

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: «Розвиток в'їзного туризму як стратегічний
вектор соціально-економічного відновлення України в
післявоєнний період»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи УТ-41
Спеціальності 242 «Туризм»
Шульга Д.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доцент Подлепіна П. О.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Доцент кафедри міжнародних
економічних відносин та туризму Національного
університету «Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка», канд. екон. наук, доцент
А. Ю. Білоусова

(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Покоłodна М. М.

(прізвище та ініціали)

Харків – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший
(бакалаврський)

Напрямок підготовки _____

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)
ШУЛЬГИ Дар`ї Вадимівни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Тема роботи: «Розвиток в'їзного туризму як стратегічний
вектор соціально-економічного відновлення України в післявоєнний період»
керівник роботи _____ Подлепіна Поліна Олександрівна, канд.екон.н.,
доцент

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

затверджені наказом по університету від «02».04.2025 року № 4001-5/868

2. Строк подання студентом роботи 12.06.2025 р.


3. Перелік питань, які потрібно розробити: визначити сутність поняття, структуру, функції та особливості в'їзного туризму; дослідити його соціально-економічні функції в умовах післякризового розвитку; систематизувати світовий досвід розвитку в'їзного туризму як інструменту післявоєнного відновлення країн; охарактеризувати туристичний потенціал та інфраструктурні ресурси функціонування в'їзного туризму; проаналізувати сучасну динаміку та тенденції розвитку в'їзного туризму; визначити стратегічні напрями та перспективи розвитку в'їзного туризму в післявоєнний період.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ
2	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

5. Дата видачі завдання 03.04.2025 р.

Студент


підпис

Д. В. Шульга

ініціали, прізвище

Керівник роботи


підпис

П. О. Подлепіна

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Шульга Д.В. Розвиток в'їзного туризму як стратегічний вектор соціально-економічного відновлення України в післявоєнний період

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості та перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні як важливого чинника соціально-економічного відновлення країни в післявоєнний період. Проаналізовано сутність, структуру та соціально-економічні функції в'їзного туризму, а також світовий досвід використання туризму як інструменту післявоєнного відновлення. Оцінено туристичний потенціал і інфраструктурні ресурси України, проаналізовано сучасні тенденції розвитку в'їзного туризму. Визначено стратегічні напрями та перспективи його розвитку в умовах післявоєнної трансформації. Дослідження базується на статистичних даних Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму та наукових джерелах. Робота містить теоретичний і практичний аналіз, що сприяє формуванню ефективної стратегії розвитку в'їзного туризму в Україні.

ABSTRACT

Shulha D.V. Development of inbound tourism as a strategic vector of Ukraine's socio-economic recovery in the post-war period

The bachelor's thesis examines the features and prospects of inbound tourism development in Ukraine as a key factor in the country's socio-economic recovery in the post-war period. The essence, structure, and socio-economic functions of inbound tourism are analyzed, along with global experience in using tourism as a tool for post-war recovery. The tourist potential and infrastructure resources of Ukraine are assessed, and current trends in inbound tourism development are analyzed. Strategic directions and prospects for its development in the context of post-war transformation are identified. The research is based on statistical data from the State Statistics Service of Ukraine, the State Agency for Tourism Development, and scientific sources. The work provides theoretical and practical analysis to support the formation of an effective inbound tourism development strategy in Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. В'їзний туризм як об'єкт дослідження: сутність поняття та чинники розвитку.....	6
1.2. Соціально-економічні функції в'їзного туризму в умовах післякризового розвитку.....	13
1.3. Світовий досвід використання туризму як інструменту післявоєнного відновлення країн.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	31
2.1. Характеристика туристичного потенціалу та інфраструктурних ресурсів функціонування в'їзного туризму.....	31
2.2. Аналіз сучасної динаміки та тенденцій розвитку в'їзного туризму.....	40
2.3. Стратегічні напрями та перспективи розвитку в'їзного туризму в післявоєнний період.....	46
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Обґрунтування актуальності обраної теми. Повоєнний період є складним викликом для будь-якої країни і вимагає комплексного підходу до відновлення її економічного, соціального та міжнародного іміджу. В'їзний туризм є одним з найбільш швидкозростаючих секторів світової економіки і може стати ефективним інструментом для вирішення цих питань. Туризм може принести приплив інвестицій, стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу, створювати нові робочі місця та сприяти збереженню культурної спадщини. Україна, зокрема, має великий потенціал для розвитку в'їзного туризму завдяки своїм унікальним природним ресурсам, багатій історико-культурній спадщині та географічному розташуванню. Водночас війна завдала значної шкоди туристичній інфраструктурі, тому розробка стратегії відновлення та розвитку в'їзного туризму є необхідною умовою для досягнення сталого соціально-економічного зростання. Враховуючи світовий досвід, який демонструє приклади успішного посткризового відновлення за допомогою туризму, Україна має можливість використати цей інструмент для швидкої адаптації до нової глобальної ситуації.

У наукових працях таких вчених, як Л. Дядечко, І. Білецька, М. Жукова, С. Цихла та В. Кифяк, досліджується взаємозв'язок між методологічними аспектами та факторами, що впливають на стимулювання та стримування розвитку в'їзного туризму.

Питання державного регулювання у сфері в'їзного туризму також розглядає у своїй роботі Л. Дядечко, де наводить «як позитивні, так і негативні чинники, пов'язані з національними та глобальними політичними, законодавчими, правовими та соціально-економічними умовами». З іншого боку, М. Жукова пропонує «весь комплекс факторів, що впливають на розвиток туризму, розділити на дві групи: 1. фактори, що діють незалежно

від туристичних організацій; 2. фактори, що сприяють розвитку туризму, які активно використовуються туристичними організаціями у своїй діяльності».

Серед українських вчених, які досліджували стан в'їзного туризму в сучасних умовах: Бейдик О.О., Парфіненко А.Ю, Посохов І.С., Подлепіна П.О, Шамара І.М., Волкова І.І, Білецька І.М., Любіцева О.О., Кифяк В.Ф., Сокол Т.Г., Мальська М.П., Цьохла С.Ю., Худо В.В., Чорненька Н.В. та ін.

Об'єктом дослідження є в'їзний туризм та його соціально-економічні функції.

Предметом дослідження роботи є розвиток в'їзного туризму як стратегічний вектор соціально-економічного відновлення України в післявоєнний період.

Метою роботи є виявлення особливостей та перспектив розвитку в'їзного туризму як вектору соціально-економічного післявоєнного відновлення України.

У процесі дослідження вирішувалися *наступні завдання*:

1. визначити сутність поняття, структуру, функції та особливості в'їзного туризму;
2. дослідити його соціально-економічні функції в умовах післякризового розвитку;
3. систематизувати світовий досвід розвитку в'їзного туризму як інструменту післявоєнного відновлення країн;
4. охарактеризувати туристичний потенціал та інфраструктурні ресурси функціонування в'їзного туризму
5. проаналізувати сучасну динаміку та тенденції розвитку в'їзного туризму;
6. визначити стратегічні напрями та перспективи розвитку в'їзного туризму в післявоєнний період.

Дослідження базувалося на аналізі статистичних даних, оприлюднених Державною службою статистики України, Державним агентством розвитку туризму України та Національною туристичною

організацією України. Також, використовувалися наукові дослідження вітчизняних та зарубіжних учених, спеціалізовані видання, матеріали науково-практичних конференцій, звіти, статистичні довідники, аналітичні та експертні матеріали, доступні для загального використання, в тому числі на міжнародних статистичних платформах.

Робота складається зі вступу, 2 розділів, 6 висновків; містить 62 сторінки тексту, 27 рисунків, 8 таблиць. Список джерел включає 38 найменувань літератури, 20 електронних публікацій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ

1.1. В'їзний туризм як об'єкт дослідження: сутність поняття та чинники розвитку

В'їзний туризм є однією з основних форм міжнародного туризму, що включає прибуття іноземців до країни з метою відпочинку, ділових зустрічей, участі в культурних чи спортивних заходах, а також для медичного обслуговування.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, в'їзний туризм - діяльність нерезидентів, які приїжджають на територію країни і залишаються там не більше року без зайняття оплачуваною працею.

Відповідно до Закону України «Про туризм», в'їзний туризм означає подорожі на територію України осіб, що постійно не проживають на її території, з метою тимчасового перебування, відпочинку, оздоровлення, пізнання чи для ділових цілей без оплачуваної діяльності в країні.

Українські науковці також висвітлюють в'їзний туризм з огляду на його роль у формуванні іміджу країни, залученні валютних доходів і розвитку міжнародної співпраці.

Кифяк В.Ф. вважає в'їзний туризм формою зовнішньоекономічної діяльності, яка суттєво впливає на економіку держави і підвищує її інвестиційну привабливість [13].

Чернецький Ю.Л. підкреслює значення в'їзного туризму як засобу регіонального розвитку та інструменту формування позитивного міжнародного іміджу України [26].

Гуменюк Н.В. акцентує увагу на мультидисциплінарному характері в'їзного туризму, що охоплює економічні, соціальні, культурні, правові та екологічні аспекти [15].

У науковій літературі існують різні підходи до трактування сутності в'їзного туризму (табл.1.1)

Таблиця 1.1

Підходи до трактування сутності в'їзного туризму

Підхід	Пояснення сутності
Економічний підхід	Розглядає в'їзний туризм як значущий елемент національної економіки, що приносить іноземну валюту, сприяє створенню робочих місць і розвитку супутніх секторів, таких як транспорт, будівництво та громадське харчування
Соціокультурний підхід	Вивчає вплив туризму на культурну і соціальну сфери приймаючої країни, наприклад, зміцнення міжкультурних зв'язків і формування толерантності
Географічний підхід	Акцентує увагу на просторовому аналізі туристичних потоків, розміщенні ресурсів і територіальній організації інфраструктури
Маркетинговий підхід	Базується на вивченні потреб туристів, їх запитів і поведінки. Туризм тут розглядається як товар, для якого важливо стратегічне просування на світовому ринку, підкреслюється необхідність брендового позиціонування дестинації, дослідження ринку та створення привабливого іміджу країни
Інституційно-правовий підхід	Оцінює роль держави та міжнародних організацій у регулюванні туристичної діяльності, включаючи правові аспекти, стандартизацію послуг, ліцензування та міжнародне співробітництво
Екологічний підхід	Зосереджується на сталому розвитку туризму, охороні природного середовища й мінімізації екологічних збитків. В'їзний туризм повинен функціонувати в межах екологічної стійкості регіону

Таблицю складено автором за матеріалами: [16; 19]

Кожен з підходів надає можливість по-різному оцінити значимість в'їзного туризму для країни, що дозволяє здійснити комплексне дослідження цього явища та сформуванню ефективної державної політики в туристичній сфері. Для повноцінного розуміння в'їзного туризму недостатньо лише розглянути його концептуальну основу. Важливо також визначити конкретні чинники, що безпосередньо впливають на його розвиток, динаміку та ефективність. Теоретичні підходи слугують основою для аналізу, проте саме

чинники допомагають зрозуміти, чому в одних країнах або регіонах туризм розвивається швидше, а в інших — повільніше.

Розуміння цих чинників дозволяє не лише краще адаптувати туристичну політику до поточних умов, але й прогнозувати подальші тенденції, стикаючись з викликами та використовуючи конкурентні переваги (табл. 1.2.).

Таблиця 1.2

Чинники виникнення в'їзного туризму

Чинник виникнення	Пояснення сутності
Соціальні	Демографічні та міграційні процеси, розвиток суспільних відносин
Економічні	Розвиток економіки
Політичні	Придбання або завоювання нових територій, розподіл політичних сфер впливу
Мотиваційні	Установки людей, менталітет, тобто потреби, цінності та інші психологічні чинники, які вплинули на мету подорожі в певний період або регіон
Екологічні	Відповідне ставлення до середовища, в якому людина живе і відпочиває
Науково-технічний процес	Розвиток технологій, поява нових механізмів, винаходів, великі наукові відкриття

Таблицю складено автором за матеріалами: [20]

Зв'язок між чинниками виникнення в'їзного туризму та факторами його розвитку є надзвичайно тісним і взаємозалежним. Саме розуміння основних чинників дає змогу визначити, які саме елементи впливають на формування туристичних потоків та їх подальше зростання.

Наприклад, розвиток економіки та зростання доходів населення створюють передумови для збільшення туристичних можливостей, що, у свою чергу, стимулює поповнення бюджетів різних рівнів та розвиток підприємств туристичної сфери.

Таким чином, на основі базових чинників виникнення в'їзного туризму формується комплекс push-факторів розвитку, які безпосередньо стимулюють зростання туристичних потоків, покращують інфраструктуру,

створюють нові робочі місця та сприяють економічному і культурному збагаченню регіонів. Розглянемо детальніше ці фактори, які відіграють ключову роль у розвитку в'їзного туризму (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Push-фактори розвитку в'їзного туризму

Фактор	Характеристика
Збільшення доходу населення	туристична діяльність створює додаткові фінансові надходження для місцевих жителів
Поповнення бюджетів різних рівнів	зростання туристичних потоків забезпечує надходження податкових платежів до місцевих і державних бюджетів
Розвиток підприємств, пов'язаних із виробництвом туристичних послуг	готелі, ресторани, транспортні компанії, екскурсійні бюро отримують стимул до розширення діяльності
Валютні надходження	іноземні туристи привозять у країну іноземну валюту, що позитивно впливає на платіжний баланс
Активізація народних промислів	розвиток ремесел, сувенірної виробництва та інших традиційних видів діяльності
Створення нових робочих місць	збільшення зайнятості населення у сфері туризму та супутніх галузях
Міжнародні взаємовідносини між країнами	розширення культурних, економічних і дипломатичних контактів між державами
Зростання рівня життя місцевого населення	покращення інфраструктури, соціальних умов та загального добробуту
Міжнародна торгівля	розвиток імпорту та експорту, пов'язаного з туристичними потоками
Конвергенція та розвиток культури	взаємне збагачення культур різних народів, збереження та популяризація національних традицій
Розвиток інфраструктури та комунікацій	покращення транспортних мереж, зв'язку та інших елементів інфраструктури

Таблицю складено автором за матеріалами: [19]

Також, для того щоб планувати і розвивати туристичну діяльність, і у напрямку в'їзного туризму необхідно враховувати ряд специфічних факторів, класифікованих за різними критеріями (ступінь впливу, спрямованість, характер і наслідки). Це допоможе зрозуміти які фактори є для нас

виграшними, а які фактори лише гальмують розвиток в'їзного туризму (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Класифікація факторів впливу на розвиток в'їзного туризму

Ознаки класифікації факторів			
За ступенем впливу	За характером впливу	За напрямом впливу	За результатами впливу
динамічні	інтенсивні	внутрішні	позитивні
статистичні	екстенсивні	зовнішні	негативні

Таблицю складено автором за матеріалами [1; 13]

Отже, аналіз розпочнеться з вивчення факторів відповідно до їхнього ступеня впливу: динамічні фактори та статистичні фактори. До динамічних факторів можна віднести соціально-економічні фактори. Тобто говоримо тут про періоди криз та високої інфляції. Окрім цього треба також пам'ятати про рівень доходів населення, який може інколи різнитися в межах країни залежно від регіону. Для туристів ще звісно важливими показниками буде рівень урбанізації країни.

Залежно від напрямку впливу фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Зовнішні фактори розвитку в'їзного туризму [13;20]

Зовнішні або екзогенні фактори суттєво впливають на розвиток туризму, формуючи умови та тенденції його розвитку через демографічні та соціальні

зміни. Внутрішні фактори - ті, що безпосередньо впливають на туристичний сектор: матеріально-технічне забезпечення, що має найважливіший вплив на розвиток туризму (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Внутрішні фактори розвитку в'їзного туризму [13]

Вищезазначені фактори можна також поділити на екстенсивні та інтенсивні, залежно від характеру їхнього впливу.

Екстенсивні фактори включають збільшення кількості працівників, матеріальних ресурсів та будівництво нових туристичних об'єктів.

Інтенсивні фактори включають підготовку кадрів, підвищення кваліфікації, покращення матеріально-технічного забезпечення на основі науково-технічного прогресу, підвищення культурного рівня та якості обслуговування, індустріалізацію, комп'ютеризацію та технологізацію туристичної індустрії, раціональне використання матеріально-технічних ресурсів [20].

Фактори, що впливають на розвиток туристичної галузі залежать від низки факторів, які можна поділити на позитивні та негативні. Кожен фактор впливає на кон'юнктуру ринку, створюючи умови для зростання або, навпаки, створюючи бар'єри для розвитку.

Одним із важливих факторів, що впливає на туристичну галузь, є сезонність. Це визначає нерівномірність розподілу туристичних потоків протягом року і залежить від кліматичних умов, свят, вихідних, канікул і популярності туристичних напрямків. У високий сезон готелі, транспорт та рекреаційні об'єкти перевантажені, тоді як у низький сезон туристичні потоки зменшуються, що призводить до економічних втрат для бізнесу. Щоб мінімізувати негативні наслідки сезонності, туристичні компанії застосовують різні стратегії. У міжсезоння вони знижують ціни, розширюють асортимент послуг, проводять рекламні кампанії та запроваджують програми лояльності.

Позитивними факторами для розвитку туризму є стабільна політична ситуація, економічне зростання, добре розвинена інфраструктура, спрощений візовий режим, промоція подорожей та державна підтримка туристичної галузі. Політична стабільність створює безпечне середовище для мандрівників, а зростання доходів підвищує купівельну спроможність громадян. Інвестиції в будівництво нових готелів, транспортних вузлів і рекреаційних об'єктів сприяють зростанню туристичної галузі. Лібералізація візового режиму полегшила доступ для іноземних туристів, а рекламні кампанії та урядові програми допомогли залучити нових туристів [26].

Однак, незважаючи на позитивні фактори, існують і стримуючі фактори, які перешкоджають розвитку туризму. До них належать економічні кризи, мілітаризація економіки, політична нестабільність, зростання цін на товари та послуги, безробіття, страйки, банкрутство туроператорів та недобросовісне виконання ними своїх зобов'язань.

Таким чином, розвиток туристичної галузі залежить від балансу позитивних і стримуючих факторів. Ефективний менеджмент, грамотна маркетингова політика, державна підтримка та інвестиції в інфраструктуру можуть допомогти мінімізувати вплив негативних факторів і забезпечити стійке зростання туристичної галузі.

1.2. Соціально-економічні функції в'їзного туризму в умовах післякризового розвитку

Сьогодні можна стверджувати, що туризм став явищем, яке охоплює повсякденне життя майже третини населення світу. Крім того, частка туризму у світовій торгівлі товарами та послугами перевищує 10%, що дозволяє йому посідати третє місце після експорту нафти та автомобілів. У таких країнах, як Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія та Португалія, туризм є однією з пріоритетних галузей, внесок якої у валовий національний дохід становить від 15 до 35%. За оцінками фахівців, у туристичній індустрії наразі працює понад 100 мільйонів людей, кожне шістнадцяте робоче місце у світі пов'язане з туризмом, а кожна восьма працездатна особа зайнята у цій сфері [19, с.35].

Ці дані свідчать про те, що туризм має значний потенціал для стимулювання та інтеграції позитивних змін у кількісних і якісних економічних показниках інших галузей. У контексті глобалізаційних процесів все більшої важливості набуває дослідження функцій туризму, зокрема його впливу на національну економіку.

Зростання попиту на подорожі, підвищення мобільності населення та загострення конкуренції на ринку послуг обумовили необхідність створення комплексної та спеціалізованої галузі у структурі національного господарства. Вона об'єднує широкий спектр установ і суб'єктів господарювання, що забезпечують виробництво, просування, реалізацію і організацію споживання туристичних продуктів. Туризм став багатокomпонентною системою, яка включає інфраструктурні, організаційні, фінансові та кадрові ресурси, спрямовані на якісне обслуговування туристів і підтримку сталого розвитку регіонів.

Повномасштабна війна, що триває в Україні з 2022 року, зумовила глибокі соціально-економічні зміни в усіх галузях життя країни, включаючи туристичну сферу. Руйнування інфраструктури, зменшення рівня безпеки,

міграція населення та значне скорочення туристичних потоків — все це негативно вплинуло на роботу в'їзного туризму як одного з перспективних напрямків розвитку національної економіки.

Проте, незважаючи на важкі виклики, війна водночас створює нові підходи для відродження в'їзного туризму у післякризовий час. Зі стабілізацією ситуації у відносно безпечних областях країни з'являються можливості для прийому іноземних туристів, волонтерів, представників діаспори, а також спеціалістів, зацікавлених у гуманітарних місіях, культурному обміні або інвестиційних проєктах.

У цьому контексті туризм стає не тільки способом популяризації країни на міжнародному рівні, але й інструментом економічного відновлення, соціальної інтеграції та регіонального розвитку. Він допомагає залучати фінансові ресурси, створювати нові робочі місця, підтримувати малий та середній бізнес, зберігати культурну спадщину та покращувати імідж України як стійкої, відкритої та привабливої країни [16, с. 62–63].

Економічну функцію у значенні розвитку туризму та розкрема в'їзного туризму слід розглядати як набір окремих субфункцій, що мають прямий або опосередкований вплив. Проте саме завдяки комплексу цих субфункцій можна говорити про вдале відродження міжнародного туризму [16, с. 92].

Таблиця 1.4

Економічні субфункції туризму

Субфункція	Вид ефекту
Виробнича	Прямий ефект
Створення доходу	Непрямий ефект
Сприяння зайнятості населення	Прямий ефект
Вирівнююча	Непрямий ефект
Зовнішньоекономічна	Прямий ефект
Відновлююча	Прямий ефект
Продуктивна	Непрямий ефект

Таблицю складено автором за матеріалами: [3; 6]

Виробнича субфункція туризму полягає у залученні основних факторів виробництва — капіталу, землі та праці — задля створення туристичних

товарів та послуг. У процесі їх ефективного поєднання формується новий туристичний продукт, котрий має вищу споживчу цінність у порівнянні з витратами на його створення, що й забезпечує появу доданої вартості. Туристичні підприємства — готелі, туроператори, заклади харчування, транспортні компанії — перетворюють наявні ресурси на готові послуги, які відповідають потребам мандрівників. Це не тільки стимулює розвиток суміжних галузей, таких як будівництво, торгівля, транспорт та інфраструктура, а й сприяє зростанню валового внутрішнього продукту. Таким чином, виробнича субфункція відіграє ключову роль у забезпеченні економічного ефекту від туристичної діяльності та у збільшенні загального добробуту країни.

Субфункція створення доходу в туризмі відіграє ключову роль у формуванні фінансових потоків як на мікро-, так і на макроекономічному рівні. Доходи від туризму охоплюють сукупність витрат туристів як на поточне споживання (проживання, харчування, транспорт, розваги), так і на товари та послуги майбутнього споживання, включаючи придбання сувенірів, бронювання подальших турів, інвестиції в нерухомість тощо [13 с.28].

Ці витрати перетворюються на доходи туристичних підприємств і підприємств суміжних сфер – готелів, ресторанів, авіакомпаній, транспортних служб, роздрібною торгівлі та інших, котрі задіяні в туристичному обслуговуванні [16 с.145].

Окрім того, важливо взяти до уваги, що доходи, отримані туристичною індустрією, активно реінвестуються у закупівлю нових товарів і послуг, що створює додатковий попит у суміжних секторах економіки. В результаті посилюється непрямий ефект, який демонструє здатність туризму стимулювати економічну активність далеко за межами основної галузі.

Сприяння зайнятості населення – одна з основних соціально-економічних функцій туризму. Туристична галузь формує як безпосередні,

так і опосередковані робочі місця, тим самим активно впливаючи на показник зайнятості в державі.

Прямий вплив виявляється у працевлаштуванні населення на підприємствах, які безпосередньо надають туристичні послуги: готелі, турфірми, ресторани, екскурсійні бюро, транспортні компанії та інше. Непрямий ефект полягає у появі додаткових робочих місць у суміжних галузях економіки, що забезпечують потреби туристичної сфери. Це можуть бути сільгоспвиробники, які постачають харчові продукти, будівельні компанії, що зводять туристичну інфраструктуру, виробники сувенірної продукції, логістичні фірми та інше [13 с. 85-91].

В теперішніх умовах, особливо з огляду на цифрову трансформацію та популярність віддаленої роботи, зростає також частка зайнятих у сфері онлайн-туризму: маркетологи, веб-розробники, контент-менеджери, аналітики, що працюють в travel-tech компаніях.

Субфункція вирівнювання є важливою для регіонального розвитку, оскільки туризм може згладжувати соціально-економічні відмінності між індустріально розвиненими та слаборозвиненими територіями. У сучасних реаліях туристи все частіше обирають регіони, які зберігають автентичні природні ландшафти, чисте довкілля та унікальну культурну спадщину, а також відповідають підвищеному рівню безпеки для населення у зв'язку з можливими діями та наслідками військових операцій [16, с.111-114].

Завдяки розвитку туризму в подібних регіонах з'являються нові підприємства, робочі місця, модернізується інфраструктура, а місцеві бюджети отримують додаткові кошти. Прибутки формуються переважно за рахунок витрат туристів, які прибувають із економічно потужніших регіонів, тим самим стимулюючи розвиток місцевої економіки. Це дозволяє поступово вирівнювати рівень життя та зайнятості між центром і периферією, що особливо актуально в країнах з високим рівнем територіальних диспропорцій.

У сучасному світі тенденція до сталого розвитку та відповідального туризму ще більше посилює цей ефект, оскільки туристи все частіше шукають «нестандартні» маршрути - зелені садиби, екоферми, національні парки, гастрономічні тури по сільській місцевості. Це сприяє розвитку малого бізнесу, самозайнятості населення та збереженню традиційного способу життя.

Зовнішньоекономічна роль туризму відіграє важливу роль у формуванні платіжного балансу країни, оскільки охоплює експорт та імпорт туристичних послуг.

Експорт туристичних послуг - це витрати іноземних туристів у країні, тоді як імпорт - це витрати громадян країни за кордоном під час подорожей [20, с. 383-385] (рис. 1.3).



Рис 1.3. Основні зовнішньоекономічні операції в секторі туризму [17]

В умовах глобалізації та росту мобільності населення, зовнішньоекономічна функція туризму стає все більш важливою як інструмент інтеграції держави у світову економіку.

Крім того, розвиток цифрових платформ для бронювання, глобальні мережі авіап перевезень та міжнародне партнерство у сфері туризму сприяють збільшенню обсягів транснаціональних фінансових потоків, пов'язаних із туристичною діяльністю.

Відновлювальна субфункція туризму охоплює як матеріально-технічні, так і соціокультурні аспекти, що мають на меті підвищити стійкість та тривалий розвиток туристичної галузі.

Одним з головних елементів цієї субфункції є оновлення та модернізація інфраструктури — зведення й ремонт об'єктів розміщення, транспортної мережі, закладів сервісу та подібне.

Завдяки коштам, отриманим від туристичної діяльності, відбувається інвестування в поліпшення матеріально-технічної бази, що збільшує якість туристичних послуг та конкурентоспроможність регіону [13 с.45-46].

Окрім того, туризм має важливе значення у збереженні культурної та природної спадщини.

Частина прибутків від туристичного бізнесу може бути спрямована на реставрацію пам'яток архітектури, підтримку музеїв, охорону національних парків та природоохоронних територій.

Це особливо важливо в контексті сталого розвитку, коли збереження та популяризація спадщини поєднуються з економічною вигодою.

Щодо соціальних функцій туризму, то слід почати з мети. Найважливішою соціальною метою туризму є не лише збільшення тривалості життя, але й суттєве покращення його якості.

Туризм допомагає створити умови для фізичного та емоційного відновлення, знизити рівень стресу та емоційного вигорання.

Це особливо актуально для ритму сучасного життя. З'являється можливість змінити оточення і вийти за рамки повсякденності. Це позитивно впливає на загальний стан і якість життя.

Для ознайомлення з основними соціальними функціями та їх внеском в життя туристів можна розглянути таблицю 1.6. Кожна з цих функцій має цілком логічне пояснення чому вона важлива.

Можна також запропонувати і варіанти застосування кожної з цих функцій у туристичній сфері для розвитку туризму у нових реаліях.

Таблиця 1.6

Соціальні функції в'їзного туризму

Функція	Пояснення її важливості	Приклад реалізації для туриста
Освітня	Турист отримує нові знання про історію війни, її причини, перебіг подій, наслідки та процес відновлення	Відвідування музею війни у Києві або екскурсія по Бучі з гідом-очевидцем подій
Емпатійна/ гуманістична	Розвиток емпатії через особисті історії постраждалих людей та участь у пам'ятних заходах	Спілкування з внутрішньо переміщеними особами або участь у благодійному вечорі для дітей, що пережили війну у зоні бойових дій
Морально-ціннісна	Туристи переосмислюють свої життєві цінності через досвід війни, опору та жертвовності	Участь у вечорах пам'яті за участі ветеранів війни або відвідування сучасних мемореалів на честь загиблих внаслідок збройних дій
Солідарна	Турист встановлює емоційний контакт з постраждалими людьми і відчуває себе частиною глобальної підтримки	Турист приїздить з метою участі в благодійному заході з прапором своєї країни на підтримку України (наприклад з написом «Разом з Україною»)
Меморіана (пам'ятна)	Відвідування меморіальних місць виховує повагу до загиблих та історичну відповідальність	Візити міжнародних туристів до зруйнованих об'єктів, що мали значення для народу України (будинки, музеї, церкви, пам'ятні місця)
Терапевтична (особиста)	Для деяких туристів перебування в Україні - це спосіб подолання особистих травм, страхів, депресії через досвід інших	Люди з країн, що пережили конфлікти (наприклад, Балкани), приїжджають для обміну досвідом з українцями
Культурно-активаційна	Заохочення взаємодії з сучасним культурним простором України, що швидко розвивається та змінюється	Відвідування фестивалів сучасного українського кіно, мистецьких виставок, перформансів, які осмислюють війну

Таблицю складено автором за матеріалами: [13; 27]

Таким чином, можна зробити висновок, що за допомогою вдалого поєднання комплексу економічних і соціальних функцій туризму у післявоєнного туризму для в'їзних туристів буде низка можливостей. При

правильному використанні жахливого досвіду України, а також гарної роботи соціальних платформ та ЗМІ можна створити попит у міжнародних туристів до відвідування України, як країни з багатою історією і тяжкою долею. Для туристів відкриється наша країна з нового боку, оскільки рівень технологій та обслуговування в Україні перебуває на високому рівні. Якщо поєднати це з пам'ятками архітектури, сучасними цікавими рішеннями у містобудуванні, як виглядають «паркові території» то візуальне враження туристів буде досить приємним. При цьому якщо ще сюди додати українську ідентичність, етнос та історію, то туристи зможуть відкрити для себе нову «перлину», куди захочеться повернутись ще не один раз.

1.3. Світовий досвід використання туризму як інструменту післявоєнного відновлення країни

Світовий досвід переконливо засвідчує, що туризм може стати одним із ключових інструментів післявоєнного відновлення країни. У сучасних реаліях постконфліктіві суспільства стикаються з викликами не лише економічної реконструкції, а й відновлення соціальної єдності та національної ідентичності. Саме туризм, особливо культурно-історичний, здатен забезпечити не лише фінансові надходження, але й сприяти формуванню позитивного міжнародного іміджу держави, залученню інвестицій та створенню нових робочих місць.

Яскравим прикладом країни, де туризм розвивається, незважаючи на складну політичну ситуацію, є Ізраїль. Туризм є важливою складовою ізраїльської економіки, яка активно розвивається з моменту здобуття країною незалежності в 1948 році.

Офіційна реєстрація іноземних відвідувачів розпочалася у 1948 році. На той час в країну прибуло лише 4 500 осіб. Протягом наступних десятиліть спостерігалось постійне зростання туристичних потоків. У 1970 році з

туристичною метою до Ізраїлю прибуло 441 000 осіб, а в 1980 році ця цифра сягнула 1,18 мільйона(рис 1.4).

З 2000 року кількість відвідувачів досягла 2,41 мільйона, але впала до 1,9 мільйона в 2005 році через політичну напруженість і терористичні атаки. У 2019 році Ізраїль прийняв рекордні 4,55 мільйона відвідувачів[34].

Військові зіткнення мають значний вплив на туристичну галузь Ізраїлю. Наприклад, ескалація таких конфліктів, як Друга інтифада (2000-2005) і війна в Газі (2014), мала негативні наслідки для туристичних потоків. Кожен епізод військового загострення може призвести до втрати до 25% туристів і понад півмільярда доларів доходу.

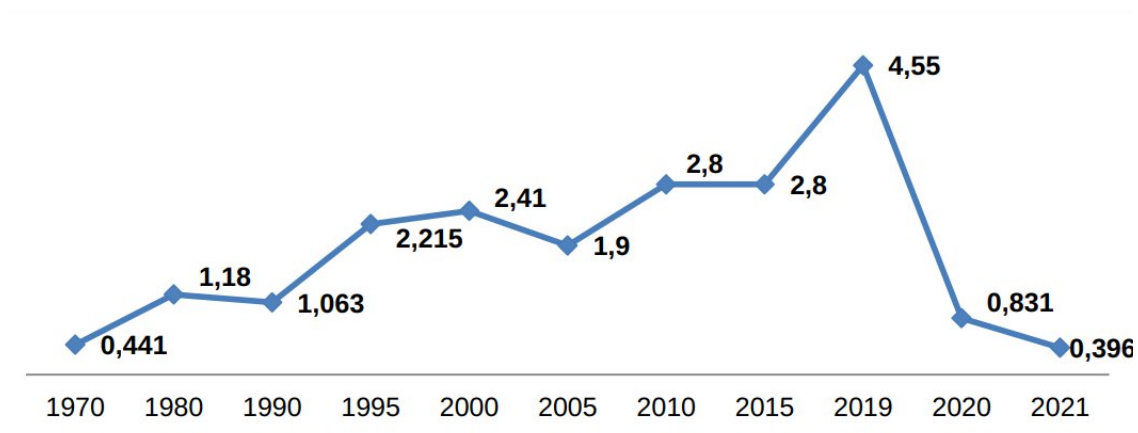


Рис. 1.4. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів в Ізраїлі за 1970–2021 рр. (млн осіб) [34]

Пандемія COVID-19 також суттєво вплинула на галузь. У 2021 році кількість іноземних гостей у готелях скоротилася до 277 400, порівняно з понад 4 мільйонами у 2019 році. Однак, незважаючи на виклики, туристичний сектор залишається важливим для економіки, на нього припадає 5% загального експорту та 6% зайнятості.

Ізраїль має численні ресурси, які сприяють розвитку туристичної галузі. Зокрема, важливими є історичні та природні пам'ятки. У 2021 році Управління природи та парків Ізраїлю зареєструвало понад 2,54 мільйона відвідувань історичних місць, що підкреслює зростаючий інтерес до культурних об'єктів.

Серед інноваційних видів туризму, що пропонуються в Ізраїлі, - екотури, пригодницькі подорожі, оздоровчий туризм та гастрономічні подорожі. Туристам також пропонується унікальний досвід, наприклад, ночівля в наметах посеред пустелі та традиційна кочова вечеря (рис.1.5).

Оздоровчий туризм в Ізраїлі відомий наявністю гарячих мінеральних джерел і цілющих грязей на Мертвому морі. У містах Тіверіада та Ейн-Бокек розташовані відомі спа-центри, які пропонують лікування для пацієнтів з різними захворюваннями, такими як псоріаз та алергія. Окрім цього можна також звернутись з потребою в лікуванні опорно-рухового апарату, оскільки це однією зі спеціалізацій оздоровчого туризму Ізраїлю [34].

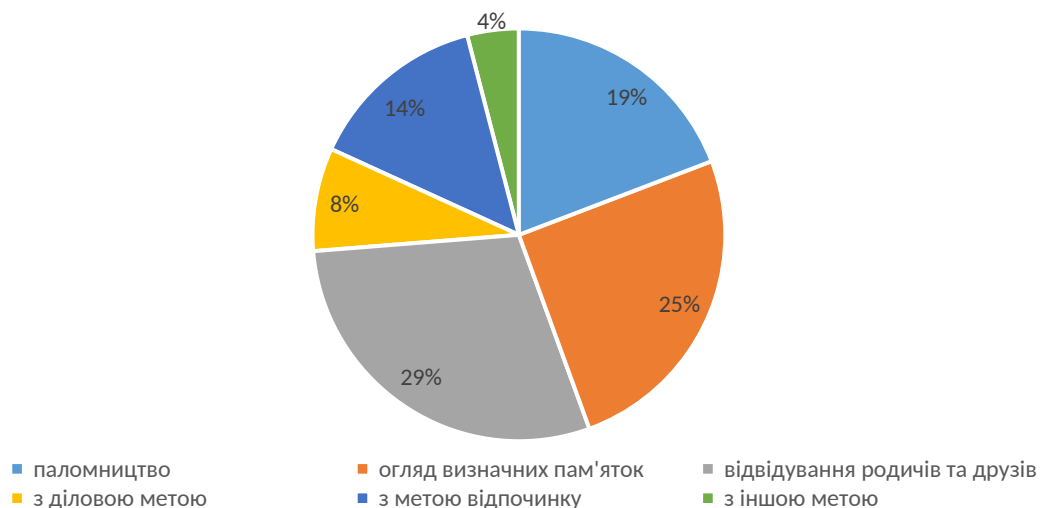


Рис. 1.5. Характеристика в'їзного туристичного потоку за метою подорожі в Ізраїль в 2021 р. [34]

На сучасному етапі розвитку туризму Ізраїль демонструє значний потенціал для подальшого зростання, розширення туристичних напрямків та диверсифікації пропозицій.

Враховуючи географічне розташування країни, багату культурну та історичну спадщину, природні ресурси та стратегічну державну підтримку, можна виділити кілька ключових векторів розвитку галузі в короткостроковій та середньостроковій перспективі.

По-перше, пріоритетним напрямком розвитку є впровадження концепції сталого (екологічно відповідального) туризму.

Ізраїль вже реалізує низку екологічних ініціатив, серед яких розвиток екотуризму в пустельних районах, використання перероблених будівельних матеріалів, альтернативних джерел енергії (сонячні батареї), створення природоохоронних територій.

По-друге, важливим перспективним вектором є активізація медичного та оздоровчого туризму. Наявність унікальних ресурсів, таких як лікувальні грязі, мінеральні джерела та сприятливий клімат, створює сприятливі умови для розвитку цього сегменту. Курорти на Мертвому морі, термальні джерела в Тіверіаді, медичні центри в Ейн-Бокеку та Ейн-Геді вже приваблюють туристів з усього світу.

По-третє, модернізація та диверсифікація туристичних маршрутів є важливим фактором зростання. Прикладом такої ініціативи є реалізація проекту Транс-Ізраїльського шляху, який має на меті охопити всю територію країни, з'єднавши ключові природні та культурні об'єкти.

У світі є також чимало інших прикладів, коли країни, які пережили великі військові конфлікти, демонструють стрімке відродження туристичної галузі. Яскравим прикладом такої країни є Єгипет.

Незважаючи на складну історію збройного протистояння, ця країна зуміла не тільки відновити, а й значно наростити свій туристичний потенціал.

Основними факторами, що сприяли цьому, стали унікальні історичні та культурні пам'ятки, зокрема давньоєгипетські храми та піраміди, а також привабливі природні ресурси, такі як морське узбережжя Синайського півострова та регіон Хургади, які відомі своїми пляжами, кораловими рифами та сприятливим кліматом.

Збройний конфлікт між Єгиптом та Ізраїлем у 1967-1970 роках, відомий як Війна на Синайському півострові, став серйозним випробуванням для країни. Закінчення конфлікту було офіційно зафіксовано підписанням мирної угоди в 1979 році, згідно з якою Ізраїль вивів свої війська з окупованої території в 1982 році.

Протягом наступних десятиліть Єгипет почав активно розвивати свою туристичну інфраструктуру, орієнтуючись як на масовий пляжний відпочинок, так і на культурно-пізнавальні подорожі.

До 2019 року кількість іноземних туристів, які відвідали країну, сягнула майже 15 мільйонів.

Туризм став важливою складовою національної економіки, його частка у ВВП Єгипту сягає близько 12% (рис. 1.6).

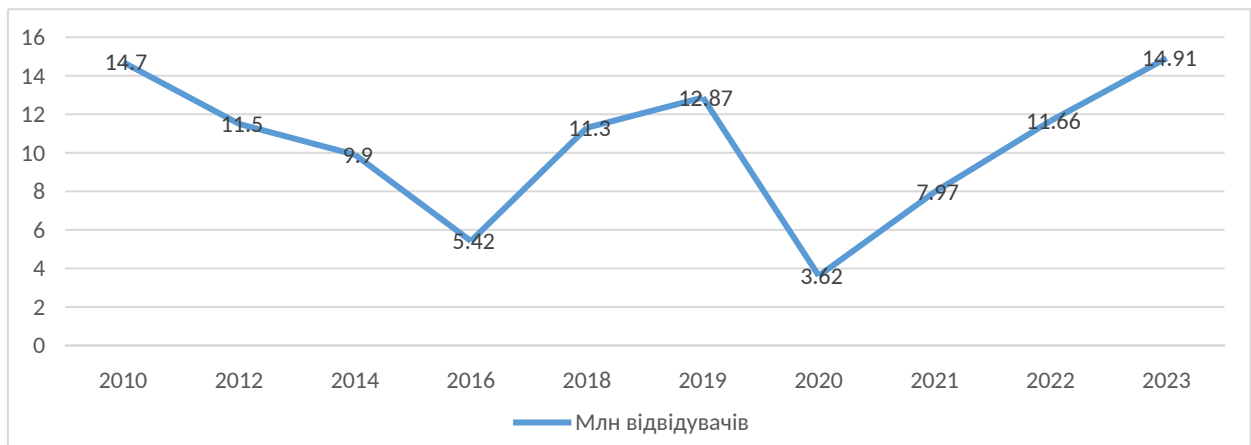


Рис. 1.6. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів в Єгипті за 2010-2023 рр. (млн. осіб) [33]

Незважаючи на періодичні політичні потрясіння, країна продовжує інвестувати значні кошти в розвиток нових туристичних напрямків, покращення послуг та просування своєї культурної спадщини на міжнародному рівні [33, с. 2-3].

Після збройного конфлікту в Боснії і Герцеговині, який тривав з 1992 по 1995 рік, країна продемонструвала стрімке зростання туристичної активності. Офіційні дані свідчать, що щорічний приріст туристичних прибуттів у 1995 році становив близько 24% (рис. 1.7). Ця позитивна тенденція не збереглася. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNRDO), Боснія і Герцеговина, повинна була увійти до трійки світових лідерів за темпами зростання туризму до 2020 року.

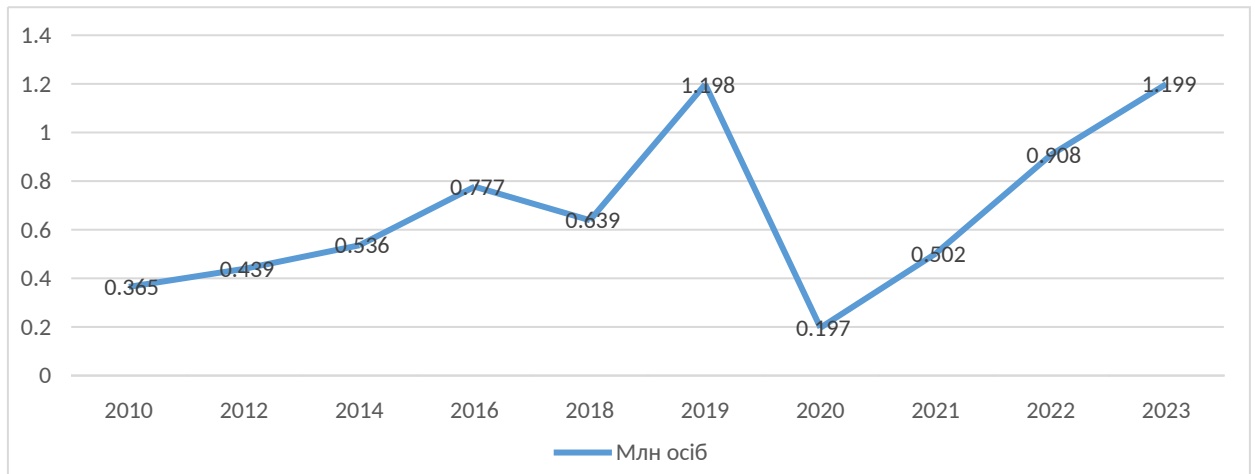


Рис. 1.7. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів в Боснії та Герцеговині за 2010–2023 рр. (млн осіб) [36]

Місто Сараєво, яке стало відомим завдяки своїм туристам, відоме розвитком так званого «темного туризму». Це тенденція відвідування місця у зв'язку з трагічними подіями в минулому.

У Сараєво створено багато пам'ятних місць, зокрема меморіал загиблим, меморіал дітям, які стали жертвами облоги міста, та воронка Мусара, заповнена Люенгарцем, щоб вшанувати пам'ять загиблих. Водночас місто зберегло унікальну історичну архітектуру, зокрема османський стиль старого центру, численні музеї, релігійні споруди та готелі.

Особливу атмосферу Сараєво створює контраст між фасадами багатьох будівель і слідами воїнів, які досі видно в багатій релігійній і культурній спадщині. Тут мирно співіснують християнські церкви, мечеті та синагоги, що сприяє іміджу міста як духовного центру регіону. З цієї причини Сараєво часто називають «Єрусалимом Балкан», і воно приваблює не тільки приваблює туристів з усього світу своєю трагічною історією, але й є багатогранною культурною та духовною спадщиною [14, с.6-8].

У 90-х роках туристична галузь Хорватії зазнала значного занепаду через збройні конфлікти, що охопили країну. Фактично, туризм був майже повністю паралізований під час бойових дій. Однак ворожість свідчить про те, що провінція почала активно відновлювати галузь, запровадивши масштабну PR-кампанію, спрямовану на просування переваг хорватських

туристичних дестинацій. Основна увага була зосереджена на модернізації природних і культурних ресурсів та туристичної інфраструктури.

Одним з найважливіших напрямків розвитку став ринок дешевих транспортних перевезень, який значно покращив доступність країни для туристів з різних регіонів світу. У той же час розвивалася індустрія бюджетних апартаментів і нові круїзні маршрути, спрямовані на багато хорватських островів. Варто зазначити, що країна налічує понад тисячу островів, з яких 66 є заселеними. Саме ця географічна особливість стала однією з головних принад для туристів, у тому числі тих, хто раніше любляв грецькі острови.

Хорватські пляжі всесвітньо відомі своєю чистотою та екологічністю. Це сприяло зростанню уваги іноземних ЗМІ та активному поширенню інформації про Хорватію в соціальних мережах. У країні активно працюють міжнародні готельні мережі, круїзні лінії та великі туроператори, що призвело до нових імпульсів економічного зростання. Розвиток туризму став важливим фактором хорватської економіки. Понад 10 мільйонів туристів відвідують країну щороку, приносячи приблизно 15% її валового внутрішнього продукту. Наприклад, з січня по серпень 2017 року Хорватію відвідали понад 15 мільйонів мандрівників. Цей туристичний бум сприяв активному інвестуванню в розвиток прибережної інфраструктури (рис. 1.8).

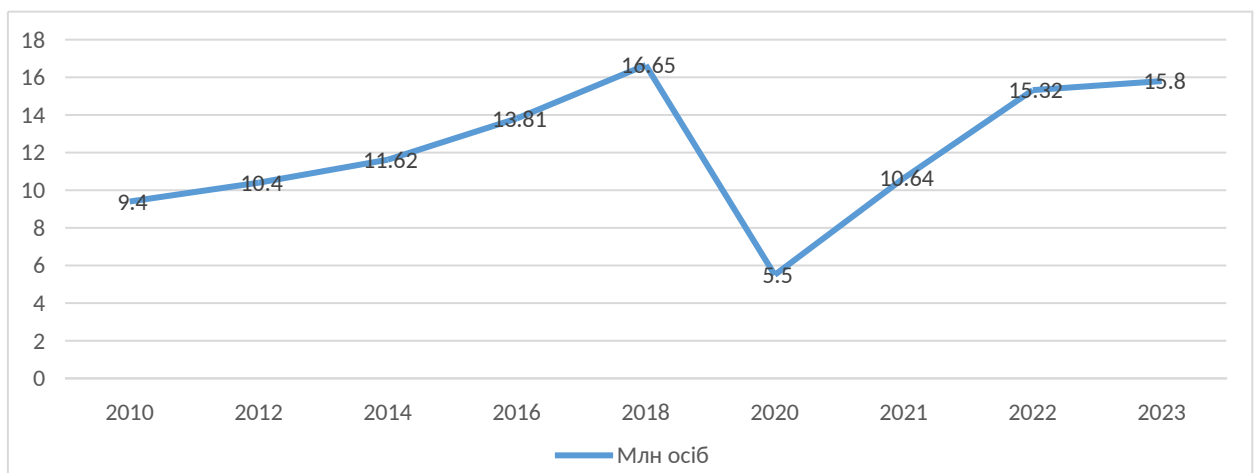


Рис. 1.8. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів в Хорватії за 2010–2023 рр. (млн осіб) [36]

За даними Хорватського бюро статистики, до пандемії Covid-19 доходи країни від туризму зростали приблизно на 11% на рік. Хорватія перейняла досвід Кіпру у просуванні туристичних продуктів через ЗМІ, рекламу та участь у міжнародних туристичних виставках. Це допомогло їй зарекомендувати себе як одного з лідерів середземноморського туризму.

Кіпр пройшов довгий і складний шлях відновлення туристичної галузі після етнічного конфлікту 1970-х років між грецькою та турецькою громадами, який призвів до глибокого політичного розколу на острові. Незважаючи на те, що ці виклики були подолані, країна успішно відбудувала свій туристичний сектор і стала одним з найпопулярніших курортів Середземномор'я. Туризм став ключовим рушієм економічного зростання та соціальної стабільності на острові. У 2018 році Кіпр прийняв рекордні 3,8 мільйона туристів при загальній чисельності населення близько 1,22 мільйона, що зумовило величезний туристичний потенціал країни (рис. 1.9). Частка туризму у валовому внутрішньому продукті досягла приблизно 18%, що підкреслює важливість цієї галузі для країни. Розвиток інфраструктури та культурної спадщини допомагає підтримувати постійне зростання популярності Кіпру як активного туристичного напрямку.

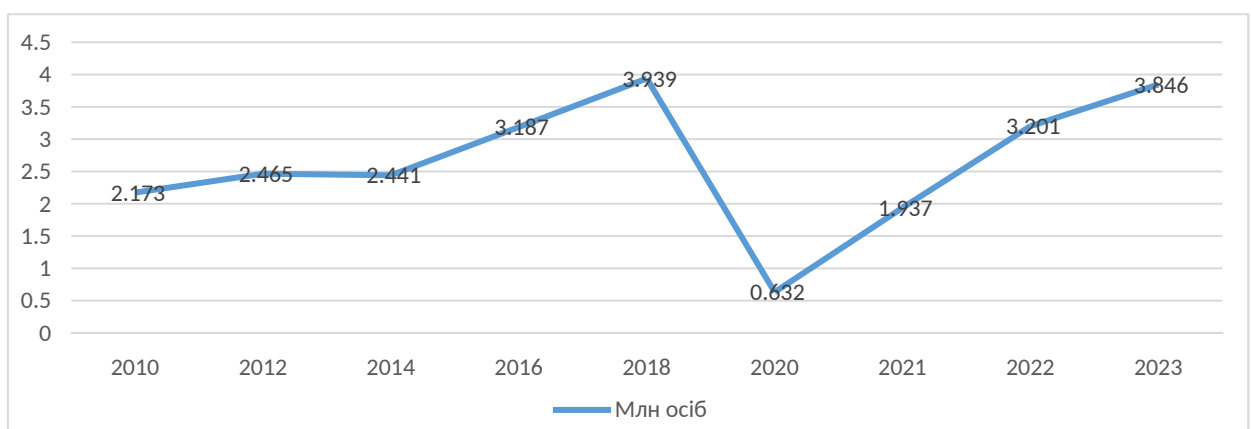


Рис. 1.9. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів на Кіпрі за 2010–2023 рр. (млн осіб) [36]

У 2021 році країна продемонструвала швидке відновлення після спаду туристичної активності, спричиненого пандемією COVID-19. Про це свідчать

ефективні стратегії для пляжного відпочинку, а також для відновлення туристичних зон, включаючи розвиток нових регіонів, таких як екотуризм у центральному регіоні острова та організація морського життя в сусідніх країнах.

Грузія пропонує подібний приклад військового конфлікту 2008 року з Російською Федерацією в регіоні Південної Осетії, який зміг значно підвищити потенціал туризму. Після завершення агресивної фази військових дій країна стала міжнародним туристичним ринком, що сприяло притоку іноземних інвестицій у створення інфраструктури для відпочинку, особливо на узбережжі Чорного моря (рис.1.10).

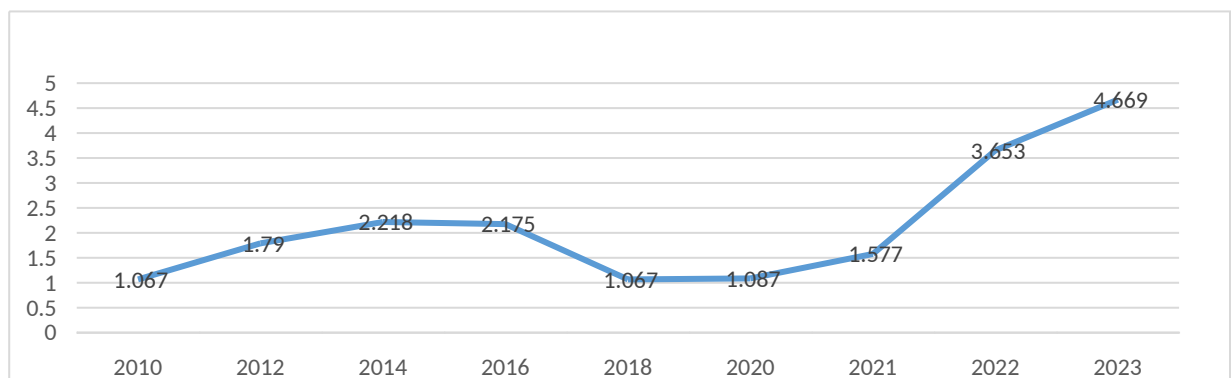


Рис. 1.10. Динаміка чисельності іноземних відвідувачів в Грузії за 2010–2023 рр. (млн осіб) [36]

Грузія активно розвиває як сезонний, так і довготривалий туризм. Влітку активним є гірськолижний регіон, а взимку - гори. Крім того, країна просуває еноастрономічний туризм, заснований на багатих винних традиціях та унікальній грузинській кухні. Це різноманітні туристичні пропозиції, які приваблюють відвідувачів з різними інтересами і дозволяють формувати позитивний міжнародний імідж [36, с. 3-5].

Слід підкреслити, що всі негативні наслідки збройних конфліктів для туристичних ринків інших країн є меншими, ніж втрати, зафіксовані в українському туристичному секторі. Тотальна війна, розв'язана Російською Федерацією, паралізувала туристичну функцію країни. Більшість готельних комплексів були зруйновані, закриті або переобладнані через ворожість для

розміщення переміщених осіб. Більшість туристичних операторів або припинили свою діяльність, або значно скоротили кількість туристичних маршрутів і географічне покриття.

Водночас, незважаючи на складну ситуацію в Україні, це стратегічний підхід до відродження туристичної галузі в післявоєнний період. Зокрема, Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) пропонує багато напрямків, які можуть стати основою для оновленої моделі внутрішнього та іноземного туризму. Одним з найважливіших напрямків є розробка туристичних маршрутів, що охоплюють місця героїчної боротьби української армії. В епоху загарбницьких боїв на карті України з'явилося чимало знакових міст і населених пунктів. Вони стали відомими завдяки своєму опору загарбникам - Харків, Маріуполь, Буча, Гостомель, Бороданка, Чорнова, Зміїний острів та багато інших. Ці місця можуть стати основою для нових туристичних проектів національного значення [14, с. 1-3].

У майбутньому планується відновлення та розвиток гірськолижних курортів в Україні, особливо в Карпатському регіоні. Водночас буде посилено розвиток ремесел. Виробляють місцеві продукти, відвідують винні та традиційні ремесла, особливо в Карпатському та Закарпатському регіонах. Ще однією нішею є екологічний туризм, який має значний потенціал завдяки багатій природній спадщині.

Для іноземних туристів - особливо з Європи та США, які зацікавлені в урбаністичних дослідженнях, пов'язаних з туризмом, включаючи вивчення покинутих або незвичайних промислових та військових об'єктів - великі міста України можуть стати унікальними локаціями. Популярна в усьому світі сфера може стати важливою частиною розвитку культурно-історичного туризму в Україні [14, с. 9-15].

Таким чином, світовий досвід свідчить, що туризм може виступати ефективним інструментом післявоєнного відновлення, сприяючи економічній стабілізації, соціальній реінтеграції та формуванню позитивного міжнародного іміджу країни. Наведені приклади успішного використання

туристичної галузі в післяконфліктний період демонструють відновлення інфраструктури, розвиток національного турпродукту та цілеспрямовані інформаційні кампанії дозволили значно активізувати потік іноземних туристів. Туризм у цих країнах не лише сприяв притоку інвестицій і створенню робочих місць, але й виконував символічну функцію — демонстрував відкритість до світу, готовність до діалогу та прагнення до мирного розвитку. Отже, стратегічне планування в'їзного туризму в післявоєнний період повинно враховувати як економічні, так і соціокультурні виміри міжнародного досвіду, адаптуючи успішні практики до українських реалій.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Характеристика туристичного потенціалу та інфраструктурних ресурсів функціонування в'їзного туризму

Індустрія туризму посідає провідне місце в міжнародній торгівлі послугами, демонструючи неймовірно стрімкий розвиток у сучасних економічних та соціальних умовах. Вона розглядається не лише як важливе національне явище, що забезпечує реалізацію прав людини та задоволення її потреб, а й як складна система організації та задоволення попиту на туристичні послуги в умовах ринкової економіки. Туризм стає особливою галуззю, яка має значний вплив на розвиток як національної, так і регіональної економіки, створюючи нові робочі місця, приносячи дохід і сприяючи залученню інвестицій. Крім того, туристична галузь є невід'ємною частиною соціально-економічної політики держави та регіонів, оскільки сприяє соціальній стабільності, культурному обміну та підвищенню якості життя. Завдяки своїй багатогранній природі туризм виступає каталізатором сталого розвитку та інтеграції різних сфер суспільного життя.

Україна наразі не входить до числа світових лідерів за кількістю туристичних відвідувань, але її унікальне географічне розташування та різноманітний рельєф, сприятливий клімат, а також багаті природні ресурси, історико-культурна спадщина та туристично-рекреаційний потенціал відкривають великі перспективи для активного розвитку різних видів як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Країна розташована на важливому перехресті транспортних шляхів між Європою та Азією, Північчю та Півднем. Значна мережа залізничних та автомобільних доріг, порти на Чорному та Азовському морях, річці Дунай, а також розвинена мережа авіасполучення забезпечують ефективне сполучення з іншими країнами. Через територію України проходять міжнародні транспортні

коридори (МТК): 3, 5, 7 та 9, які з'єднують Балтійське та Чорне моря, напрямки Європа-Азія та Північ-Південь, а також ЧЕС та ЄАТК.

Для того аби оцінити наскільки яскравий туристичний потенціал має Україна слід ввести поняття «туристичного потенціалу». Під туристичним потенціалом розуміють сукупність природних, культурно-історичних та соціально-економічних умов, що створюють сприятливі обставини для організації туристичної діяльності на певній території. Він охоплює як природні, так і антропогенні об'єкти, а також різноманітні засоби та умови, які можуть бути використані для створення туристичного продукту, проведення турів, екскурсій та реалізації різноманітних програм.

Зрозуміло, що туристичний потенціал формується через наявність туристичних ресурсів, які є основою для розвитку туристичної галузі. Сам факт наявності таких ресурсів гарантує мінімальні умови для розвитку туристично-рекреаційної сфери. Наприклад, території з мінеральними джерелами, історичними та культурними пам'ятками або сприятливими кліматичними умовами автоматично приваблюють мандрівників. Це пояснюється тим, що людині часто достатньо змінити звичне середовище, виїхавши за межі постійного місця проживання, навіть якщо рівень комфорту та розвиненості туристичної інфраструктури не є досконалим для того аби відновити свої сили.

Найважливішим фактором у туристичній галузі є раціональне та ефективне використання туристичних ресурсів, які приваблюють відвідувачів і допомагають задовольнити їхні потреби під час подорожей. Там, де немає туристичних ресурсів, розвиток туризму неможливий. Для успішного функціонування туристичного бізнесу в будь-якому регіоні необхідний певний набір таких ресурсів. Термін «ресурси» означає матеріальні цінності, запаси та інструменти, які можуть бути використані для задоволення потреб.

Проте війна розгорнута РФ в Україні призвела до жахливих руйнувань у кожній сфері життя громадян, і зачепила усе, що оточує кожного з українців

щодня. Першим, що кидається в очі, та нажаль має непоправні наслідки є шкода заподіяна природному середовищу нашої країни. Втрата природних ресурсів має важливі негативні наслідки для екологічного стану України.

Крім того всі туристичні райони України мають природні унікальні ресурси, більшість з яких зазнало значних руйнувань або ж було знищено.

За даними Державного кадастру природно-заповідного фонду, на початок 2021 року в Україні налічувалося 8633 території та об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею 4,1 млн гектарів, що становить 6,8 % території країни.

Крім того, в Україні був морський заказник «Філофорне поле Зернова» площею 402,5 тис. гектарів.

До складу природно-заповідного фонду входили 5 біосферних заповідників, 19 природних заповідників, 53 національні природні парки, 85 регіональних ландшафтних парків, 3398 заказників, 3580 пам'яток природи, 802 заповідних урочища, 28 ботанічних садів, 13 зоопарків, 62 дендропарки та 588 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва.

Наразі більшість цих об'єктів має різну ступінь пошкодження або руйнування з різною площею. Наслідки військових злочинів можна відобразити у таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Кількість природних об'єктів, які зазнали руйнувань та пошкоджень

Ступінь пошкодження	Назва та Кількість об'єктів	Площа, г
Уражено	812	0,9 млн га
Під загрозою знищення	160	2,9 млн га
Залишаються окупованими	514	0,8 млн га
Знищено	- степова ділянка Джарилгацького національного природного парку - Каховське водосховище	-1588 га -2155 км ²
Практично знищенні	два водно-болотних угіддя міжнародного значення: «Архіпелаг Великі та Малі Кучугури» та «Заплава Сім Маяків»	1,9 млн га
У зоні ризику	-17 водно-болотних угідь міжнародного значення	0,6 млн га

Продовження таблиці 2.1

Під окупацією	- біосферні заповідники: «Асканія-Нова» та Чорноморський - природні заповідники: Казантипський, Опукський, Карадазький, Український степовий, Луганський, «Мис Март'ян», Ялтинський гірсько-лісовий, Кримський - національні природні парки (НПП): «Великий Луг», Приазовський, «Чарівна гавань», «Меотида», «Білобережжя Святослава», «Джарилгацький», Нижньодніпровський, «Олешківські піски», «Кремінські ліси», Азово-Сиваський	
Під частковою окупацією	- «Білобережжя Святослава», на Кінбурнському півострові	-4000 га
Деокуповано	-Гетьманський національний природний парк -НПП «Кам'янська Січ» -Чорнобильський радіаційно-екологічний біосферний заповідник -національний парк «Святі Гори»	-3500 га -4865 га -2000 км ² -9500 га

Таблицю складено автором за матеріалами: [22; 32]

За даними таблиці 2.1 можна прослідкувати, що вплив на природне середовище позбавляє українців низки пам'яток, що мають високу унікальність. Бойові дії, а також руйнація у вище згаданих об'єктах призводять до знищення цілісності екосистем, які існували на території парків, заповідників, заказників, заповідників. Таким чином можна стверджувати, що на їх відновлення піде десятки, а може й сотні років. Деякі об'єкти з переліку взагалі не підлягають відновленню. Для туристичної галузі це також має досить важливе значення, оскільки більшість зі згаданих об'єктів користувались популярністю серед туристів. Часто організовувались екскурсії до біосферного заповіднику «Асканія Нова», де проживали унікальні тварини, а також росли багаторічні рослини, які завезені в Україну з різних куточків світу. Окрім цього руйнування Каховського водосховища призвело до посухи і знищення унікальної флори і фауни регіону. Проте, підрич Каховського водосховища відкрив і багато цікавих і унікальних артефактів і знахідок для українців. Також на території колишнього водосховища створилась нова екосистема, яка може в подальшому стати

цікавою як туристична локація, після детального вивчення істориками, архіологами та працівниками служб розмінування.

Наступною важливою складовою туристичного потенціалу є культурно-історична спадщина. Протягом всієї історії українських земель вони переживали численні випробування. На території сучасної України змінювалися держави, влада, спосіб життя, традиції та народи. Це вплинуло на формування великої кількості об'єктів культурно-історичної спадщини, які розташовані по всій території країни. В деяких регіонах ці об'єкти зосереджені щільніше, що приваблює туристів, зацікавлених у знайомстві з культурно-архітектурною та культурно-історичною спадщиною. В інших місцях таких об'єктів менше, але кожен з них може стати справжньою перлиною і туристичною візитівкою регіону. Однак через збройний конфлікт слід констатувати, що культурно-історична спадщина України зазнала значних пошкоджень. Згідно з даними Міністерства культури та стратегічних комунікацій, станом на 25 березня 2025 року в Україні було пошкоджено 1419 пам'яток культурної спадщини, з них 139 — національного значення, 1184 — місцевого, а також 96 щойно виявлених об'єктів.. Пошкоджень зазнали пам'ятки культури у 18 областях та Києві (рис. 2.1).

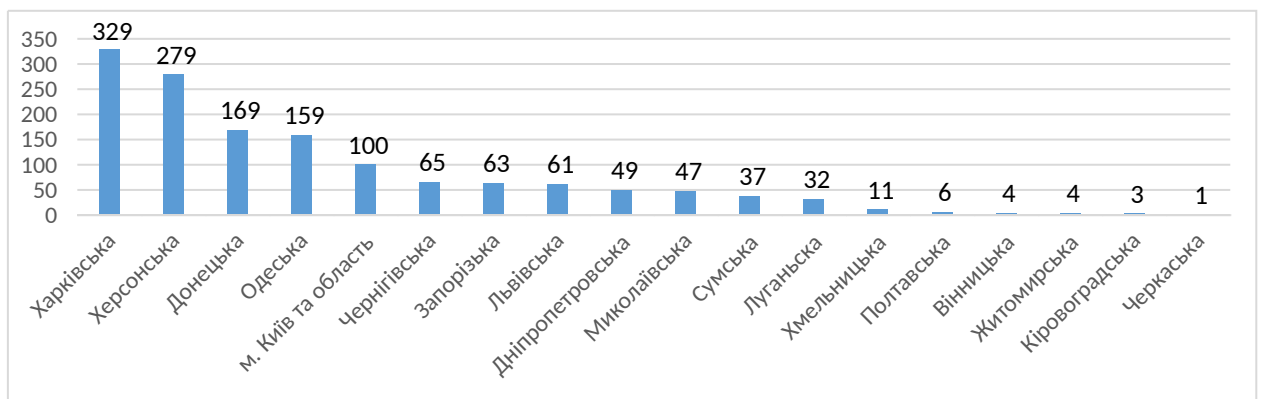


Рис. 2.1. Кількість зруйнованих пам'яток по областях (од.) [18]

Водночас було пошкоджено 2 233 об'єкти культурної інфраструктури. З них 409 були зруйновані (18,3%).

Найбільших втрат та пошкоджень культурна інфраструктура зазнала в Донецькій, Харківській, Херсонській, Київській, Миколаївській, Запорізькій

та Сумській областях. Найбільшу групу об'єктів культурної інфраструктури, які були пошкоджені або зруйновані, становили клуби (48,6% від загальної кількості пошкоджених об'єктів культури) (рис 2.2).

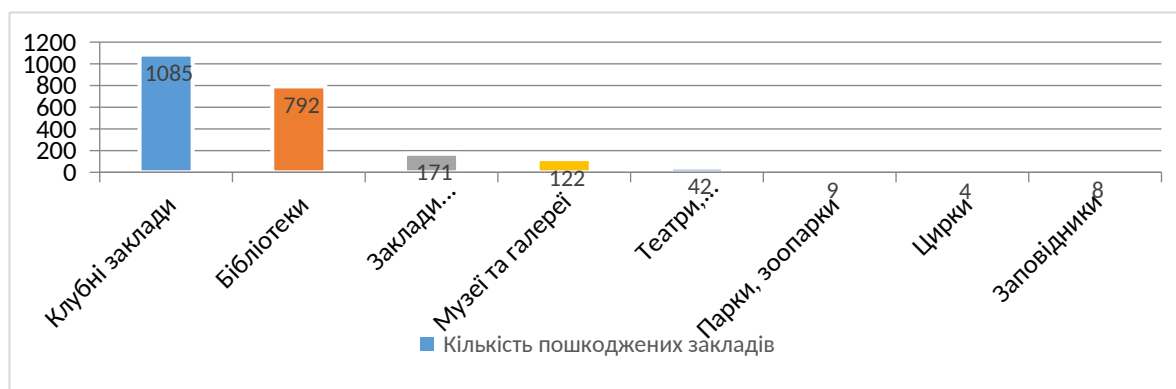


Рис. 2.2. Кількість зруйнованих пам'яток за категоріями (%) [18]

Руйнувань зазнали також і клубні заклади, бібліотеки, музеї, театри на території 305 територіальних громад (20,8% від усіх ТГ в Україні). В кожній з областей кількість територіальних громад, що мають руйнування складають різний відсоток(рис. 2.3).

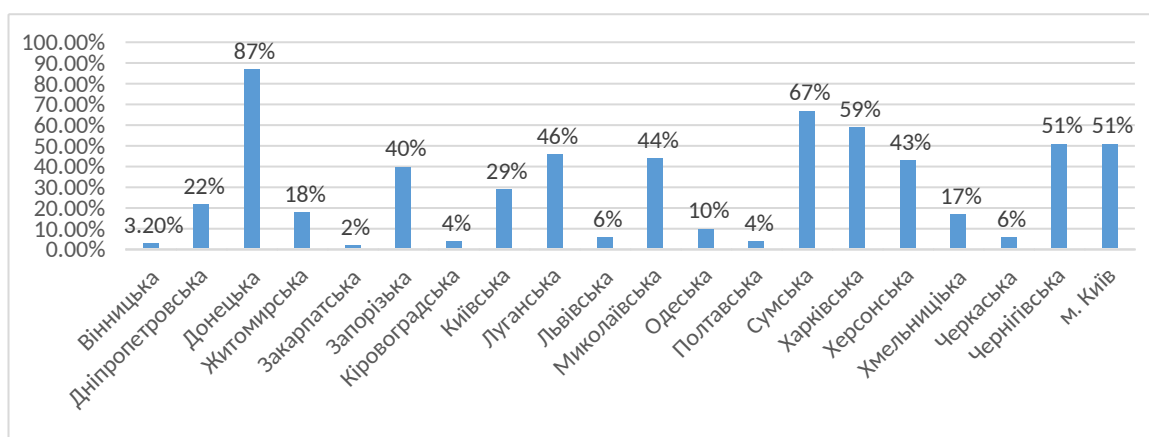


Рис 2.3. Відсоток ТГ з руйнуваннями закладів культури (%) [18]

Окрім переліку областей, де пам'ятки зазнали руйнувань найбільше Міністерство культури та стратегічних комунікацій склало звіт про руйнування пам'яток за типами, сюди входять пам'ятки архітектури, історії, археології, монументального мистецтва, містобудування та монументально-декоративного мистецтва, науки і техніки, садово-паркового мистецтва. Отже за даними цього звіту можна скласти таку діаграму, яка відобразить кількісне уявлення про руйнування пам'яток різних типів (рис. 2.4).



Рис 2.4. Кількість пошкоджених пам'яток за типами (од.) [25]

Отже можна зробити висновок, що кількість природних та культурно-історичних пам'яток України мала великий перелік. Тут можна було побачити величезну класифікацію, де кожна категорія мала низку об'єктів. Проте війна істотно вплинула на ці показники, зачепивши низку об'єктів, як природного напрямку, так і культурно-історичного надбання. Можна помітити, що ступінь пошкодження та кількість об'єктів, що піддалися руйнуванню різняться від області до області. Це пояснюється близькістю їх розташування до зони активних бойових дій. Таким чином можна стверджувати, що відновлення цих об'єктів має низку факторів, які ускладнюють цей процес. Деякі об'єкти не підлягають відновленню. Також слід зазначити, що ведення туристичного бізнесу в зазначених вище районах майже неможливе. Забезпечити безпеку туристам на даних територіях неможливо. Тому всі регіони, що знаходяться ближче до зони бойових дій наразі здійснюють оборонну, а також промислову функції. Проте, варто зазначити, що саме у районі зони проведення активних бойових дій, а також у регіонах безпосередньої близькості були розміщені унікальні природні, а також деякі культурно-історичні об'єкти, що мали цікавість у туристів. Тому, після перемоги можна стверджувати, що цікавість до цих об'єктів у міжнародних туристів, а також у внутрішніх туристів буде. Тому вже зараз слід обмірковувати питання безпеки та розмінування території, а також дослідження нових екосистем на предмет наявності унікальних історичних або природних елементів.

Що стосується готельного господарства, український ринок гостинності проявив стійкість навіть у найважчі періоди. Туристична сфера країни відновлюється завдяки внутрішньому туризму, а також завдяки тимчасово переміщеним особам і репатріантам.

За інформацією Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у 2023 році 13 регіонів України (Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька та Чернівецька області) перевищили рівень податкових надходжень від туризму, зафіксований у довоєнному 2021 році.

Важливу роль у цьому відіграють державні програми підтримки та розвиток інфраструктури, які створюють комфортні умови для відпочинку. Таким чином, туризм стає не лише джерелом економічного зростання, а й інструментом національної реконструкції та зміцнення суспільства.

Війна змусила деякі українські готельні мережі розширити свою діяльність за межі країни. Зокрема, компанія Reikartz розвиває свої проекти в Казахстані, Узбекистані та Грузії, Premier Hotels відкриває готелі в Угорщині, а Ribas Hotels реалізує проекти в Індонезії (на острові Балі), Польщі та Молдові.

Наразі в Україні зафіксовано діяльність 2017 закладів розміщення різних типів. Причому географія розміщення стає дедалі більш нерівномірною (рис.2.5).

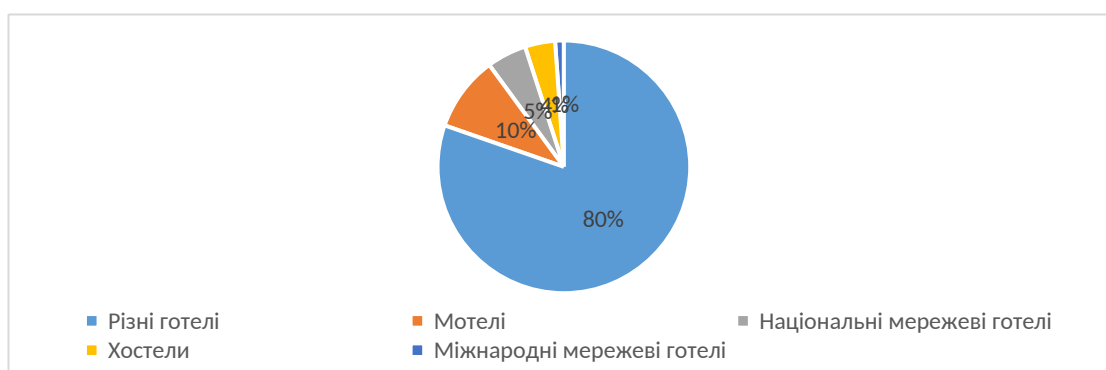
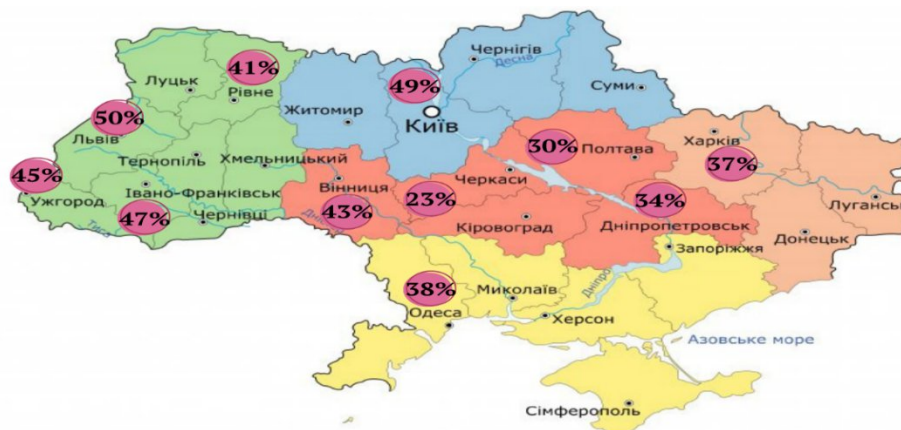


Рис. 2.5. Структура функціонуючих закладів розміщення в Україні на кінець 2024 року [21]

Відчутне зростання також відбувається у сегменті готелів, які управляються національними операторами, такими як Ribas Hotels та Optima Hotels, особливо у Буковелі, Львові, Вінниці, Хмельницькому та інших регіонах. Найбільшими за кількістю готелів в Україні є Optima Hotels (64 готелі), Ribas Hotels (21 готель) та Premier Hotels and Resorts (11 готелів).

За інформацією Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), туристична сфера України продовжує відновлюватися, зокрема завдяки зростанню внутрішнього туризму та поступовому поверненню іноземних гостей, серед яких урядові делегації, міжнародні компанії та волонтерські організації. У першому кварталі 2024 року кількість платників податків у цій галузі зросла на 19% у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року, а надходження до державного бюджету демонструють стабільне збільшення.

Це свідчить про позитивну динаміку індустрії гостинності, незважаючи на складну військову ситуацію. Зростаючий інтерес з боку міжнародної спільноти також сприяє налагодженню партнерських відносин та залученню інвестицій в туристичну інфраструктуру.



понад 60-70%, що відповідає показникам провідних світових туристичних дестинацій (рис.2.6).

Україна також робить значні кроки на міжнародній арені для просування себе як важливої туристичної дестинації. Вперше в історії наша країна очолила Європейську комісію ООН з туризму, що відкриває нові можливості для обміну досвідом, підвищення якості сервісу, залучення інвестицій та реалізації спільних проєктів з відновлення туристичної інфраструктури, пошкодженої війною.

Таким чином, незважаючи на численні виклики, туристична галузь України демонструє значну стійкість і має великі перспективи для подальшого розвитку. У період з 2024 по 2026 роки в країні планується реалізувати щонайменше 45 нових проєктів готельних та апартаментних комплексів загальною кількістю 6 670 номерів, а також 108 котеджних містечок готельного типу з 3 097 будинками. Цей сегмент є одним із найдинамічніших сьогодні, адже українці все частіше вкладають кошти у дохідну нерухомість як ефективний спосіб збільшення своїх заощаджень. Україна продовжує зміцнювати свої позиції на світовому туристичному ринку, закладаючи міцний фундамент для післявоєнного відновлення галузі.

2.2. Аналіз сучасної динаміки та тенденцій розвитку в'їзного туризму

В'їзний туризм є важливою частиною туристичної галузі України, оскільки сприяє залученню іноземних інвестицій, розвитку міжкультурного обміну та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Однак останніми роками, особливо з початком повномасштабного збройного нападу Російської Федерації у 2022 році, спостерігаються різкі зміни у структурі та масштабах міжнародних туристичних потоків.

Післяковідний 2021 рік мав гарні показники туристичних прибуттів, що вказує на те, що попит після карантинних обмежень на туристичні послуги

був. На це вказують дані досліджень ДАРТу, де можна прослідкувати і вплив бойових дій на туристичні прибуття.



Рис 2.7. Динаміка прибуттів туристів до України (млн.) [11]

За даними досліджень ДАРТу постпандемічний 2021 рік дав позитивні результати в'їзного туризму, які відображено у збільшенні кількості в'їзних туристів (рис 2.7). Після відміни жорстких пандемічних обмежень кількість в'їзних туристів в Україну потрохи почала збільшуватись і це дало можливість зробити багаторівневе дослідження аудиторії за низкою критеріїв.

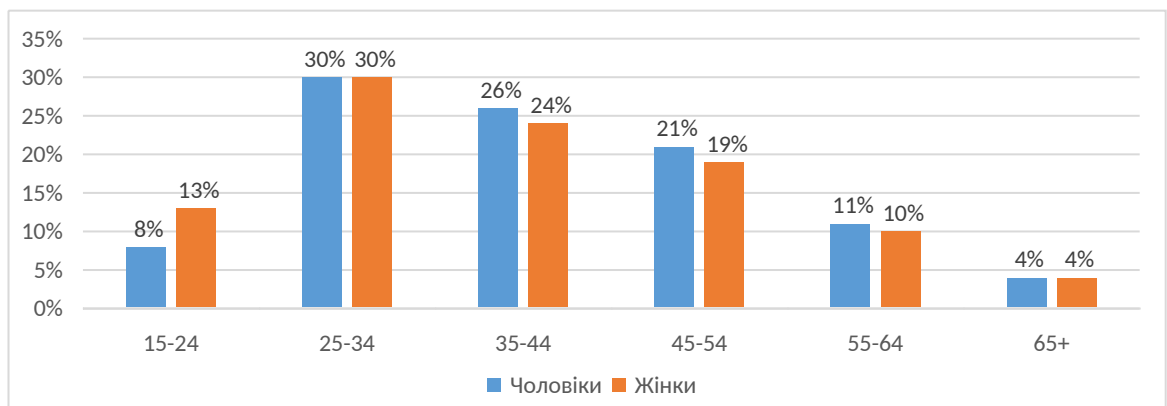


Рис. 2.8. Гендерна та вікова структура в'їзного туристичного потоку в Україну у 2021 році (%) [11]

Як можна побачити на діаграмі, серед кількості в'їзних туристів в більшості переважають чоловіки. Ця різниця є не значною, проте все ж вказує на те, що чоловіки більше зацікавлені у подорожах до України (рис 2.8). Так само як і вікові категорії, які показують найвищі результати є туристи від 25 до 44 років.

Нині ж ситуація з в'їзними туристами змінилась, оскільки жорстокість бойових дій змінила життя та буденність України. Перебування в Україні стало досить небезпечним з будь-якою метою, тому кількість в'їзних туристів істотно зменшилась (рис.2.9).

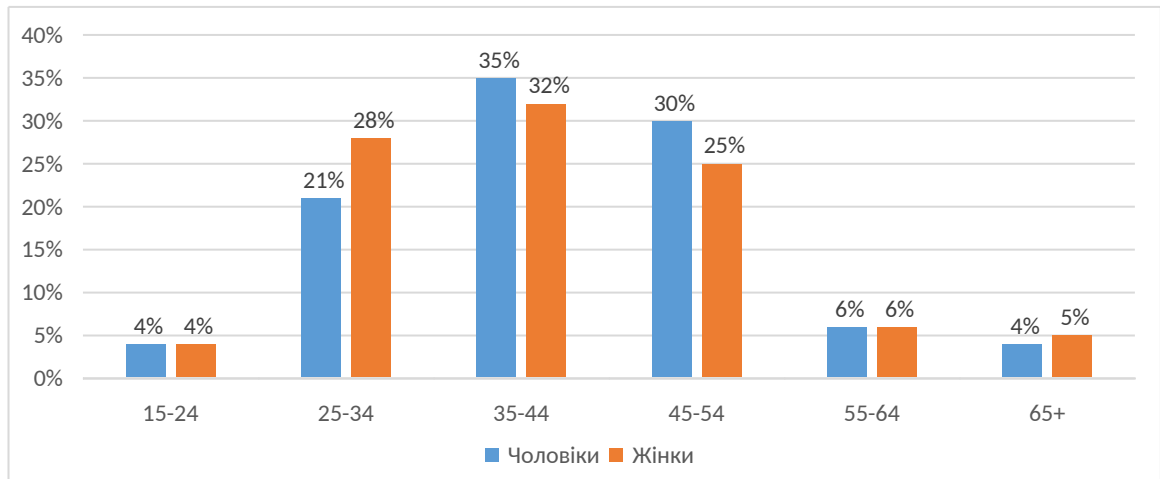


Рис. 2.9. Гендерна та вікова структура в'їзного туристичного потоку в Україну у 2025 році (%) [11]

За даними Державної прикордонної служби України наразі спостерігається збільшення частки в'їзних осіб категорії 25-34 роки, що вказує на активність молоді, які можуть здійснювати візити з благодійною або з особистою метою. Також підвищились показники категорії 35-44 роки, така вікова категорія може вказувати на те, що візити здійснюються з дипломатичною метою, це можуть бути візити послів, політиків. Також це можуть бути працівники волонтерських організацій. Те ж саме можна віднести і до наступної категорії 45-54 роки, де можуть зустрічатись як інвестори, так і політики або волонтери (рис 2.9).

Проте в загальному розумінні можна стверджувати, що суспільство свідомого віку та ті, хто мають можливість виявляють цікавість до України, і все ж такі здійснюють візити.

Також за даними звіту можна чітко побачити, які країни склали ТОП-10 країн за походженням в'їзних туристів. Як можна побачити найвищі відсотки демонстрували країни, що знаходяться у безпосередній близькості до України.

Останні країни, що знаходяться у Європі, чи Азії можуть бути показниками того, що країни мають ділові зв'язки з українським бізнесом, або це люди, що мають зацікавлення у знайомстві з культурою України.

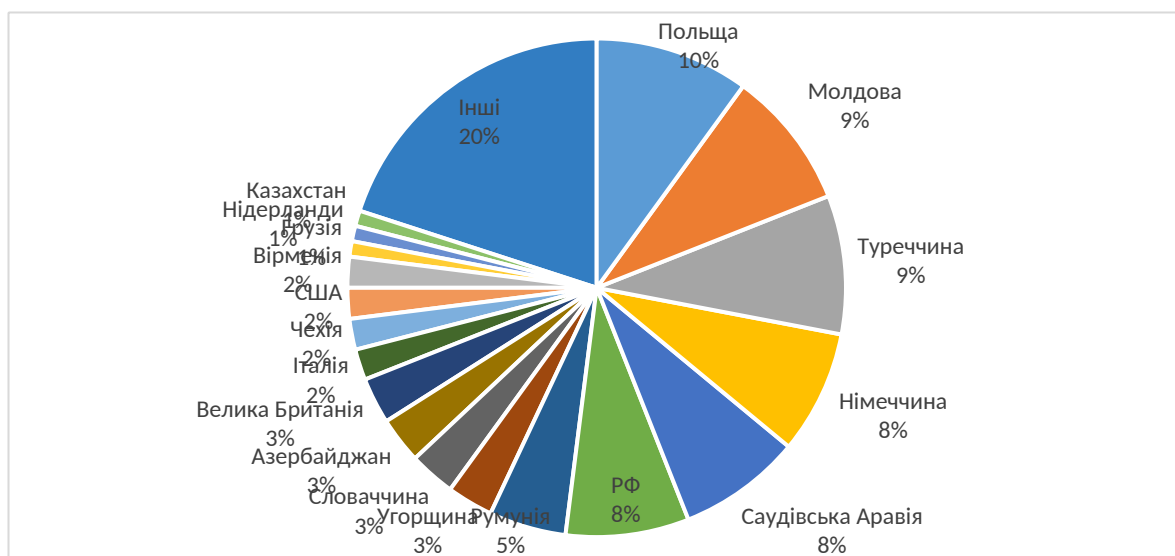


Рис. 2.10. Географія в'їзного потоку до України в 2021 році (%) [18]

Через бойові дії в Україні у 2025 році географія країн, звідки приїзять до України туристи відрізняються від тієї, що було у 2021 році.

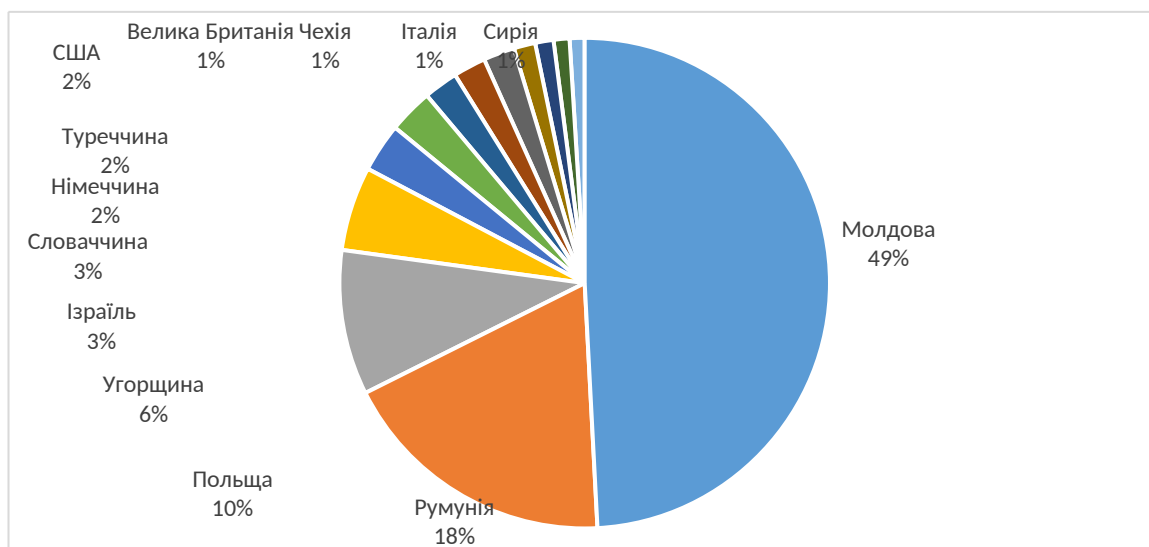


Рис. 2.11. Географія в'їзного потоку до України в 2025 році (%) [18]

Загалом, Молдова, Румунія та Польща входять до трійки лідерів за кількістю візитів, що логічно пояснюється їхньою географічною близькістю та тісними зв'язками (рис.2.11). Ці дані свідчать про те, що Україна залишається популярним напрямком для особистих і ділових поїздок, а також міжнародного транзиту в регіоні.

За даними наступної діаграми можна побачити з якою метою туристи приїздили до України (рис.2.12) . Більшість туристів приїздило до України з метою відпочинку, це можна пояснити тим, що курорти України в останні роки показують високий рівень надання послуг при тому вартість на послуги такого рівня є доволі низькою, як для європейських туристів. Також багато туристів приїждять до друзів чи знайомих. Часто подорожі пов'язані з участю у професійних заходах, переговорах або налагодженням ділових контактів.

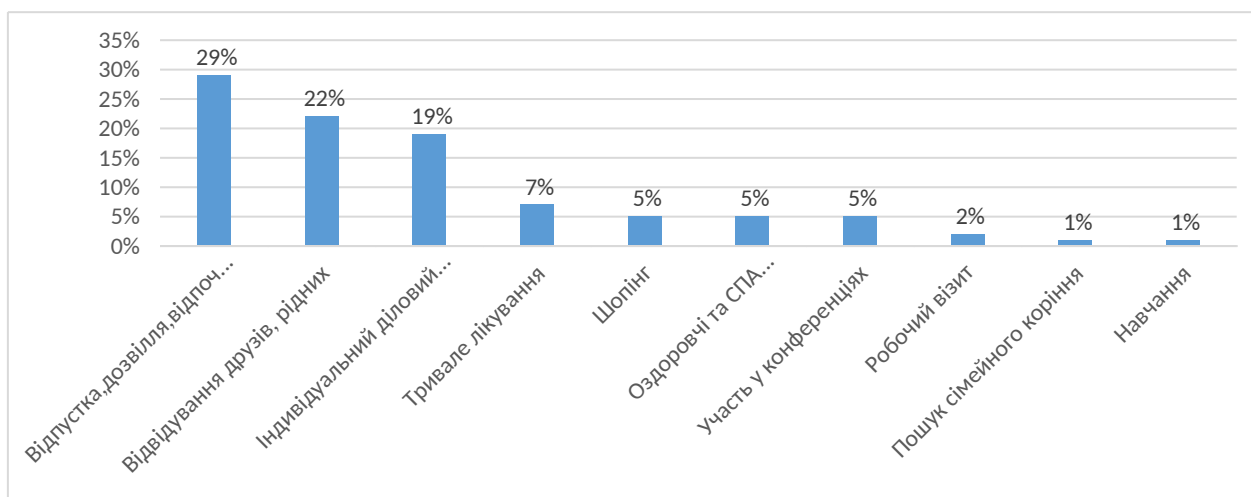


Рис 2.12. Мета подорожі в'їзних туристів до України в 2021 році (%) [11]

Загалом за 2024 рік усі візити розподілялися за такими цілями: приватна, обслуговуючий персонал транспортних засобів, транзит, туризм, службова, навчання, інше.

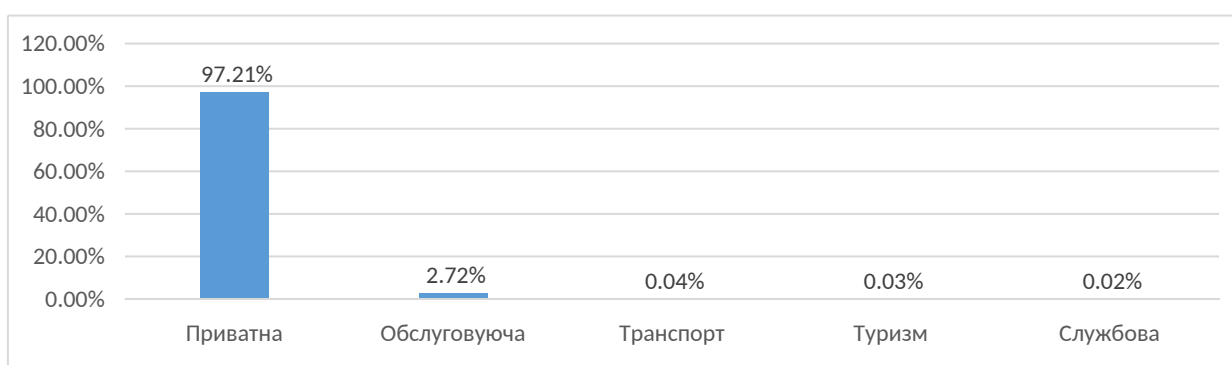


Рис 2.13. Рейтинг причин в'їзду міжнародних туристів до України в 2025 році (тис. ос.) [11]

Зрозуміло, що основна мета поїздок - приватна (понад 97% усіх візитів). Це свідчить про те, що більшість візитів зумовлені родинними зв'язками,

особистими контактами або дружбою, робочими або діловими візитами, які здебільшого виходять за рамки класичної туристичної категорії (рис.2.12).

Порівняно з іншими категоріями, туристичні візити все ще присутні в статистиці, але в набагато меншій кількості - 701.

Також за даними досліджень ДАРТу за 2024 рік можна прослідкувати ТОП областей, де туристична галузь наразі функціонує найкраще.

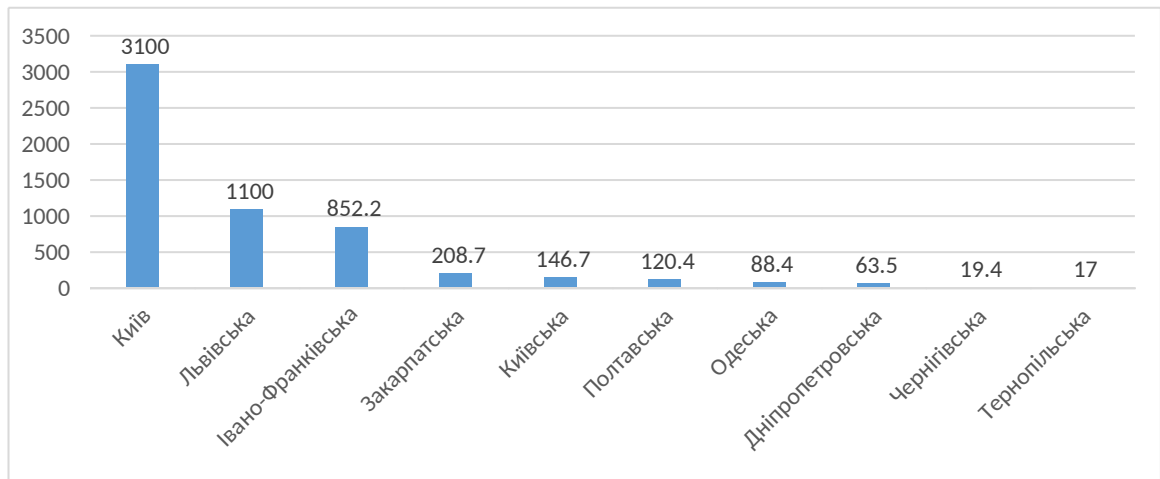


Рис 2.14. Рейтинг областей України за надходженнями від туризму у 2024 році (млн) [25]

За результатами дослідження можна побачити, що високі показники надходжень від туризму отримали Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, що вказує на те, що у цих регіонах можна розвивати екотуризм, який ще досі залишається актуальним (рис 2.14). Саме вищезазначені області є одними з найбезпечніших на території України і мають чудовий природний потенціал для розвитку екологічного туризму.

Інші області України мають гарний рівень забезпечення культурно-історичними пам'ятками, а також об'єктами туристичного спрямування. Окрім цього зазначенні регіони мають також і об'єкти, що постраждали від бойових дій і відомі всьому світу. Тому серед внутрішніх і в'їзних туристів буде спостерігатись попит на відвідування цих регіонів. Також будуть створюватись нові маршрути, відкриватись нові напрямки.

Слід зазначити, що незважаючи на низький рівень офіційно задекларованого туризму, Україна залишається відкритою для відвідувачів, а

глобальний інтерес до української культури, гастрономії, історичної спадщини та бізнес-можливостей зростає.

2.3. Стратегічні напрями та перспективи розвитку в'їзного туризму в післявоєнний період

Після завершення активної фази бойових дій Україна потребуватиме не лише відновлення економіки, а й формування нового міжнародного іміджу - потужної, цікавої та відкритої країни.

У цьому контексті в'їзний туризм розглядається як один з найважливіших чинників післявоєнного розвитку.

Він може стимулювати регіональну економіку, залучати іноземні інвестиції, створювати нові робочі місця та сприяти міжнародній підтримці.

Однак стратегія розвитку туризму повинна враховувати нові реалії, як глобальні тенденції, так і національну специфіку.

Сучасних туристів більше не задовольняють стандартні маршрути, бо попит зміщується в бік змістовних подорожей, які поєднують відпочинок з навчанням, допомогою, емпатією та екологічною свідомістю.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз сучасного стану та перспектив розвитку в'їзного туризму

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - Багатий культурний та природний туристичний потенціал (Карпати, Львівщина, Одещина, Київщина). - Активне впровадження цифрових технологій у туристичному секторі (онлайн-сервіси, віртуальні тури). - Державна підтримка інфраструктурних проєктів та туристичної реклами. - Зростання внутрішнього туризму як основи для відновлення в'їзного туризму. - Популярність безпечних регіонів, які приваблюють туристів 	<ul style="list-style-type: none"> - Руйнування туристичної інфраструктури в зонах бойових дій. - Низький рівень безпеки в багатьох регіонах через військові дії. - Обмеження доступу до тимчасово окупованих або небезпечних територій (Донбас, Херсон, частина Одеської області тощо). - Нестабільна політична та економічна ситуація. - Застаріла інфраструктура, яка потребує модернізації

Продовження таблиці 2.2

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Відновлення та розвиток внутрішнього туризму як основи для залучення іноземних туристів. - Створення нових безпечних туристичних маршрутів з урахуванням безпекових ризиків. - Використання інноваційних технологій для підвищення якості туристичних послуг. - Зростання інтересу до зеленого, екологічного, агротуризму та оздоровчих напрямків. - Підвищення середнього тарифу на туристичні послуги, що збільшує доходи галузі. 	<ul style="list-style-type: none"> -Продовження бойових дій, які руйнують інфраструктуру та загрожують безпеці туристів. -Негативний міжнародний імідж України як країни з активною зоною бойових дій. -Нестабільна безпекова ситуація, що ускладнює планування подорожей. -Логістичні проблеми з транспортом та доступом до регіонів. -Конкуренція з безпечнішими сусідніми країнами.

Таблицю складено автором [21,11,25]

Для кращого розуміння та вибудови стратегії слід зробити SWOT-аналіз стану в'їзного туризму та його перспектив.

Після детального SWOT-аналізу, який виявив як внутрішні ресурси, так і зовнішні виклики для в'їзного туризму в Україні, варто наголосити на тому, що сучасний стан галузі туристичної галузі показує велику кількість слабких моментів, які ми маємо на даний момент в Україні. Проте Україна в нових реаліях відкриває нові перспективи для формування інноваційних та змістовних туристичних продуктів. Фахівцям туристичної сфери слід пропрацювати постійно напрямок «можливостей» для розвитку туризму у тепершніх умовах з урахуванням особливостей післявоєнного розвитку. При розробці нових стратегій розвитку також слід звертати детальніше увагу на загрози, деякі з яких будуть ще актуальними десятки років. При цьому акцент слід робити на сильних сторонах, які вже є в Україні, більшість факторів «сильної сторони» є унікальними і не втратять своєї актуальності у майбутньому (табл. 2.2).

Україна має унікальні можливості для розвитку нових, змістовних туристичних напрямків, включаючи екологічний, воєнний, меморіальний (маршрути пам'яті), волонтерський, подієвий та багато інших цікавих напрямків туризму . Ці напрямки не лише відображають поточну ситуацію, але й відповідають сучасним запитам світової аудиторії на етичний, освітній та відповідальний туризм.

Для того аби говорити про стратегічні напрямки та перспективи слід перш за все виділити для себе пріоритетні напрямки, які потребують уваги та змін на данний момент. Деякі з наведених напрямків буде можливість пропрацьовувати лише після завершення фази бойових дій, деякі з них можна почати пропрацьовувати вже сьогодні.



Рис. 2.15. Пріоритетні напрямки повоєнного туристичного відновлення України [19; 14]

Найголовніше з чого треба почати відновлення це ліквідація бойових наслідків. Таким чином треба позбутись снарядів, техніки та руйнувань, які є небезпечними для життя та безпеки туристів (рис.2.15).

Окрім цього також слід здійснити повне розмінування території, незалежно від того, стосується це туристичних зон чи ні.

При безпечному перебуванні на території України можна говорити про необхідність відновлення інфраструктурних елементів. Це говорить і про відновлення як дорожнього покриття, яке веде безпосередньо до туристичних локацій, так і про власне відновлення об'єктів туристичної інфраструктури. Сюди входить відновлення об'єктів готельного господарства, а також об'єктів ресторанного господарства. На щастя, для відновлення таких об'єктів є партнери, які готові вкладати свої інвестиції та співпрацювати з українським бізнесом.

Необхідним є перегляд норм та стандартів обслуговування туристів. Після пандемії COVID-19 санітарні стандарти, а також норми якості надання послуг зазнали змін.

Також варто приділити увагу нормам безпекових заходів (наприклад зробити обов'язковою наявність укриття у готелях). Окрім цього ДСТУ, яким слідують готелі у нормах обслуговування клієнтів вже давно є застарілими, тому потребують оновлення до сучасних європейських стандартів.

Наступним пріоритетним напрямком є підготовка кваліфікованих кадрів для співпраці з туристами на нових актуальних напрямках. Такі фахівці мають бути підготовленими до нових складних реалій роботи.

Також для нових працівників бажано було б пройти курси з психологічної підготовки, оскільки туризм, який може розвивати Україна є досить вразливим для туристів. Проте такі фахівці будуть ознайомлені з останніми техніками та прийомами проведення екскурсій та заохочення уваги туристів.

Одним з найскладніших аспектів, над яким треба буде працювати є створення позитивного іміджу України. Для створення такого іміджу треба активно працювати ЗМІ, фахівцям з просування у мережах, а також кваліфікованим кадрам за кордоном. Ми маємо показати світові, що наша країна є безпечною для перебування та здійснення подорожей.

Також слід продемонструвати, що територія нашої країни має велику кількість пам'яток, об'єктів туристичної цікавості, а також місць, що є

особливо важливими для українців. Окрім цього ми маємо найцінніший дарце люди, які живуть в Україні, працюють тут та вірять у її найкраще майбутнє.

Тому у нових туристичних маршрутах окрім власне «туристичної» складової ми можемо робити акцент на спілкуванні з людьми і це буде однією з найкращих візитівок країни.

Для демонстрації нових реалій життя нашої країни фахівцями туристичної галузі треба розробляти нові туристичні маршрути, що будуть актуальними для демонстрації міжнародним туристам.

Також на території України починають розвиватись зовсім нові види туризму, а також продовжують розвиток ті види туризму, що є відносно новими. Такі напрямки можуть стати цікавими для тих туристів, що відвідать Україну вперше і для тих, хто був в Україні з будь-якою метою окрім туристичної.

За результатами дослідження ДАРТу за 2024 рік можна побачити, що високі показники надходжень від туризму отримали Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, що вказує на те, що у цих регіонах можна розвивати екотуризм, який ще досі залишається актуальним.

Саме вищезазначені області є одними з найбезпечніших на території України і мають чудовий природній потенціал для розвитку екологічного туризму.

У гірській місцевості, в умовах тиші та віддаленості від міського шуму, відпочинок можливий у закладах сільського зеленого туризму, зокрема в екосадибах або гостинних садибах. На території цих областей знаходяться відомі водоспади: Женецький Гук, Манявський, Бухтівецький, Труфанецький, Шипіт, Кам'янка, Лужківський, які часто є окрасою екскурсій Карпатського регіону.

Також серед туристів залишаються популярними відвідування Свидовецького масиву, сходження на Говерлу, Хом'як, Шпиці. Для

любителів збору квітів навесні популярними є маршрути у долину Мармароських гір, гори Кукул та Піп Івана.

Для любителів поєднання екотуризму з походами є можливість доєднатись до турів-походів на Горгани, Бескиди, Свидовець та Чорногору.

Для поціновувачів збору грибів та ягід теж є купа можливостей. Місцеві гідди та краєзнавці часто влаштовують піші екскурсії в гори, де можна поєднати приємне з корисним.

Ще одним унікальним місцем є озеро Синевір, що є перлиною Карпат та візитівкою багатьох екскурсій. Деякі екскурсії створенні з основною метою відвідування Синевіру.

Також у Карпатському регіоні з метою екотуризму можна підлікуватись і оздоровитись за допомогою лікувальних мінеральних та термальних джерел. Для відвідання Косино, Сваляви або Поляни є окремі екскурсії з можливістю набору води.

Наступним досить новим видом туризму є військовий туризм. З кожним роком все більше іноземців приїжджають в країну, щоб побачити реалії війни на власні очі, доторкнутися до історії та підтримати українців. За даними порталу RFI, щомісяця країну відвідують десятки іноземців, готових заплатити від 150 до 250 євро за екскурсії місцями, де відбувалися військові зіткнення.

Мандрівників приваблює можливість зануритися в атмосферу реальних подій, на власні очі побачити наслідки руйнувань і відчути мужність українського народу. Для багатьох це не просто подорож, а особисте переживання частини світової історії.

Звісно, військовий туризм викликає суперечливі почуття. Реакція місцевих жителів на приїзд іноземців різна: одні сприймають це як спробу нажитися на чужій біді, інші визнають економічну вигоду та інформаційну цінність таких поїздок.

Донат- тури заслуговують на особливу увагу, адже це не просто екскурсії, а справжні місії солідарності та підтримки постраждалих регіонів.

Зокрема, тур до міста-героя Миколаєва дає можливість іноземним гостям на власні очі побачити наслідки війни та масштаб проблем, з якими стикаються місцеві жителі. Учасники таких турів мають унікальну можливість стати волонтерами, допомогти на місцях і зробити свій внесок у процес відновлення України.

Тури на деокуповані території - це особлива форма подорожей, яка відкриває героїчні сторінки новітньої історії України. Учасники відвідують місця запеклих боїв, знайомляться з хронікою опору та вшановують пам'ять полеглих. Такі подорожі - це не просто огляд визначних пам'яток, а глибоке емоційне та історичне занурення в сучасні події та виклики, що стоять перед країною.

Під час повномасштабної війни в Україні активізувався ще один важливий напрямок - волонтерський туризм, який поєднує подорожі з реальною підтримкою постраждалих громад. Це не просто туризм, а форма міжнародної підтримки, громадянської активності та солідарності.

Його значення важко переоцінити. Волонтери допомагають відбудувувати зруйновані школи, будинки, лікарні, доставляють гуманітарну допомогу, підтримують моральний дух місцевих жителів. Іноземці, які приїжджають як волонтери, поширюють правду про війну у своїх країнах, стаючи неофіційними «послами України».

Волонтерський туризм реалізується через ініціативи таких організацій як «Repair Together», «БУР», «Добробат» та інші, які організують табори та поїздки до постраждалих регіонів - Київської, Чернігівської, Харківської, Миколаївської та Херсонської областей. Волонтерство часто поєднується з екскурсіями для ознайомлення з культурою та історією регіону.

Іноземців приваблює не лише бажання допомогти, а й можливість стати частиною великої історії, отримати глибокий досвід і подорожувати зі змістом. Попит на такі поїздки зростає завдяки соціальним мережам, свідченням очевидців та загальному тренду на «подорожі зі змістом».

Таким чином, волонтерський туризм є важливою складовою не лише гуманітарної підтримки, а й нового виду туристичної індустрії. Його розвиток має бути підтриманий на державному рівні як потужний інструмент міжнародної солідарності, післявоєнної відбудови та формування позитивного іміджу України у світі.

Після завершення військових дій в Україні одним із пріоритетних завдань буде відновлення та модернізація туристичної інфраструктури. У цьому контексті на особливу увагу заслуговує залучення інвестицій, як іноземних, так і внутрішніх.

Одним з ключових прикладів міжнародного інвестування є співпраця України з катарською компанією Al Rayyan Tourism Investment Co. W.L.L. У грудні 2021 року було підписано Меморандум про модернізацію київського готелю «Україна» та відкриття Університету гостинності у складі Президентського університету [18]

Ще одним прикладом стратегічної співпраці є Меморандум між Міністерством розвитку громад, територій та інфраструктури України та компанією Mastercard, підписаний у червні 2024 року.

Сторони домовилися працювати над діджиталізацією туристичної галузі, просуванням українських регіонів як привабливих туристичних destinations та залученням інвестицій у сектор. [23]

Ще одним важливим напрямком є збереження та відновлення культурної спадщини. Спільний проект Vodafone Україна та Міністерства культури та інформаційної політики «Врятуймо українську культуру» має на меті зібрати кошти на відновлення понад 15 зруйнованих пам'яток культури, що загалом потребує понад 470 млн грн. [24]

Крім того, у 2023 році стартував міжнародний культурний проект UREHERIT, який об'єднує організації з ЄС та України для навчання фахівців зі збереження спадщини, розробки методологій та обміну досвідом.

Проект розрахований до 2026 року і є прикладом довгострокової підтримки з боку європейських партнерів у збереженні та ревіталізації історико-культурних ресурсів. [31]

У контексті післявоєнного ребрендингу туризму в Україні слід приділити увагу роботі вже існуючих компаній, які наразі вже займаються створенням іміджу України не лише як країни, що потерпає від жаху бойових дій, а й країни, яка попри всі складнощі з великою шаной ставиться до традицій, береже всіма силами культурну спадщину та надбання й чекає моменту, коли настане мир, щоб вітати туристів з візитами на території України.

Єдиний бренд «Ukraine NOW» є основою для об'єднаної комунікації, включаючи туризм, інвестиції, культуру та освіту. Він передає меседж сучасної, сміливої та гостинної країни, відкритої для світу. [34]

Проект UKRAINE.UA - це офіційний портал, створений у співпраці з Міністерством закордонних справ України та Українським інститутом, який розповідає про країну крізь призму її історії, культури, природи та інновацій.



Рис 2.16. Основні елементи оновленого бренду України [28; 30]

Портал пропонує віртуальні подорожі, яскраві фото та тексти, які допомагають сформувати перше позитивне враження про Україну для іноземців[36].

Visit Ukraine - це громадська організація, яка з 2018 року займається просуванням українського туризму на внутрішньому та міжнародному ринках. Вона створила багатофункціональний сервісний портал (visitukraine.today) з актуальною інформацією для туристів, а також низку проєктів: базу турів Visit Ukraine Tours, сервіс бронювання, продаж квітів у готелях, благодійний проєкт Visit Ukraine Donate, який підтримує армію та переселенців [39]. Рекомендовані компоненти оновленого бренду зображені на рис. 2.16.



Рис 2.17. Пропозиції щодо покращення туристичного іміджу України [28;30]

Таким чином, комплексний підхід до ребрендингу України як туристичної дестинації, що передбачає створення єдиного державного бренду, цифрові сервіси, які надаватимуть вичерпну інформацію іноземцям про особливості перебування в Україні, найцікавіші пам'ятки, свята, традиції

на більшості мов світу, культурні кампанії та розвиток інфраструктури, яка відповідатиме всім нормам та стандартам безпеки перебування в країні, сприяння відновленню міжнародного туризму та формуванню стійкого позитивного іміджу країни. В результаті Україна стане більш привабливою, безпечною та впізнаваною на міжнародній арені, що призведе до збільшення туристичних потоків, інвестицій та довгострокового економічного та соціального розвитку.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Дослідження розвитку в'їзного туризму в Україні після війни демонструє, що цей вид діяльності є одним з основних елементів соціально-економічного відновлення країни. Війна завдала серйозного удару по інфраструктурі, природних і культурних об'єктах, створивши значні виклики для туристичної галузі. Проте ці виклики можуть стати точкою опори для формування сучасного туристичного продукту, який гармонійно поєднує економічний розвиток із соціальною відповідальністю.

2. Туризм виконує багато соціально-економічних функцій: від просвітницької та емпатичної до морально-ціннісної, солідарної, меморіальної. Це не тільки сприяє відновленню інфраструктури, але і зміцнює міжнародну підтримку, поширює правдиву інформацію про війну і зміцнює культурну ідентичність. Крім того, туризм стимулює економіку, створює робочі місця і сприяє розвитку малого і середнього бізнесу.

3. Світовий досвід відновлення туризму в країнах після конфліктів показує, що успіх залежить від державної підтримки, модернізації інфраструктури, інноваційних туристичних рішень та ефективних маркетингових стратегій. Україна здатна застосовувати ці підходи завдяки своїм ресурсам, які розвиватимуть конкурентоспроможний туристичний сектор.

4. Туристичний потенціал України охоплює унікальні природні ландшафти, багату культурну спадщину та нові види туризму. Водночас важливо ліквідувати наслідки війни - очистити території, відновити пошкоджені об'єкти та модернізувати інфраструктуру та стандарти обслуговування. Підготовка кваліфікованих кадрів і створення комфортних умов для туристів повинні бути пріоритетними.

5. Стратегічні напрямки розвитку охоплюють забезпечення безпеки, модернізацію інфраструктури, оновлення стандартів обслуговування, розвиток нових туристичних продуктів та активне просування України на міжнародній арені через бренд Ukraine NOW і цифрові платформи. Туристам стануть доступні нові напрямки туризму. На території України можна буде розвивати воєнний туризм, з'являться можливості доєднатися до донат-турів і проявити свою солідарність у волонтерських ініціативах. Також важливим напрямком є міжнародна співпраця, яка допомагає у залученні інвестицій і використання соціальних мереж для створення позитивного іміджу грають також Оважливу роль.

6. Розвиток в'їзного туризму виступає потужним засобом відновлення економіки, зміцнення міжнародних зв'язків і збереження культурної спадщини України. Комплексний підхід, що враховує безпеку, інновації, культурні цінності та соціальну відповідальність, сприятиме сталому розвитку туристичної галузі, покращенню якості життя громадян та формуванню позитивного іміджу країни в світі. Це відкриває нові можливості для залучення інвестицій, створення робочих місць та інтеграції України у глобальний туристичний простір, що є важливою частиною післявоєнної відбудови та процвітання держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богуш Л.Г. Соціальний капітал і соціогуманітарний простір: методологія, визначення, взаємозв'язки, вектори розвитку. Економіка та держава. 2010. № 4. С. 15-20.
2. В Україні запустили проект для збору коштів на відновлення зруйнованої росіянами культурної спадщини <https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukraini-zapustyly-proekt-dlia-zboru-koshtiv-na-vidnovlennia-zruinovanoi-rosiiianamy-kulturnoi-spadshchyny>
3. Витяг зі Всесвітнього туристичного барометра Міністерства ООН з туризму, січень 2025 року) https://UNWTO_Barom25_01_January_EXCERPT_v3.pdf
4. Від музейних колекцій до архітектурних пам'яток: як ЄС допомагає рятувати культурну спадщину України <https://volnovakha.city/articles/390506/vid-muzejnih-kolekcij-do-arhitekturnih-pamyatok-yak-yes-dopomagaye-ryatuvati-kulturnu-spadshchinu-ukraini>
5. Відбудова житла в Грузії: досвід та уроки для України <https://iaa.org.ua/articles/vidbudova-zhytla-v-gruziyi>
6. Волонтерська спілка Repair Together <https://www.facebook.com/repair.together.help/>
7. Волонтерський туризм: як іноземці можуть допомогти Україні під час подорожі <https://visitukraine.today/uk/blog/>
8. Глобальний етичний кодекс туризму. Документ 983_001 від 01.10.1999 р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>
9. Громадська організація БУР <https://www.bur.org.ua/en/>
10. Документ Акапулько за результатами обговорення дій з поступового досягнення цілей, зазначених у Манільській декларації про світовий туризм, затверджений Всесвітньою конференцією з туризму, Акапулько

- (Мексика), 21–27 серпня 1982 р. URL:
<http://docs.cntd.ru/document/901813697>
11. Звіт за результатами опитування "Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон"
<https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPXZXAUbFh6MX682sYRP48ZQ2/view>
 12. Інвестиції в туризм: модернізація готелю «Україна» та відкриття Університету гостинності <https://www.tourism.gov.ua/blog/investiciyi-v-turizm-modernizaciya-gotelyu-ukrayina-ta-vidkrittya-universitetu-gostinnosti>
 13. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності. — К. : Центр навчальної літератури, 2003. — 312 с.
 14. Маджумар Ольга, Гончарова Катерина. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. РБК-Україна. URL:
<https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>
 15. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М.П.Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич. К.: Знання, 2008. 661 с
 16. Мальська М.П., Захарін С.В. Міжнародний туризм. — Львів: Центр Європи, 2008. — 428 с.
 17. Міністерство відновлення України та Mastercard співпрацюватимуть для відновлення туристичної галузі <https://mtu.gov.ua/news/35708.html>
 18. Міністерство культури та стратегічних комунікацій про пам'ятки <https://mcsc.gov.ua/news/>
 19. Місце міжнародного туризму в системі світового ринку послуг /Економіка та держава. – 2009. – № 12. – С. 54-57.
 20. Мушинська Н. В'їзний туризм та методи його стимулювання. Ужгородський національний університет, 2018
 21. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024»
<https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>

22. Сайт Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України <https://mepr.gov.ua/vijnoyu-urazhenno-ponad-20-pryrodoohoronnyh-terytorij-ukrayiny/>
23. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : Підручник. / За заг. ред. В.Ф.Орлова. — К.: Грамота, 2006. — 262 с.
24. Старовинні будівлі, храми та садиби: скільки пам'яток архітектури в Україні стали жертвами війни <https://visitukraine.today/uk/blog/>
25. Стратегічна Дорожня карта Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>
26. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. К. : КНТЕУ, 2009. 463 с, с. 93.
27. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія/ Тетяна Іванівна Ткаченко. 2–ге вид., випр. та доповн.. К.: КНТЕУ, 2009. 463 с.
28. Україна-Країна хоробрих людей, які борються за свободу в серці Європи <https://ukraine.ua/>
29. Уряд схвалив новий бренд «Україна Зараз», що забезпечить єдиний стиль презентації держави в світі <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-shvaliv-novij-brend-ukrayina-zaraz-sho-zabezpechit-yedinij-stil-prezentaciyi-derzhavi-v-sviti>
30. Школа І.М., Корольчук О.П. Менеджмент туризму: Підручник / І.М.Школа, О.П.Корольчук. Чернівці: Книги – XXI, 2011. 464 с.
31. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. РБК-Україна. URL: www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya -1649942226.html
32. Які заповідники може втратити Україна через війну: збитки, загрози і наслідки <https://www.rfi.fr/uk/>

33. Egypt source markets. Arabian travel market series / January 2020. URL:
[www.httpATM-Series-GCC-SourceMarket-Egypt-January-2020](http://www.ATM-Series-GCC-SourceMarket-Egypt-January-2020)
34. Eyal Lichter, Travel and tourism in Israel – statistics & facts. Jun 27, 2022.
Available at: <https://www.statista.com/topics/9300/travel-and-tourism-in-israel>
35. International Tourism Highlights, 2020 Edition. P. 18. URL:
<https://tourlib.net/wto.htm>
36. International Tourism Highlights, 2024 Edition <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284425808>
37. Israel Travel & Tourism Statistics for 2022. URL:
<https://www.touristisrael.com/israel-travel-tourismstatistics/53929>
38. VisitUkraine.Today – це сервісний портал для туристів, які подорожують Україною <https://visitukraine.today/>

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну бакалаврську роботу студентки
ШУЛЬГИ Дар'ї Вадимівни
на тему «Розвиток в'їзного туризму як стратегічний
вектор соціально-економічного відновлення України в післявоєнний період»
«7» червня 2025 р.

м. Харків

Актуальність обраної теми обумовлена зростаючим значенням в'їзного туризму як багатофункціонального інструменту економічного стимулювання, культурної дипломатії та національного позиціонування в умовах післявоєнного відновлення України. У сучасному глобальному середовищі туризм виконує не лише економічну, але й соціальну функцію, сприяючи інтеграції країни у міжнародні процеси, підтримці регіонального розвитку, формуванню позитивного іміджу держави. Відновлення та стратегічне розширення в'їзного туризму дозволяє активізувати залучення іноземних інвестицій, модернізувати інфраструктуру, підтримати малі й середні підприємства та відновити довіру до України як безпечної та гостинної дестинації. З огляду на євроінтеграційний вектор та необхідність диверсифікації економіки, розвиток в'їзного туризму має стати одним із ключових напрямів державної політики у сфері відбудови.

У своїй роботі студентка Шульга Д. В. провела комплексне дослідження сучасного стану в'їзного туризму в Україні, виявила його структурні особливості, динаміку змін, а також чинники, що перешкоджають його розвитку. Особливу увагу приділено аналізу міжнародного досвіду повоєнного відновлення туризму, що дозволило сформулювати обґрунтовані пропозиції щодо стратегічних орієнтирів для України. Шульга Д. В. запропонувала низку практичних заходів із реінтеграції України до глобального туристичного ринку, урахувавши безпекові, соціальні та інституційні аспекти.

Робота вирізняється логічною структурою, чітким формулюванням проблематики, аналітичним підходом та високим рівнем аргументації. Усі висновки базуються на самостійному науковому пошуку, а запропоновані рекомендації мають прикладне значення для державної політики у сфері туризму.

До написання дипломної роботи студентка Шульга Д. В. поставилася відповідально, демонструючи високий рівень дисциплінованості, аналітичного мислення та зацікавленості у темі дослідження. Вона проявила здатність самостійно організувати робочий процес і приймати обґрунтовані рішення на всіх етапах підготовки дослідження.

Представлена бакалаврська робота повністю відповідає встановленим вимогам і рекомендується до захисту у Екзаменаційну комісію.

Науковий керівник:
Канд. екон. наук, доцент кафедри
світової політики, дипломатії
та туристичного бізнесу, доцент



П. О. Подлепіна

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на бакалаврську роботу студентки спеціальності 242 «Туризм»

ШУЛЬГИ Дар'ї Вадимівни

на тему: «Розвиток в'їзного туризму як стратегічний
вектор соціально-економічного відновлення України в післявоєнний період»

В'їзний туризм є потужним інструментом економічного зростання, міжкультурного діалогу та міжнародного позиціонування держави. В умовах, коли Україна перебуває на етапі глибокої трансформації та поступового відновлення після широкомасштабної війни, формування дієвої стратегії розвитку в'їзного туризму набуває стратегічного значення. Адже саме ця сфера здатна сприяти притоку іноземної валюти, створенню робочих місць, активізації малого та середнього бізнесу, а також формуванню позитивного міжнародного іміджу країни. Обрана тема є надзвичайно актуальною, змістовно насиченою та практично орієнтованою, що відповідає сучасним викликам і потребам національної туристичної політики.

Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел. У першому розділі автор розкриває сутність і значення в'їзного туризму в контексті світового досвіду, подає його класифікацію, чинники розвитку та соціально-економічне значення. У другому розділі проаналізовано передумови та поточний стан розвитку в'їзного туризму в Україні, зокрема з урахуванням змін, спричинених війною, та нових глобальних трендів. Особливу увагу приділено ролі безпеки, інформаційної політики та стану інфраструктури.

Робота вирізняється цілісною логікою викладення, високим рівнем теоретичної підготовки, аналітичним підходом до розгляду проблематики та наявністю обґрунтованих практичних рекомендацій. Окремо слід відзначити самостійність підходу Шульги Д. В. до осмислення проблеми, уміння поєднувати теоретичні засади з реаліями сьогодення. Серед зауважень можна зазначити певну загальність деяких рекомендацій, які потребують подальшої деталізації, зокрема щодо конкретних заходів стимулювання в'їзного потоку. Істотних недоліків бакалаврська робота не містить. Рекомендується продовжити дослідження в межах магістерської тематики, зокрема в напрямі розробки регіональних стратегій розвитку в'їзного туризму.

Запропонована бакалаврська робота є самостійним завершеним дослідженням, яке відповідає критеріям кваліфікаційної роботи бакалаврського рівня. За умови успішного захисту на засіданні ЕК, робота заслуговує на оцінку «відмінно» (90 балів).

Рецензент:

Доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та туризму Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
канд. екон. наук



А. Ю. Білоусова

А. Ю. Білоусова
засвідчую: провідник кафедри