none"> - Індивідуальні - Групові - Для місцевого населення - Для приїжджих туристів - Для учнів та студентів - Для дорослих - Для фахових груп
За тривалістю	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Коротко-термінові</u> - Тривалі
За засобом пересування	<ul style="list-style-type: none"> - Пішохідні - Транспортні
За змістом	<ul style="list-style-type: none"> - Оглядові - Тематичні
За місцем проведення	<ul style="list-style-type: none"> - Міські - Заміські - Музейні - Виробничі - Комплексні

Джерело: [29]

Екскурсії також класифікуються за методичними прийомами та формами проведення, які відіграють ключову роль у процесі донесення інформації до учасників. Саме завдяки цим прийомам екскурсовод має змогу детально і цікаво представити матеріал, утримати увагу слухачів і викликати інтерес до експонатів чи об'єктів огляду. Вибір форми проведення

безпосередньо визначає методику організації екскурсії, її структуру і характер сприйняття інформації аудиторією.

Класифікацію екскурсій за тематикою проілюструємо у таблиці.

Таблиця 1.2.

Класифікація екскурсій за тематикою

Історичні	<ul style="list-style-type: none"> - Краєзнавчі (наприклад, історія виникнення м. Львів) - Археологічні (екскурсія в археологічному музеї) - Етнографічні (екскурсія про культуру, побут, звичаї і традиції в музеї національної архітектури та побуту) - Військово-історичні (наприклад, екскурсія «Київ в роки Другої світової війни) - Біографічні (наприклад, «Чугуїв – батьківщина І.Й. Репіна»)
Виробничі	<ul style="list-style-type: none"> - Виробничо-історичні (історія заснування підприємства та його розвиток) - Виробничо-економічні (екскурсія по офісним приміщенням підприємства) - Виробничо-технічні (показ технологічного процесу) - Професійно орієнтовані (екскурсія для підвищення кваліфікації або з метою профорієнтації)
Літературні	<ul style="list-style-type: none"> - Літературно-біографічні (екскурсія по пам'ятних місцях, які пов'язані з творчістю та життям письменників) - Історико-літературні (екскурсія про історію розвитку літератури певного міста)
Мистецтвознавчі	<ul style="list-style-type: none"> - Історико-театральні («Історія Одеського оперного театру») - Історико-музикальні (екскурсія до концертної установи з метою ознайомлення з її історією та досягненнями) - По народним художнім промислам (наприклад, «Опішне – центр українського гончарства»)
Архітектурно-містобудівні	<ul style="list-style-type: none"> - Будівлі обраного міста («Архітектура міста Львів») - Пам'ятники архітектури - Творчість одного архітектора (наприклад, «Творчий геній О.М. Бекетов в Харкові») - Планування і забудова міста (наприклад, «Архітектура історичного центру міста»)
Природознавчі	<ul style="list-style-type: none"> - Ландшафтні (екскурсія в заповідник, національний природний парк, природний комплекс, тощо) - Геологічні (екскурсія до печер, скель, каньйонів та ін.) - Зоологічні (екскурсія до зоологічного музею або зоопарку) - Ботанічні (екскурсія в ботанічний сад) - Гідрологічні (огляд водоспадів, озер, річок, тощо) - Екскурсії по екологічним тропам(наприклад, «Екологічна стежка «Крейдяна»», екскурсія по розробленому маршруту)
Релігійні	<ul style="list-style-type: none"> - Пізнавальні (ознайомлення з релігійними пам'ятками, об'єктами, історією та культурою релігії) - Паломницькі (наприклад, «Православні святині Волині»)

Джерело: [29,33,47].

Розглянемо основні форми проведення екскурсій. До них належать звичайні, навчальні, екскурсії-масовки, екскурсії-прогулянки, екскурсії-концерти, екскурсії-консультації та рекламні екскурсії. Звичайна екскурсія є традиційним способом організації вільного часу, що поєднується з оволодінням новими знаннями та досвідом.

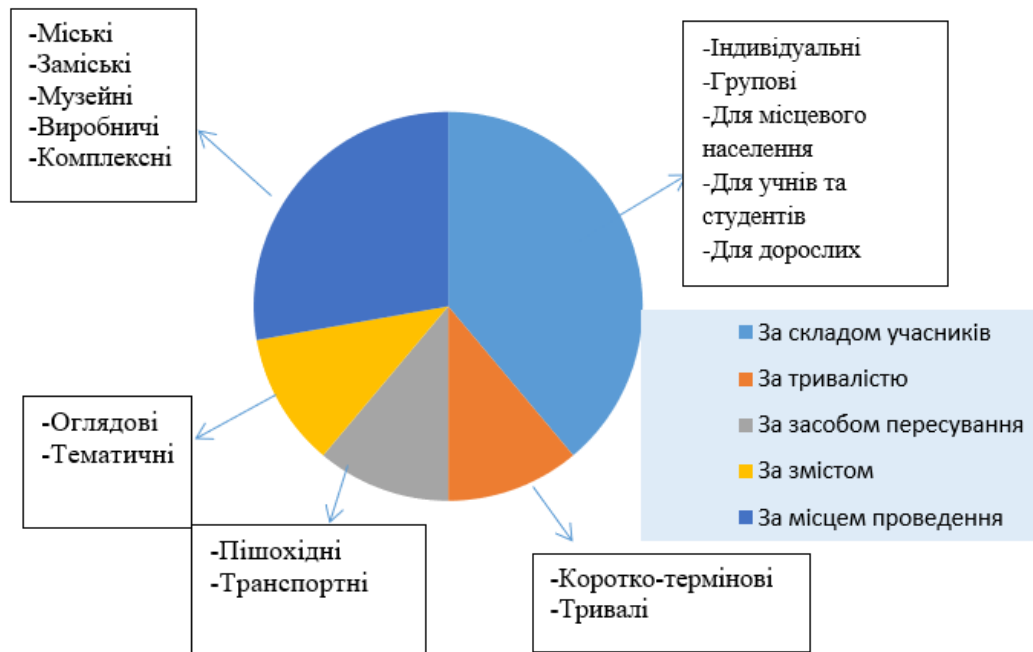


Рис. 1.3. Класифікація екскурсій за ознаками [35; 60]

Навчальна екскурсія має на меті освітню роботу, збагачення учасників новою інформацією, спостереження за об'єктами, відвідування пам'яток, музеїв та інших пізнавальних локацій [17]. Екскурсія-масовка, як правило, охоплює велику кількість людей, часто організовується на кількох автобусах і супроводжується культурно-масовими заходами, що надає їй святкової та урочистої атмосфери.

Екскурсія-прогулянка зазвичай проходить на свіжому повітрі – у парках, лісах, біля моря чи інших природних локаціях – і поєднує огляд місцевості з можливістю відпочинку. Екскурсія-концерт присвячена тематиці музики, передбачає прослуховування музичних творів під час руху або безпосередньо в музеях і концертних залах. Екскурсія-консультація має спеціалізований характер і спрямована на підвищення кваліфікації учасників, надаючи їм наочні відповіді на професійні запитання. Рекламна екскурсія

орієнтована на залучення потенційних клієнтів або ділових партнерів і зазвичай проводиться безпосередньо на підприємствах або в офісах фірм, демонструючи їх продукцію чи послуги [52].

Розглянемо детальніше методичні прийоми, які використовуються під час проведення екскурсій. Від того, наскільки майстерно і правильно екскурсовод застосовує ці прийоми, значною мірою залежить успішність самої екскурсії. Вони створені для того, щоб інформація подавалася зрозуміло, легко сприймалася та добре запам'ятовувалась учасниками. Ці методичні інструменти допомагають зробити процес пізнання більш інтерактивним і насиченим.



Рис. 1.4. Класифікація екскурсій за тематикою [35; 60]

Прийоми проведення екскурсії умовно поділяють на три основні групи: прийоми показу, прийоми розповіді та особливі прийоми.

Приєм показу спрямований на те, щоб безпосередньо ознайомити екскурсантів з об'єктом, звернути їхню увагу на його сутність, а також надати можливість самостійно проаналізувати побачене у поєднанні з поясненнями екскурсовода. Основні завдання цього прийому – це

ознайомлення з екскурсійним об'єктом, показ історичних подій, навіть тих, об'єкти яких вже не збереглися, але залишилися у фотографіях або відеозаписах. Якщо екскурсія проходить на свіжому повітрі, наприклад у видатному історичному місці, показ може включати реконструкцію дій історичних постатей або уявлення, як виглядала пам'ятка у минулому. Таким чином, прийом показу активізує уяву та сприяє кращому зануренню в історичний контекст.

Прийом розповіді використовується для передачі фактів, прикладів і додаткової інформації, що доповнює візуальний матеріал. Завдання екскурсовода в цьому випадку – розкрити глибше сутність об'єкту, коментуючи його і пояснюючи деталі, які не завжди можна побачити безпосередньо. Наприклад, екскурсовод може «умовно реконструювати» події або образи, спираючись на історичні факти, що допомагає слухачам краще зрозуміти значення і контекст об'єкта. Також розповідь характеризує об'єкт, висвітлює події, які там відбувались, допомагає учасникам сформулювати власну оцінку. Важливо, щоб розповідь була зрозумілою, логічною, відповідала темі і меті екскурсії, а також була виражена чіткою, грамотною мовою з ретельним підбором слів і виразів [52].

Особливі методичні прийоми допомагають зробити екскурсію більш ефективною і сприяють глибшому засвоєнню інформації. Серед них виділяють прийом дослідження, коли учасникам пропонується самостійно провести певний експеримент чи спостереження. Наприклад, можна показати, як за допомогою скла і сонячного світла розпалити вогонь. Такий практичний підхід значно підвищує інтерес і дозволяє краще засвоїти тему. Також широко використовуються технічні засоби – відео- та аудіоапаратура, мультимедійні презентації, які допомагають розширити спектр вражень, роблячи екскурсію більш насиченою та інформативною [52].

Загалом, правильне поєднання цих методичних прийомів забезпечує високий рівень якості екскурсії і робить її не лише пізнавальною, а й цікавою для різних категорій екскурсантів.

Надзвичайно важливим аспектом у практичній діяльності екскурсійних організацій є правильна та продумана класифікація екскурсій. Саме завдяки цьому екскурсоводи можуть чітко зорієнтуватися у процесі підготовки та проведення якісних і змістовних екскурсій, що суттєво підвищує їхню виховну та пізнавальну ефективність. Класифікація екскурсій передбачає розподіл за різними критеріями: за змістом, за способом проведення та за показниками успішності реалізації екскурсійної програми. Визначення чітких груп і видів екскурсій має першорядне значення для організації роботи екскурсовода, оскільки дозволяє більш точно врахувати інтереси та потреби клієнтів.

Екскурсії можуть мати різноманітні цілі і завдання. Серед них – знайомство з природними особливостями певного регіону, відкриття нових технологічних досягнень і наукових фактів, ознайомлення з елементами повсякденного життя, а також з культурними і історичними пам'ятками вибраного міста чи області. Крім того, екскурсії часто організовують за тематичними маршрутами, що дає можливість глибше ознайомитися з визначними об'єктами та особливостями місцевості [17].

Важливо, що при розробці екскурсій враховуються не лише пізнавальні, а й естетичні та духовні потреби туристів. Такий комплексний підхід сприяє тому, що кожна екскурсія стає не просто подією для огляду, а повноцінним досвідом, який задовольняє інформаційні, емоційні та культурні очікування учасників.

1.3. Закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності

Екскурсійний туризм є одним із провідних видів туристичної діяльності в більшості країн Європи, що зумовлено великою кількістю історико-культурних пам'яток, які щорічно приваблюють мільйони відвідувачів з усього світу. Популярність цього виду туризму пояснюється не лише наявністю багатогранних маршрутів, але й тим, що вони часто не

вимагають значних фінансових витрат, адже головним фактором успіху є цікавість і унікальність маршруту. Різноманітність маршрутів, що охоплюють різні періоди історії, культурні традиції та природні ландшафти, є однією з основних переваг європейського туристичного ринку.

Дослідження розвитку екскурсійної діяльності у різних країнах виявили значні відмінності в підходах до організації та управління цим видом туризму. Особливу увагу приділено досвіду провідних європейських держав, серед яких Польща, Франція, Італія, Чехія та Іспанія, кожна з яких має свої унікальні методи залучення туристів і підтримки екскурсійної інфраструктури.

Особливо цікавою для України є Польща, яка за своїм туристичним потенціалом і структурою екскурсійного туризму є найближчим сусідом і прикладом для наслідування. Польща володіє багатими туристичними ресурсами різних типів – від історичних міст з їх середньовічною архітектурою до мальовничих природних парків. Однією з головних особливостей польського екскурсійного туризму є так званий «Королівський шлях» – лінія, що поєднує колишні королівські резиденції та численні пам'ятники культури, які розташовані у стратегічно важливих історичних центрах країни.

Польський уряд активно підтримує розвиток туристичної сфери через впровадження різних програм і акцій. Зокрема, Міністерство спорту і туризму Польщі у 2016 році започаткувало сезонну кампанію під назвою «дивіться більше – вихідні за півціни», яка швидко здобула популярність не тільки серед місцевих туристів, але й іноземних гостей. Ця ініціатива покликана представити туристам багатство і різноманітність Польщі, мотивуючи їх подорожувати й у міжсезонні періоди. Програма передбачає суттєві знижки на послуги готелів, музеїв, театрів і ресторанів, що сприяє розширенню туристичного потоку протягом усього року.

Архітектурний вигляд Польщі відзначається своєю еkleктикою – гармонійним поєднанням старовинних будівель із сучасними спорудами, що

постійно трансформується відповідно до культурних та технологічних змін. Це створює унікальне туристичне середовище, яке приваблює поціновувачів історії та любителів сучасного мистецтва і урбаністики [56].



Рис.1.5. Маркетингова кампанія Польщі: «Побач більше – вихідні за півціни» [56].

У контексті вивчення міжнародного досвіду у формуванні та розвитку екскурсійної діяльності слід особливо відзначити Францію – одну з провідних країн світу у сфері організації туризму з урахуванням соціальних потреб різних категорій населення. Французька держава надає значну підтримку соціальному туризму, що передбачає створення умов для відпочинку та подорожей для всіх верств населення, зокрема для людей з обмеженими фізичними можливостями. Однією з ключових ініціатив у цій сфері стала національна програма «Туризм для інвалідів», яка не лише забезпечує спеціалізовані послуги, а й сприяє розширенню туристичного ринку, роблячи його більш доступним і різноманітним [35].

Варто відзначити, що у Франції одним із найпопулярніших туристичних продуктів є сімейний відпочинок, який відповідає національному стандарту якості, що затверджено державою. Цей стандарт включає не лише комфорт і безпеку, а й адаптацію туристичних послуг під потреби всієї родини, включно з дітьми, людьми з особливими потребами.

Особливо важливою в цій системі є ініціатива «Tourisme&Handicap» – спеціальний логотип, який можна побачити на входах до туристичних

об'єктів, установ, у рекламних матеріалах, а також на обладнанні та документації, що пов'язана з туризмом. Наявність цього знака свідчить про те, що заклад або послуга відповідає суворим критеріям доступності для різних категорій інвалідів – з порушеннями рухової активності, зору, слуху або психічного здоров'я. Це гарантує, що люди з особливими потребами отримають не лише фізичний доступ до об'єктів, а й зможуть користуватися інформацією та сервісами, що забезпечують їм максимально можливу самостійність і комфорт під час екскурсій та подорожей [58]. Завдяки таким комплексним підходам Франція залишається одним із лідерів у світі за рівнем інклюзивності туристичних послуг, демонструючи приклад гармонійного поєднання соціальної відповідальності та розвитку туристичної індустрії.



Рис.1.6. Рекламний слоган Франції: «Tourisme & Handicap» [58].

Італія входить до числа провідних туристичних держав світу, займаючи місце у топ-десятці найпопулярніших туристичних напрямків. Екскурсійна діяльність у цій країні є однією з ключових галузей, що значною мірою впливає на формування бюджету та сприяє стабільному розвитку національної економіки. Туризм, зокрема екскурсійний, приносить Італії значні доходи, створюючи робочі місця, підтримуючи малий та середній бізнес і стимулюючи інвестиції у культурну та інфраструктурну сферу.

Уряд Італії у 2013 році ініціював масштабну рекламну кампанію під назвою «Знову відкриваючи Італію» («Riscoprire l'Italia»). Ця кампанія спрямована на те, щоб залучити туристів не лише традиційними пам'ятками,

а й менш відомими регіонами та куточками країни, пропонуючи глибоке та емоційне занурення у культуру, мистецтво, гастрономію і повсякденне життя італійців. Рекламні матеріали, що включають відеоролики, яскраві фото та інтерактивний контент, дають можливість потенційним відвідувачам заздалегідь відчути атмосферу регіонів – від сонячної Тоскани до гірських Альп, від історичних міст Венеції та Риму до мальовничих узбережжях Амальфі.

Особливу увагу в кампанії приділено акценту на унікальність і багатогранність італійської історії, мистецтва та культури, яка простягається через століття – від доби Ренесансу до сучасних культурних подій. Такий підхід дозволяє туристам відкривати для себе нові грані Італії, не обмежуючись лише відомими пам'ятками, а занурюючись у справжню італійську атмосферу, що робить подорожі по країні більш змістовними та незабутніми [69]. Завдяки цим зусиллям Італія зміцнює свої позиції як одна з найпривабливіших туристичних дестинацій у світі, а також підтримує сталий розвиток екскурсійної індустрії, що є вагомим внеском у зростання національного ВВП.

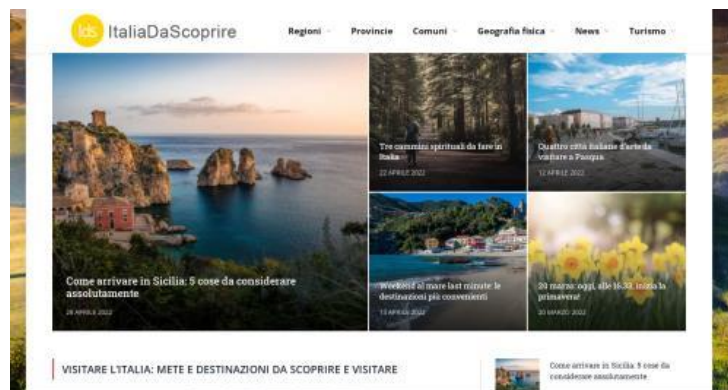


Рис.1.7. Рекламний слоган Італії: «Italia-Da-Discover» [69]

Розвиток екскурсійної діяльності в Чехії здійснюється під керівництвом спеціалізованої державної установи – Національного туристичного управління CzechTourism, яке підпорядковується Міністерству регіонального розвитку. Головним завданням цього органу є просування Чеської Республіки як привабливого туристичного напрямку не лише на

міжнародній арені, а й на внутрішньому ринку. CzechTourism активно займається рекламою туристичних можливостей країни, підтримкою розвитку інфраструктури, а також організацією заходів, що сприяють популяризації культури, історії та природних багатств Чехії.

Одним із корисних інструментів для туристів у Празі є туристична карта Prague Card. Ця карта дає змогу її власникам безкоштовно або зі значними знижками відвідувати понад 50 визначних пам'яток столиці, серед яких музеї, історичні палаци, парки, галереї, а також популярний Празький зоопарк. Окрім доступу до культурних об'єктів, карта включає безкоштовний проїзд у громадському транспорті, що робить пересування по місту зручним і економічним для туристів. Завдяки таким ініціативам, екскурсійний туризм у Чехії стає більш доступним і привабливим для широкого кола відвідувачів, сприяючи збільшенню кількості туристів і розвитку місцевої економіки [70].

Крім того, CzechTourism регулярно проводить міжнародні виставки та презентації, співпрацює з туристичними операторами по всьому світу, а також інвестує в цифрові платформи та мобільні додатки, щоб забезпечити сучасний досвід для туристів. Ця системна підтримка робить Чехію одним із провідних центрів екскурсійного туризму в Центральній Європі.



Рис. 1.8. Туристичний картка Prague Card [70].

Відповідальність за просування Іспанії як привабливого туристичного напрямку покладена на спеціальну адміністративну структуру центрального уряду – Інститут туризму Іспанії, відомий як Turespana [46]. Ця організація

відіграє ключову роль у формуванні іміджу країни на міжнародній арені, розробці маркетингових стратегій та підтримці туристичних ініціатив, що сприяють збільшенню потоку туристів до Іспанії.

Окрім Turespana, значний внесок у популяризацію туризму роблять регіональні відділи туризму, які активно працюють над розвитком локальних туристичних продуктів і підтримкою культурних подій. Також варто відзначити офіційну соціальну платформу Spain.Info – інтерактивний портал і соціальну мережу, яка регулярно оновлюється свіжим контентом. На цьому ресурсі можна знайти велику кількість інформації, зокрема про найвідоміші та найвідвідуваніші міста Іспанії, такі як Барселона, Мадрид, Севілья, а також про унікальні культурні пам'ятки, мистецтво і традиції країни. Spain.Info пропонує користувачам фото- та відеоматеріали, рекомендації щодо маршрутів, огляди гастрономічних особливостей і календарі місцевих фестивалів, що дозволяє туристам максимально зануритися в неповторну атмосферу Іспанії [71].

Завдяки злагодженій роботі Turespana, регіональних управлінь та цифрових платформ, Іспанія посідає провідні позиції у світовому туристичному рейтингу, залучаючи мільйони відвідувачів щороку і суттєво впливаючи на економіку країни.

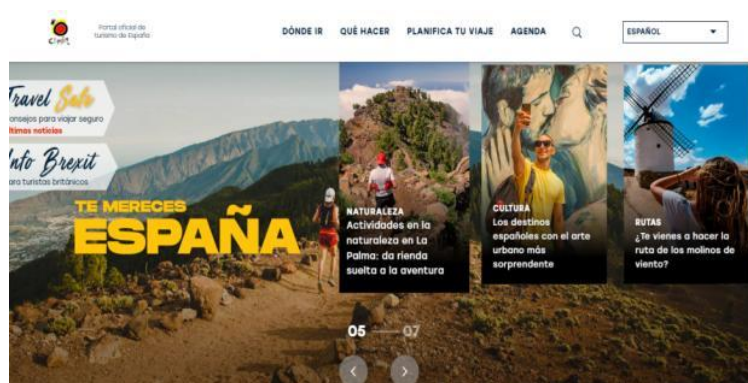


Рис. 1.9. Соцмережа Spain.Info [71]

Розвиток індустрії туризму та формування ефективних державних інститутів управління туристичною сферою є загальноновизнаними світовими трендами, що спостерігаються у багатьох країнах. Сучасні держави активно інвестують у зміцнення свого туристичного потенціалу, спрямовуючи значні

ресурси на розвиток ключових туристичних регіонів. Особливо розвинені країни приділяють велику увагу формуванню позитивного іміджу на міжнародній арені, адже це безпосередньо впливає на привабливість країни для іноземних туристів. Туризм як сектор економіки надає країнам, що розвиваються, унікальні можливості створювати продуктивні та інклюзивні робочі місця, стимулювати розвиток інноваційних підприємств, підтримувати збереження природних і культурних ресурсів, а також розширювати економічні горизонти своїх регіонів.

Однак у контексті воєнних дій ситуація з туристичною галуззю в Україні виглядає вкрай складною та песимістичною. Попри це, є обґрунтована надія, що після завершення конфлікту туристична індустрія знову почне відроджуватися і розвиватися. Світовий досвід країн, які пережили військові конфлікти та зуміли підняти туризм на новий рівень, є цьому підтвердженням. Зокрема, позитивні приклади можна знайти в Хорватії, Ізраїлі та Грузії.

У Хорватії туризм практично зупинився під час війни 1990-х років, але швидко відновився вже після закінчення бойових дій. Важливу роль у цьому зіграла масштабна піар-кампанія, спрямована на популяризацію раніше маловідомих регіонів країни. Особливості хорватської географії – понад тисячу островів з унікально чистими пляжами та екологічно чистими територіями – стали вагомою перевагою. Завдяки ефективній рекламі, країна змогла стати одним із найпривабливіших курортів Європи, що суттєво вплинуло на зростання туристичних потоків і підтримку економіки. На сьогодні туризм забезпечує близько 15% ВВП Хорватії, підтверджуючи свою ключову роль у національній економіці.

Ізраїль, незважаючи на постійні військові конфлікти з Палестиною, зберігає стабільний туристичний потік і адаптував свою туристичну індустрію до особливостей воєнного стану. Туризм у цій країні не лише не зупинився, а й залишився однією з ключових галузей економіки, де зайнято близько 6% населення. Незважаючи на тимчасове зниження туристичних

доходів через конфлікти, економіка Ізраїлю демонструє стійкість завдяки диверсифікації ВВП, коли втрати в одній сфері компенсуються прибутками в інших [44].

Грузія, яка також пережила війну, змогла використати кризову ситуацію як поштовх для розвитку туристичної галузі. Після конфлікту з Росією уряд країни значно збільшив інвестиції в розвиток туризму та курортів, що дозволило вивести Грузію на новий світовий рівень туристичної привабливості. За оцінками місцевого Департаменту з туризму, зростання інвестицій у цю сферу стало однією з ключових складових економічного відновлення країни.

Варто підкреслити, що через триваючий воєнний конфлікт в Україні наразі неможливо знайти повну аналогію з іншими країнами, які пройшли через схожі періоди і відновили туристичну індустрію. Зокрема, війни в Хорватії, Ізраїлі та Грузії не мали такого масштабного руйнівного впливу, як в Україні, а тому ситуація на українському туристичному ринку є унікальною. Це означає, що процес відновлення і подальшого розвитку екскурсійної діяльності в Україні вимагатиме особливого підходу, гнучких стратегій та інноваційних рішень, з урахуванням унікальних викликів та можливостей, які постануть у післявоєнний період.

1.4. Нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні

Правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні наразі має низку недоліків і потребує подальшого вдосконалення. На сьогодні основним нормативно-правовим актом, який регулює сферу екскурсійної діяльності, є Закон України «Про туризм» [1]. Водночас Закон України «Про екскурсійну діяльність», який міг би комплексно врегулювати специфіку цієї галузі, перебуває в процесі розробки та ще не набув чинності [64].

Правове регулювання екскурсійної діяльності охоплює широкий спектр питань, що забезпечують належну організацію екскурсійного обслуговування. Серед них – дотримання загальних положень правового регулювання туристичної сфери в Україні, що включають визначення статусу туристів та екскурсантів, порядок їх в'їзду, виїзду та перебування на території країни, а також питання страхування, надання медичної допомоги та забезпечення безпеки учасників екскурсій. Особлива увага приділяється правам і обов'язкам туристів і екскурсантів, а також організації туристичного бізнесу, що включає трудове законодавство, соціальне страхування, оподаткування, правила використання земельних ділянок, валютні операції та бухгалтерський облік. Не менш важливою є гармонізація національного законодавства з міжнародними правовими актами та стандартами у сфері туризму, що забезпечує інтеграцію України у світовий туристичний простір [1].

Додатково нормативна база екскурсійної діяльності містить положення, які регламентують юридичну відповідальність за порушення у сфері туризму. Основи такої відповідальності закріплені в Кримінальному [2], Цивільному [12], Господарському кодексах [3], а також у Кодексі України про адміністративні правопорушення [4]. Це створює юридичний механізм для запобігання і реагування на порушення, що виникають у процесі організації екскурсійної роботи.

Важливу роль у правовому забезпеченні екскурсійної діяльності відіграє також Закон України «Про охорону культурної спадщини» [6], який регулює питання збереження, використання і захисту об'єктів культурної спадщини. Збереження таких об'єктів є не лише питанням культурної політики, а й важливою складовою якісного екскурсійного сервісу, адже багато екскурсій базуються саме на відвідуванні історичних пам'яток та культурних центрів.

Особливої уваги заслуговує положення «Про порядок отримання дозволу екскурсоводами/гідами-перекладачами на право надання

туристичного супроводу» [7], розроблене Державною туристичною адміністрацією. Цей нормативний акт встановлює вимоги до якості туристичного супроводу, зокрема, стандарти професійної підготовки гідів, екскурсоводів, гідів-перекладачів, спортивних інструкторів, провідників та інших фахівців туристичної сфери. Також передбачено створення єдиної бази даних таких кадрів, що дозволяє систематизувати інформацію про кваліфікацію та досвід працівників екскурсійної галузі, забезпечуючи високий рівень сервісу для туристів.

Крім законодавчих актів, нормативні вимоги до екскурсійної діяльності містяться також у міждержавних та національних стандартах, які регламентують якість послуг, безпеку туристів, методики організації екскурсій та інші важливі аспекти. А саме:

Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу» [5];

Міждержавний стандарт «Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг» [11];

Міждержавний стандарт «Стандартизація в сфері туристично-екскурсійне обслуговування» [8];

Міждержавний стандарт «Туристично-екскурсійне обслуговування. Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів» [10].

Міждержавні стандарти туристично-екскурсійного обслуговування, затверджені ще у 1995 році, сьогодні вже не відповідають сучасним вимогам законодавства та реаліям розвитку туристичної галузі. З тих часів змінилася як структура туристичного ринку, так і технології надання послуг, що значно впливають на якість та формат екскурсійного обслуговування. Зокрема, надання екскурсійних послуг стало більш гнучким і доступним завдяки скасуванню ліцензійних вимог, які раніше обмежували діяльність як внутрішнього, так і міжнародного туризму, а також зокрема ліцензування екскурсійних послуг загалом.

Варто зазначити, що наразі відсутні спеціальні нормативні документи, які регламентували б порядок обслуговування туристів під час їхнього перебування в Україні, що створює прогалини у правовому полі екскурсійної сфери. Водночас, у соціально-економічному контексті країни екскурсійна діяльність відіграє надзвичайно важливу роль, адже вона формує значну частку туристичного продукту, сприяє розвитку культурного обміну і популяризації національної спадщини.

Сучасний розвиток екскурсійної сфери в Україні підтверджує зростаючий інтерес держави до цієї галузі, що проявляється у посиленні уваги до якості послуг, створенні сприятливих умов для роботи екскурсіводів та гідів, а також у розвитку інфраструктури, необхідної для ефективного прийому туристів. Екскурсії впливають практично на всі сфери життя суспільства – від культурного розвитку до економіки, від освіти до соціальної інтеграції, що робить їх важливим інструментом державної політики в сфері туризму [48].

Таким чином, незважаючи на існуючі нормативні виклики, екскурсійна діяльність в Україні набирає нового імпульсу для розвитку, що потребує як оновлення законодавчої бази, так і адаптації міжнародних стандартів до сучасних реалій. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності України на світовому туристичному ринку та покращенню якості обслуговування іноземних і вітчизняних туристів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз ресурсного забезпечення екскурсійної діяльності

Україна володіє значним туристичним потенціалом, який базується на багатстві природних ресурсів, унікальній історичній спадщині та культурному різноманітті. Це створює передумови для активного розвитку туристичної галузі, зокрема екскурсійної діяльності, яка є ключовим елементом у формуванні національного туристичного продукту.

Географічне положення України сприяє формуванню різноманітних екскурсійних маршрутів: від гірських прогулянок у Карпатах до морських подорожей уздовж узбережжя Чорного та Азовського морів. До природних ресурсів, що активно використовуються в екскурсійному обслуговуванні, належать також Кримські гори (на тимчасово окупованій території), численні річки – Дніпро, Дністер, Сіверський Донець – а також понад півтисячі джерел мінеральних вод. Серед найвідоміших – Трускавецьке, Полянське та Шаянське джерела, які традиційно приваблюють не лише вітчизняних, а й іноземних туристів [41].

Значним екскурсійним ресурсом є родовища лікувальних грязей, серед яких лиман Куяльницький, озера Ріпне і Солоний Лиман. Ці природні багатства не лише мають оздоровчий потенціал, а й використовуються для організації спеціалізованих тематичних екскурсій – лікувально-ознайомчого характеру.

Україна також має розвинену мережу природоохоронних об'єктів, придатних для екскурсійної діяльності. До них належать 19 національних природних заповідників, включаючи всесвітньо відомі «Асканія-Нова» та «Дунайський біосферний заповідник», а також понад 50 національних природних парків, зокрема «Шацький», «Хотинський» та «Подільські Товтри». У 2022 році відповідно до Указу Президента було створено ще три

національні парки – «Пуща Радзівіла», «Холодний Яр» та «Куяльницький», що відкриває нові можливості для організації тематичних екскурсій екологічного й історико-культурного спрямування.

Історико-культурні ресурси України мають не менш важливе значення. До екскурсійних об'єктів входять визначні місця, пов'язані з історичними подіями, пам'ятки, що зберегли побут і творчість видатних особистостей, археологічні знахідки, мистецькі твори, а також багатющі музейні експозиції, художні галереї та виставкові простори. Чимало таких об'єктів інтегровані в екскурсійні маршрути, які користуються популярністю як серед туристів, так і серед українських громадян.

Окремо слід зазначити наявність унікальних об'єктів культурної спадщини, включених до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Серед них – Києво-Печерська лавра, Софійський собор, історичний центр Львова, букові праліси Карпат, Херсонес Таврійський, дерев'яні церкви регіону Карпат, Дуга Струве та церква Спаса на Берестові. Важливою подією стало включення історичного центру Одеси до списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [15], що значно підвищило міжнародну привабливість екскурсійних маршрутів цього міста.

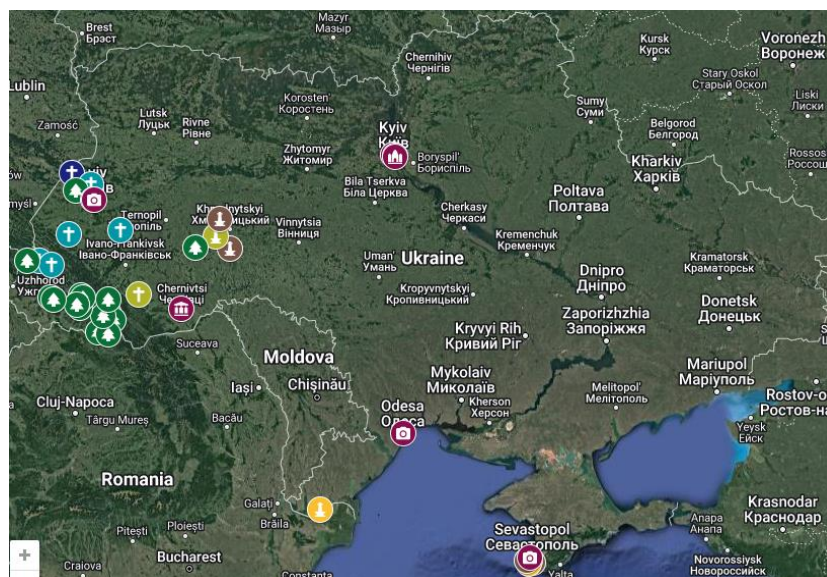


Рис.2.1. Матеріальна спадщина ЮНЕСКО в Україні, 2025 р. [15].

Попри повномасштабну війну, яка завдала серйозних втрат туристичній галузі, держава вживає заходів для збереження і підготовки

інфраструктури у регіонах, віддалених від активних бойових дій. Урядові програми з відновлення туризму акцентують увагу на розвитку внутрішнього туризму, зокрема екскурсійної діяльності, як одного з безпечніших і перспективних напрямів. Завдяки своїй цінній доступності, безвізовому режиму для більшості громадян Європи, країн пострадянського простору та Північної Америки, Україна вже зараз може поступово готуватися до туристичного відродження.

У розвитку екскурсійної діяльності в Україні важливу роль традиційно відіграють об'єкти культурної спадщини, насамперед – пам'ятки історії, архітектури, археології та музейні установи. Саме вони є базовими елементами екскурсійних маршрутів, навколо яких формуються тематика, структура та зміст екскурсійних програм.

Станом на сьогодні в Україні під охороною держави перебуває понад 140 тисяч нерухомих об'єктів культурної спадщини, що становить потужний ресурс для організації пізнавального туризму. Серед них:

- близько 64 тисяч пам'яток археології, серед яких одними з найвизначніших є Кам'яна могила (Запорізька обл.), Трипільські поселення, залишки античних міст Ольвія, Тіра, Пантікапей, а також численні скіфські кургани;
- понад 15 тисяч пам'яток архітектури та містобудування, включаючи історичні комплекси Києва, Львова, Чернівців, Одеси, фортифікаційні споруди Кам'янця-Подільського, замки Західної України (наприклад, Олеський, Золочівський, Мукачівський);
- близько 54 тисяч пам'яток історії, що охоплюють місця важливих історичних подій, меморіали, будівлі, пов'язані з визначними діячами української культури, науки, політики, серед яких будинок Михайла Грушевського, будівлі періоду визвольних змагань ХХ століття, об'єкти козацької епохи;
- понад 7 тисяч пам'яток монументального мистецтва, включаючи скульптури, меморіальні комплекси, монументи та інсталяції, зокрема

на честь героїв національно-визвольної боротьби, діячів культури та науки.

Значна частина цих об'єктів є складовими екскурсійних маршрутів, що реалізуються як у межах окремих міст, так і у форматі регіональних та міжрегіональних подорожей. Багато з них інтегровані до загальнодержавних та міжнародних культурно-туристичних ініціатив – таких як «Золота підкова Львівщини», «Шляхами козацької слави» тощо.

Унікальність українських пам'яток дозволяє створювати різноманітні тематичні екскурсії – історико-археологічні, релігійні, архітектурні, меморіальні, художні, літературні. Завдяки активному розвитку інфраструктури та цифрових технологій деякі маршрути доступні також у форматі віртуальних екскурсій, що підвищує їх привабливість для іноземної аудиторії.

Таким чином, величезний фонд охоронюваних об'єктів культурної спадщини України становить не лише національне багатство, а й є одним із ключових ресурсів для сталого розвитку екскурсійної діяльності [15].

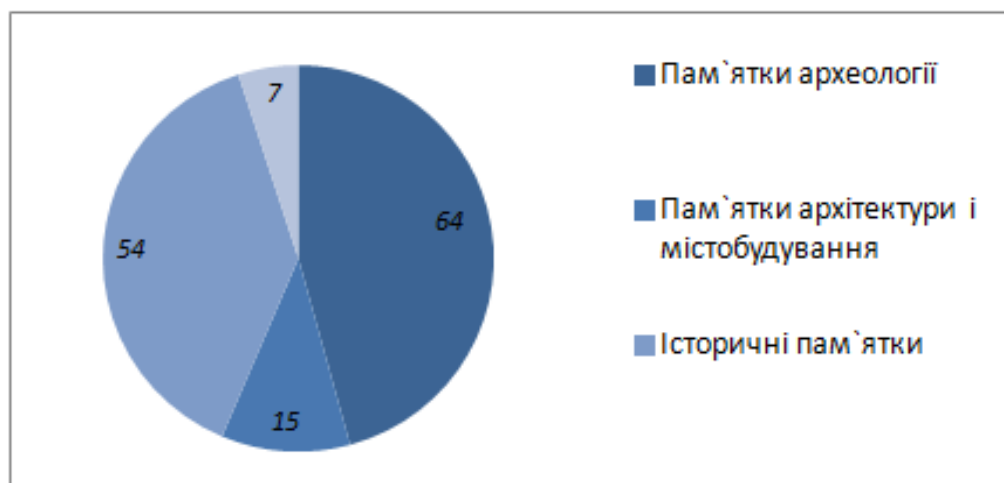


Рис. 2.2. Розподіл пам'яток історії та культури України (тис.од), 2025 р.

На території України збереглася велика кількість унікальних архітектурних об'єктів, які становлять не лише візуальну окрасу країни, але й мають виняткову історико-культурну цінність. Вони є важливими складовими екскурсійної інфраструктури, приваблюють туристів з різних

регіонів та з-за кордону, і створюють основу для розробки змістовних і тематично насичених маршрутів.

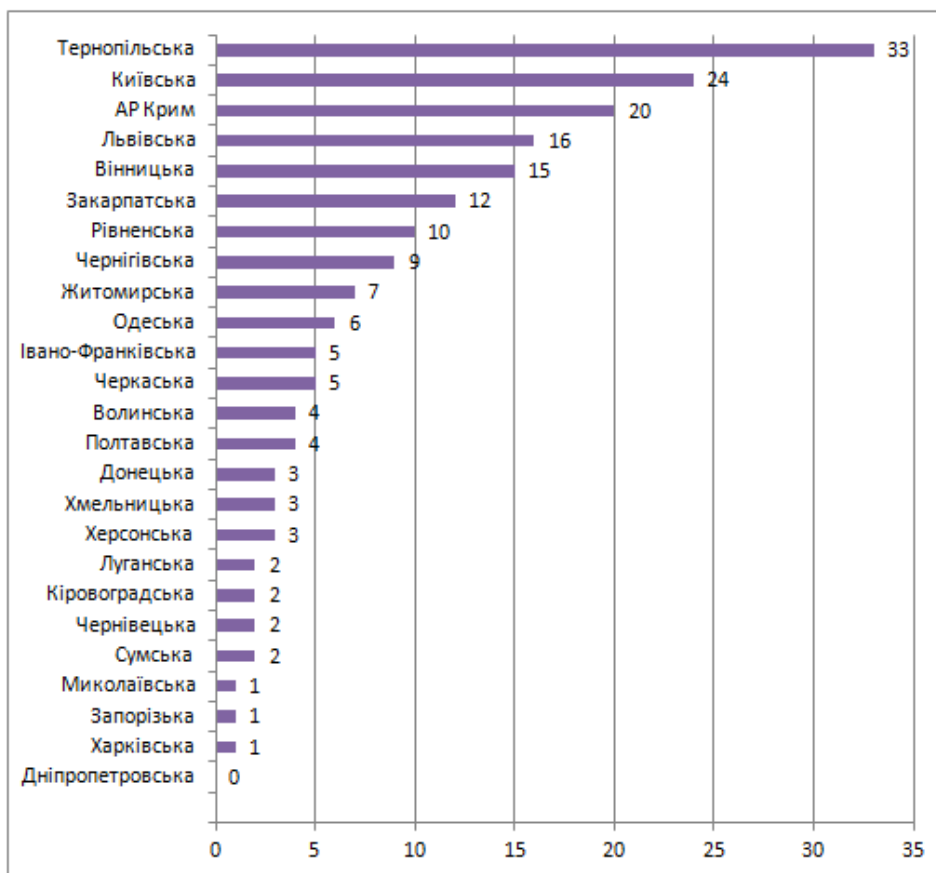


Рис. 2.3. Розподіл фортець та палаців за регіонами України (од.), 2024 р. [26]

Серед таких об'єктів особливе місце посідають старовинні садиби, палаци, замки та маєтки, що збереглися в різних куточках України – від Львівщини та Волині до Чернігівщини, Харківщини та Одещини. Вони не лише вражають своєю архітектурною довершеністю, а й переносять відвідувачів у часи гетьманщини, князівств, імперських епох. Наприклад, Палац Шенборнів у Закарпатті, витриманий у романтичному стилі з елементами готики й ренесансу, Палац Качанівка на Чернігівщині, що свого часу був культурним осередком, де гостювали Тарас Шевченко та Микола Гоголь, або Замок Радомисль на Житомирщині, який поєднує функції музею та культурного комплексу. Ці архітектурні перлини є живими свідками розкішного минулого, демонструючи високий рівень художньої культури і стилістичного різноманіття – від бароко й ампіру до неоготики та класицизму. Внутрішні інтер'єри, часто збережені або реконструйовані,

дозволяють відчувати атмосферу епохи: зали з ліпниною, старовинні меблі, каміни, бібліотеки, бальні зали та парки, які оточують ці комплекси.

Ці пам'ятки архітектури надзвичайно важливі для розвитку екскурсійної діяльності, оскільки навколо них можна формувати тематичні маршрути: «Шляхами аристократії», «Палаці і легенди Поділля», «Замки Західної України» тощо. Крім того, ці об'єкти часто слугують локаціями для проведення історичних реконструкцій, фестивалів, інтерактивних екскурсій і навіть квест-турів, що розширює аудиторію та залучає молодь.

Загалом в Україні налічується 39 історичних міст, вік яких перевищує тисячу років. Серед них – Київ, Чернігів, Львів, Ужгород, Кам'янець-Подільський, що зберігають унікальні пам'ятки архітектури та археології. Понад 500 міст і містечок мають історію понад 900 років, включаючи такі як Галич, Володимир, Коростень. Крім того, 1399 міст і селищ та близько 8 тисяч сіл мають вагому історико-культурну спадщину, яка формує потужний ресурс для розвитку туризму.

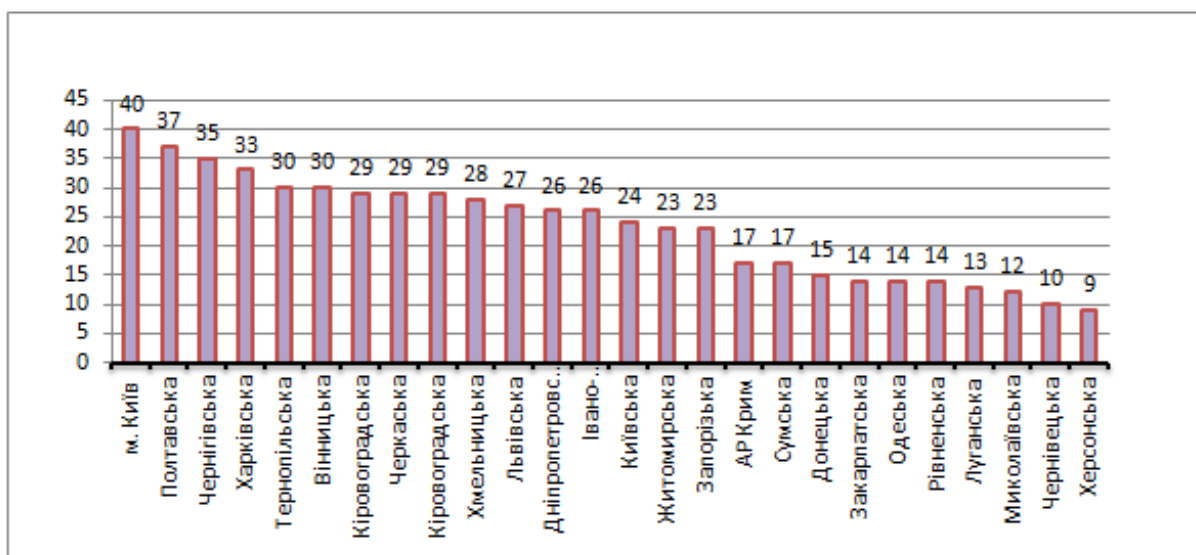


Рис.2.4. Розподіл музеїв за регіонами України (од.), 2020 р. [45]

У список історичних населених пунктів України включено 371 об'єкт, у яких найбільш повно збереглися комплекси історичної забудови, сакральні пам'ятки, археологічні шари та елементи нематеріальної культурної спадщини. Ці місця мають величезний потенціал для екскурсійної діяльності,

що базується на поєднанні пізнавального, культурного та емоційного досвіду туристів [15].

Детальний аналіз природних і історико-культурних ресурсів дає змогу зробити узагальнені висновки щодо екскурсійного потенціалу окремих регіонів України.

За статистичними даними, Україна має підстави пишатися не лише своєю багатою культурною та музейною спадщиною, а й значною кількістю територій і об'єктів, що входять до природно-заповідного фонду.

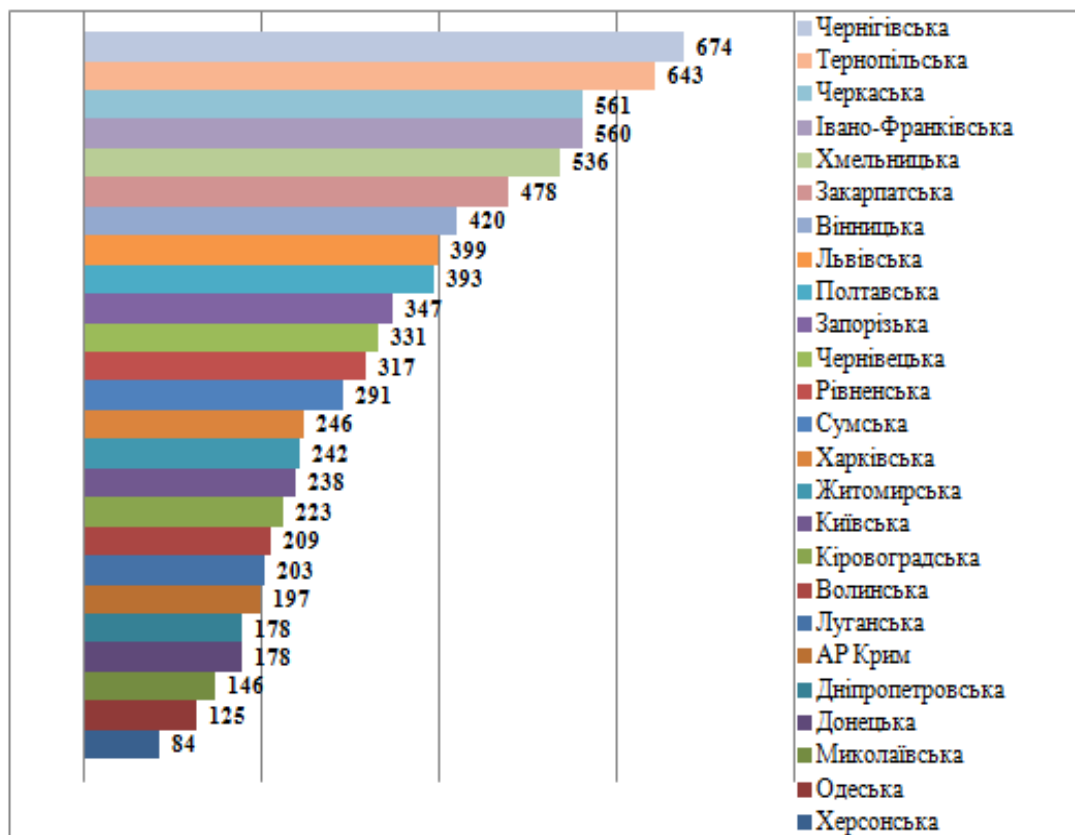


Рис.2.5. Розподіл об'єктів природно-заповідного фонду за областями України (од.), 2019 р. [19; 40]

Автор упорядкував у табличній формі дані, розподіливши їх за адміністративними областями та типами ресурсів, які сприяють розвитку екскурсійної діяльності в Україні.

Одним із ключових аспектів, які потребують детального розгляду в межах дослідження екскурсійної діяльності, є туристична інфраструктура. Вона охоплює широкий спектр елементів, які забезпечують належне

функціонування екскурсійних маршрутів і комфортне перебування туристів. До таких елементів належать сучасна система транспортного сполучення (автомобільне, залізничне, повітряне та водне), заклади розміщення (готелі, хостели, агросадиби), підприємства громадського харчування, а також об'єкти культурно-пізнавального призначення – музеї, картинні галереї, культурні центри, інформаційно-туристичні пункти тощо.

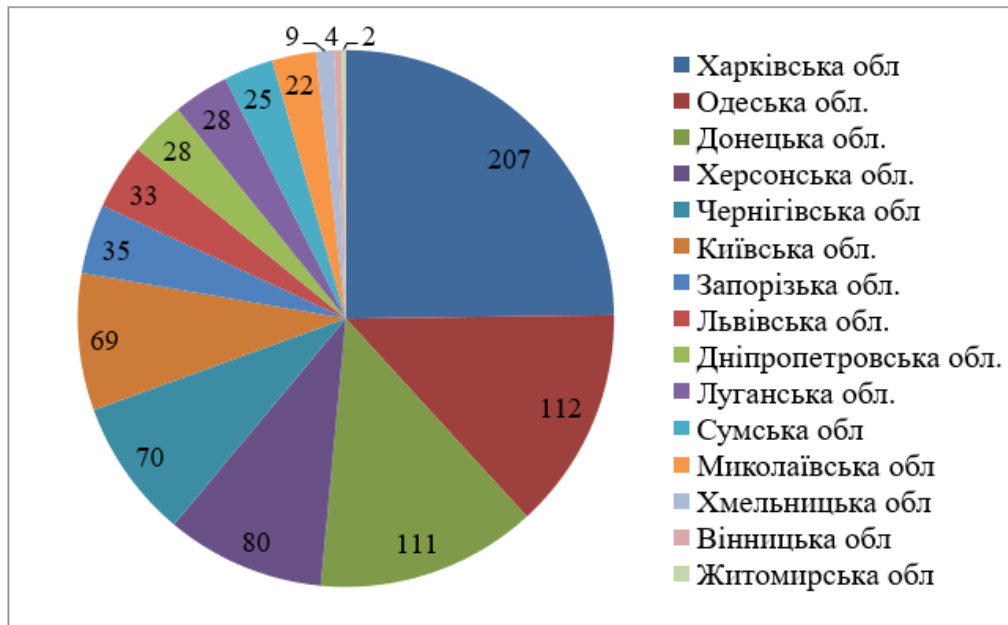


Рис. 2.6. Пошкоджені та зруйновані внаслідок військової агресії росії об'єкти культурної спадщини України за областями, 2024 р.

Аналіз сучасного стану організації екскурсійної сфери в Україні свідчить про низку серйозних проблем, що заважають її ефективному розвитку та виходу на міжнародний туристичний ринок. Зокрема, слід відзначити, що значна частина матеріально-технічної бази, задіяної в екскурсійній галузі, перебуває в незадовільному стані. За оцінками експертів, близько 70% об'єктів туристичної інфраструктури потребують капітального ремонту, технічного переоснащення або повної модернізації. Сервісне обслуговування також часто не відповідає міжнародним стандартам, що створює бар'єри для розвитку в'їзного туризму та знижує рівень задоволеності внутрішніх туристів.

Отже, Україна володіє потужним ресурсним потенціалом для активного розвитку екскурсійної діяльності. Йдеться як про унікальні природні ландшафти, так і про багатющу історико-культурну спадщину, зосереджену в усіх регіонах країни. Однак на шляху ефективного використання цього потенціалу стоїть недостатньо розвинена інфраструктура. Це зумовлює необхідність стратегічного підходу до формування екскурсійного простору міст і регіонів України, розробки дієвих механізмів інтеграції туристичних ресурсів у господарський обіг, підвищення якості послуг та розбудови сучасної інфраструктури. Таким чином, розвиток екскурсійної сфери в Україні має базуватися на поєднанні багатих ресурсів з інфраструктурною модернізацією та підвищенням рівня сервісу.

2.2. Аналіз розвитку екскурсійної діяльності

Україна має всі необхідні передумови для активного розвитку екскурсійної діяльності: вигідне географічне розташування між Сходом і Заходом, різноманітний рельєф, сприятливі природно-кліматичні умови, а також надзвичайно багатий культурно-історичний та рекреаційно-туристичний потенціал. Унікальні ландшафти Карпат, чарівні узбережжя Чорного й Азовського морів, пам'ятки архітектури, численні музеї, історичні міста й селища створюють підґрунтя для формування широкої пропозиції екскурсійних маршрутів на будь-який смак.

Знаковим для міжнародного іміджу України став 2012 рік, коли наша держава приймала фінальну частину чемпіонату Європи з футболу – Євро-2012. Проведення цього масштабного спортивного заходу дало змогу продемонструвати світу туристичний потенціал України. Турнір відвідали близько 1,8 мільйона іноземних гостей (на 43% більше порівняно з 2011 роком), кожен з яких залишив у середньому 400 доларів США. Загальний економічний ефект склав близько 1,5 мільярда доларів США [24].

Державне агентство України з туризму та курортів у 2013 р. завершило розробку Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року. Програма передбачала створення інфраструктури для цілорічного відпочинку у курортних зонах, розвиток Карпатського та Чорноморсько-Азовського регіонів, а також визначення спеціалізації регіонів залежно від їхнього туристичного потенціалу. Згідно з планом, кількість іноземних туристів мала зрости до 50 мільйонів осіб на рік до 2022-го.

Того ж року визнання українській культурній спадщині надали й міжнародні інституції. ЮНЕСКО внесло до Списку всесвітньої культурної спадщини стародавнє місто Херсонес Таврійський (Севастополь) і дерев'яні церкви Карпатського регіону, а також надало Петриківському розпису статус нематеріальної культурної спадщини людства. Успішною виявилася й організація юнацького чемпіонату Європи з баскетболу, проведення якого в Україні було високо оцінене ФІБА як найкраще в історії турніру [60].

Позитивний досвід проведення міжнародних спортивних заходів було визнано ефективним інструментом просування України як туристичної дестинації. На 2014 рік запланували проведення в Донецьку чемпіонату Європи з баскетболу, а на 2015 – чемпіонату Європи серед дорослих [62]. Проте ці плани були зруйновані драматичними подіями: у лютому 2014 року Україна зіткнулася з військовою агресією. У Донецькій і Луганській областях почалися бойові дії, а Автономна Республіка Крим та місто Севастополь зазнали тимчасової окупації.

Ці події фактично зупинили розвиток туризму та екскурсійної справи в постраждалих регіонах і негативно вплинули на динаміку туристичного сектору загалом [23]. У зв'язку з безпековими ризиками чемпіонат з баскетболу 2015 року було перенесено до Іспанії. Також у березні 2014 року скасували Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року, визнавши її неактуальною в умовах оптимізації державних програм і обмеженого фінансування [23].

Зрештою, від реалізації багатьох перспективних заходів довелося відмовитись через фінансову нестабільність та геополітичні виклики [39]. Однак навіть за таких умов розвиток екскурсійної діяльності в Україні залишається стратегічним напрямом, адже саме культурний туризм здатен не лише зберігати і популяризувати національну спадщину, а й сприяти економічному зростанню, особливо у регіонах з унікальними природними та історичними ресурсами.

Таблиця 2.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні, у 2012-2020 рр.

Рік	Всього	У тому числі		
		в`їзні(іноземні туристи)	виїзні туристи	внутрішні туристи
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	323746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391
2020	2360278	11964	2125702	222612

Джерело: [39].

Попри суттєве зниження туристичної привабливості України внаслідок збройного конфлікту на сході країни та окупації Криму, вже в серпні 2014 року Уряд ухвалив рішення, що засвідчило прагнення до відновлення й розвитку туристичного потенціалу. Кабінет Міністрів України затвердив нову Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2020 року, яка передбачала оновлені завдання, зокрема: «раціональне використання природно-ресурсного потенціалу, збереження культурної спадщини та найцінніших природних територій», а також «удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку на загальнодержавному та регіональному рівні». Обидві цілі тісно пов'язані з розвитком екскурсійної діяльності, яка базується на цінності природного, культурного та історичного середовища.

Вже через два роки, у 2016 році, Україна змогла зробити позитивний крок у бік міжнародного туристичного визнання. За інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі, наша країна увійшла до переліку тридцяти найпривабливіших держав для іноземних туристів, посівши 27 місце серед понад 150 країн. Україна обійшла такі економічно розвинені держави, як Швейцарія, Сингапур та Ірландія [22], що свідчить про певне відновлення довіри до країни як до туристичної дестинації.

Подальшому зміцненню позитивного іміджу України сприяли події 2017 року. Зокрема, у травні цього року Київ приймав конкурс пісні «Євробачення», що зібрав тисячі гостей з Європи та інших країн. Упродовж кількох тижнів столиця України стала центром культурного туризму, а сам захід – потужним інструментом просування України у світі. У цьому ж році в Києві також відбувся Чемпіонат світу з хокею у дивізіоні 1А, що вкотре продемонструвало здатність країни організовувати масштабні міжнародні спортивні події.

До того ж 2017 рік було проголошено Організацією Об'єднаних Націй Міжнародним роком сталого розвитку туризму, що ще більше актуалізувало потребу в розвитку екскурсійної діяльності як форми пізнавального, культурного та екологічно відповідального туризму. У цьому ж році Україна піднялася на 25 позицію у світовому рейтингу туристичної привабливості за версією Світового банку, покращивши свої показники порівняно з попередніми роками [74].

Значне зростання туристичної конкурентоспроможності України стало можливим завдяки комплексу реформ і позитивних змін: запровадженню безвізового режиму з країнами ЄС, стабілізації макроекономічної ситуації, покращенню транспортної та комунікаційної інфраструктури, поліпшенню умов для ведення бізнесу, зростанню рівня громадської безпеки та підвищенню відкритості країни до міжнародного співробітництва. Це створило сприятливі умови не лише для загального туристичного зростання,

а й для активізації екскурсійної діяльності, особливо у великих містах, культурних центрах та національних природних територіях.

Наступним кроком у аналізі стану екскурсійної справи в Україні є розгляд статистичних показників діяльності суб'єктів екскурсійного обслуговування по регіонах у 2017 році, що дозволить виявити динаміку розвитку, регіональні відмінності та потенційні зони зростання.

Таблиця 2.2

Економічна діяльність суб'єктів екскурсійної діяльності в Україні, 2017 р.

(тис. грн)

Юридичні особи/Фізичні особи-підприємці		
Область	Дохід від надання тур. послуг (тис. грн.)	Операційні виплати (тис. грн.)
Вінницька	409,5/252,5	273,0/110,9
Волинська	174,6/213,1	125,0/34,6
Дніпропетровська	-/-	-/-
Донецька	-/-	-/-
Житомирська	47,6/32,5	46,1/15,5
Закарпатська	78,2/280,0	104,4/-
Запорізька	-/939,4	-/366,8
Івано-Франківська	25,8/2486,0	17,5/659,9
Київська	8693,7/1682,2	8129,6/176,0
Кіровоградська	87,1/395,0	86,5/271,5
Луганська	-/-	-/-
Львівська	4025,1/2954,1	4020,7/-
Миколаївська	-/355,7	-/213,0
Одеська	5569,7/4540,0	1983,5/2196,7
Полтавська	793,6/9,0	724,6/-
Рівненська	104,3/461,6	104,3/349,8
Сумська	-/-	-/-
Тернопільська	150,8/-	137,3/-
Харківська	-/1497,7	-/882,1
Херсонська	554,8/176,6	560,9/-
Хмельницька	2232,1/344,1	2173,4/176,2
Черкаська	319,3/112,0	297,5/78,4
Чернівецька	89,6/3348	80,5/-
Чернігівська	-/-	-/-
<u>м. Київ</u>	10117,9/2572,0	6522,5/2276,5

Джерело: [39]

На жаль, Державна служба статистики України не публікувала оновлених даних щодо екскурсійної діяльності після 2017 року, тому відсутня офіційна інформація про подальші періоди. У зв'язку з цим нижче наведено таблицю з останніми доступними статистичними показниками, що відображають обсяги екскурсійної роботи музеїв за регіонами України.

Таблиця 2.3

Екскурсійна робота у музеях України, за областями, 2017 р.

Область	Кількість музеїв	Кількість проведених екскурсій, од		Обслуговано екскурсіями – усього, тис. осіб	З них		
		усього	У Середньому на один музей		Учнів, слухачів та студентів		Обслуговувано за угодами
					Усього	У% до загальної кількості обслуговуваних	
Україна	565	322 231	570	5 403,3	3 513,1	65,0	367,9
Вінницька	30	16 278	543	318,6	209,8	65,9	11,7
Волинська	16	7 255	453	85,9	63,5	73,9	1,1
Дніпропетровська	26	14 975	576	228,9	166,5	72,7	21,6
Донецька	15	7 224	482	146,5	106,2	72,5	12,8
Житомирська	22	6 016	273	94,8	59,7	63,0	8,3
Закарпатська	14	3 873	277	215,0	130,5	60,7	26,3
Запорізька	23	11 601	504	231,9	154,6	66,7	10,4
Івано-Франківська	26	9 787	376	198,8	131,8	66,3	13,7
Київська	24	13 214	551	270,8	190,0	70,2	19,3
Кіровоградська	29	6 295	217	125,2	99,7	79,6	8,6
Луганська	13	3 370	259	52,9	33,7	63,7	17,8
Львівська	27	31 436	1 164	600,2	374,1	62,3	38,3
Миколаївська	12	6 970	581	97,5	68,2	70,0	11,0
Одеська	13	7 752	596	210,5	139,0	66,0	10,8
Полтавська	35	17 333	495	289,3	182,1	63,0	6,9
Рівненська	14	6 650	475	111,2	72,9	65,6	11,1
Сумська	17	8 524	501	145,7	117,4	80,6	5,9
Тернопільська	28	6 539	234	149,7	112,7	75,3	3,3
Харківська	33	12 420	376	131,9	93,4	70,8	6,3
Херсонська	9	4 819	535	63,4	49,3	77,8	7,2
Хмельницька	28	11 044	394	159,2	93,0	58,4	6,5
Черкаська	28	21 482	767	208,5	135,5	65,0	12,7
Чернівецька	10	3 163	316	37,3	24,1	64,6	10,5
Чернігівська	35	25 619	732	457,9	252,9	55,2	43,6
м. Київ	38	58 592	1 542	771,7	452,5	58,6	42,2

Джерело [39]

У 2017 р. в Україні було запущено туристичний портал discover.ua, який значно розширив можливості для розвитку екскурсійної діяльності в країні. Цей інноваційний сайт став важливим інструментом як для внутрішніх, так і для іноземних туристів, допомагаючи їм відкривати

багатогранність української культури, історії та природи. Портал пропонує велику колекцію 3D турів і панорам, що дають змогу віртуально зануритися у найцікавіші міста та пам'ятки країни, навіть не виходячи з дому. Крім того, на сайті доступні аудіогіди, які роблять екскурсії більш змістовними та захопливими, допомагаючи краще розуміти історію і особливості кожного регіону. Важливою функцією платформи є пошук місцевих гідів за різними тематичними напрямками – від історичних екскурсій до гастрономічних маршрутів і активного туризму. Також сайт містить інтерактивну мапу, яка допомагає легко знаходити цікаві туристичні об'єкти та маршрути у всіх областях України, сприяючи таким чином популяризації регіонального туризму та розвитку локальної екскурсійної інфраструктури [68].

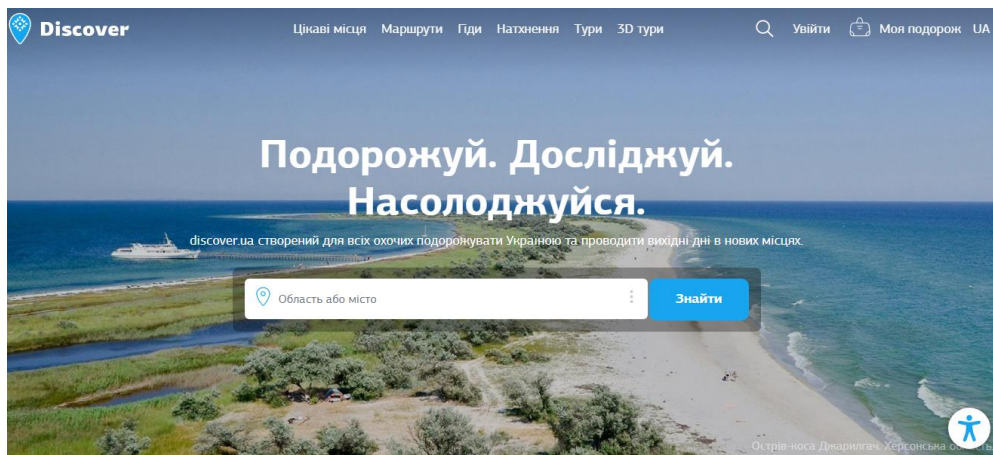


Рис. 2.7. Туристичний портал Discover.ua [68]

У 2018 році Україна офіційно презентувала свій новий туристичний бренд – UkraineNow, який покликаний створити та поширювати образ відкритої, сучасної та динамічної країни. Цей бренд став важливим кроком у просуванні України на міжнародній туристичній арені, підкреслюючи її культурну унікальність, гостинність та інноваційний потенціал. На початку того ж року Міністерство закордонних справ запустило цифровий портал Ukraine.ua – сучасний інформаційний ресурс, орієнтований на іноземних туристів. Цей сайт пропонує широке розмаїття матеріалів, що знайомлять відвідувачів з українською культурою, історією, туристичними маршрутами та актуальними подіями. Ukraine.ua також містить практичну інформацію для

планування подорожей, допомагаючи залучати все більше мандрівників до пізнання України, а також стимулює розвиток екскурсійної діяльності в різних регіонах країни. Завдяки таким ініціативам Україна поступово зміцнює свій імідж як сучасної та гостинної туристичної дестинації [68].



Рис. 2.8. Туристичний бренд UkraineNow [75].

За підсумками 2018 року спостерігалось суттєве зростання надходжень від туристичного збору та податкових платежів, пов'язаних із туристичною галуззю – загальний обсяг збільшився на 20,7% і склав 4,2 мільярда гривень. Ці показники відображають загальні витрати як іноземних, так і внутрішніх туристів, що подорожували Україною протягом року. Зокрема, надходження від туристичного збору зросли на 29,2%, досягнувши 90,7 мільйона гривень, що свідчить про поступове нарощування фінансового потенціалу туристичної сфери [22].

У 2019 році Україну відвідало понад 14 мільйонів іноземних туристів, а середні витрати кожного з них становили приблизно 526 доларів США. У цьому ж році у Києві пройшла Міжнародна туристична виставка UITT: «УКРАЇНА – Подорожі та Туризм», яка об'єднала близько 300 експонентів із 23 країн світу. Під час заходу було підкреслено важливість децентралізації місцевого самоврядування як одного з ключових напрямів реформування країни, що відкриває нові можливості для розвитку регіонального туризму та екскурсійної діяльності [57]. Водночас, за постановою Кабінету Міністрів України, у 2019 році було створене Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), яке взяло на себе координацію і стимулювання туристичного сектору, у тому числі екскурсійної діяльності.

Аналізуючи тенденції, можна зробити висновок, що після значного спаду, викликаного подіями 2014 року, туристична галузь України поступово

відновлювалася і розвивалася. Прийняття безвізового режиму у 2017 році стало потужним поштовхом для зростання виїзного туризму, хоча це й призвело до певного дисбалансу між внутрішніми, в'їзними та виїзними туристичними потоками. У 2019 році особливо активно розвивався регіональний туризм, що супроводжувалося заходами з покращення туристичної привабливості різних областей України.

На графіках 2.6 та 2.7 наведена динаміка туристичних потоків в Україні за період з 2012 по 2020 роки, з урахуванням даних Державної служби статистики. Як видно, до початку 2020 року, починаючи з 2017-го, кількість туристів мала стабільну тенденцію до зростання. Однак на графіках помітне різке падіння у 2020 році, що пояснюється глобальною кризою – пандемією Covid-19. Це стало найбільшим викликом для туристичної сфери України та світу загалом з часів Другої світової війни, суттєво обмеживши екскурсійну діяльність та туризм у цілому [22].

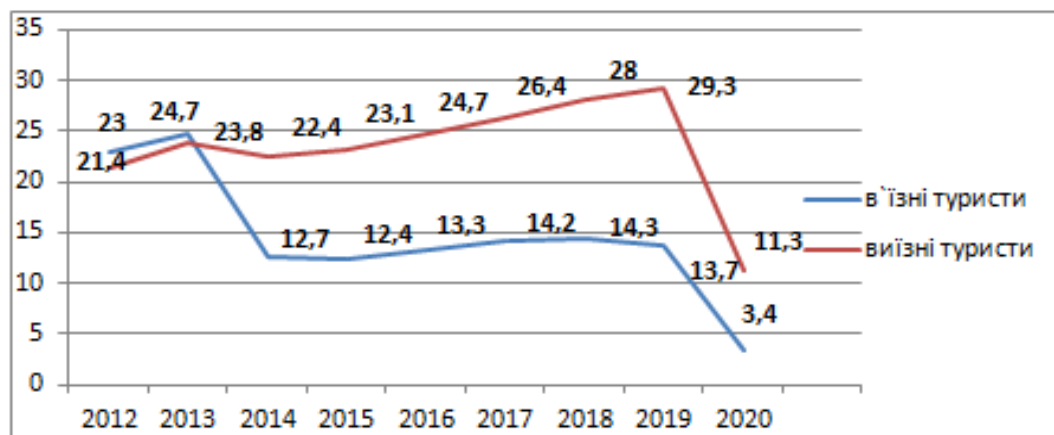


Рис. 2.9. Динаміка туристичних потоків в Україні (млн. осіб) [39]

Туристичний ринок в Україні та світі традиційно вважається дуже гнучким і чутливим до змін як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Він оперативно реагує на коливання туристичного попиту і пропозиції, проте саме зовнішні обставини – політичні, економічні чи соціальні – можуть викликати найрізкіші та найсуттєвіші зміни у його розвитку. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2020 році через пандемію Covid-19 світовий туристичний потік впав майже на 72%, що фактично

повернуло галузь до рівня 1990-х років. Це призвело до скорочення кількості мандрівників приблизно на 900 мільйонів осіб за рік, що стало безпрецедентним викликом для всієї туристичної індустрії, зокрема й для екскурсійної діяльності в Україні [37]. Такий різкий спад спричинив необхідність перегляду стратегій розвитку, удосконалення сервісу та впровадження нових технологій для підтримки туристичного сектору в умовах невизначеності.

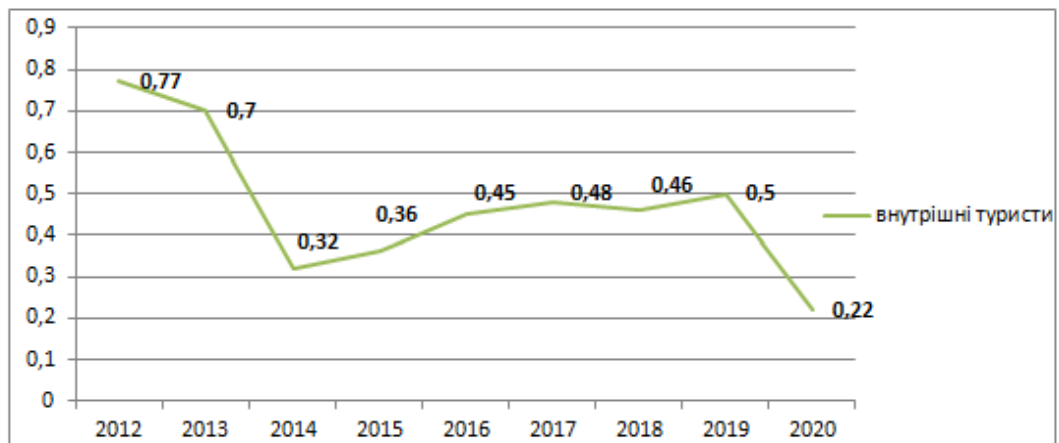


Рис. 2.10. Динаміка розвитку внутрішнього туризму України (млн осіб) [39]

Пандемія Covid-19, яка стрімко поширилася з середини березня 2020 року, кардинально змінила умови функціонування туристичної галузі в Україні та світі. Вона стала точкою перелому, яка вплинула на всі аспекти туристичної діяльності, особливо на екскурсійну справу, спричинивши суттєві перебої у туристичних потоках. Втрати були відчутними як на міжнародному, так і на внутрішньому рівнях: різко скоротилася кількість подорожуючих, знизилася активність у сфері туризму та екскурсій, що призвело до значних економічних наслідків для багатьох регіонів України, які традиційно залежать від туристичного бізнесу.

Глобальне поширення вірусу викликало введення суворих карантинних заходів – обмеження на пересування, закриття державних кордонів, припинення авіасполучення, заборону масових заходів, включно з екскурсійними програмами, що позначилося на планах мандрівників і

суттєво скоротило туристичний попит. Усі ці чинники стали надзвичайним викликом для туристичної індустрії, змусивши адаптуватися до нових умов.

Відповіддю на кризу стало активне втручання української влади з метою підтримки туристичної сфери. У грудні 2020 року набрав чинності Закон України «Про державну підтримку культури, туризму та креативних індустрій», який передбачає комплекс заходів для стабілізації галузі. Зокрема, закон передбачає податкові пільги для суб'єктів туристичної діяльності, у тому числі зниження ставки ПДВ на послуги, пов'язані з туристичним обслуговуванням, зокрема на екскурсії у музеях, національних парках, заповідниках, зоопарках та інших культурних і природних об'єктах. Це мало на меті зробити послуги більш доступними для широкого кола туристів і сприяти відновленню екскурсійної діяльності, яка є важливою частиною розвитку туристичного потенціалу України [59].

Для більш повного розуміння впливу пандемії на туристичну галузь в Україні, ми проаналізували офіційну статистику за 2020 та 2021 роки, оприлюднену Державним агентством розвитку туризму України (ДАРТ) та іншими офіційними джерелами. Дані чітко демонструють, що саме ці два роки стали найбільш складними для в'їзного та виїзного туризму в Україні, а також поставили перед галуззю завдання з пошуку нових форматів і інструментів розвитку екскурсійної діяльності в умовах обмежень та змін у поведінці туристів.

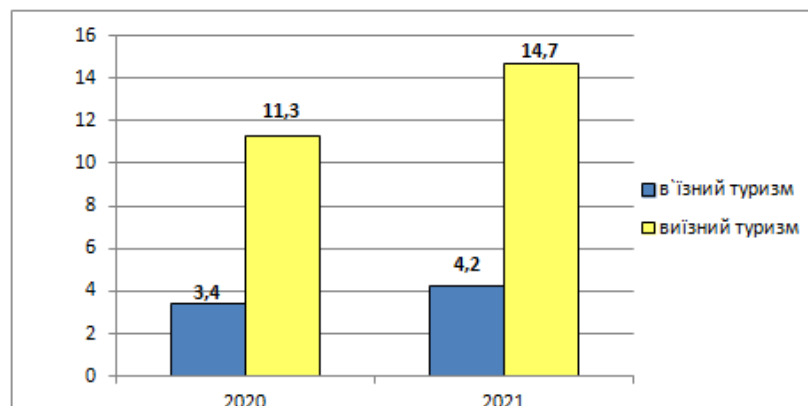


Рис. 2.11. Динаміка туристичних потоків в Україні [59].

У 2021 році, за даними офіційних досліджень, попит на відпочинок всередині країни серед українців почав поступово знижуватися. Це пов'язано з пом'якшенням карантинних обмежень, через що люди почали більше планувати подорожі за кордон або відкладати відпустки. У відповідь на цей виклик, Міністерство культури та інформаційної політики ініціювало масштабний всеукраїнський проєкт під назвою #МандруйУкраїною, який мав на меті підтримати і стимулювати розвиток внутрішнього туризму, зокрема екскурсійної діяльності в різних регіонах країни [65].

Цей проєкт став одним із ключових іміджевих заходів, спрямованих на популяризацію України як привабливого туристичного напрямку. Він активно підтримував створення позитивного образу країни, акцентуючи увагу на багатій культурній спадщині, унікальних історичних локаціях та мальовничих природних територіях, доступних для подорожей та відпочинку. #МандруйУкраїною заохочував громадян відкривати нові маршрути, користуватися послугами місцевих гідів, відвідувати музеї, заповідники та інші пам'ятки, що стимулювало розвиток екскурсійної сфери та малого туристичного бізнесу по всій Україні.

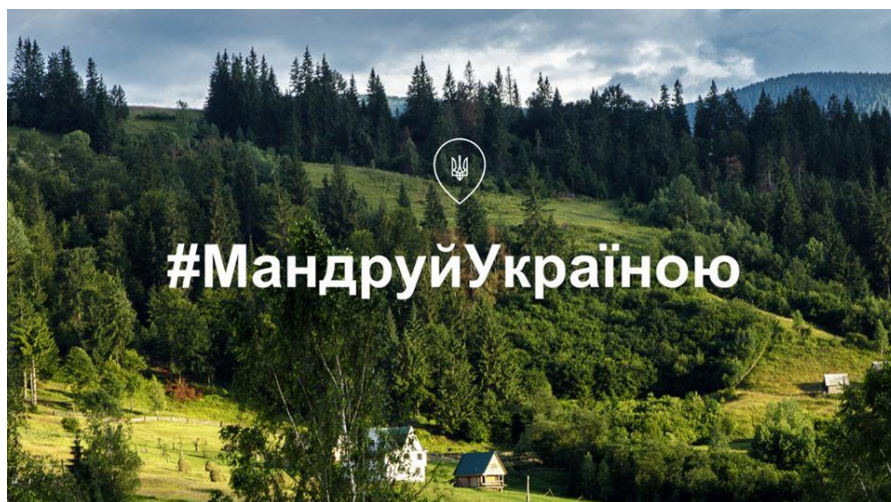


Рис.2.12. #МандруйУкраїною [65]

Окрім того, проєкт включав різноманітні інформаційні кампанії, рекламні ролики, інтерактивні мапи та онлайн-платформи, які допомагали туристам планувати свої подорожі, відкривати цікаві культурні та природні об'єкти у своїх регіонах. Завдяки цим зусиллям було створено нові

можливості для локальних екскурсійних компаній та гідів, а також збільшено залучення внутрішніх туристів, що позитивно вплинуло на економічний розвиток регіонів і посприяло збереженню культурної спадщини України.

У 2017 р. кількість суб'єктів, які займалися екскурсійною діяльністю в Україні, становила 169, а вже у 2018 році цей показник зріс до 199, а в 2019 році – до 223 [39]. На жаль, офіційні дані за 2020–2021 роки в матеріалах Державної служби статистики України відсутні, що ускладнює точний аналіз розвитку галузі за цей період. Проте, на основі власного дослідження та зібраної інформації вдалося оцінити, що в 2020 році кількість суб'єктів, які здійснюють екскурсійну діяльність, зросла приблизно до 250.

Автор систематизував наявні статистичні дані та представив їх у вигляді таблиці, що відображає динаміку чисельності суб'єктів екскурсійної діяльності в різних регіонах України. Відповідно до цих даних, загальна тенденція свідчить про поступове зростання кількості екскурсійних компаній та організаторів переважно у найбільш популярних туристичних центрах країни – таких як Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Одеська та Київська області. Саме тут розвивається активна туристична інфраструктура, зростає попит на екскурсійні послуги, а також збільшується кількість кваліфікованих гідів.

Водночас у таких регіонах, як Полтавська, Харківська та Дніпропетровська області, спостерігається значне зниження інтересу до екскурсійних послуг. Це призвело до зменшення кількості фахівців із відповідною кваліфікацією та практичним досвідом у сфері організації екскурсійної діяльності, що негативно впливає на розвиток туристичного потенціалу цих територій. Відсутність належної підтримки та стимулів для місцевих операторів, а також низький попит серед споживачів у цих областях створюють перешкоди для розширення екскурсійного ринку.

Таблиця 2.4

Кількість суб`єктів, що здійснювали екскурсійну діяльність в Україні,
за період 2017-2019 рр.

Область	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Вінницька	3	2	2
Волинська	9	8	7
Дніпропетровська	-	-	-
Донецька	-	1	2
Житомирська	3	5	2
Закарпатська	3	2	3
Запорізька	8	10	7
Івано-Франківська	10	10	7
Київська	6	9	8
Кіровоградська	5	4	4
Луганська	-	1	2
Львівська	43	51	61
Миколаївська	2	3	1
Одеська	24	21	31
Полтавська	2	8	-
Рівненська	3	5	9
Сумська	-	-	2
Тернопільська	2	5	9
Харківська	5	8	2
Херсонська	6	8	9
Хмельницька	9	10	8
Черкаська	2	3	9
Чернівецька	4	1	2
Чернігівська	-	-	1
м. Київ	20	24	34

Джерело [39]

На початку 2022 року Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) презентувало стратегічні напрями розвитку внутрішнього туризму на цей рік. Для забезпечення комфортних та безпечних подорожей держава планувала значні інвестиції у модернізацію туристичної інфраструктури. Серед основних планів були запуск Укрзалізницею десяти нових поїздів категорії Інтерсіті+, а також будівництво 500 сучасних спальних вагонів, що значно покращило б якість залізничних перевезень. Крім того, планувалося здійснити перший рейс нового національного авіаперевізника Ukrainian National Airlines, а також провести модернізацію восьми аеропортів і

збудувати два нові аеропорти, що мало суттєво розширити авіаційне сполучення в Україні.

Таблиця 2.5

Розподіл суб'єктів екскурсійної діяльності за областями України,
2019 р.

Область	Юридичні особи	Фізичні особи-підприємці
Вінницька	1	1
Волинська	4	3
Дніпропетровська	-	-
Донецька	2	-
Житомирська	1	1
Закарпатська	2	1
Запорізька	7	-
Івано-Франківська	5	2
Київська	5	3
Кіровоградська	4	-
Луганська	2	-
Львівська	47	14
Миколаївська	1	-
Одеська	23	8
Полтавська	-	-
Рівненська	6	3
Сумська	1	1
Тернопільська	5	4
Харківська	7	1
Херсонська	5	4
Хмельницька	6	4
Черкаська	1	1
Чернівецька	2	-
Чернігівська	1	-
<u>м. Київ</u>	15	19

Джерело [39]

В межах масштабного проєкту «Велике будівництво» на 2022-2024 роки було заплановано ремонт понад 15 тисяч кілометрів доріг і 810 мостів, що значно сприятиме доступності туристичних локацій по всій країні. Особливої уваги потребував запуск програми «Велика реставрація», яка передбачала капітальний ремонт та реконструкцію пам'яток культурної та природної спадщини – фортець, палаців, замків, парків та історичних комплексів. На реалізацію цієї та ще близько 100 проєктів було виділено бюджет у розмірі 3 мільярди гривень. Серед пріоритетних напрямків

реставрації й відновлення були національні природні парки, такі як Донецький НПП «Святі гори», Хмельницький НПП «Подільські Товтри», Івано-Франківський НПП «Карпатський», Київський НПП «Голосіївський» та Карпатський біосферний заповідник у Закарпатській області. Також планувалося створення нових туристичних маршрутів і розвиток інфраструктури – облаштування паркомісць, кемпінгових зон та інших об'єктів, що робить подорожі більш зручними та безпечними [62].

Однак 24 лютого 2022 року, через вісім років після початку військового конфлікту на Донбасі, Російська Федерація розпочала повномасштабну війну проти України. Це спричинило тимчасове призупинення розвитку туристичної сфери в країні. Війна стала серйозним викликом для галузі, що відобразилося на фінансових надходженнях. За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2022 році до державного бюджету надійшло 1 млрд 551 млн 182 тис. гривень податків від туристичної галузі – це на 31% менше порівняно з 2 млрд 231 млн 860 тис. гривень у 2021 році. Загальна кількість платників податків, які працюють у туристичній сфері, скоротилася на 17%. Аналіз показників надходжень свідчить про значне зменшення доходів майже у всіх сегментах туристичного бізнесу. Винятком стали лише об'єкти інших засобів тимчасового розміщення, кількість яких збільшилася на 45,9%, що можна пояснити певною мірою зростанням попиту на локальний відпочинок у нових форматах. Водночас усі інші категорії туристичних послуг продемонстрували падіння надходжень у діапазоні від 26,7% до 57% у порівнянні з 2021 роком (деталі наведені у таблиці 2.2). Така ситуація підкреслює значний вплив війни на розвиток екскурсійної та туристичної діяльності в Україні.

Значна частина податкових надходжень до державного бюджету у 2022 році припадала на готелі та інші засоби тимчасового розміщення – загалом вони сплатили близько 898 мільйонів гривень. Проте ця сума все ж була на 30% меншою, ніж у 2021 році, коли готелі та подібні заклади забезпечили бюджету 1 мільярд 288 мільйонів гривень. Водночас було зафіксовано

суттєвий приріст податкових надходжень на 46% від діяльності гуртожитків та пансіонатів, які у 2022 році часто використовувалися для тимчасового розміщення людей, що вимушено покинули свої домівки через війну. Це свідчить про адаптацію цієї сфери до нових соціальних викликів, пов'язаних із внутрішньо переміщеними особами.

Таблиця 2.6.

Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022 р.

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57
Діяльність інших засобів Тимчасового розміщування	137 394,00	+45,9

Джерело: [61].

Значне скорочення відбулося у частині податкових надходжень від дитячих таборів відпочинку, турбаз та кемпінгів – їх внесок до держбюджету у 2022 році зменшився на 57%, і становив лише 141 мільйон гривень порівняно з 328 мільйонами гривень у 2021 році. Цей спад відображає загальне падіння попиту на традиційний літній відпочинок у зв'язку з воєнними діями та безпековими обмеженнями.

Податкові надходження від діяльності туристичних операторів також зазнали суттєвого скорочення – у 2022 році вони сплатили до бюджету 167 мільйонів 858 тисяч гривень, що на 35% менше порівняно з 259 мільйонами 5 тисячами гривень у 2021 році. Аналогічна тенденція спостерігалася і у туристичних агентств, які у 2022 році сплатили 204 мільйони 795 тисяч гривень податків, що на 27% менше за показник 2021 року (279 мільйонів 265 тисяч гривень).

Загалом ці цифри підкреслюють складну ситуацію в екскурсійній та туристичній галузях України внаслідок війни, але також демонструють певні адаптивні зміни, зокрема збільшення ролі тимчасових засобів розміщення для внутрішньо переміщених осіб та інших потреб. Водночас падіння доходів від традиційних напрямків свідчить про необхідність подальшої підтримки та розвитку екскурсійної діяльності в Україні в нових реаліях [62].



Рис. 2.13. Розподіл надходжень до бюджету України у галузі туризму, 2022 р. [61]

У 2022 р. деякі регіони України показали зростання обсягу сплачених податків у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про певну стійкість і розвиток туристичної сфери, зокрема екскурсійної діяльності. Зокрема, у Львівській області податкові надходження зросли до 273 мільйонів гривень проти 215 мільйонів у попередньому році. У Київській області ця сума збільшилась до 164 мільйонів гривень порівняно з майже 125 мільйонами, а в Івано-Франківській області податки зросли до 159 мільйонів гривень проти приблизно 131 мільйона у 2021 році. Ці показники відображають активізацію туристичної активності в цих регіонах, що традиційно є важливими центрами культурного, історичного та природного туризму, включаючи численні екскурсійні маршрути.

Водночас у Києві та Одеській області спостерігалось суттєве зниження податкових надходжень. У місті Одеса сума зменшилась майже на 58%, що

пов'язано із зниженням туристичної активності через воєнні обставини та безпекові обмеження. У самому Києві падіння податкових надходжень склало близько 46%, що також негативно вплинуло на розвиток туристичних послуг, включаючи екскурсії та культурні заходи.

Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олеськів наголосила, що незважаючи на складні умови, туристична галузь України продовжує функціонувати, проте потребує підтримки не лише з боку держави, а й від самих українців. Вона підкреслила важливість свідомого підходу громадян до оплати податків, адже ці кошти спрямовуються на підтримку економіки країни, зокрема на оборонні потреби та підтримку Збройних Сил України. Такий підхід до розвитку туризму не лише допомагає зберегти галузь у кризові часи, але й підкреслює її роль як одного з ключових факторів економічного зростання та національної стабільності.

За офіційними даними, у період воєнного стану в 2022 році сума туристичного збору становила 178 мільйонів 948 тисяч гривень, що на 24% менше ніж у 2021 році, коли цей показник досягав 235 мільйонів 461 тисячі гривень. Це зниження відображає загальне скорочення туристичних потоків та обмеження діяльності у сфері туристичних послуг, зокрема екскурсійної діяльності. Водночас воєнний контекст підкреслює необхідність пошуку нових можливостей для розвитку внутрішнього туризму та підтримки локальних ініціатив, які здатні оживити галузь у майбутньому [62].

Лідером серед регіонів України за обсягом туристичного збору у 2022 році стала Львівська область, яка заробила 41 млн 430 тис. грн, що на 79% більше, ніж у 2021 році. Це свідчить про значний інтерес до туристичних і екскурсійних послуг у цьому історико-культурному центрі країни, який має багатий архітектурний спадок і розвинену інфраструктуру для прийому відвідувачів. Столиця України, місто Київ, за той самий період отримала 31 млн 474 тис. грн туристичного збору, що хоч і демонструє зростання, але все ж удвічі менше за показник 2021 року через вплив війни на туристичну активність. Серед інших областей, що посіли провідні позиції,

варто відзначити Закарпатську (19 млн 471 тис. грн), Івано-Франківську (17 млн 956 тис. грн) та Черкаську область (12 млн 555 тис. грн), які теж демонструють стабільний інтерес туристів та розвиток екскурсійної діяльності [66].

Таблиця 2.7

Туристичний збір за окремими регіонами України, які перебували в зоні бойових дій (або тимчасово окуповані), 2022 р. [61]

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83
Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24
Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

Початок повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 року суттєво змінив культурний ландшафт України і, відповідно, трансформував саму суть екскурсійної діяльності. Тепер екскурсії охоплюють не лише традиційні музеї, історичні пам'ятки чи природні ландшафти, але й нові теми, пов'язані з воєнними подіями, руйнуваннями і стійкістю українського народу. З'явилися спеціальні тури, присвячені «місцям пам'яті» сучасної війни, які розповідають про трагічні, але водночас героїчні сторінки сьогодення.

Одним із найвідоміших таких проєктів є екскурсії до Чернобаївки – села, яке стало символом опору через постійні поразки російських окупантів саме на цьому напрямку. Ці тури вже можна бронювати, хоча відвідування можливе після завершення бойових дій. Всі зібрані кошти спрямовуються на

підтримку Збройних Сил України та місцевих громад. Під час одноденного маршруту учасникам розповідають про аеродром, де залишилися рештки згорілих російських вертольотів та руїни ворожого командного пункту. Гідом часто є людина, яка особисто пережила окупацію, що додає туру особливої емоційної глибини. Вартість туру – 699 гривень за особу, а діти, волонтери і учасники бойових дій можуть скористатися знижками. У вартість входять транспорт, супровід гіда, обід у місцевому ресторані та вхід до музею [66].

У Києві активно проводяться пішохідні екскурсії, що поєднують історію міста часів Другої світової війни з подіями сучасного російського вторгнення. Маршрути включають відвідування зруйнованих об'єктів, таких як телевізійна вежа, пошкоджені житлові будинки та інші знакові місця, що нагадують про біль і втрати. Крім того, у Києві, Київській області та Чернігові створено 3D-тури зруйнованих будівель – ініціатива проєкту «Війна впритул», що використовує дрон-зйомки для документування наслідків бойових дій. Ці матеріали служать важливим свідченням руйнувань, а також інструментом для інформування світової спільноти про реальний масштаб збитків [66].

Після деокупації Чорнобильської зони, яка відбулася 31 березня 2023 року, екскурсії до цього легендарного місця поступово відновлюються. Туристам пропонують безпечні одноденні маршрути з відвідуванням ключових локацій зони відчуження, а також нові тематичні пропозиції, зокрема «Чорнобиль Тур» з дегустацією «чорнобильської кави» – напою з додаванням полину, що набирає популярності серед відвідувачів. Збільшення кількості таких турів стимулює розвиток локальної екскурсійної діяльності та наукового туризму [66].

У 2023–2025 роках спостерігається активне відновлення та розширення культурних ініціатив у багатьох регіонах України. У багатьох музеях (зокрема, в Одеському художньому музеї) регулярно проводяться виставки, присвячені подіям війни, що глибоко вплинули на українське суспільство. Серед експонатів – графічні роботи Дмитра Євсєєва

«Палімпсест», цифрові колажі Василя Дмитрика «Знайдені суб'єкти», а також творчість фотографа Ігоря Гори. Виставка містить чутливий контент, тому її відвідувачами можуть бути лише особи старші 18 років. Ці мистецькі проекти мають важливе значення для збереження колективної пам'яті та розвитку культурного туризму в умовах сучасних викликів [66].

Таким чином, екскурсійна діяльність в Україні поступово пристосовується до нових реалій, інтегруючи у свій контент теми війни, стійкості та відродження. Цей процес створює унікальний досвід для туристів, що поєднує традиційні культурні цінності з актуальними історичними подіями, формуючи нові маршрути та можливості для розвитку внутрішнього туризму.

2.3. Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності

Екскурсійна діяльність в Україні традиційно є однією з найбільш складних і проблемних сфер туристичної індустрії. Незважаючи на вигідне географічне положення країни, багатий історико-культурний потенціал, наявність унікальних природних локацій та зростаючий інтерес до освітніх і пізнавальних подорожей, галузь регулярно стикається з низкою викликів. Особливо гостро ці проблеми проявилися в умовах повномасштабного російського вторгнення, яке суттєво ускладнило функціонування туристичного сектора та призвело до значного скорочення податкових надходжень з цієї сфери. Однією з ключових причин падіння стало зменшення кількості суб'єктів господарювання, що працюють у сфері туризму, зокрема екскурсійних підприємств, гідів та агентств, багато з яких були змушені призупинити або змінити свою діяльність через бойові дії та нестабільність [66].

Ця ситуація підкреслює нагальну потребу в розробці ефективних стратегій, спрямованих на відновлення і подальший розвиток екскурсійної галузі. Одним із перспективних напрямів є активне впровадження цифрових

технологій, створення онлайн-платформ і віртуальних турів, що можуть залучати широку аудиторію та зберігати інтерес до української історії та культури навіть у складних умовах. Завдяки таким інноваціям можливе стимулювання зростання галузі, збільшення надходжень і підвищення рівня доступності екскурсійних послуг для різних категорій туристів, включно з іноземцями [66].

Проте, щоб забезпечити сталий розвиток туристичної сфери, необхідно постійно оцінювати економічні, соціальні та екологічні наслідки екскурсійної діяльності. Лише таким чином можна буде гармонійно поєднати інтереси туристів, бізнесу, місцевих громад та охорону навколишнього середовища. Важливим є також врахування культурних особливостей і історичної пам'яті, що робить екскурсії не просто розвагою, а важливою складовою національної ідентичності.

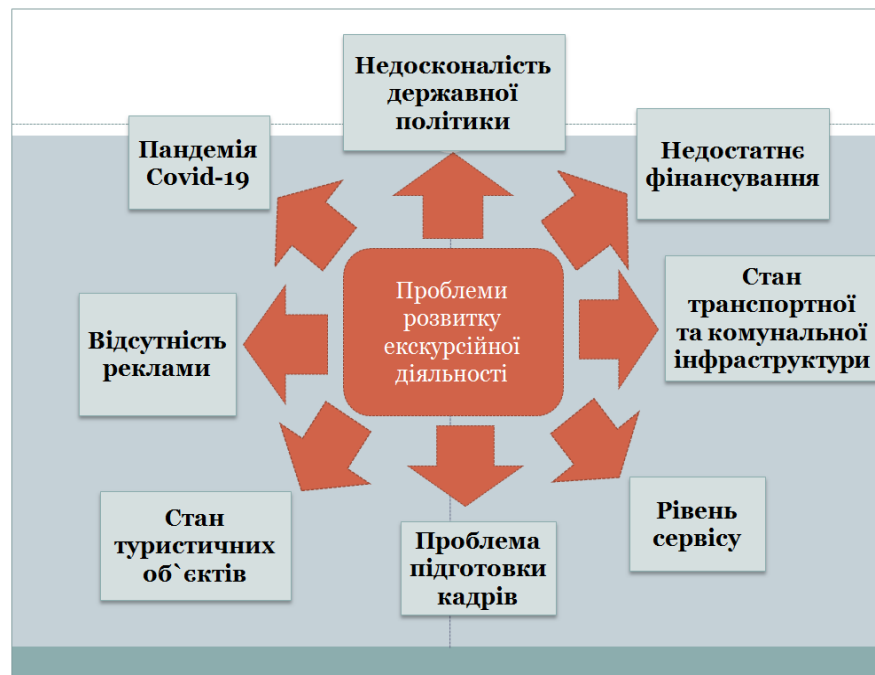


Рис. 2.14. Проблеми розвитку екскурсійної діяльності в Україні [53; 18].

Введення воєнного стану в Україні стало переламним моментом, після якого життя громадян, а разом з ним і туристична індустрія, розділилися на «до» та «після». Перед війною екскурсійна галузь уже мала свої проблеми, які стримували її розвиток і уповільнювали процес модернізації. Серед основних перешкод можна назвати недостатнє фінансування, відсутність

належної інфраструктури, низький рівень професійної підготовки кадрів, а також брак сучасних маркетингових інструментів і промоції. Ці фактори суттєво обмежували потенціал галузі та знижували її конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туризму.

Недосконалість державної політики залишається однією з ключових проблем розвитку екскурсійної діяльності в Україні. Нормативно-правова база, яка регулює надання екскурсійних послуг, досі є неповною і не відповідає сучасним вимогам галузі. Закон України «Про туризм» містить лише базові положення щодо учасників екскурсійних відносин, умов договорів на екскурсійне обслуговування та відповідальності за порушення у сфері туризму. Однак ці норми недостатньо деталізовані і не враховують усіх специфік сучасної екскурсійної діяльності, що створює правові прогалини і ускладнює ефективне регулювання [1].

Значну роль відіграють підзаконні акти, такі як «Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцями туристичного супроводу» [23] та «Туристично-екскурсійне обслуговування: Міждержавний стандарт ДСТУ 28682.2-95» [10], які були затверджені ще у 1990-х роках і не враховують сучасних реалій. Ці документи потребують ґрунтовної модернізації, особливо в частині підвищення вимог до якості послуг і впровадження інноваційних підходів, що відповідають європейським стандартам.

Відміна ліцензування екскурсійної діяльності у 2010 році негативно позначилася на якості послуг. Відсутність системного контролю призвела до появи на ринку численних недобросовісних суб'єктів, які пропонують дешеві, але неякісні екскурсії. Часто такі послуги зводяться до простого транспортування групи з одного пункту в інший без виконання освітньої та виховної функції екскурсій. Через це нині гостро стоїть питання про відновлення ліцензування або впровадження сертифікації екскурсійних послуг, що могло б підвищити стандарти і довіру до галузі [1].

Фінансування екскурсійної справи в Україні є недостатнім і непрозорим. Відсутність чітких механізмів розподілу бюджетних коштів та слабе планування створюють умови для зневажливого ставлення населення до внутрішнього туризму. Для активного розвитку екскурсійної діяльності потрібна не лише законодавча підтримка, але й комплекс заходів, що підвищують економічну привабливість індустрії, залучають інвестиції і стимулюють розвиток місцевих туристичних ініціатив [47].

Особливу увагу слід приділити стану інфраструктури. Найпоширенішим засобом перевезення екскурсійних груп залишається автомобільний транспорт, здебільшого це комфортабельні автобуси іноземного виробництва. Однак загальний стан автомобільних доріг в Україні все ще є незадовільним. Незадовільна якість дорожнього покриття, відсутність достатньої кількості пунктів сервісного обслуговування, а також нестача сучасних засобів технічної та медичної допомоги створюють додаткові перешкоди для організації якісних екскурсійних турів, особливо у віддалених регіонах [21].

Не менш важливою проблемою є стан комунальної інфраструктури культурних об'єктів, зокрема музеїв і пам'яток архітектури. Брак фінансування призводить до недостатньої реставрації та консервації експонатів, а також гальмує процес оцифрування та автоматизації обліку культурної спадщини. В останні роки спостерігається зростання ініціатив з цифровізації музейних колекцій, що відкриває нові можливості для розвитку інтерактивних і віртуальних екскурсій, проте цей процес потребує значних інвестицій та державної підтримки [54].

Рівень сервісу в екскурсійній сфері залишається викликом. Часто послуги надають некваліфіковані працівники, які не мають належної підготовки і працюють переважно задля швидкого заробітку, а не для забезпечення високої якості обслуговування. Це негативно впливає на загальне враження туристів і знижує репутацію галузі. Водночас Закон «Про

туризм» визначає лише основні принципи, не регламентуючи чітких стандартів кваліфікації і професійної етики екскурсоводів.

Проблема підготовки кадрів у сфері екскурсійної діяльності є однією з найгостріших. Відповідно до «Кваліфікаційних вимог до екскурсоводів», працівники цієї сфери повинні мати вищу або базову вищу освіту, володіти однією або кількома іноземними мовами, а також пройти спеціальну підготовку з отриманням відповідного посвідчення. Важливо, що початківці мають проходити стажування і курси підвищення кваліфікації, відвідувати семінари та майстер-класи. Однак в реальності, через брак системного підходу до навчання та підтримки фахівців, рівень підготовки залишає бажати кращого, що відчутно впливає на якість екскурсійних послуг [1].

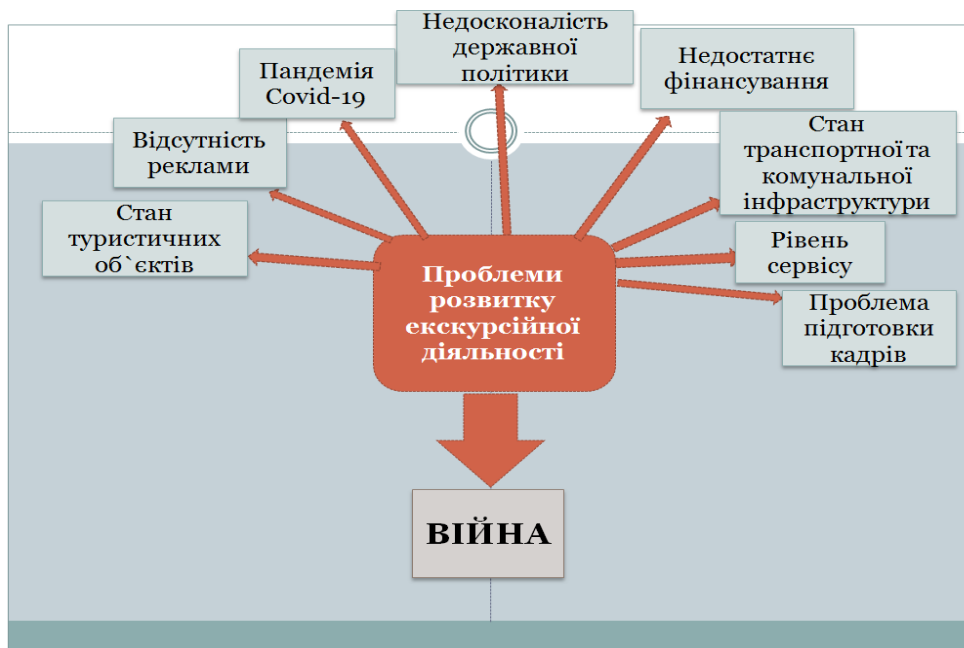


Рис. 2.15. Проблеми розвитку екскурсійної діяльності в Україні

Стан туристичних об'єктів також вимагає уваги. Більшість культурних і історичних пам'яток потребують комплексної реставрації та модернізації, особливо враховуючи руйнування, спричинені війною. Відновлення таких об'єктів є пріоритетом для збереження національної спадщини і стимулювання розвитку туризму [53].

Однією з суттєвих проблем є відсутність ефективної реклами екскурсійних послуг. Підприємства туристичної сфери майже не

використовують сучасні маркетингові інструменти для просування своїх продуктів. Реклама через традиційні канали – газети, телебачення, радіо – поступово доповнюється інтернет-ресурсами та соціальними мережами, які мають значний потенціал для формування позитивного іміджу українських екскурсій. Розвиток цифрового маркетингу може суттєво підвищити інтерес до внутрішнього туризму, залучити нових клієнтів і збільшити дохідність галузі.

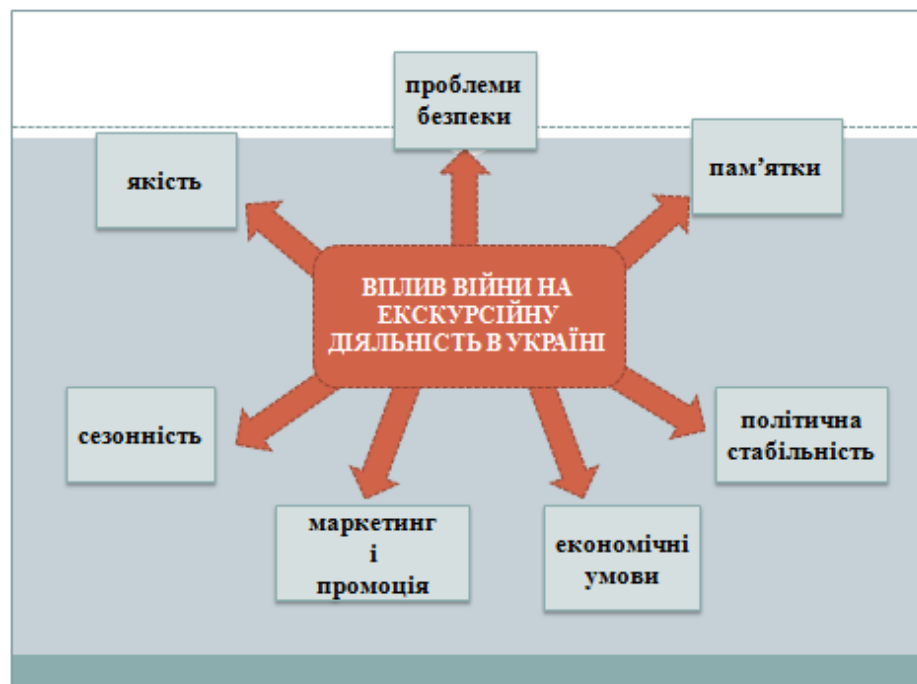


Рис. 2.16. Вплив війни на екскурсійну діяльність в Україні

Варто також згадати про вплив пандемії COVID-19, яка нанесла серйозний удар по туристичній індустрії України. Значне скорочення туристичних потоків у 2020–2021 роках стало викликом для всіх учасників ринку, змусило адаптуватися до нових умов і шукати альтернативні формати проведення екскурсій. У відповідь на пандемію з'явилися нові форми екскурсій, зокрема онлайн-тури та інтерактивні віртуальні проєкти, які зараз активно розвиваються і можуть стати важливим інструментом для подальшого розвитку галузі.

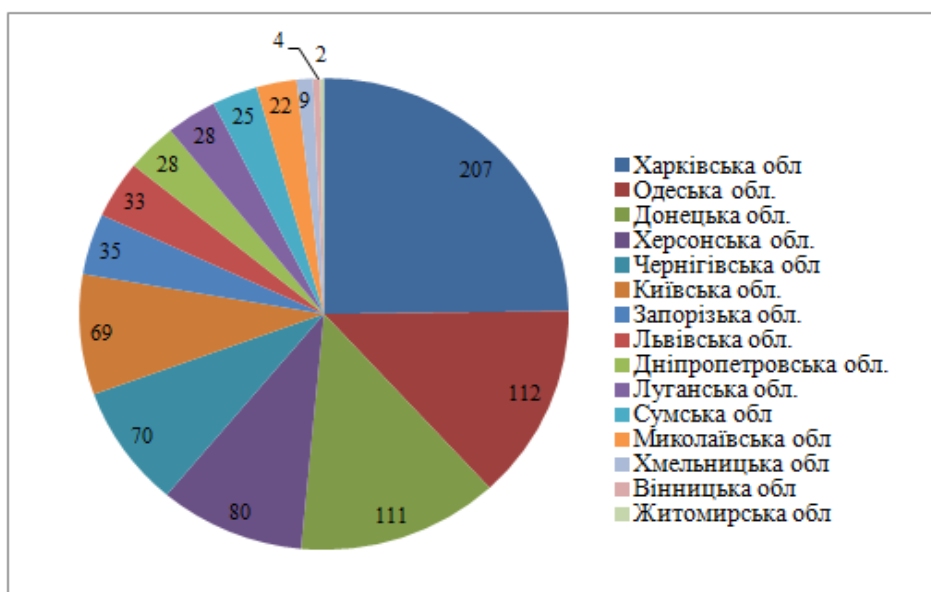


Рис. 2.17. Пошкоджені та зруйновані внаслідок військової агресії росії об'єкти культурної спадщини України за областями, 2024 р. [50]

Узагальнюючи, війна спричинила глибокі і багатогранні проблеми для розвитку туризму в Україні, що впливають на різні аспекти цієї сфери та створюють тривалі виклики для відновлення навіть після завершення активних бойових дій. Зокрема, ключові наслідки такі:

- Пам'ятки культури та історії зазнали масштабних втрат. З 24 лютого 2022 року по 25 вересня 2023 року було зафіксовано пошкодження або руйнування 835 об'єктів культурної спадщини. Серед них 118 пам'яток національного значення, 653 об'єкти місцевого значення та 64 щойно виявлені пам'ятки, що ускладнює збереження культурної ідентичності та туристичного потенціалу країни [50].

- Політична нестабільність і військовий конфлікт продовжують викликати серйозні занепокоєння серед туристів, особливо іноземних, які уникають поїздок до регіонів, де безпека не гарантована. Це суттєво стримує відновлення туристичного потоку [14].

- Економічні труднощі в регіонах, зокрема високий рівень безробіття та зниження доходів населення, обмежують можливості місцевих підприємств інвестувати в розвиток туристичної інфраструктури та

підвищення якості сервісу. У результаті відсутність фінансування стає серйозною перешкодою для стабільного росту галузі [34].

- Відсутність активної та системної промоції України як привабливого туристичного напрямку на міжнародному рівні призводить до зменшення кількості іноземних гостей. Брак маркетингових кампаній і туристичних брендів не дозволяє країні конкурувати на світовому ринку туристичних послуг [50].

- Сезонність туристичного потоку, зосередженого переважно на літніх місяцях, загострилась через воєнний конфлікт, що унеможливило повноцінне використання туристичного потенціалу в пік сезону. Це призвело до зниження доходів у сфері екскурсій та гостинності [14].

- Якість туристичних послуг значно погіршилася: через зниження попиту багато готелів, ресторанів та інших об'єктів туристичної інфраструктури або закрилися, або суттєво скоротили діяльність. Це негативно впливає на репутацію українського туризму і відлякує потенційних туристів [34].

- Проблеми безпеки залишаються ключовим фактором стримування туристів, адже через триваючий конфлікт багато держав регулярно видають попередження своїм громадянам щодо поїздок в Україну, що знижує міжнародний туристичний потік [50].

Однак є й позитивні зміни. Зокрема, напередодні осінньо-зимового сезону 2023 року Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) оновило мережу туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) по всій країні. Незважаючи на війну, кількість таких центрів збільшилася майже на третину: якщо у 2021 році їх було 63, то зараз працює вже 88 ТІЦ. Це свідчить про прагнення держави підтримувати туристичну інфраструктуру та покращувати доступність інформації для туристів навіть у складних умовах [50].

Туроператорам та екскурсоводам, які формують туристичні маршрути в Україні, варто враховувати сучасні умови безпеки, зокрема можливість повітряних тривог, і передбачати для туристів варіанти швидкого укриття у

випадку надзвичайних ситуацій. Це важливий крок для підвищення довіри та безпеки відвідувачів.



Рис.2.18. Розподіл туристично-інформаційних центрів за регіонами України [20]

Основні рекомендації:

- Планування маршрутів. Туроператорам необхідно уникати включення до програм туристичних об'єктів, розташованих у потенційно небезпечних зонах або поблизу стратегічних об'єктів, що можуть стати цілями атаки. Це допоможе мінімізувати ризики для туристів і забезпечити їхню безпеку.
- Притулки та безпека на маршруті. Обов'язково слід інформувати туристів про найближчі захисні укриття та безпечні місця, які можуть бути використані під час повітряної тривоги чи інших надзвичайних ситуацій. Ці локації бажано включати в маршрути або передбачати окремо як план дій на випадок небезпеки.
- Засоби зв'язку. Рекомендується забезпечити туристів засобами швидкого зв'язку – мобільними телефонами з достатнім зарядом, а також додатками для сповіщення про надзвичайні ситуації (наприклад, «Дія», «Повітряна тривога»). Це дасть змогу оперативно реагувати на зміни у ситуації.

- Моніторинг ситуації. Туроператорам та гідам необхідно постійно відстежувати офіційні повідомлення, новини та рекомендації з безпеки, щоб вчасно коригувати маршрути відповідно до актуальних обставин у режимі реального часу.
- Комендантська година. Важливо враховувати дію комендантської години, яка триває з 23:00 до 5:00 та встановлена для підтримки правопорядку в умовах воєнного стану. В цей час рух туристичних груп заборонений.
- Заборони на активності поблизу критичної інфраструктури. По всій Україні заборонено проводити сплави, походи, прогулянки та екскурсії на маршрутах, які проходять поблизу об'єктів критичної інфраструктури (електростанції, військові об'єкти, транспортні вузли). Це обмеження спрямоване на забезпечення безпеки туристів та мінімізацію ризиків [23].

Війна в Україні спричинила масштабні руйнування туристичної індустрії, які відчуються на всіх рівнях – від пошкодження об'єктів інфраструктури до суттєвого обмеження мобільності туристів через загрозу безпеці. Значна кількість туристичних об'єктів, готелів, музеїв і транспортних маршрутів зазнали пошкоджень або тимчасово припинили роботу, що створює серйозні виклики для розвитку екскурсійної діяльності. Загроза життю та здоров'ю туристів через бойові дії змушує багатьох відмовлятися від подорожей в Україну, особливо до зон активних бойових дій.

Водночас, для підтримки відновлення туристичної галузі є програмні моделі розвитку туристичного бізнесу, які мають на меті не лише реставрацію пошкодженої інфраструктури, а й створення нових безпечних маршрутів, модернізацію сервісу та активне впровадження цифрових технологій для інформування туристів. Серед таких ініціатив – проекти з відновлення культурних пам'яток за підтримки міжнародних організацій, державні програми грантової підтримки малого та середнього туристичного

бізнесу, а також розробка нових маркетингових стратегій для залучення внутрішніх і зовнішніх туристів.

Таблиця 2.8

Специфіка організації відпочинку та функціонування туристичних об'єктів у різних регіонах України.

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель
Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття.
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Джерело [27]

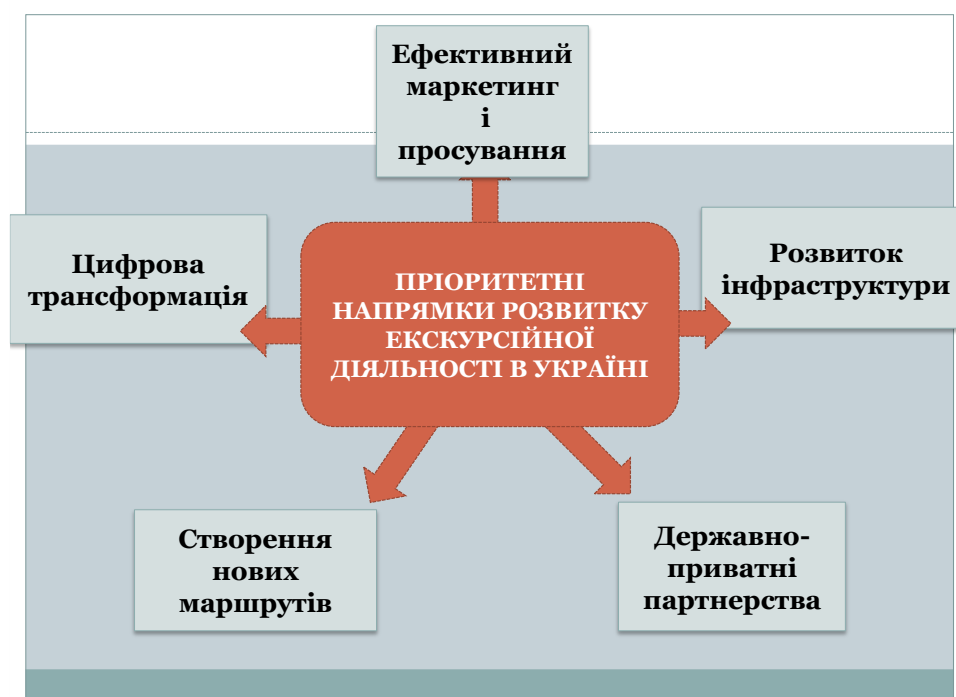


Рис. 2.19. Напрямки розвитку екскурсійної діяльності в Україні

Розвиток інфраструктури є однією з ключових складових програм відновлення екскурсійної діяльності в Україні після війни, що потребує значних капіталовкладень і комплексного підходу. Відновлення передбачає не лише ремонт і реконструкцію зруйнованих доріг, мостів та аеропортів, а й модернізацію транспортних вузлів для забезпечення комфортного та безпечного пересування туристів. Крім того, важливим напрямком є відновлення життєво необхідних комунікацій – електропостачання, водопостачання, телекомунікацій та інтернет-зв'язку, адже без стабільних комунікацій неможливо забезпечити належний рівень сервісу для туристів. Розбудова інфраструктури відкриває можливості для залучення туристів до постраждалих регіонів, розширюючи екскурсійні маршрути і підтримуючи розвиток місцевих громад, створюючи нові робочі місця у сфері обслуговування та суміжних галузях [43].

Не менш важливим фактором є ефективний маркетинг і просування туристичних напрямів. Вони допомагають змінити негативний імідж регіонів, що постраждали від війни, та донести до потенційних туристів інформацію про нові безпечні маршрути й оновлені туристичні продукти.

Сучасні маркетингові стратегії активно використовують соціальні мережі, цифрову рекламу, відеоконтент, а також тематичні кампанії, орієнтовані на різні вікові та інтересові групи. Особливу увагу приділяють промоції внутрішнього туризму – популяризації історичних, культурних і природних пам'яток, а також патріотичних та екологічних екскурсій, що відповідають актуальним трендам. Такі комплексні заходи сприяють не лише відновленню потоку туристів, а й формуванню нових джерел доходів для місцевого бізнесу, що є критично важливим для економічного відродження постконфліктних територій [63].



Рис. 2.20. Показники розвитку внутрішнього туризму в Україні до 2022 р. [36]

Хоча воєнний стан суттєво ускладнює розвиток туризму, існують свідчення того, що з часом інтерес до постконфліктного туризму в Україні буде поступово зростати. Туристи все частіше проявляють зацікавленість у відвідуванні місць, які пережили військові дії та конфлікти, прагнучи глибше зрозуміти історію, культуру та переживання цих регіонів. Постконфліктний туризм можна розглядати як один із напрямів «темного туризму» – відвідування локацій, пов'язаних із трагедіями, стражданнями та пам'яттю про загиблих, як серед мирних жителів, так і серед героїв-захисників, що віддали життя за незалежність України.

Рекламуючи такі території як важливі історичні та культурні центри, а також висвітлюючи заходи з відновлення безпеки та стабільності, туроператори та гіді можуть залучати відвідувачів, які прагнуть не лише екскурсій, але й глибокого усвідомлення подій і героїзму місцевих громад. Крім того, розвиток тематичних екскурсій, меморіалів, музеїв і інтерактивних виставок, присвячених воєнним подіям, допоможе створити нові унікальні туристичні продукти, що сприятимуть відродженню галузі в поствоєнний період [67].

ПЕРСПЕКТИВИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

ДАРТ

У найближчому майбутньому подорожувати країною планують **80,7%**

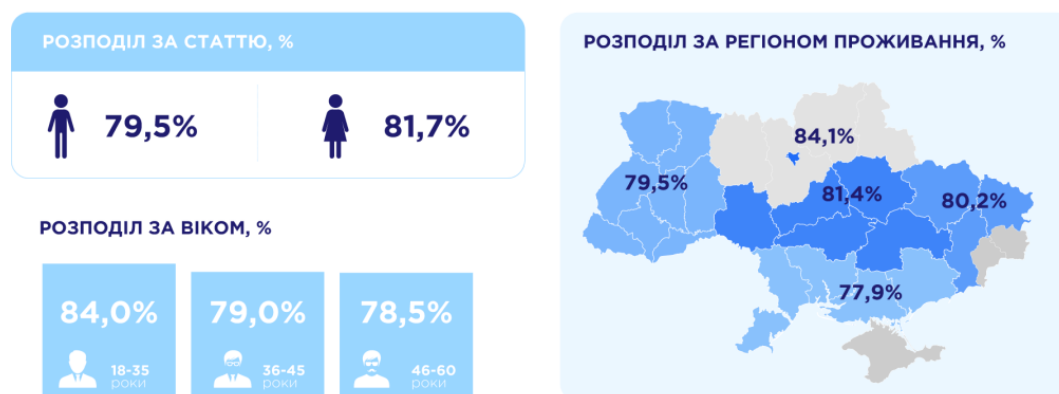


Рис 2.21. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні (ДАРТ) [36]

Згідно з дослідженням, проведеним компанією «Х'юмен Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у найближчому майбутньому мандрувати Україною планують 80,7% громадян. При цьому переважна більшість з них (84%) – це молодь віком від 18 до 35 років. «Найактивнішими мандрівниками є мешканці столиці – 84% опитаних киян готові подорожувати. У інших регіонах готовність подорожувати коливається близько 80%», – зазначено у звіті. До початку повномасштабної війни понад 85% опитаних вже подорожували Україною, причому найбільш мобільними були жителі Києва та західних областей, серед яких 39% подорожували більш ніж один раз на рік. Водночас 14% українців не

подорожували взагалі, а головною причиною відмови від поїздок (70% відповідей) називали брак фінансових ресурсів [49].

У контексті післявоєнного відновлення екскурсійної діяльності важливу роль можуть відіграти державно-приватні партнерства (ДПП). Ці моделі співпраці між державою, бізнесом і місцевими громадами здатні значно прискорити процес відновлення туристичної інфраструктури. Державні органи можуть забезпечувати фінансування ремонту доріг, музеїв, туристичних об'єктів і розвиток сервісів, а приватні компанії інвестувати у створення нових екскурсійних маршрутів, інноваційних послуг та комфортних умов для туристів. Місцеві громади, у свою чергу, беруть активну участь у формуванні туристичних продуктів, просуваючи унікальні культурні, історичні та природні особливості своїх регіонів як серед українських, так і іноземних туристів [49, 67].

Однією з ключових тенденцій у розвитку екскурсійної діяльності є впровадження принципів сталого туризму. Це дозволяє не лише залучати свідомих туристів, які цінують охорону природи і культурної спадщини, а й створювати додаткові економічні можливості для місцевих громад. Збереження унікальних екологічних та культурних ресурсів регіонів сприятиме довгостроковому розвитку галузі, що є особливо актуальним в умовах відновлення після воєнних руйнувань.

Цифрова трансформація також відкриває широкі можливості для піднесення екскурсійної діяльності в Україні. Сучасні технології дозволяють покращити туристичний досвід, оптимізувати операції та ефективно просувати регіон на світовому ринку. Вже сьогодні дедалі популярнішими стають мобільні додатки, які надають персоналізовану інформацію про маршрути, допомагають бронювати екскурсії, а також інформують про актуальні події та безпекову ситуацію. Віртуальна реальність (VR) дає можливість відчувати атмосферу історичних та культурних місць дистанційно, що особливо важливо для територій, які тимчасово залишаються небезпечними для фізичного відвідування. Такі VR-екскурсії можуть стати

ефективним інструментом для популяризації регіону у світі. Доповнена реальність (AR) допомагає створювати інтерактивні тури, в яких на реальні локації накладаються додаткові цифрові відомості, що робить екскурсії більш пізнавальними й захопливими [49, 67].

Активне застосування маркетингу в соціальних мережах є ще одним потужним ресурсом для розвитку екскурсійної діяльності. Візуальний контент – фотографії, відео, історії про відновлені об'єкти культурної спадщини – допомагають змінити сприйняття регіонів, підвищити інтерес до них і залучити нових туристів. Соціальні платформи надають можливість швидко і ефективно комунікувати з аудиторією, адаптувати пропозиції під її інтереси та залучати молодь – головний сегмент потенційних туристів.

Впровадження цих інноваційних підходів, поєднаних із державним фінансуванням та активною участю місцевих громад, може стати основою для динамічного відновлення та сталого розвитку екскурсійної діяльності в Україні після війни.

ВИСНОВКИ

В результаті роботи, автором проведено аналіз перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Україні.

1. Передусім було обґрунтовано поняття екскурсії як комплексної туристичної послуги тривалістю до 24 годин, спрямованої на ознайомлення туристів з визначними екскурсійними об'єктами та відвідання цікавих місць з метою здобуття нових знань і вражень. Екскурсія розглядається як процес пізнання навколишнього світу, який поєднує зорові, слухові та інші відчуття, включає обов'язковий супровід екскурсовода, проходить за заздалегідь затвердженим маршрутом і не включає послуги розміщення.
2. Надано характеристику екскурсій за ключовими ознаками та тематикою. За основними ознаками екскурсії класифікуються за складом учасників, тривалістю, засобом пересування, змістом та місцем проведення. За тематикою вони бувають історичними, виробничими, літературними, мистецтвознавчими, архітектурно-містобудівними, природознавчими, релігійними. Також екскурсії поділяються за методичними прийомами та формами проведення.
3. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку екскурсійної діяльності вказує на різноманітність підходів до управління в різних країнах. Вивчено практики провідних європейських держав: Польща у 2016 році організувала сезонну акцію «ПОЛЬЩА: ПОБАЧ БІЛЬШЕ – ВИХІДНІ ЗА ПІВ ЦІНИ», Франція реалізувала програму «Tourisme&Handicap» для людей з обмеженими можливостями, а Італія запустила рекламну кампанію «Знову відкриваючи Італію». У Чехії діє туристична карта Prague Card, що дає доступ до 50 пам'яток, а в Іспанії популяризацією туризму займається урядова структура Turespana. Також розглянуто приклади відновлення туризму після воєн у Хорватії, Ізраїлі та Грузії, що підтверджує важливість реклами, гнучкості та інвестицій. Україна,

- з огляду на унікальність і масштаб руйнувань, потребує особливих стратегій для відновлення галузі.
4. Сучасне нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні є недостатньо розвиненим. Закон «Про екскурсійну діяльність» перебуває на стадії розробки, тому основним правовим документом, який регулює екскурсії, наразі є Закон «Про туризм».
 5. Екскурсійна діяльність в Україні стикається з низкою проблем: слабкою державною підтримкою, недостатнім фінансуванням, низькою якістю обслуговування, відсутністю ефективного маркетингу та недостатньою кваліфікацією екскурсоводів. Виявлення цих недоліків дає можливість визначити шляхи оптимізації, що може призвести до активного розвитку сфери. Комплексний підхід на рівні держави, регіонів і підприємств сприятиме більш ефективному використанню туристично-екскурсійного потенціалу країни.
 6. Екскурсійна діяльність має значний потенціал для економічного розвитку України. Унікальні культурні та історичні пам'ятки, розташовані по всій країні, створюють можливість розповісти туристам про багатозарову історію, культуру та природу. На території України збереглися унікальні палацово-паркові ансамблі та історичні садиби, які дають змогу зануритися у минулі епохи. Україна може пишатися 8 об'єктами, внесеними до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, серед яких Києво-Печерська лавра, Софія Київська, старовинне місто Львів та інші. В країні функціонує 574 державних музеї, що демонструють багатство культурної спадщини та слугують центрами освіти для туристів.

Узагальнюючи, розвиток екскурсійної діяльності в Україні вимагає системного підходу, поєднання державної підтримки, інвестицій та впровадження передових технологій. Використання багатой історико-культурної спадщини, удосконалення нормативно-правової бази, підвищення професійної кваліфікації екскурсоводів і активний маркетинг можуть суттєво посилити позиції України на туристичній карті світу та сприяти сталому розвитку регіонів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Туризм: Закон України від 1995, № 4385-VI від 09.02.2012. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (дата звернення 10.05.2025).
2. Кримінальний кодекс України: Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2341-III. Відомості Верховної Ради України. № 25-26. Ст. 447. (Із змінами).
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст.144 (Із змінами).
4. Кодекс про адміністративні правопорушення: Закон України від 7 грудня 1984 р. № 8073-X. Відомості Верховної Ради України. № 51. Ст. 329. (Із змінами).
5. Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу: Наказ Державної туристичної адміністрації України 24.09.2004 р. № 83. 2022. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344-04#Text> (дата звернення 10.05.2025).
6. Про охорону культурної спадщини: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2000. № 39. Ст.333
7. Про порядок отримання дозволу екскурсоводами / гідами перекладачами на право надання туристичного супроводу: наказ Держтурадміністрації від 24.09.04 № 50, зареєстрований в Міністерстві 20.10.04 за № 1344/9943. 2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344> (дата звернення 10.05.2025).
8. Туристично-екскурсійне обслуговування. Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів: ГОСТ 28681.3-95.
9. Туристично-екскурсійне обслуговування: Міждержавний стандарт ДСТУ 28682.2-95.
10. Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг: ГОСТ 28681.1-95.
11. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435- IV. Відомості Верховної Ради України. № 40-44. Ст. 1308. (Із змінами).

12. Абрамов В. В. Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної справи в Україні URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1890/> (дата звернення 10.05.2025).
13. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
14. Безпечність стрічкових конвеєрів для зимових видів спорту чи туризму: ДСТУ EN 15700:2014.
15. В Україні є вісім об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО URL: <https://zaxid.net/news/> (дата звернення 10.05.2025).
16. Вишневецький В. Екскурсія як метод пізнання. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. С. 59-62. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.75.10> (дата звернення 10.05.2025).
17. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. Посібник .2019. 85 с.
18. Графська О.І., Підвальна О.Г., Боднарчук Х.П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка і суспільство*. 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52> (дата звернення 10.05.2025).
19. Громик О.М., Туристично-рекреаційний потенціал Волинської області. *Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція*.2018. УДК 379.85(477.82) С. 4-6.
20. ДАРТ оновив перелік туристично-інформаційних центрів України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-onoviv-perelik-turistichno-informaciynih-centriv-ukrayini> (дата звернення 10.05.2025).
21. Державне агентство автомобільних доріг України. URL: <https://ukravtodor.gov.ua/> (дата звернення 10.05.2025).
22. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх. Укрінформ URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html> (дата звернення 10.05.2025).
23. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ – К.: НІСД, 2015. С. 26-30.

24. Загальні втрати економіки, понесені в ході війни. Київська школа економіки. URL: <http://surl.li/gnuhs> (дата звернення 10.05.2025).
25. 150 Замків України: замки, фортеці, садиби, палаци, оборонні церкви. URL: <https://sunkissed.com.ua/castle-ukraine/> (дата звернення 10.05.2025).
26. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л.(2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення 10.05.2025).
27. Кембриджський словник. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата звернення 10.05.2025).
28. Кіптенко В., Малиновська О. Організація екскурсійних послуг. 2018. С.99-105
29. Кнодель Л.В. Туризм і туристична освіта у Франції: монографія. Київ.2019. С. 61-62.
30. Колесников О. В. Основи наукових досліджень. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 141 с.
31. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі. 2016. С.19-30.
32. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С.337–341.
33. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги. URL:<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення 10.05.2025).
34. Кривенкова Ю.Р. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. *Державне управління: удосконалення та розвиток*.2019. № 4. С. 3-8.
35. Мандрувати у найближчий час планують понад 80% українців URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3729697-mandruvati-u-najblizcij-cas-planuut-ponad-80-ukrainciv.html> (дата звернення 10.05.2025).
36. Мінфін. Туристичний ринок в Україні за рік скоротився на 60-70% 2021. URL: <https://minfin.com.ua/2021/01/17> (дата звернення 10.05.2025).
37. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг. Навчально-методичний посібник Одеського державного економічного університету, 2011. 20-21с.

38. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 10.05.2025).
39. Паламаренко О.П. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні " Умань: Візаві, 2019. С.188-190.
40. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2003. 352 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/pankova.htm (дата звернення 10.05.2025).
41. Паспорт Дніпропетровської області. 2021 URL: <https://adm.dp.gov.ua/pro-oblast/dnipropetrovshina/pasport-oblasti> (дата звернення 10.05.2025).
42. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну: історичний контекст. URL: <https://uinp.gov.ua/aktualnitemy/povnomasshtabne-vtorgnennya-rosiyi-v-ukrayinu-istorychnyy-kontekst> (дата звернення 10.05.2025).
43. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/-1647724135.html> (дата звернення 10.05.2025).
44. Погуда Н.В. Стратегічні напрями розвитку туризму у Чернігові. *Економічні науки*. №1.2019. С. 96-97.
45. Подлепіна П.О. Закордонний досвід організації туризму на сучасному етапі (на прикладі Іспанії). *Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2013. С.169-171. УДК 338.48–1(460)
46. Покоłodна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. – Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – 2017. – 32-34 с
47. Правові засади екскурсійної діяльності в Україні від 10 жовтня 2017р. 2022. URL: <https://tourcenter.kh.ua/uk/homct/normprav> (дата звернення 10.05.2025).
48. Про роботу Українського культурного фонду під час війни URL:https://ucf.in.ua/news/16_04_2022 (дата звернення 10.05.2025).
49. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період.. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
50. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2017р. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5596> (дата звернення 10.05.2025).
51. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності, 2022. С.51.

52. Смольнікова К. А. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Розвиток туризму в Україні: проблеми та перспективи» Луцьк 2016. Ч.1. С.344-346. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/smolnikova.htm (дата звернення 10.05.2025).
53. Стан та проблеми музейної сфери в Україні URL: <https://matrix-info.com/stan-ta-problemy-muzejnoyi-sfery-v-ukrayini/> (дата звернення 10.05.2025).
54. Трегуб Г. Як Польща розвиває туризм. Журнал «Український тиждень». 2017. № 31 (507). URL: <https://tyzhden.ua/World/197523> (дата звернення 10.05.2025).
55. Туризм в Україні-2019: завдання, виклики, тенденції. URL:<http://www.agroprofi.com.ua/statti/1718-2019-2> (дата звернення 10.05.2025).
56. Туристична статистика України. ДАРТ URL: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/w55UC> (дата звернення 10.05.2025).
57. У 2013 році Україну відвідали понад 26 млн. туристів - О. Вілкул URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/246992112> (дата звернення 10.05.2025).
58. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetuvid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31> (дата звернення 10.05.2025).
59. У ДАРТ назвали напрямки розвитку внутрішнього туризму у 2022 році URL: <https://lowcost.ua/tourism-in-ukraine-2022/> (дата звернення 10.05.2025).
60. Україна, Литва та Польща розпочали працювати над оцифруванням культурної спадщини України. URL: <http://surl.li/gnuho> (дата звернення 10.05.2025).
61. Феленчак Ю.Б. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні: Лекція з навчальної дисципліни „ЕКСКУРСОЛОГІЯ”.
62. "Час ікс" для українського туризму. Економічна правда URL: <https://www.epravda.com.ua/> (дата звернення 10.05.2025).
63. Чорнобаївка та звільнена Зона відчуження - незвичні екскурсії пропонують у час війни URL: https://gazeta.ua/articles/culture/_cornobayivka-ta-zvilnena-zona-

vidchuzhennya-nezvichni-ekskursiyi-proponuyut-u-chas-vijni/ (дата звернення 10.05.2025).

64. Як виглядає туризм під час війни. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974 (дата звернення 10.05.2025).
65. Discover.UA. URL: <https://discover.ua/about> (дата звернення 10.05.2025).
66. Italia-Da-Discover. URL: <https://www.italiadascoprire.net> (дата звернення 10.05.2025).
67. Natsional'ne turystychne upravlinnya Ches'koyi Respubliky [National Tourist Board of the Czech Republic] URL: <http://www.czechtourism.cz/informace-oczechtourism/statut/> (дата звернення 10.05.2025).
68. Spain.Info URL: <https://www.spain.info/es/> (дата звернення 10.05.2025).
69. Tourism services – Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes : EN 15565:2008. 2022. URL: www.en-standard.eu (дата звернення 10.05.2025).
70. Tourism services – Travel agencies and tour operators – Terminology: EN13809:2003. 2022. URL: <https://standards.iteh.ai/catalog/standards/> (дата звернення 10.05.2025).
71. UkraineInvest. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/> (дата звернення 10.05.2025).
72. UkraineNow. URL: <https://ukraine.ua/> (дата звернення 10.05.2025).
73. «Visit Ukraine in the future»: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future-ukrainski-goteli-vgaryacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku>.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного
бізнесу»

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну бакалаврську роботу студента
спеціальності 242 «Туризм»

К.І. Акулової

на тему: «Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні»

Функцію змістовного наповнення дозвілля покликана задовольняти екскурсія. Це важлива складова туристичного продукту, яка надає туристу можливість ознайомлення з природними, історико-культурними, архітектурними, соціально-економічними та іншими ресурсами місця його перебування. Крім того, екскурсію можна розглядати не лише як частину комплексної туристичної послуги, але і як самостійну одиницю у сфері туристично-екскурсійної діяльності.

Таким чином, К.І. Акулова обрала об'єктом свого дослідження малодосліджену, але дуже актуальну тему. Вона ретельно дослідила ті нечисленні праці, які присвячені цій темі, але, передусім, зосередила зусилля на обробці зарубіжного досвіду впровадження нових технологій в екскурсійній діяльності в Україні.

У своїй праці К.І. Акулова здійснила аналіз туристичного потенціалу держави, а так само, обґрунтувала напрямки використання зарубіжного досвіду в туристично-екскурсійній діяльності України та надала рекомендації з покращення розвитку туристично-екскурсійної діяльності в Україні.

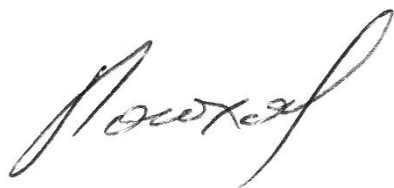
Не викликає заперечень структура дослідження, яку відзначають логічність і послідовність. Це дало можливість з належною повнотою охопити основні аспекти теми.

Безсумнівно, К.І. Акулова доклала чималих зусиль, аби реалізувати поставлені завдання. Значною мірою вона досягла поставленої мети. Особливо відзначимо роботу автора над 2 розділом кваліфікаційної роботи.

Є незначні недоліки в оформленні роботи (стилістичні помилки), а також незначні недоліки в оформленні довідкового апарату.

Втім, зазначені зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку роботи К.І. Акулової, що може бути допущеною до захисту в ЕК та заслуговує на позитивну оцінку.

Науковий керівник



доц. І. С. Посохов

Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна
61022, Харків, майдан Свободи, 6
27 травня 2025 року

Державній екзаменаційній комісії
із захисту дипломних робіт студентів
спеціальності 242 «Туризм»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
студента спеціальності 242 «Туризм»

К.І. Акулової

на тему: «Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні»

Екскурсія є важливим засобом вивчення історії рідного краю, залучення широких верств населення, насамперед, учнів, студентів, молоді до пізнання історико-культурної спадщини, яку залишили нам попередні покоління.

Разом з тим, екскурсії залишаються окремою формою просвітницько-дозвіллевої діяльності і зазнають постійних трансформацій, які необхідно вивчати та застосовувати.

З огляду на це, тема кваліфікаційної роботи набуває особливого наукового значення і актуальності.

Автор опрацював значну кількість літератури. Серед джерел, які використовувалися, є й законодавчі та нормативні документи, статистична звітність Держкомстату України, публікації зарубіжних і вітчизняних авторів з проблеми, дані міжнародної статистики тощо.

Автор не лише розглянув особливості застосування нових технологій в туристичній діяльності в світі, але й провів аналіз розвитку екскурсійної діяльності в Україні та обґрунтував напрямки використання зарубіжного досвіду в туристично-екскурсійній діяльності України, але також надав рекомендації з покращення розвитку туристично-екскурсійної діяльності в Україні.

Не викликає заперечень структура дослідження, яку відзначають логічність і послідовність. Це дало можливість з належною повнотою охопити основні аспекти теми.

Даючи в цілому високу оцінку роботі К.І. Акулової, тим не менш, зробимо й деякі зауваження. Так, на нашу думку, варто було б здійснити більш детальний аналіз стану наукової розробки проблеми. Є незначні недоліки в оформленні роботи.

В цілому ж, кваліфікаційна робота К.І. Акулової «Перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні» відповідає вимогам до такого роду праць і заслуговує на оцінку «добре», 85 балів.

Рецензент:

к.е.н., доцент кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
та харчових технологій



Данько Н.І.