

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Навчально-науковий інститут «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 магістерська робота**

на тему: «Перспективи туристичної діяльності в Сумській  
області в повоєнний період»

Виконав: студентка 2 курсу, групи УТМз-61  
Спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

Гончаренко Марія Андріївна 


---

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І. 

---

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Шуба М.В. 

---

(прізвище та ініціали)

### **Підсумкова оцінка:**

за національною шкалою: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Покоłodна М.М.  
\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

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) другий

(магістерський)

Напрямок підготовки

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

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

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)**

Гончаренко Марія Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Перспективи туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період»

керівник роботи Гапоненко Ганна Ігорівна, к.е.н., доц.

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

затверджені наказом по університету від 01.07.2024 р. № 4002 – 5/1582

2. Строк подання студентом роботи 25.11.2024 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

Визначити сутність поняття «туристична діяльність», охарактеризувати теоретико-методичні підходи до дослідження туристичної діяльності, дослідити стан туристичної діяльності в Україні, оцінити ресурсний потенціал та видову структуру туризму Сумщини, проаналізувати сучасний розвиток туристичної діяльності в регіоні, визначити стратегічні пріоритети розвитку

туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період, розробити стратегію відновлення та розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період.

#### 4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження туристичної діяльності в Україні
2	Розділ 2. Аналіз розвитку туристичної діяльності в Сумській області
3	Розділ 3. Перспективи розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період

5. Дата видачі завдання 3.09.2024 р.

Студент



підпис

**М.А.Гончаренко**  
ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

**Г. І. Гапоненко**  
ініціали, прізвище

## АНОТАЦІЯ

**Гончаренко М. А.** Перспективи туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період

Робота присвячена дослідженню туристичної діяльності у Сумській області та визначенню стратегічних пріоритетів розвитку галузі у післявоєнний період. На сучасному етапі регіонального розвитку Сумська область за інтегрованою оцінкою ефективності економіки, рівнем життя, екологічної безпеки поки що значно поступається Західним та Центральним регіонам України. В роботі проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку туристичної індустрії, охарактеризовано туристично-рекреаційний ресурсний потенціал. У зв'язку з цим, регіональна політика у післявоєнний період повинна бути спрямована на пріоритезації туристичної галузі та створення ефективної стратегії розвитку туризму в регіоні, підвищення туристичної конкурентоспроможності Сумщини серед інших адміністративно-територіальних одиниць України. Висновки даної дипломної роботи можуть бути використані як підґрунтя для подальших наукових досліджень у сфері туризму та розвитку регіонів, а також стануть основою для прийняття ефективних рішень та стратегій управління туристичною діяльністю в Сумській області у повоєнний період.

## ANNOTATION

**Honcharenko M. A.** Prospects of Tourist Activity in the Sumy Region in the Postwar Period

The work is devoted to the study of tourist activity in the Sumy region and the determination of strategic priorities for the development of the industry in the post-war period. At the current stage of regional development, Sumy Oblast is still significantly inferior to the Western and Central regions of Ukraine in terms of an integrated assessment of economic efficiency, standard of living, and environmental safety. The work analyzes the current state and development trends of the tourism industry, characterizes the tourism and recreation resource potential. In this regard, regional policy in the post-war period should be aimed at prioritizing the tourism industry and creating an effective strategy for the development of tourism in the region, increasing the tourism competitiveness of Sumy Oblast among other administrative and territorial units of Ukraine. The conclusions of this thesis can be used as a basis for further scientific research in the field of tourism and regional development, and will also become the basis for making effective decisions and strategies for managing tourism activities in the Sumy region in the post-war period.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b> .....	5
1.1. Визначення сутності поняття «туристична діяльність» .....	5
1.2. Теоретико-методичні підходи до дослідження туристичної діяльності .....	9
1.3. Дослідження стану туристичної діяльності в Україні .....	11
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ</b> .....	20
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу та видова структура туризму в Сумській області .....	20
2.2. Аналітичне дослідження сучасного стану туристичної діяльності в Сумській області .....	29
2.3. Проблеми розвитку туристичної діяльності в Сумській області.	37
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД</b> .....	43
3.1. Стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період .....	43
3.2. Стратегія повоєнного відновлення туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період .....	51
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	65
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	69

## ВСТУП

*Актуальність роботи.* На сучасному етапі регіонального розвитку Сумська область за інтегрованою оцінкою ефективності економіки, рівнем життя, екологічної безпеки поки що значно поступається Західним та Центральним регіонам України. Окрім цього, зовнішні фактори, серед яких пандемічні обмеження та військове вторгнення, негативно вплинули на економічне становище регіону. У зв'язку з цим, регіональна політика у післявоєнний період повинна бути спрямована на пріоритезації туристичної галузі та створення ефективної стратегії розвитку туризму в регіоні. Підвищення туристичної конкурентоспроможності Сумщини серед інших адміністративно-територіальних одиниць України. Зважаючи на особливості географічного розташування, сприятливий клімат, наявний природно-ресурсний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал Сумської області, була обрана дана тема дипломної роботи.

*Ступінь вивченості проблеми.* Дослідженням питань розвитку та оптимізації туристичної діяльності в регіонах України займалися такі вчені, як: М.В. Вачевський, В.С. Боголюбов, Г.І. Гапоненко, П.В. Гудза, М.І. Долішній, Л.П. Дядечко, О.В. Євтушенко, М.А. Жукова, В.Ф. Кифяк, Ф.Ф. Мазур, М.П. Мальська, П.О. Масляк, А.Ю. Парфіненко, О.В. Пендерецький, А.А. Самойленко, Т.Г. Сокол, В.І. Стафійчук, М.Й. Рутинський, І.М. Шамара, Л.Т. Шевчук та інші. Але не дивлячись на значний ступінь розробленості проблем аналізу та розвитку діяльності туристичної галузі країни, питання впливу галузі туризму на економічний розвиток окремих регіонів залишається малодослідженим.

*Об'єктом дослідження* магістерської дипломної роботи є туристична діяльність в Сумській області.

*Предметом дослідження* є перспективи розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період.

*Метою даної роботи є аналіз передумов розвитку та сучасного стану туристичної діяльності Сумської області, а також розробка пропозицій щодо покращення її стану в повоєнний час.*

Відповідно до мети можна виділити такі *завдання*, які потрібно вирішити в роботі:

- Визначити сутність поняття «туристична діяльність»
- Охарактеризувати теоретико-методичні підходи до дослідження туристичної діяльності
- Дослідити стан туристичної діяльності в Україні
- Оцінити ресурсний потенціал та видову структуру туризму Сумщини
- Проаналізувати сучасний розвиток туристичної діяльності в регіоні
- Визначити стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період
- Розробити стратегію відновлення та розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період

*Методологія дослідження.* Для вирішення поставлених завдань було застосовано такі методи: метод діалектичного пізнання, який розкриває потенціал вивчення економічних явищ у їх прогресі, взаємозв'язку та взаємозалежності; загальнонаукові методи: наукової абстракції, моделювання, аналізу та синтезу, угруповання та порівняння; аналіз нормативно-правової бази, літературних джерел, статистичних даних, і навіть порівняльний метод.

*Структура роботи.* Дипломна робота складається із вступу, 3 розділів, висновків; містить 75 сторінок тексту, 18 рисунків, 13 таблиць. Список використаних джерел включає 61 найменування літератури.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

### **1.1. Визначення сутності поняття «туристична діяльність»**

Туризм є однією з найбільш динамічно зростаючих сфер світової економіки, яка сприяє не лише економічному зростанню країн, а й культурному та соціальному розвитку. Він відіграє значну роль у зміцненні міжнародних зв'язків, забезпечуючи обмін культурними та економічними цінностями між різними країнами світу.

Туристична діяльність становить основне поняття у сфері туризму, оскільки охоплює сукупність дій та процесів, пов'язаних із подорожами з метою відпочинку, оздоровлення, культурного збагачення тощо. Її визначення є ключовим для розробки та впровадження туристичних стратегій на рівні країни, регіону чи міста, а також для розуміння очікувань і потреб туристів. Вплив туристичної діяльності на економічний та соціальний розвиток регіонів є значним, що робить її дослідження і вдосконалення надзвичайно актуальними.

У контексті економічних відносин туристична діяльність визначається як виробничо-обслуговуюча діяльність, що надає різноманітні туристичні послуги, або діяльність, що організовує подорожі з туристичною метою. У більш широкому розумінні туристичну діяльність можна визначити як вираження соціальної політики, спрямованої на здійснення прав громадян на свободу пересування, відпочинок тощо.

Варто зауважити, що єдиного підходу до визначення поняття туристичної діяльності немає. Окрім цього, дану дефініцію часто ототожнюють з поняттям «туристична індустрія» та «туристична галузь», особливо в іноземних джерелах.

Наприклад, Всесвітня туристична організація у своєму глосарії туристичних термінів називає туристичну індустрію та туристичну діяльність

синонімічними поняттями і надає їм таке визначення як видам діяльності, які зазвичай виробляють характерні для туризму продукти [47].

Законодавство України надає значно ширше визначення даного терміну. Закон України «Про туризм» визначає туристичну діяльність як пряму або непряму посередницьку діяльність у галузі туризму суб'єктів туристичної діяльності з організації (формування), просування, продажу та виконання окремих або комплексних туристичних послуг (типових і нетипових) та/або туристичного продукту [1].

М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор вважають, що туристична діяльність – це послідовний ланцюжок дій з організації туристичних подорожей, що повторюються регулярно (щоденно). Також автори зазначають, що туристична діяльність – це робота в туристичній організації, заняття організацією туризму [15, с. 77].

Таким чином, можна виокремити два різні підходи до визначення сутності поняття «туристична діяльність» – економічний та соціальний. З економічної точки зору туристичну діяльність розглядають як діяльність з виробництва та реалізації туристичних послуг, а з соціальної точки зору – як будь-яку трудову діяльність у туристичній сфері.

На наш погляд, туристична діяльність у сучасному розумінні охоплює всі аспекти, пов'язані з організацією та реалізацією туристичних продуктів, розвитком туристичної інфраструктури, задоволенням культурних і рекреаційних потреб туристів, а також створенням сприятливих умов для економічного зростання та розширення міжнародного співробітництва.

Ця сфера регулюється на міжнародному, національному, державному та місцевому рівнях. Необхідність такого регулювання зумовлена особливостями туризму як галузі економіки, що потребує розробки стратегій для ефективного функціонування та сталого розвитку. Основними цілями регулювання туристичної діяльності є:

- Забезпечення прав громадян на відпочинок, свободу переміщення, покращення та збереження здоров'я, на задоволення їх культурних та духовних потреб.
- Охорона та підтримка сталості природного середовища.
- Створення сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності, спрямованої на навчання, виховання та оздоровлення туристів.
- Розвиток туристичної індустрії, генерація нових робочих місць, зростання доходів держави та громадян.
- Розвиток міжнародної співпраці.
- Збереження національної спадщини, раціональне використання природних та культурних ресурсів країни.
- Відновлення та збереження цілісності туристичних ресурсів, їх раціональне використання та охорона під час планування та забудови територій, де розташовані об'єкти туристичного відвідування.
- Створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі та підтримки пріоритетних напрямків туристичної діяльності.

Учасниками відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичні продукти, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасове розміщення, харчування, екскурсійні, рекреаційні, спортивні, розважальні та інші послуги) або здійснюють посередницьку діяльність щодо надання основних та додаткових туристичних послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства в чиїх інтересах здійснюється туристична діяльність.

Відповідно до Закону України «Про туризм» суб'єктами, що здійснюють туристичну діяльність є:

- туристичні оператори;
- туристичні агенти;
- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо [1].

Туристичні оператори – юридичні особи, що спеціалізуються у створенні туристичного продукту, реалізації та наданні туристичних послуг, а також можуть займатися посередницькою діяльністю, що стосується характерних та супутніх послуг. Туристичні оператори мають ліцензію на туроператорську діяльність [1].

Туристичні агенти – це юридичні та фізичні особи, які здійснюють посередницьку діяльність у реалізації туристичного продукту туроператорів та інших суб'єктів туристичної діяльності. Вони можуть також займатися посередницькою діяльністю щодо реалізації характерних та супутніх послуг [1].

Всі суб'єкти туристичної діяльності тісно взаємодіють між собою, створюючи конкурентоспроможний туристичний продукт, що забезпечує успішне функціонування галузі в цілому.

Отже, вивчення сутності поняття «туристична діяльність» дає можливість аналізувати тенденції розвитку туризму, виявляти його переваги та недоліки, розробляти стратегії та політику розвитку туризму в різних країнах та регіонах. Таким чином, вивчення цієї теми дозволяє ефективно планувати та управляти туристичною діяльністю, що є важливим для розвитку туризму та підвищення його значення в економіці та суспільстві в цілому.

## **1.2. Теоретико-методичні підходи до дослідження туристичної діяльності**

Туристична діяльність стає все більш важливою галуззю економіки в усьому світі. Це пов'язано з ростом інтересу до подорожей, розвитком транспортної та готельної інфраструктури, а також з міжнародними обмінами

культурними та науковими досягненнями. Однак, для ефективного управління туристичною діяльністю необхідно розуміти складність та різноманітність її складових частин.

Дослідження туристичної діяльності є складним науково-практичним завданням, яке вимагає використання певної методології дослідження, що поєднує методи, прийоми, техніки, процедури та операції дослідження у певну ієрархічну систему, метою якої є пошук найоптимальніших шляхів вирішення поставлених завдань. Центральним елементом всієї системи методології є метод. Метод дослідження – це система прийомів збору, обробки, подання інформації для планомірного та цілеспрямованого вирішення наукових та практичних завдань.

У методології дослідження туристичної діяльності використовують різноманітні методи, серед яких можна виділити аналіз статистичних даних, системно-структурний аналіз, методи соціологічного дослідження (анкетування, інтерв'ю), методи експертної оцінки та інші. Кожен з цих методів має свої переваги та недоліки і використовується в залежності від конкретної мети дослідження. Важливим елементом методології дослідження є також відбір відповідних джерел інформації та її обробка. Для цього можуть використовуватися різні технології, такі як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз конкурентного середовища тощо.

Комплекс методів дослідження туристичної діяльності і їх характеристика наведені у таблиці 1.1.

Загалом, методологія дослідження туристичної діяльності є складним і багатоетапним процесом, який вимагає використання різноманітних методів та технологій з метою отримання максимально об'єктивних результатів та розробки ефективних стратегій розвитку туристичної індустрії.

Таблиця 1.1

## Комплекс методів дослідження туристичної діяльності

Метод дослідження	Характеристика
Системно-структурний аналіз	Вивчення туристичної діяльності як цілісної множини елементів у сукупності відношень і зв'язків між ними.
Статистичний аналіз	Виявлення закономірностей, встановлення впливу одного явища на інше, їх взаємодію.
Метод експертної оцінки	Прогнозування, припущення, які висувуються на основі думок експертів щодо майбутнього розвитку туристичної діяльності.
SWOT-аналіз	Визначення сильних та слабких сторін ведення туристичної діяльності, а також існуючі можливості та загрози.
PEST-аналіз	Дослідження впливу зовнішніх політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів на туристичну діяльність.
Аналіз конкурентного середовища	Оцінка конкурентної ситуації на ринку туристичних послуг. Аналіз власних конкурентних переваг та недоліків порівняно з конкурентами.

Джерело: складено автором за матеріалами [36, с. 158]

Описані методи дослідження туристичної діяльності наділені певними відмінностями, кожен з них має власні переваги та недоліки. Застосування кожного методу буде залежати від конкретної ситуації, зокрема суб'єкта проведення оцінювання, споживача отриманої інформації, цілей оцінювання тощо. Використання комплексу з двох і більше методів є більш ефективним для загального дослідження та оцінки туристичної діяльності.

До прикладу, застосування системно-структурного аналізу в туристичній галузі може допомогти в розумінні динаміки розвитку туризму, виявленні основних факторів, які впливають на туристичну діяльність, і визначенні можливих шляхів поліпшення її ефективності. За допомогою методу експертних оцінок вчені можуть визначити майбутні тенденції та ризики в туристичній галузі, оцінити рівень попиту на певні продукти і послуги та розробити стратегію розвитку туризму.

SWOT-аналіз та PEST-аналіз може бути використаний для розуміння ситуації в туристичній галузі та визначення стратегії розвитку бізнесу, що

може допомогти туристичній компанії досягти успіху на ринку. Аналіз конкурентного середовища в туристичній діяльності використовується для вивчення та оцінки діяльності конкурентів на ринку туризму. Це дає можливість збирати інформацію про те, як інші гравці на ринку впливають на ваш бізнес та допомагає підвищити рівень конкурентоспроможності.

Таким чином, застосування теоретико-методичних підходів до дослідження туристичної діяльності дозволяє більш об'єктивно аналізувати різні аспекти туризму, включаючи ефективність та результативність діяльності туристичних компаній та інших об'єктів туристичної індустрії.

### **1.3. Дослідження стану туристичної діяльності в Україні**

Україна має всі передумови для належного розвитку туристичної діяльності, яка могла б впевнено конкурувати з найвідомішими та зростаючими туристичними центрами світу. До таких передумов можна віднести вигідне географічне розташування, багатий природно-рекреаційний потенціал та культурний спадок. Проте, останні роки для туристичної галузі України та економіки в цілому є роками боротьби з непередбачуваними зовнішніми обставинами. 2019 рік був останнім роком, коли розвиток туристичної галузі відбувався за запланованим країною сценарієм і нарощувалися туристичні потоки. Через розпочату повномасштабну війну від 24 лютого 2022 року, ми боремося за свою незалежність та мирне майбутнє для всієї Європи. Сподіваємося, що після нашої перемоги, ми будемо продовжувати розвивати туристичну галузь та піднімати конкурентоспроможність України на світовому туристичному ринку.

Туристична діяльність традиційно характеризується такими показниками, як кількість суб'єктів туристичної діяльності, кількість туристів, обслужених ними, доходи від туристичної діяльності. Ці показники туристичної діяльності знайшли відображення у звітах Державної служби статистики.

Розглянемо діяльність суб'єктів туристичної діяльності України за останні роки (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

## Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України

	2018			2019		
	усього	Тур. оператори	Тур. агенти	усього	Тур. оператори	Тур. агенти
Юридичні особи						
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	1 772	529	1 243	1 797	538	1 259
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8 743	4 809	3 934	8 890	4 826	4 064
Дохід від надання туристичних послуг, млн.грн	21 022	20 307	715	31 904	31 160	744
Фізичні особи						
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	2322	x	2322	2644	x	2644
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	2808	x	2808	3208	x	3208
Дохід від надання туристичних послуг, млн.грн	501	x	501	688	x	688

Джерело: [15]

Згідно з даними, що наведені в таблиці, показники кількості суб'єктів туристичної діяльності та дохід від надання туристичних послуг в Україні невинно зростають. Серед юридичних осіб кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилася у період з 2018 по 2019 рр. на 1,5%, кількість працюючих – на 1,7%, а доходи – майже на 52%. Серед фізичних осіб підприємців – на 13,8%, 14,2% і 37,3% відповідно.

Варто зазначити, що фактично всі регіони України мають можливості для розвитку туристичної діяльності, хоча існують певні регіональні диференціації (табл.1.3).

Таблиця 1.3

## Регіональний розподіл туристичних підприємств за 2019 р.

Назва регіону	Кількість туроператорів	Кількість турагентів	Разом
Вінницька	6	81	87
Волинська	4	85	89
Дніпропетровська	15	414	429
Донецька	3	91	94
Житомирська	3	63	66
Закарпатська	12	72	84
Запорізька	3	143	146
Івано-Франківська	8	109	117
Київська	6	217	223
Кіровоградська	–	68	68
Луганська	–	44	44
Львівська	61	298	359
Миколаївська	3	81	84
Одеська	13	248	261
Полтавська	–	150	150
Рівненська	3	104	107
Сумська	3	101	104
Тернопільська	7	78	85
Харківська	8	245	253
Херсонська	2	71	73
Хмельницька	2	76	78
Черкаська	7	103	110
Чернівецька	7	70	77
Чернігівська	1	56	57
м.Київ	361	835	1196

Джерело: [15]

Як свідчать дані таблиці 1.3, найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2019 році спостерігалася в м. Києві, Львівській, Одеській, Дніпропетровській та Харківській областях. Це зумовлено туристично-рекреаційним потенціалом даних регіонів та великою чисельністю населення обласних центрів. Найменша кількість – у Чернігівській, Житомирській, Тернопільській областях та підконтрольних частинах Донецької та Луганської областей.

Таблиця 1.4

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами  
туристичних путівок

	Кількість реалізованих туристичних путівок. од, 2018 рік	Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн, 2018 рік	Кількість реалізованих туристичних путівок. од, 2019 рік	Вартість реалізованих туристичних путівок, тис.грн, 2019 рік
Реалізовано туристичних путівок	2 406 139	51 077 643	3 345 172	69 760 685
Громадянам України для подорожі в межах України	231 279	1 683 304	238 402	1 428 697
Громадянам України для подорожі за кордон	1 546 223	42 121 327	2 217 583	61 143 368
Іноземним громадянам	35 138	416 581	54 551	349 427

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Кількість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок, які працюють за різними організаційно-правовими формами господарювання у 2019 році складала 3 345 172 одиниць (2 091 692 путівок реалізували туроператори та турагенти зареєстровані як юридичні особи і 314 447 путівок реалізовано турагентами – фізичними особами підприємцями), що на 39% більше в порівнянні з 2018 роком (загальна кількість реалізованих путівок всіма суб'єктами підприємницької діяльності складала 2 406 139 одиниць). Загальна вартість реалізованих путівок туроператорами та турагентами різних організаційно-правових форм господарювання в 2019 році зросла на 36,5% в порівнянні з попереднім роком.

Слід також наголосити, що не всі іноземні туристи, які прибувають в Україну вдаються до послуг туроператорів і турагентів. Тому такі туристи не фіксуються у звітності зазначених суб'єктів підприємництва й не відображаються відповідними даними Державної служби статистики України.

Якщо ж брати до уваги загальну кількість осіб, які перетнули кордон України з туристичною метою, то їх кількість набагато більша. Все популярнішим стає самодіяльний туризм, тому багато людей не користуються послугами туроператорів та турагентів для здійснення подорожі. Динаміка туристичних потоків України та надходжень від туризму за останні роки представлена на рис.1.2.

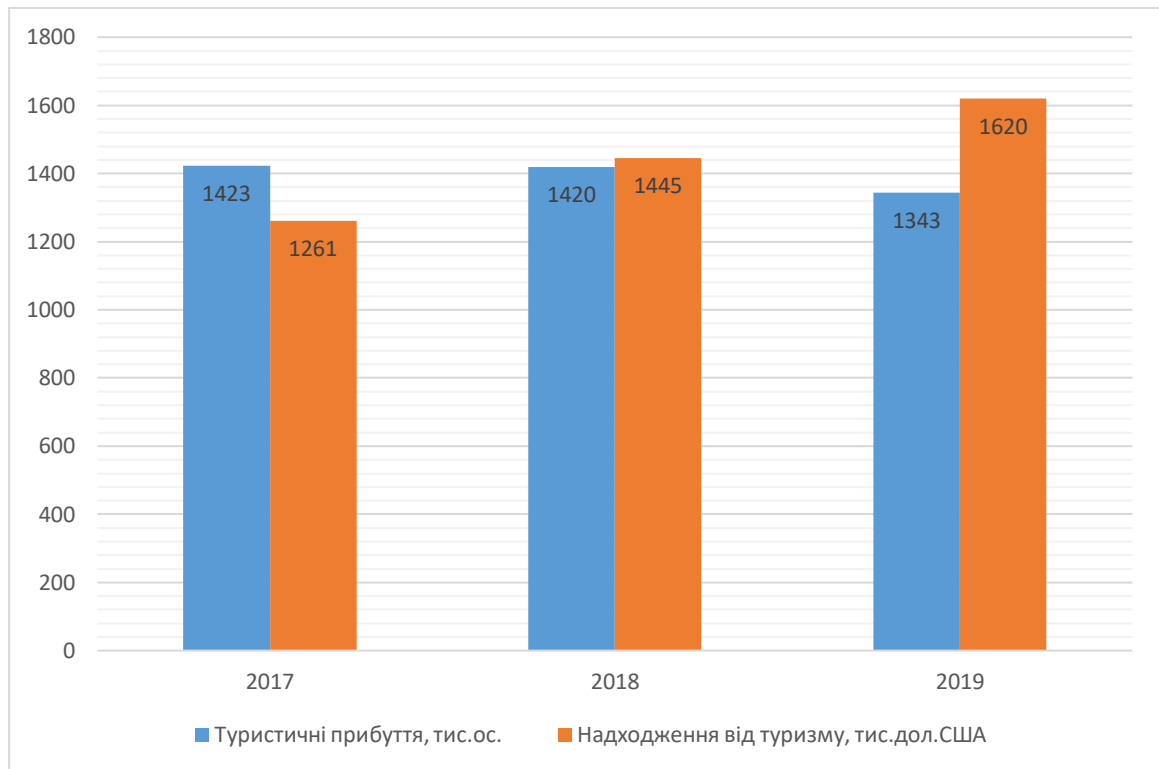


Рис.1.2. Динаміка в'їзних туристичних потоків України

Джерело: складено автором за матеріалами [54, 55, 56]

Згідно статистичних даних Всесвітньої туристичної організації, кількість міжнародних туристичних прибуттів до України з 2017 по 2019 рік зменшилась на 5,4% (з 1 423 тис.ос. до 1 343 тис.ос.). Проте, кількість надходжень від міжнародного туризму з 2017 по 2019 рік навпаки зросла на 28,4% (з 1 261 тис. дол. США до 1 620 тис. дол. США). Найбільш відвідуваними дестинаціями, за показником сплати туристичного збору, стали: м. Київ, Одеська, Львівська, Київська та Закарпатська області.

Топ-10 країн, громадяни яких відвідали Україну в 2019 році наведено на рис. 1.3.

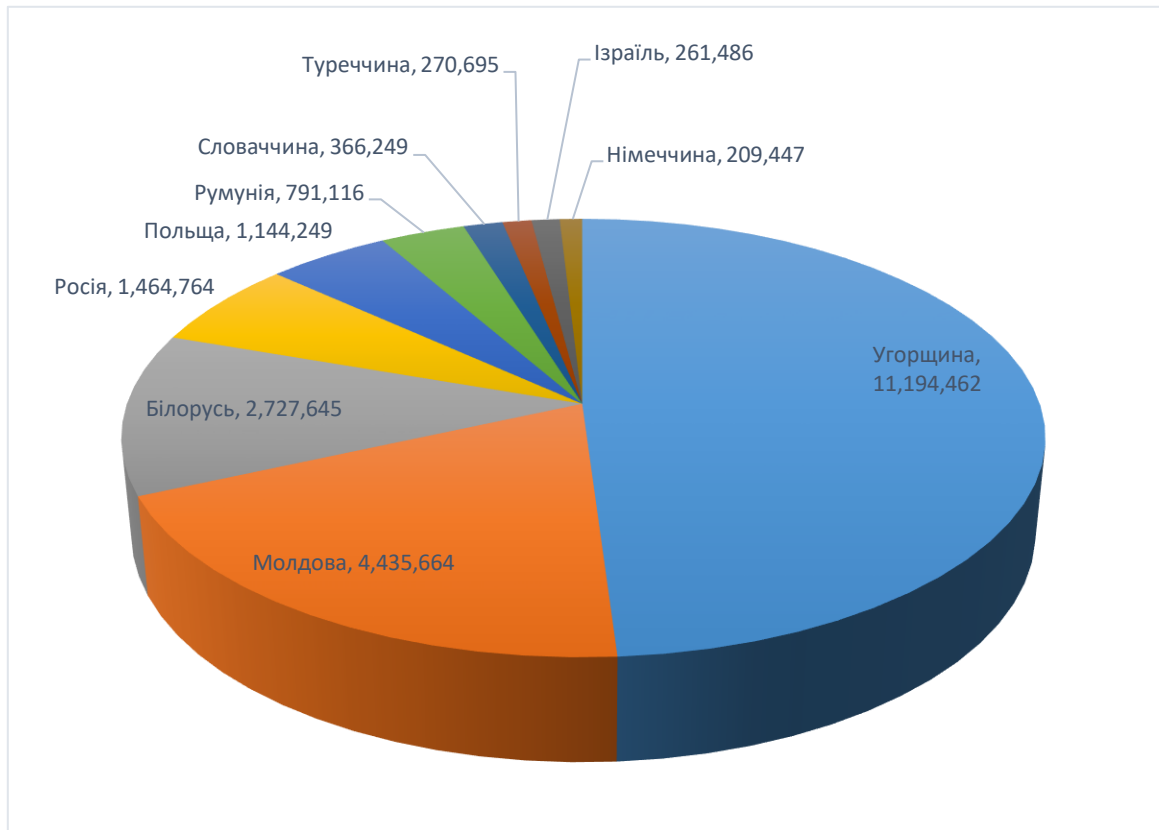


Рис.1.3. Топ-10 країн, громадяни яких відвідали Україну в 2019 році

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Розподіл туристів за метою поїздки у 2019 році представлено на рис. 1.1.

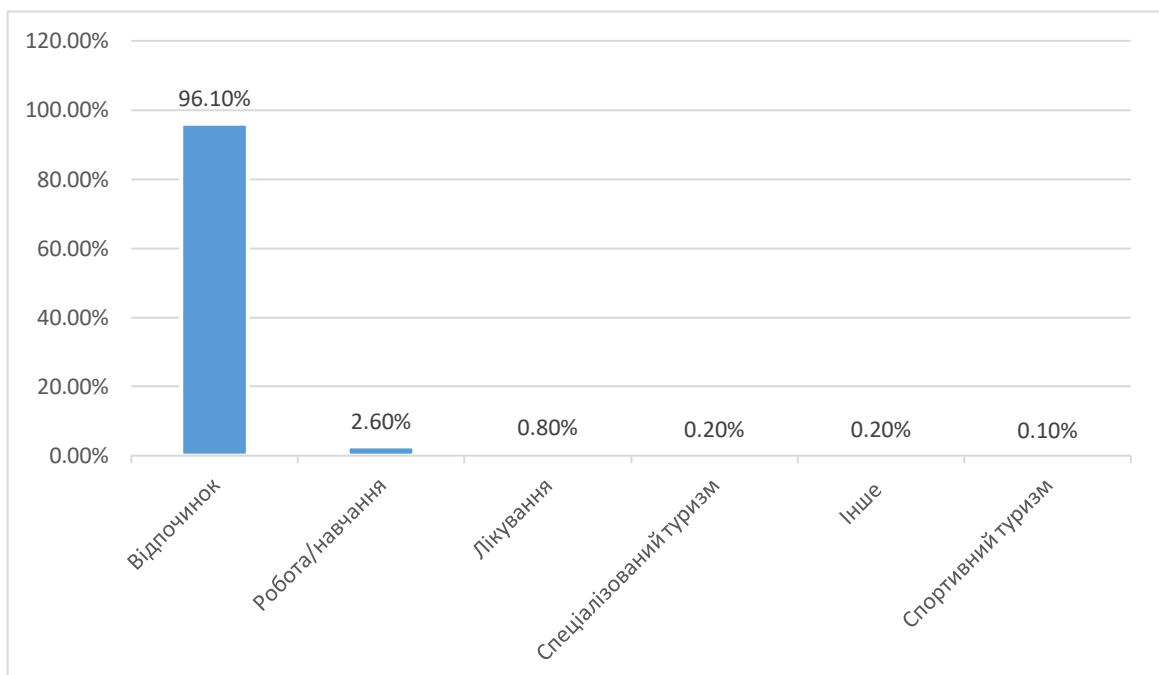


Рис. 1.1. Розподіл туристів за метою подорожі, 2019 рік

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Якщо розглядати розподіл туристів за метою подорожі, то можна зазначити наступне. Найбільша частка туристів (96,1%) 2269271 осіб подорожували з метою відпочинку, 61198 осіб (2,6 %) подорожували з метою роботи або навчання, 17921 осіб (0,8 %) мали лікувальну мету, на спеціалізований туризм та інший відпочинок припадало по 0,2%, це по 4584 та 5766 туристів відповідно і з метою спортивного туризму подорожувало 1538 осіб (0,1 %).

#### ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ

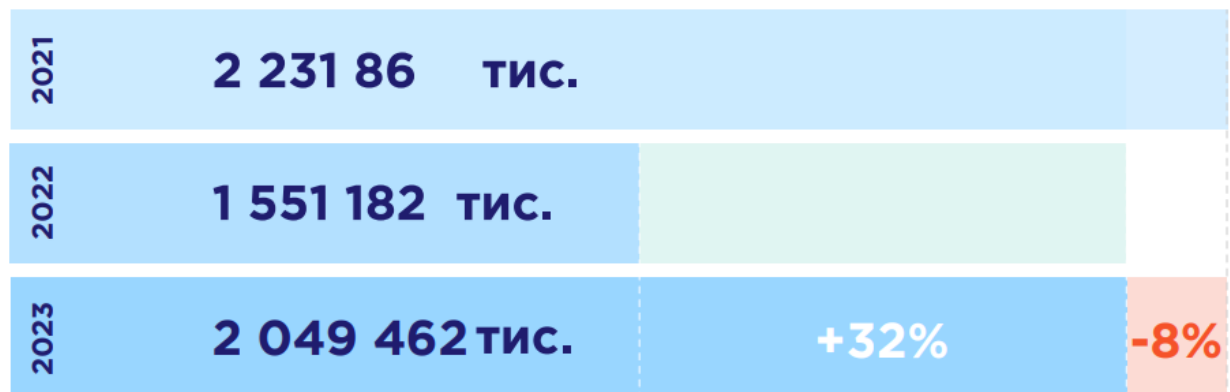


Рис. 1.4. Інфографіка «Податкові надходження від туристичної сфери за 2023 рік»

Джерело: [15]

Податкові надходження від туристичної сфери у 2023 році в порівнянні з 2022 роком зросли на 32%. У порівнянні з аналогічним періодом у довоєнному 2021 році сума податків цього року зменшилася на 8%. Тоді в казну держави від туристичної галузі було перераховано 2 млрд 231 млн 861 тис. грн (рис. 1.4).

Кількість платників податків у 2023 році в порівнянні з 2022 роком знизилась на 9%. Кількість юридичних осіб зменшилась на 22%. Кількість фізичних осіб зменшилася на 5%. Якщо порівнювати цей показник з аналогічним періодом у 2021 році, то загальне скорочення склало 25%; кількість юридичних осіб зменшилася на 33%, а фізичних – на 22% (рис. 1.5).

## КІЛЬКІСТЬ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ



Рис. 1.5. Інфографіка «Кількість платників податків туристичної сфери України в 2023 році»

Джерело: [15]

Найбільше у 2023 році податків сплатили: м. Київ – 499 млн 292 тис. грн, Львівська область – 345 млн 484 тис. грн, Київська область – 239 млн 8 тис. грн, Івано-Франківська область – 138 млн 842 тис. грн. та Одеська область – 98 млн 845 тис. грн [15].

## ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР

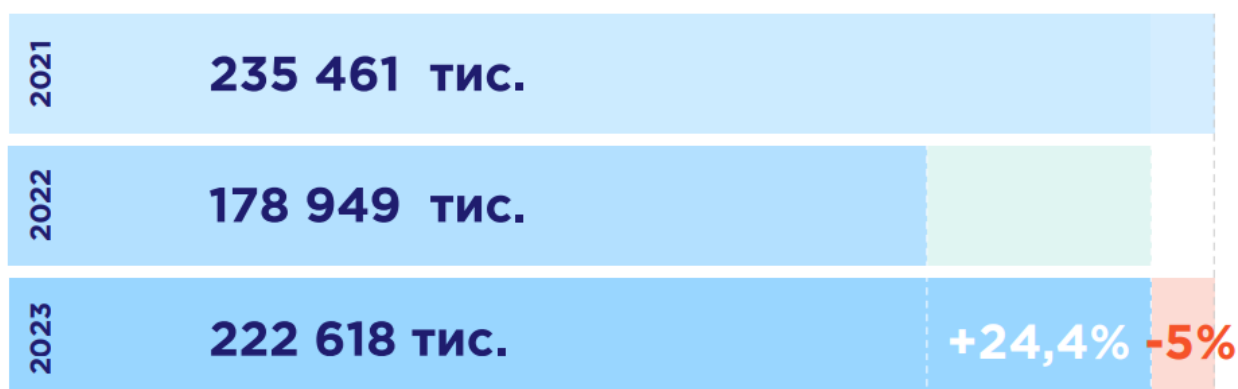


Рис. 1.6. Інфографіка «Туристичний збір у 2023 році»

Джерело: [15]

Туристичний збір у 2023 році збільшився на 24,4% проти 2022 року. У порівнянні з довоєнним 2021 роком загальна сума туристичного збору зменшилася на 5%, тоді до бюджетів громад надійшло 235 млн. 461 тис. грн. Так, протягом 2023 до бюджетів громад України надійшло 222 млн 618 тис. грн, а у 2022 році – 178 млн 949 тис. грн.

Отже, на основі проведеного дослідження стану туристичної діяльності України за допомогою статистичного аналізу можна сформулювати такі висновки:

1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності в останні роки зросла. Зокрема, у період з 2018 по 2019 рр. кількість юридичних осіб збільшилась на 1,5%, кількість працюючих – на 1,7%, а доходи – майже на 52%. Серед фізичних осіб підприємців – на 13,8%, 14,2% і 37,3% відповідно.

2. Кількість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок у 2019 році зросла на 39% у порівнянні з попереднім роком. Загальна вартість реалізованих путівок туроператорами та турагентами різних організаційно-правових форм господарювання в 2019 році зросла на 36,5% в порівнянні з попереднім роком.

4. Кількість міжнародних туристичних прибуттів до України з 2017 по 2019 рік зменшилась на 5,4%, а надходження від міжнародного туризму зросли на 28,4%.

5. Туристична галузь України продовжує поповнювати бюджет за рахунок податків, не зважаючи на воєнні дії. Найбільше надходжень держава отримує від туристичних агентів та засобів колективного розміщення.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

### **2.1. Оцінка ресурсного потенціалу та видова структура туризму в Сумській області**

Сумська область, безумовно, має великий туристично-рекреаційний потенціал завдяки багатству природної та культурної спадщини. Однак, туристична діяльність в регіоні не досягла високого рівня розвитку. У зв'язку з цим, дослідження ресурсного потенціалу та видової структури туризму в Сумській області має важливе значення для подальшого визначення стратегічних пріоритетів розвитку туризму в регіоні.

Сумщина знаходиться у північно-східній частині країни та межує з Чернігівською, Полтавською та Харківською областями. Загальна площа регіону складає 23,8 тис. км<sup>2</sup>, а чисельність населення – 1,068 млн осіб.

Сумська область розташована в межах двох природних зон – Лісостепової та Поліської. Поверхня території доволі рельєфна, являє собою хвилясту рівнину, що розчленована широкими долинами численних річок, ярами та балками. За особливостями рельєфу територію можна поділити на три геоморфологічні зони: Поліську низовину, Полтавську рівнину та Середньоросійську височину. Крайню північну частину Сумщини займає Поліська низовина, що являє собою знижену рівнинну територію. Близько половини площі низовини в межах області припадає на долину річки Десни. На Полтавській рівнині розташувалась центральна та південно-західна частини області. З півночі дана рівнина обмежена річкою Сейм, а на півдні та заході виходить за межі області.

Відсутність на території гір унеможливорює розвиток в області таких видів активного туризму як альпінізм, гірські лижі, спелеотуризм, спускання на байдарках по гірським річкам, зате відкриває широкі можливості для сільського зеленого та екологічного туризму.

Забезпечення водними ресурсами Сумської області є достатнім і більш-менш рівномірним. Сумщина розташована в межах лівобережжя Дніпра, на території області протікає 165 річок довжиною більше 10 км і 2 115 річок довжиною менше 10 км. Найбільші з них – Десна, Сейм, Сула, Псел і Ворскла. Озер у Сумській області порівняно небагато і всі вони знаходяться у заплавах рік та на низьких надзаплавних терасах. Це надає можливість для розвитку рибальських та мисливських баз для відпочиваючих, пляжів для купання, водного туризму та деяких видів спортивної діяльності.

У регіоні також створено санаторії на базі окремих мінеральних родовищ вод. До прикладу, у Лебединському районі функціонує санаторій «Токарі», де використовують джерело мінеральної води хлоридно-натрієвого складу типу «Миргородська», що видобувається з глибини понад 1000 м. Ця вода підходить для лікування захворювань кишково-шлункового тракту, хвороб нирок та печінки.

Клімат в Сумській області м'який, помірно-континентальний. Зима зазвичай прохолодна, а літо – помірно жарке. У цілому кліматичні умови можна охарактеризувати як комфортні для розвитку туристично-рекреаційної діяльності в регіоні.

На території Сумщини зберіглась значна кількість природної рослинності. Область поділяється на дві частини - лісову та лісостепову. У лісовій частині області переважають соснові та дубові ліси, а у лісостеповій – широколистяні ліси дубові та липово-дубові з домішкою осини та берези. Тваринний світ регіону вирізняється широким видовим різноманіттям. Область має значні природні угіддя, що сприяє розвитку мисливства та рибальства.

Природно-заповідний фонд Сумської області створений з метою збереження природних територіальних комплексів і об'єктів, які мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну цінність. Природно-заповідний фонд Сумської області станом на 01.01.2020 року

налічує 291 заповідну територію та об'єкти на загальній площі 176,81 тис. га, що займають 7,49 % території області [44].

В тому числі на території лісового фонду Сумського обласного управління лісового та мисливського господарства знаходиться 78 об'єктів природно-заповідних фондів на загальній площі 23010,2 га.[44]

Для охорони природи визначалися типові або унікальні природні території та об'єкти, а також ті, які мають високу різноманітність рослинного та тваринного світу.

В Сумській області є один національний природний парк, відділення природного заповідника, 64 заказники, 65 пам'яток природи, 21 парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення, 2 регіональні ландшафтні парки, 29 заповідних урочищ та 1 ботанічний сад місцевого значення (рис. 2.1).

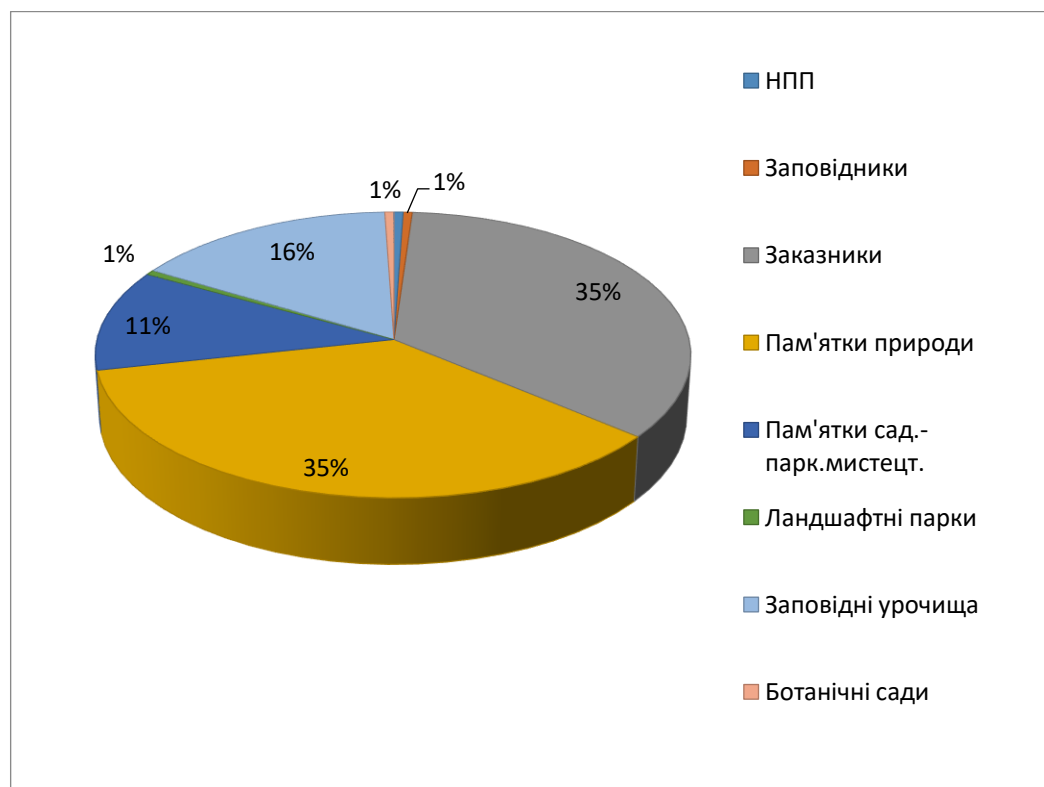


Рис. 2.1. Складові природно-заповідного фонду Сумщини

Джерело: складено автором за матеріалами [11]

Коротка характеристика основних природно-заповідних територій Сумської області наведена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Основні природно-заповідні території Сумської області

№ з/П	Назва об'єкту	Площа (га)	Тип	Місцезнаходження
Заповідники				
1	Михайлівська цілина	202,48	відділення Українського степового природного заповідника	Лебединський
Національні природні парки				
2	Деснянсько-Старогутський	16215,1	національний природний парк	Середино-Будський
Заказники загальнодержавного значення				
3	Великий бір	1231,0	лісовий	Шосткинський
4	Шалигинський	2868,1	ландшафтний	Глухівський
5	Середньосеймський	2020,8	ландшафтний	Путивльський
6	Банний яр	2020,8	ботанічний	Сумський
7	Журавлиний	258,0	орнітологічний	Сумський
8	Андріяшівсько-Гудимівський	1509,6	гідрологічний	Роменський
9	Біловодський	1515,7	гідрологічний	Роменський
10	Климентівський	1007,5	гідрологічний	Охтирський
11	Бакирівський	2606,0	гідрологічний	Охтирський
12	Хухрянський	4591,6	гідрологічний	Охтирський
Пам'ятки природи загальнодержавного значення				
13	Яблуня-колонія	0,06	ботанічний	Кролевецький
14	Урочище Боромля	55,0	зоологічний	Конотопський
15	Озеро Шелехівське	7,0	гідрологічний	Лебединський

Джерело: складено автором за матеріалами [35]

Дані, наведені у таблиці 2.1, підтверджують наявність на Сумщині природних ландшафтів та територій, які є унікальними і майже не зустрічаються в інших країнах Європи.

В центрі лісового заказника загальнодержавного значення «Великий Бір», розташованого в Шостинському районі, знаходиться своєрідний музей сосен. У період між 1912 та 1916 роками тут було висаджено понад 200 географічних варіантів сосни звичайної. Тут було об'єднано різні сорти сосни, такі як тамбовська, волинська, чернігівська, орловська, а також курляндська та інші, вік деяких з них становить більше 100 років.

Ландшафтний заказник «Шалигинський» складається в основному з лісів та має просторі заплави річок Клевені та Обести з надзаплавними терасами. Розташований в північно-східній частині Сумської області, заказник включає три великі лісові масиви – Монастирське, Бір та Берізки. На території заказника росте п'ять видів з Червоної книги України, це численні лікарські та рідкісні рослини, які потребують охорони.

Середньосеймський заказник є одним з найцінніших об'єктів в природно-заповідному фонді Сумщини, має мальовничі ландшафти та багатий рослинний та тваринний світ. Територія заказника та прилеглих до нього лісів, лук та боліт є перспективною для створення природно-заповідного об'єкту вищої категорії, такого як природний заповідник або національний природний парк. Одна з головних природних цінностей заказника – розташування великих куртин реліктового виду страусового пера звичайного. Особливо цінні деякі екземпляри страусового пера, які досягають півтора метри заввишки.

У Могрицькому лісництві Сумського району розташований ботанічний заказник «Банний яр», який є складовою частиною одного з найбільших масивів широколистяного лісу в лісостеповій зоні України. Він відомий своїми рідкісними та реліктовими видами, які є унікальними для Лівобережної України. «Банний яр» є одним з найважливіших об'єктів охорони східноєвропейських липово-кленово-дубових лісів в Україні.

Гідрологічний заказник «Андріяшівсько-Гудимівський» – це водно-болотний комплекс, що розташований на заплаві річки Сули. Заказник представляє типовий заплавної комплекс Лісостепу, де переважають високотравні угруповання та багата фауна.

На луках Біловодського гідрологічного заказника зустрічаються рідкісні види рослин, зокрема пальчатокорінник травневий, занесений до Червоної книги України, а також численні навколводні птахи, серед яких пастушки, качки, чаплі, кулики, очеретянки, вівсянки, пліски та інші. Тут можна спостерігати такі рідкісні види птахів як сірі журавлі.

Біля міста Кролевець Сумської області розташована природно-заповідна ботанічна пам'ятка загальнодержавного значення «Яблуня-колонія», яка є унікальним об'єктом. Яблуня, вік якої становить понад 200 років, знаходиться на околиці міста. Особливістю цього дерева є її здатність до самостійного укорінення гілками і продовження життя після смерті материнського стовбура. Ці особливості зробили її відомою в історії садівництва. Територія, де знаходиться яблуня, огорожена і позначена державними охоронними знаками, проте вона поступово розростається і може виходити за межі огорожі.

«Михайлівська цілина» – це єдиний природний заповідник на території Сумської області, розташований в Лебединському та Недригайлівському районах. У 1961р. «Михайлівська цілина» стала північною філією Українського степового природного заповідника. Указом Президента України від 11.12.2009 №1035/2009 він був переданий в управління Міністерства екології та природних ресурсів із відділення Українського степового заповідника НААН України та набув статусу окремої природоохоронної установи: природного заповідника «Михайлівська цілина» [2]. Мета його створення полягає у збереженні та відтворенні північних ділянок лучного степу, які мають важливе значення для природоохоронної та науково-дослідної діяльності. Унікальність заповідника полягає в тому, що тут збереглися плакорні лучні степи, які є рідкісним природним комплексом та майже повністю знищені в Україні.

Сумщина має всі передумови для розвитку екологічного туризму, оскільки налічує різноманітні об'єкти, що можуть зацікавити туристів, які цікавляться природою та рекреацією.

Щодо культурних ресурсів, Сумська область має унікальну історико-культурну спадщину – майже 1,5 тисячі пам'яток історії, 780 пам'яток археології, 102 пам'ятники монументального мистецтва та 373 пам'ятки архітектури (рис. 2.2).

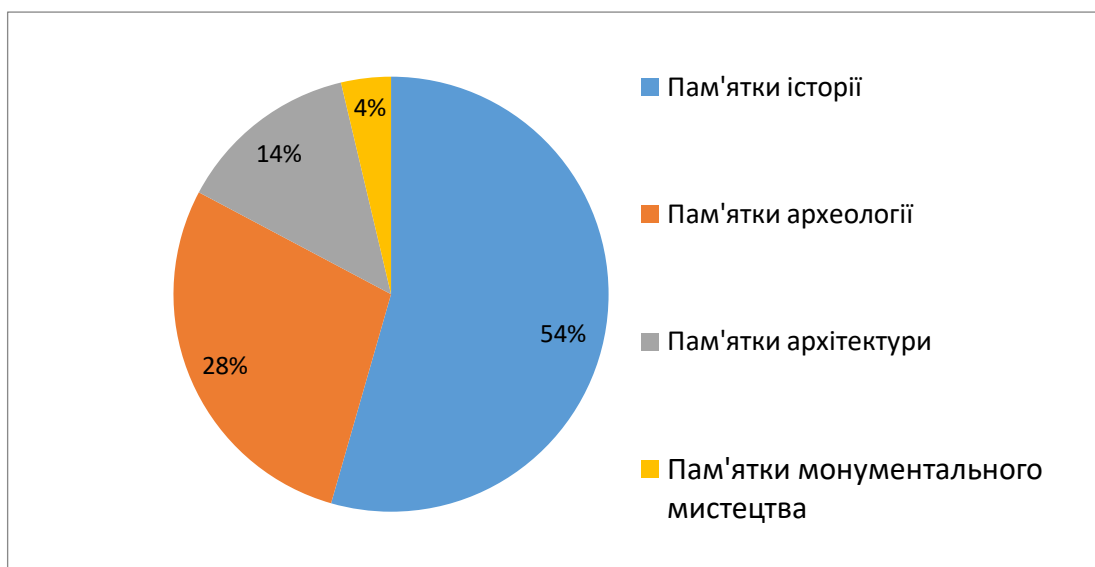


Рис. 2.2. Історико-культурні ресурси Сумської області

Джерело: складено автором за матеріалами [11]

Це – визначні пам'ятки, будівлі, пов'язані з життям і діяльністю видатних земляків, братські і одиночні поховання, пам'ятки виробництва, зведені на постаментах, пам'ятні дошки землякам. В області збереглися місця пам'яті, що пов'язані з подіями Національно-визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького, Конотопської битви, події Української революції 1917-1921 рр., Першої і Другої світових війн зберігаються в сотнях поховань учасників цих подій, воїнів, мирних громадян і партизанів, які загинули при обороні і визволенні Сумщини від німецько-нацистських загарбників .

Численні пам'ятки матеріальної та духовної культури свідчать про багатовікову історію Сумщини. Крім того, Кролевець єдине місто Північної України, яке мало Магдебурзьке право, а Глухів, Путивль та Ромни – найдавніші міста в області з тисячолітньою історією. Ці міста входять до списку важливих історичних міст України.

На Сумщині також знаходяться три заповідники: з 1986 р. – Державний історико-культурний заповідник у м. Путивль (охоплює власне місто і Спадщанський ліс у Путивльському районі), Державний історико-культурний заповідник у м. Глухів (1994 р.) та Державний історико-культурний заповідник «Посулля» (2006 р.). Їх основними завданнями є збереження та охорона

історичних пам'яток, проведення науково-дослідних та освітніх робіт, екскурсій, лекцій, конференцій тощо.

Основними туристичними центрами Сумської області є такі міста як Тростянець, Путивль, Глухів, Конотоп, Кролевець, та Суми.

Незважаючи на те, що місто Тростянець є порівняно молодим і чисельність його населення досягає лише 20 тисяч осіб, воно має багато цікавих пам'яток історії та культури, серед найвідоміших можна виділити Круглий двір, палац Кенінга, Благовіщенську церкву та Тростянецький дендропарк. Окрім цього, Тростянець по праву можна назвати фестивальною столицею Сумщини, адже у довоєнні часи тут кожен рік відбувались події, які приваблювали туристів з усієї області та сусідніх регіонів. Серед таких подій – фестиваль історичної реконструкції «Стара фортеця», музичний фестиваль «Схід-рок» та міжнародний музичний конкурс «Чайковський-Fest». Швидкий розвиток туристичної діяльності у цьому місті дозволив йому стати одним з найбільш відвідуваних у всій області.

Місто Путивль – одне з найдавніших міст Київської Русі. Найвідомішою культурною пам'яткою міста є Мовчанський монастир, який знаходиться на високому пагорбі з чудовим видом на околишні ландшафти та долину річки Сейм. На іншому пагорбі розташоване городище Путивльграда, яке відоме своїми мальовничими руїнами стародавньої господарської споруди з водонапірною баштою з XIX-XX століть. Також на території городища, в парковій зоні, знаходиться пам'ятник Ярославні. В околицях міста розташований музей партизанської слави просто неба «Спадщанський ліс».

Місто Глухів, яке має багату гетьманську історію, на жаль, не знаходиться в переліку найбільш популярних туристичних напрямків. З часів козацької епохи у місті збереглися частини фортеці з мурованою Київською брамою, Радний майдан, Миколаївська та Вознесенська церкви. Глухів також має вражаючу будівлю Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка, яка є окрасою міста.

Конотоп – місто, що славиться козацькою історією та єдине на території Сумщини, що має трамвайну мережу. Конотоп відомий своїм авіаційним музеєм, де можна побачити унікальні та неповторні експонати авіаційної техніки.

Місто Кролевець знане не тільки в Україні, але й далеко за її межами завдяки своїй унікальній ботанічній пам'ятці «Яблуня-колонія». Музей ткацтва у Кролевці налічує понад 700 експонатів, з яких близько 400 – це неповторні кролевецькі рушники. Найстаріший рушник був виготовлений у 1839 році. Крім рушників, у музеї можна побачити старовинні фіранки, скатертини та рядна.

Скарбницею археологічних пам'яток на Сумщині є Роменський край. Найстаріші сліди присутності людини тут належать кінцю раннього палеоліту (35-150 тисяч років тому). У 1239 році монголо-татари повністю зруйнували місто, але воно було відроджене в XVI столітті. У XVIII-XIX століттях важливу роль у розвитку міста відігравали ярмарки, зокрема Іллінський, найбільший на Лівобережній Україні. На ньому були присутні видатні особистості, такі як актор М.С. Щепкін та поет Т.Г. Шевченко.

Найбільшим та найпривабливішим туристичним магнітом області є місто Суми. Засновані в далекому 1652 році, Суми мають довгу історію та багату культурну спадщину. Місто славиться своїм історичним центром, стародавніми вуличками, храмами та садибами. Середину історичного центру міста займає Спасо-Преображенський собор, який має унікальну відмінність – це єдиний у світі православний храм, що має на своєму куполі католицькі скульптури. На сусідній вулиці знаходиться найстаріший храм області – Свято-Воскресенський кафедральний собор, зведений у 1702 році за ініціативою козацьких полковників Герасима та Андрія Кондратьєвих. Негласним символом міста є Альтанка – восьмигранна дерев'яна споруда збудована на високому цегляному цоколі в 1900-х роках. При її спорудженні не було використано жодного цвяха. В обласному центрі також проходить багато культурних фестивалів та заходів, які приваблюють туристів з інших

областей, наприклад щорічна подія «Ніч музеїв», музичні фестивалі органної музики «BachFest» та «Органум», театральний фестиваль «Чехов-фест», фестиваль духової музики «Сурми України» та молодіжний фестиваль «Sumy Extreme Style».

Таким чином, під час аналізу ресурсного потенціалу Сумської області було встановлено, що існує потенціал для розвитку сільського зеленого, екологічного, культурно-пізнавального, релігійного та подієвого туризму у регіоні. Однак, навіть якщо природна та історично-культурна спадщина регіону є багатою та унікальною, без належної матеріально-технічної бази та інфраструктури, що відповідають міжнародним стандартам, не можна очікувати високих результатів від туристичної діяльності в області.

## **2.2. Аналітичне дослідження сучасного стану туристичної діяльності в Сумській області**

Сумська область має значний потенціал для розвитку туризму, оскільки багата на історичні, культурні та природні пам'ятки. Проте, як і в усіх інших галузях, у туризмі також існують свої труднощі та виклики, які необхідно вирішувати. У даному розділі ми розглянемо основні тенденції та проблеми розвитку туристичної діяльності в Сумській області.

Варто зазначити, що сучасний стан розвитку туристичної діяльності в регіоні не є задовільним. Згідно з офіційними даними Головного управління статистики Сумської області, регіональний туристичний потік має наступний вигляд, представлений в табл. 2.2.

Проаналізувавши вищенаведені показники, можемо зробити висновок, що динаміка регіональних туристичних потоків є невтішною, пандемія Covid-19 негативно вплинула на кількість обслуговуваних туристів у 2020 році. Також чисельність виїзних туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами у 3,2 рази перевищує кількість внутрішніх.

Таблиця 2.2

## Структура туристичних потоків у Сумській області

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		В'їзні (іноземні) туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
2018	16 178	-	13 050	-
2019	25 919	-	19 474	6 445
2020	12 004	-	9 161	2 843

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Для того, щоб оцінити дані показники більше ретельно, доцільно буде розглянути їх у розрізі з туристичними потоками всієї країни (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Структура туристичних потоків України

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		В'їзні (іноземні) туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
2018	3 884 682	-	4 024 703	456 799
2019	6 132 097	86 840	5 524 866	520 391
2020	2 360 278	11 964	2 125 702	222 612

Джерело: складено автором за матеріалами [15]

Проаналізувавши структуру туристичних потоків Сумської області та України загалом, можна зробити висновки, що кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Сумській області за 2019 рік складає лише 0,42% від кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами по всій Україні (у тому числі 0,35% від кількості виїзних туристів і 1,23% від кількості внутрішніх туристів).

Розглянемо загальну чисельність туристичних операторів та турагентів у Сумській області. У звіті Державної служби статистики України дані наступні.

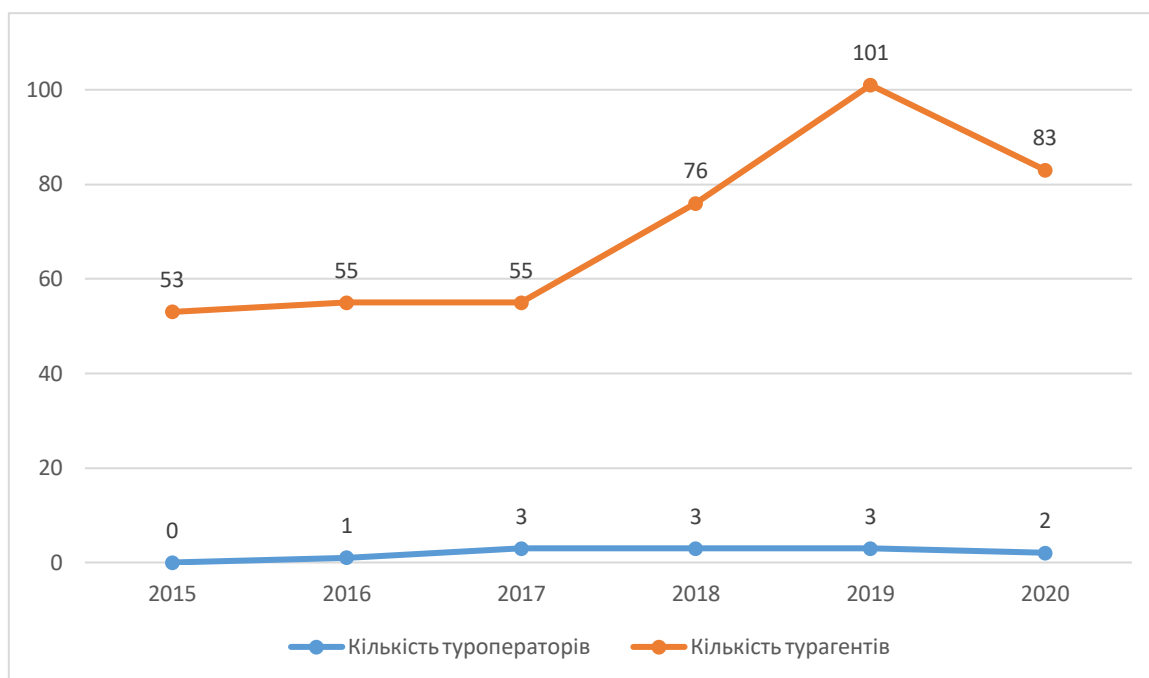


Рис. 2.3. Динаміка росту кількості турагентів та туроператорів на ринку в Сумській області

Джерело: складено автором за матеріалами [31]

Таким чином, загальна кількість учасників туристичного ринку Сумської області на 2020 рік становить 85 туроператорів та турагентів, що складає 2,2% від загальної кількості по Україні (3 867 юридичних і фізичних осіб). Також спостерігаємо позитивну динаміку серед числа турагентів на ринку з 2017 по 2019 рік, а після різкий спад, спричинений обмеженнями туристичної діяльності, пов'язаними з пандемією Covid-19.

Найпопулярнішими місцевими туристичними підприємствами є: «Dream Tour» (м. Суми), «Сотік Тур» (м. Суми), «Ультра Тур» (м. Суми), «Автограф» (м. Суми), «Рожева чайка» (м. Суми), «Аквамарин» (м. Шостка), «Море Туров» (м. Охтирка), «Розкішний відпочинок» (м. Охтирка), «TOURS & TICKETS» (м. Ромни). Основними напрямками роботи даних туристичних компаній є купально-пляжний відпочинок за межами країни, відпочинок на Чорному та Азовському морях, культурно-пізнавальні тури по Україні та Сумській області, активний відпочинок в Карпатах, екскурсії для школярів та студентів.

Одним з найважливіших факторів розвитку туристичної діяльності є наявність у регіоні туристичної інфраструктури, тобто транспортного сполучення, колективних засобів розміщення, інформаційних центрів, підприємств, що надають розважальні та екскурсійні послуги тощо.

Розглянемо детальніше сучасний стан туристичної інфраструктури Сумської області.

Таблиця 2.4

## Характеристика колективних засобів розміщення у Сумській області

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од	Кількість місць у колективних засобах розміщення, од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення
2011	72	4103	71136
2012	69	4039	65878
2013	68	3602	65012
2014	60	3591	66718
2015	55	3456	53207
2016	57	3264	62701
2017	52	2911	58098
2018	21	1532	43471
2019	21	1424	44657
2020	17	1300	27160

Джерело: складено автором за матеріалами [47]

Згідно з даними таблиці 2.4, кількість колективних засобів розміщення у Сумській області протягом 2011-2020 рр. зменшилась в 4 рази. Аналогічну ситуацію можемо спостерігати з чисельністю місць та кількістю осіб, які перебували в колективних засобах розміщення (зменшилась в 3 і в 2,5 рази відповідно).

Згідно з даними таблиці 2.5, за період з 2011 по 2017 рік кількість лікувальних санаторіїв в області не змінилась, а чисельність ліжко-місць в них збільшилась на 30 одиниць. Щодо профілактичних санаторіїв, ситуація з 2012 по 2017 рік аналогічна. Проте, кількість туристичних баз та інших колективних закладів відпочинку скоротилась у 1,5 рази за досліджуваний період часу, а кількість ліжко-місць у них зменшилась на тисячу одиниць. Така

тенденція пов'язана з тим, що туристичні бази активно будувались у часи масового туризму. Наразі дані заклади розміщення не користуються великим попитом у туристів у зв'язку з незадовільним, а іноді й аварійним станом будівель, тому підлягають закриттю та зносу.

Таблиця 2.5

Характеристика закладів розміщення санаторно-курортного та оздоровчого типу у Сумській області

Роки	Санаторії лікувальні		Санаторії профілакторії		Бази та інші заклади відпочинку	
	Кількість закладів, од	Кількість місць, од	Кількість закладів, од	Кількість місць, од	Кількість закладів, од	Кількість місць, од
2011	4	620	4	300	16	1800
2012	4	660	3	250	15	1500
2013	4	640	3	250	11	1200
2014	4	650	3	250	12	1300
2015	4	650	3	250	14	1400
2016	4	650	3	250	13	1000
2017	4	650	3	250	10	800

Джерело: складено автором за матеріалами [47]

Щодо готельного господарства, станом на 2019 рік у Сумській області налічувалось 21 готельне підприємство, з яких лише чотири мають підтверджену зірковість. Загальна кількість місць у готелях становила 1 424 ліжко-місця. В обласному центрі концентрація готельних підприємств є найбільшою. Найпопулярнішими готелями є «Optima Суми», який належить до міжнародної мережі Optima Hotel Group та має 3 зірки, «Shafran» – чотиризірковий готель української мережі Premier Hotels and Resorts та «Sofa Boutique Hotel & SPA» – перший готель міста, який має власний спа-центр.

Варто зазначити, що окремою категорією засобів колективного розміщення також виділяють садиби сільського зеленого туризму. На території Сумської області зосереджена велика кількість садиб, серед яких найвідоміші: «Грунівська Січ» (Сумський район), «Вакулина Байка» (Сумський район), «Північний ліс» (Конотопський район), «Хутір лісовий» (Конотопський район), «Олександрія» (Шосткинський район), «Квітковий

рай» (Шосткинський район). На жаль, жодна з садиб Сумської області не є членом ГО «Спілка сільського зеленого туризму України» та не пройшла добровільну категоризацію «Українська гостинна садиба».

Вагомою частиною туристичної інфраструктури є транспортне сполучення. Від наявності та якості транспортної інфраструктури залежить можливість швидкого та комфортного доступу туристів до DESTИНАЦІЙ. Водночас, відсутність чи незадовільний стан транспортної інфраструктури може стати серйозною перешкодою для розвитку туристичної діяльності в регіоні.

На жаль, транспортна інфраструктура Сумської області розвинена не належним чином, що є однією з перешкод для розвитку туристичної галузі в регіоні. Зокрема, область має невигідне географічне розташування у північно-східній частині країни, що ускладнює доступ до неї. Оскільки більшість турів до Сумщини здійснюється автомобільним транспортом, то туристичним операторам доводиться докладати більше зусиль при складанні туристських маршрутів, щоб врахувати транспортну логістику та забезпечити комфортну та безпечну подорож для туристів.

Сумська область має розвинену автомобільну інфраструктуру, що включає в себе більше 8000 км доріг, з яких 7000 км мають тверде покриття. Відстань від Сум до Києва становить 350 км, що дає можливість туристам легко дістатись області зі столиці країни. Через Сумщину проходять автошляхи Київ–Харків, Київ–Полтава, Суми–Путівль–Глухів, Батурин–Конотоп–Суми. Однак, деякі ділянки доріг потребують ремонту та модернізації для забезпечення більш комфортного та безпечного переміщення туристів.

Залізнична мережа Сумської області є доволі розлогою і охоплює майже всю територію регіону. Основними залізничними вузлами є міста Суми, Конотоп, Ворожба та Дружба. Однак, залізничні вузли не можуть повністю задовольнити попит на обслуговування залізничним видом транспорту. Крім того, кількість пропозицій прямих сполучень з іншими обласними центрами є

недостатньою, а графіки відправлення та прибуття потягів не завжди зручні для туристів. Тим не менш, за останні роки було введено в експлуатацію два швидкісних електропотяги «Інтерсіті», які курсують сполученням Київ–Шостка та Харків–Ворожба, що зробило проїзд значно комфортнішим та швидшим.

Великою проблемою транспортного сполучення Сумщини є відсутність в області діючого аеропорту. З 1978 по 2000 рік в обласному центрі повноцінно функціонувало підприємство «Аеропорт Суми», у якому був відкритий навіть міжнародний пункт пропуску. Проте, через різкий спад річного пасажиропотоку від 200 тисяч осіб у 1980 році до 2 тисяч осіб у 1995 році у зв'язку з розпадом СРСР було вирішено призупинити діяльність підприємства. З моменту закриття і до 24.02.2022 аеропорт приймав лише вантажні авіап перевезення.

Водні річкові шляхи та перевезення у Сумській області відсутні.

Також спостерігається низький відсоток позначених туристичних маршрутів. У Сумській області встановлено тільки 24 туристичних знаки на маршрутах, хоча кількість туристичних пам'яток перевищує 3 тисячі.

У 2019 році Фонд імені Фрідріха Еберта випустив аналітичне дослідження «Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації.», метою якого було оцінювання рівня розвитку регіональної інфраструктури України. Згідно з розрахованим індексом, регіону надавалось місце у рейтингу серед всіх областей України (від 1 до 24). Результати дослідження подано в табл.2.6.

Відповідно до результатів дослідження, Сумська область займає 18 місце серед всіх областей країни за Інтегральним індексом динаміки розвитку інфраструктури. Такий низький загальний результат є результатом негативної динаміки освітньої, транспортної та рекреаційної (туризм) складових, які мали значення менше 1. Компоненти, що стосуються розвитку інфраструктури житлово-комунального господарства, значно відстають від показників інших регіонів України. Динаміка розвитку інфраструктури в підсистемах медицини,

культури та соціального забезпечення залишається незначною, що є загальним трендом на рівні країни.

Таблиця 2.6

## Індекси розвитку інфраструктури Сумської області, 2019 рік

Складові інфраструктури (підсистема)	Індекс	Значення індексу	Рейтинг
Транспортна підсистема	ІРт.с.	0,9695	8
Підсистема зв'язку	ІРс.з.	1,0956	11
Екологічна (природоохоронна) підсистема	ІРп.с.	1,3832	6
Рекреаційна підсистема (туризм)	ІРр.с.	0,9168	18
Підсистема житлово-комунального господарства	ІРс.жкг	1,1018	18
Освітня підсистема	Іро.с.	0,9832	10
Медична підсистема	Ірм.с.	1,0048	11
Підсистема соціального забезпечення	ІРс.с.з.	1,0064	7
Культурна підсистема	ІРк.с.	1,0059	14
<b>Інтегральний індекс динаміки розвитку інфраструктури</b>	<b>ІРінф.</b>	<b>1,0449</b>	<b>18</b>

Джерело: складено автором за матеріалами [20]

Таким чином, серед проблем розвитку туристичної діяльності в регіоні можна виділити наступні:

1. Незадовільний стан туристичної інфраструктури. В області не створюються сприятливі умови для її розвитку, не відбувається залучення інвестицій для відновлення існуючих колективних закладів розміщення, закупівлі сучасного транспорту, ремонту автошляхів тощо.

2. Невелика пропозиція регіональних турів. Більшість туристичних фірм займаються відправленням туристів за межі області або за кордон. Хоча внутрішній туризм почали розвивати тільки в останні кілька років, прийом туристів на Сумщині досі є здебільшого неоптимальним та не вигідним для туристичних підприємств. Процес розвитку туристичної діяльності в регіоні неможливий без підтримки місцевих туристичних підприємств, які можуть займатись розробкою та реалізацією регіональних турів, просуваючи особистий бренд області на ринку.

3. Низький рівень підготовки кваліфікованих кадрів у сфері туризму. У Сумській області наразі навчання за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація»

проводиться лише за освітнім ступенем Бакалавр в двох навчальних закладах – Сумський національний аграрний університет та Сумський державний педагогічний університет ім. А.М.Макаренка.

### 2.3. Проблеми розвитку туристичної діяльності в Сумській області

SWOT-аналіз є ключовим інструментом для розробки ефективної стратегії та прийняття управлінських рішень, спрямованих на зміцнення позицій регіону та його конкурентних переваг. Він допомагає виявити позитивні та негативні впливи на туристичну діяльність регіону та правильно оцінити майбутні можливості для його розвитку.

Для того, щоб систематизувати окреслене коло проблем та переваг розвитку сфери туризму в Сумській області, на основі вищезазначеної інформації було проведено SWOT-аналіз розвитку туристичної діяльності в регіоні. Першим етапом ми визначили сильні та слабкі сторони поточного стану туристичної діяльності в Сумській області, а також можливості та загрози, що можуть вплинути на ситуацію у майбутньому. Результати представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Матриця SWOT туристичної діяльності Сумської області

Сильні сторони (внутрішні)	Слабкі сторони (внутрішні)
1. Сприятливі природно-кліматичні умови. 2. Наявність унікальних природно-рекреаційних ресурсів та об'єктів природно-заповідного фонду 3. Наявність значної кількості об'єктів історико-культурної спадщини та етнографічних ресурсів. 4. Достатньо розвинена мережа закладів розміщення та харчування туристів. 5. Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність освітніх закладів та студентської молоді.	1. Незадовільне політико-географічне розташування області. 2. Недостатньо розвинена транспортна інфраструктура. 3. Низький рівень впровадження новітніх технологій у сферу туризму. 4. Низький рівень брендування туристичних об'єктів та заходів. 5. Слабка інвестиційна привабливість області. 6. Відсутність чіткої стратегії розвитку сфери туризму в регіоні.

## Продовження таблиці 2.7

Можливості (зовнішні)	Загрози (зовнішні)
1. Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку. 2. Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки, грантові програми, проекти міжнародної технічної допомоги). 3. Зацікавленість приватного бізнесу та громади у створенні туристичних продуктів в регіоні. 4. Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток. 5. Створення нових робочих місць у сфері обслуговування, туристичній сфері. 6. Розробка бренду та іміджу області.	1. Бойові дії та велика протяжність кордону з росією. 2. Погіршення екологічної ситуації в регіоні. 3. Відсутність підтримки ініціатив з розвитку туристичної сфери з боку місцевої влади. 4. Конкуренція з боку інших міст і регіонів України, особливо сусідніх областей Харківської та Полтавської. 5. Відтік кваліфікованих кадрів до інших регіонів або за кордон, в тому числі через бойові дії. 6. Дефіцит місцевого бюджету, низький рівень фінансування туристичної галузі в регіоні.

Джерело: складено автором за матеріалами [19, 22]

Проведений аналіз дає можливість виділити такі основні сильні сторони та подальші перспективи для розвитку:

1. Сприятливі природно-кліматичні умови. Сумська область розташована в лісостеповій зоні України, що відзначається різноманітністю ландшафтів та природних пам'яток. Клімат регіону є помірно-континентальним, що дозволяє проводити туристичні заходи протягом більшої частини року без перешкод через негативні погодні умови.

2. Наявність унікальних природно-рекреаційних ресурсів та об'єктів природно-заповідного фонду. Велика кількість природних заповідників, парків, а також унікальних природних пам'яток можуть бути об'єктом екологічного та сільського зеленого туризму, пішохідних маршрутів, оздоровчих курортів тощо.

3. Достатньо розвинена мережа закладів розміщення та харчування туристів. В регіоні є велика кількість готелів, хостелів, туристичних баз, а також ресторанів, кафе та інших закладів громадського харчування.

Інфраструктура готелів та ресторанів часто відповідає міжнародним стандартам, що забезпечує комфортне перебування для туристів.

4. Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність освітніх закладів та студентської молоді. Молодь може брати участь у різноманітних програмах та заходах, спрямованих на розвиток туризму, наприклад, екскурсії, волонтерські програми, стажування в готелях та ресторанах.

Факторами, які стримують розвиток сфери туризму і є слабкими сторонами в Сумській області є:

1. Незадовільне політико-географічне розташування області. Сумська область розташована в північно-східній частині України не на перетині основних транспортних шляхів країни.

2. Недостатньо розвинена транспортна інфраструктура. Область має обмежені залізничні та автомобільні з'єднання з іншими регіонами країни, що ускладнює доступність туристичних напрямків. Недостатність альтернативних видів транспорту, таких як авіаційні чи водні маршрути, може ускладнювати туристичні поїздки до області.

3. Низький рівень брендування туристичних об'єктів та заходів. Відсутність чіткої стратегії брендування та маркетингових заходів з позиціонування області як туристичного напрямку призводить до низької обізнаності потенційних туристів про регіон.

4. Слабка інвестиційна привабливість області. Недостатність інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури та привабливості туристичних об'єктів може обмежувати можливості залучення нових туристичних проектів та підвищення якості обслуговування.

5. Відсутність чіткої стратегії розвитку сфери туризму в регіоні. На сьогоднішній день органами влади розроблена загальна стратегія розвитку Сумської області до 2030 року, де є лише декілька пунктів, що стосуються розвитку туристичної сфери.

Майбутніми перспективами для розвитку туристичної діяльності Сумської області є:

1. Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку може бути досягнуте шляхом проведення маркетингових кампаній, просування туристичних атракцій у містах області та приваблення уваги місцевих жителів до потенціалу туризму в їхній регіоні.

2. Альтернативні джерела фінансування проектів, такі як фонди підтримки, грантові програми та міжнародні проекти технічної допомоги, можуть стимулювати розвиток інфраструктури та послуг у сфері туризму в області.

3. Зацікавленість приватного бізнесу та громади у створенні туристичних продуктів в регіоні може призвести до появи нових інноваційних та унікальних пропозицій для туристів, що сприятиме розвитку туристичної індустрії.

4. Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток дозволяють ефективно просувати туристичні послуги, розвивати онлайн-бронювання та створювати інтерактивні майданчики для туристів.

5. Створення нових робочих місць у сфері обслуговування та туризму сприяє економічному зростанню області та залученню молоді до роботи у сфері туризму.

6. Розробка бренду та іміджу регіону допоможе створити унікальну туристичну ідентичність, що буде приваблювати туристів та сприяти підвищенню їхньої зацікавленості у відвідуванні Сумської області.

Факторами, які становлять загрозу для розвитку сфери туризму в Сумській області є:

1. Наявність бойових дій та протяжність кордону з Росією створює загрозу для безпеки та стабільності в регіоні, що може відлякувати туристів та обмежувати їхній прихід до області.

2. Погіршення екологічної ситуації може призвести до забруднення природних ресурсів та зниження привабливості області для туристів, особливо для тих, хто шукає екологічно чисті місця для відпочинку.

3. Відсутність підтримки ініціатив з розвитку туристичної сфери з боку місцевої влади може ускладнити впровадження нових проєктів та програм, що може призвести до зупинки чи повільного розвитку туризму.

4. Конкуренція з інших міст і регіонів України може призвести до зменшення потоку туристів до Сумської області, особливо якщо інші регіони мають більш привабливі туристичні пропозиції або ефективніші маркетингові стратегії.

Другий етап аналізу – оцінка сучасного стану, сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз розвитку туристичної діяльності в Сумській області. Важливість фактору (події) оцінюємо в діапазоні 1-3 бали, де 1 – не дуже важливий фактор, 2 – середня важливість, 3 – висока важливість. Ймовірність настання події оцінюємо в діапазоні 1-3 бали, де 1 – дуже низька ймовірність настання події в майбутньому, 2 – середня ймовірність, 3 – висока ймовірність настання. Результати оцінки представлено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

## Оцінка елементів аналізу туристичної діяльності Сумської області

Фактор	Вага	Вірогідність	Значення	Фактор	Вага	Вірогідність	Значення
Сильні сторони (S)				Слабкі сторони (W)			
1.	2	2	4	1.	2	2	4
2.	2	2	4	2.	2	2	4
3.	2	3	6	3.	2	2	4
4.	3	2	6	4.	2	2	4
5.	3	2	6	5.	3	2	6
				6.	3	2	6
Всього			26				28
Можливості (O)				Загрози (T)			
1.	3	2	6	1.	3	3	9
2.	3	1	3	2.	2	2	4
3.	2	2	4	3.	2	1	2
4.	2	3	6	4.	2	1	2
5.	2	2	4	5.	2	2	4
6.	3	2	6	6.	3	2	6
Всього			29				27

Джерело: складено автором за матеріалами [19, 22]

Третій етап аналізу - обчислення балансу сильних та слабких сторін (сума S – сума W) та можливостей і загроз (сума O – сума T).

Баланс SW:  $26-28=-2$

Баланс OT:  $29-27=2$

Четвертий етап аналізу – побудова системи координат (рис. 2.4)

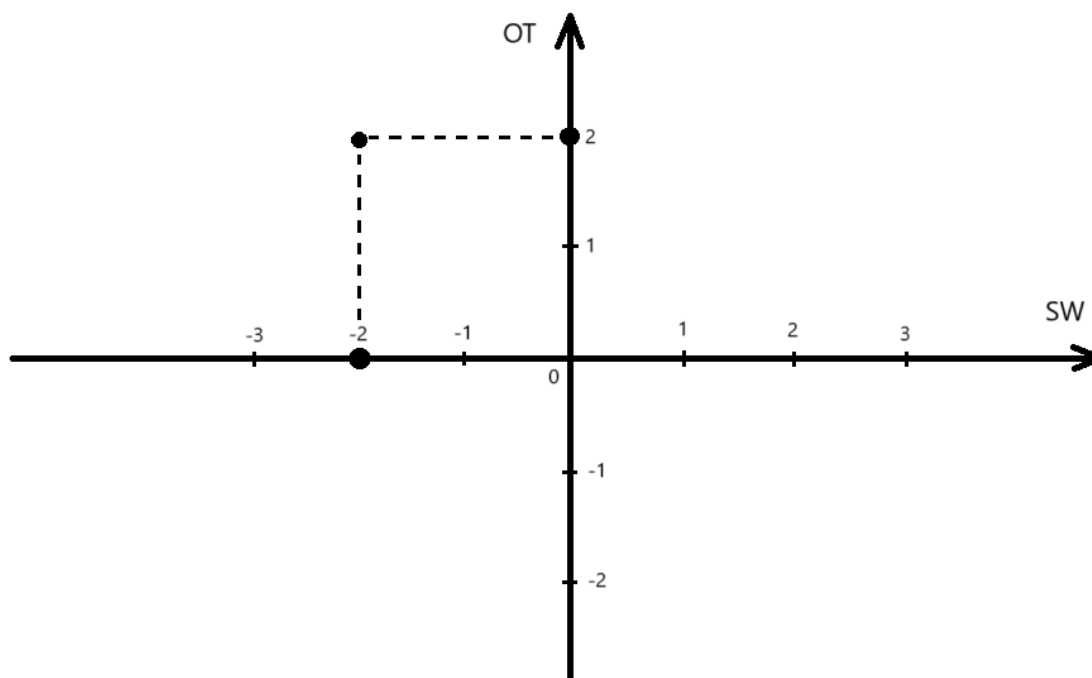


Рис. 2.4. Графік згідно результатів SWOT-аналізу туристичної діяльності Сумської області

Таким чином, згідно проведеного SWOT-аналізу сучасний стан розвитку туристичної діяльності Сумської області знаходиться в полі, де слабкі сторони переважають над сильними, а можливості переважають над загрозами. Така ситуація свідчить про те, що фактори внутрішнього середовища створюють суттєві перешкоди для розвитку, але існує потенціал зовнішніх можливостей, який варто використовувати. Першочерговим завданням є подолання внутрішніх проблем та ефективне використання наявних можливостей для мінімізації впливу слабких сторін та максимізації переваг, які надає зовнішнє середовище.

## **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД**

### **3.1. Стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період**

Війна в Україні стала величезною трагедією для всього українського народу, суттєво вплинувши на глобальну економіку та міжнародний туризм. Туристична сфера країни зазнала значних матеріальних втрат і тимчасово припинила свою діяльність.

Попри складну ситуацію, є надія, що після завершення конфлікту туристична галузь України відновиться й досягне нового рівня розвитку, подібно до прикладів Хорватії, Ізраїлю та Грузії. Зокрема, Хорватія змогла відродити туризм завдяки успішній маркетинговій кампанії, спрямованій на популяризацію маловідомих туристичних напрямків. Ізраїль зберіг свій туристичний потенціал, адаптувавши галузь до умов постійного протистояння з Палестиною. Грузія, завдяки пріоритетності туризму та ефективній стратегії, вивела його на міжнародний рівень після війни. Хоча досвід цих країн складно порівняти з масштабами руйнувань, яких зазнала Україна, перспективи розвитку туристичної галузі в післявоєнний період залишаються цілком реальними.

Відновлення туризму в Україні потребуватиме значних зусиль та інвестицій як з боку держави, так і приватного сектору. Важливо створити сприятливі умови для розвитку туристичної діяльності, включаючи забезпечення безпеки, покращення якості послуг, збереження природних ресурсів і культурної спадщини, а також модернізацію транспортної інфраструктури.

Наразі в Україні бракує наукових досліджень, присвячених особливостям формування державної політики у сфері туризму в умовах збройних конфліктів, що ускладнює ухвалення ефективних управлінських рішень та

оцінку економічного впливу на розвиток туристичної галузі. Для відновлення інтересу до України як туристичної та інвестиційної дестинації необхідно розробити дієві механізми управління туризмом у період конфліктів та визначити стратегічні пріоритети його розвитку в майбутньому.

Під час планування та розробки стратегії розвитку туризму після війни місцевим органам влади слід враховувати думку працівників туристичної сфери та орієнтуватись на зарубіжний досвід.

У рамках естонсько-українського наукового проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» у лютому 2023 року було проведено соціологічне дослідження за підтримки Естонського дослідницького агентства. У дослідженні взяли участь 144 респонденти з п'яти регіонів України, серед яких 29 осіб (20,1%) представляли Сумську область. До цієї групи увійшли власники туристичних підприємств, працівники закладів готельного та ресторанного господарства, громадські активісти та представники місцевих органів влади. Основні результати цього дослідження подано нижче.

Згідно з даними рис. 3.1, чверть опитаних вважають, що однією з найбільших змін у Сумській області з початку війни стало зниження інтересу місцевих жителів до відвідування туристичних об'єктів. Водночас лише 3,8% респондентів зазначили значну зацікавленість туристичними об'єктами з боку внутрішньо переміщених осіб, кількість яких станом на 28 лютого 2023 року в області становила 77 229 осіб.

Близько 37% учасників дослідження наголосили на пошкодженні або припиненні функціонування деяких туристичних атракцій. Водночас 9,6% обрали варіант відповіді "інше", вказавши, наприклад, участь працівників туристичної галузі у волонтерській діяльності чи їхній вступ до лав ЗСУ. Ще 7,7% респондентів вважають, що туристична діяльність у регіоні повністю зупинилася, що не відповідає реальній ситуації. Попри суттєве зменшення

туристичних потоків, туризм у Сумській області не припинився.

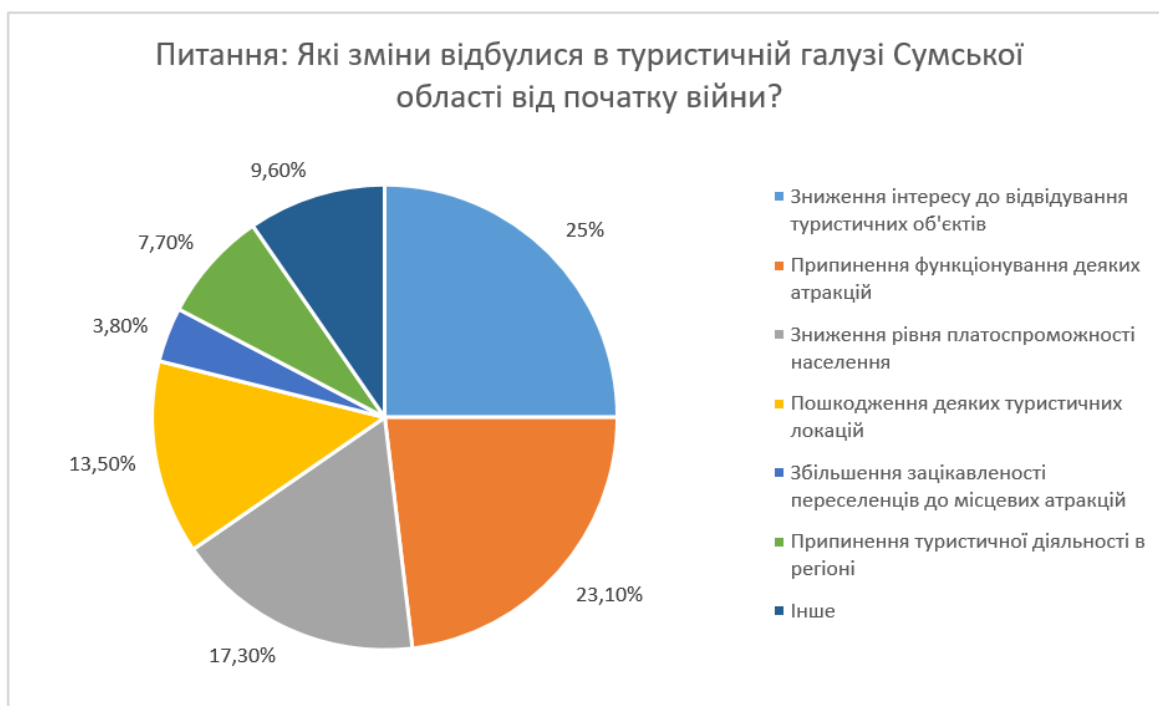


Рис. 3.1. Результати соціологічного дослідження Естонського дослідницького агентства, 2023 рік

Джерело: складено автором за матеріалами [23]

Згідно з даними рис. 3.2, приблизно третина туристичних підприємств Сумської області від початку війни тимчасово або повністю припинила свою діяльність. Ще 17,6% підприємств опинилися в зоні бойових дій або окупації. Майже 16% перепрофілювали свою діяльність, зокрема на волонтерську: готелі розміщували біженців, забезпечували українських військових харчуванням, слугували складами для гуманітарної допомоги тощо.

Однак, понад 15% туристичних підприємств зазнали дефіциту кадрів через евакуацію населення та нестабільну безпекову ситуацію, а також через те, що частина працівників приєдналася до лав ЗСУ. Крім того, 11,8% роботодавців зазначили проблему емоційного виснаження працівників, що призводило до моральної неготовності продовжувати роботу в сфері послуг.

Ще 7,8% опитаних назвали інші проблеми, зокрема відсутність попиту на туристичні послуги та небажання населення подорожувати.



Рис. 3.2. Результати соціологічного дослідження Естонського дослідницького агентства, 2023 рік

Джерело: складено автором за матеріалами [23]

Згідно з даними рис. 3.3, респонденти визначають відновлення туристичних локацій (46,5%) та модернізацію об'єктів за допомогою грантового фінансування (32,6%) як перспективні напрямки розвитку туризму в Сумській області. Крім того, 14% опитаних вважають, що військовий туризм, зокрема відвідування місць бойових дій, може зацікавити туристів.

Серед найбільш перспективних видів туризму для регіону виділяють культурно-пізнавальний, подієвий, гастрономічний, сільський зелений та спортивний туризм. Водночас найменш перспективними, за думкою респондентів, є темний, промисловий і діловий туризм.



Рис. 3.3. Результати соціологічного дослідження Естонського дослідницького агентства, 2023 рік

Джерело: складено автором за матеріалами [23]

Зважаючи на досвід зарубіжних країн та результати соціологічного опитування представників туристичної галузі Сумської області, було визначено такі стратегічні напрями розвитку туристичної діяльності Сумської області у повоєнний період, наведені на рис. 3.4.

1. Відбудова та відновлення пошкодженої чи зруйнованої туристичної інфраструктури. Сумська область перебувала під окупацією російських військ з 24 лютого до 6 квітня 2022 року. Найбільших руйнувань зазнали міста Тростянець та Охтирка, де протягом місяця тривали активні бойові дії. Було пошкоджено критичну та цивільну інфраструктуру, включаючи залізничні вокзали, залізничне полотно та автомобільні мости. Значних збитків зазнали й історико-культурні пам'ятки, серед яких архітектурна пам'ятка національного значення — будинок управителя маєтками Кеніга, «Круглий двір» та Охтирський міський краєзнавчий музей. Відтак, одним із ключових стратегічних пріоритетів для відновлення туристичної діяльності у післявоєнний період є відбудова пошкодженої туристичної інфраструктури.



Рис. 3.4. Стратегічні пріоритети розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період

2. Ліквідація наслідків бойових дій, повне розмінування територій. За офіційними даними Міністерства внутрішніх справ, Сумська область є найбільш замінованою серед усіх деокупованих регіонів України, з площею замінованих територій понад 47%. Для забезпечення безпечного пересування туристів регіоном необхідно якнайшвидше та якісно ліквідувати наслідки бойових дій.

3. Підвищення якості надання туристичних послуг: підготовка кваліфікованих кадрів ( відкриття магістратури за спеціальністю 242 «Туризм» у Сумському державному університеті, організація курсів підвищення кваліфікації, мовних курсів), надання інформаційної підтримки, використання сучасних технологій, заохочення готельних підприємств до сертифікації надання туристичних послуг та отримання категорії з боку державних органів влади, добровільна категоризація сільських зелених садиб.

4. Створення регіональних турів та туристичних маршрутів по Сумській області та/або включаючи прилеглі райони сусідніх областей. Наприклад,

маршрут Глухів – Путивль – Конотоп – Батурин, що об'єднує міста козацької та гетьманської слави Сумської та Чернігівської областей. Також актуально буде створити маршрут воєнного туризму Суми – Тростянець – Охтирка, що буде спрямований на ознайомлення туристів з наслідками воєнних дій на території області та оборони Сумщини.

5. Розробка туристичного бренду Сумської області та просування регіонального туристичного продукту на національному і міжнародному рівнях. Окремі населені пункти регіону вже активно використовують власний брендинг, зокрема це спостерігається в Сумах та Тростянецькій ОТГ. Водночас брендування області загалом поки що не реалізоване. Однак, як свідчить практика, брендування саме по собі є недостатнім інструментом. Для ефективного просування регіонального продукту необхідна реалізація комплексної маркетингової стратегії.

Наприклад, у межах майстер-плану New Balance Trostianets, розробленого для Тростянецької міської ради компаніями CES clean energy solutions GesmbH (Австрія), "iC consulenten Україна", tbw research (Австрія) та Modul5 (Австрія), було запропоновано створення бренду «найсолідшого міста України». Цей проект розроблявся з червня 2022 по лютий 2023 року. Згідно із задумом, новий бренд має об'єднати ключові особливості міста Тростянець, зокрема його туристичний, культурний та фестивальний потенціал. Крім того, передбачається стимулювання бізнес-активності — від розвитку хендмейд-майстерень і кондитерських до відкриття масштабних виробництв. У рамках ініціативи також пропонується створення освітніх програм для молоді, зокрема для школярів і майбутніх кондитерів, а також відкриття філії відомої європейської кондитерської (див. рис. 3.5).

## СПОРТИВНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ ОСЕРЕДОК МІСТА ТРОСТЯНЕЦЬ



Рис. 3.5. Приклад спортивно-розважального осередку міста Тростянець згідно з майстер-планом New Balance Trostianets

Джерело: [18]

6. Підвищення потенціалу Сум як обласного центру, здатного залучати інвестиції та впроваджувати інновації для стимулювання розвитку регіону загалом. Формування дієвої мережі міжнародного співробітництва з метою залучення інвестицій і новітніх технологій. Підвищення спроможності міських установ ефективно впроваджувати та використовувати технологічні інновації.

7. Створення умов для безпечного та комфортного пересування у населених пунктах та поза ними у контексті сталої мобільності. Останнім часом зростає увага до екологічності засобів пересування. Замість традиційних автомобілів, які є джерелом значних викидів вуглецю, все більше людей обирають екологічний транспорт. Така тенденція зумовлена не лише турботою про довкілля, а й бажанням вести здоровий спосіб життя та активно проводити час на відкритому повітрі. У зв'язку з цим доцільно впроваджувати заходи, як-от встановлення зарядних станцій для електротранспорту, облаштування велопарковок і будівництво велосипедних доріжок.

8. Розвиток нових перспективних видів туризму: сільський зелений, подієвий, спортивний. Розвиток необхідної інфраструктури для організації

спортивних і культурних заходів, зокрема будівництво концертних залів, майданчиків, стадіонів, спортивних залів тощо. Сприяння діяльності та розвитку існуючих спортивних клубів і організацій, що сприятиме підвищенню популярності міста чи регіону. Налагодження співпраці з місцевими громадськими організаціями, фермерами та іншими зацікавленими сторонами для раціонального використання природних ресурсів і залучення максимальної кількості людей до розвитку сільського зеленого туризму.

9. Залучення місцевого населення до розвитку туризму: організація культурно-просвітницьких заходів, присвячених туристичній та підприємницькій тематиці. Надання фінансової підтримки у вигляді грантів для реалізації бізнес-проектів у сфері туризму. Запровадження пільгових умов для створення нових малих підприємств у туристичному секторі.

10. Збереження та відновлення природних та культурних пам'яток: збереження та відновлення об'єктів історико-культурної спадщини, створення природних парків і заповідників, а також підтримка сталого розвитку туризму з урахуванням екологічних і культурних аспектів.

### **3.2. Стратегія повоєнного відновлення туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період**

Збройна агресія проти України спричинила значні негативні наслідки для всіх сфер суспільного життя, зокрема туристичної галузі. Сумська область, яка зазнала значних руйнувань через активні бойові дії, втратила частину своєї туристичної інфраструктури, а також можливості для залучення туристичних потоків. До основних проблем, що виникли у цій сфері, належать пошкодження об'єктів природної та культурної спадщини, забруднення територій вибухонебезпечними предметами, скорочення кількості туристів та послаблення економічної активності у регіоні.

Попри зазначені виклики, туристична галузь залишається важливим елементом економічного та соціального відновлення регіонів України.

Розробка та впровадження комплексної стратегії розвитку туристичної діяльності в післявоєнний період здатна забезпечити підвищення економічного потенціалу регіону, створення робочих місць та зростання добробуту місцевого населення. Сумська область володіє унікальними природними, культурними та історичними ресурсами, які можуть стати основою для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Реалізація стратегії відновлення та розвитку туристичної діяльності сприятиме не лише економічному відродженню регіону, а й забезпеченню його сталого розвитку, збереженню культурної та природної спадщини, підвищенню якості життя місцевого населення.

Місія стратегії розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період – сприяти відновленню, розвитку та інтеграції туристичної галузі Сумської області як безпечного, інноваційного та привабливого для відвідувачів регіону, що відзначається багатством природної, культурної та історичної спадщини.

Візія відображає результат, якого регіон прагне досягти в результаті реалізації стратегії розвитку сфери туризму. Воно спирається на основні характеристики регіону та визначені стратегічні напрями і стає головною ідеєю всього процесу стратегічного планування. Візія стратегії розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період представлена на рисунку 3.6.

Сумська область до 2030 року – безпечний туристичний регіон з оновленою інфраструктурою, де гармонійно поєднуються мальовничі пейзажі, багатство природних парків і заповідників, унікальні пам'ятки історії та культури разом із гостинністю місцевих жителів, якісним сервісом та інноваційними технологіями.

Рис. 3.6. Візія стратегії розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період

На основі проведеного SWOT-аналізу, визначення головних тенденцій та проблем розвитку туристичної діяльності, а також сформованої візії була розроблена Дорожня карта та головні стратегічні пріоритети розвитку, представлені на рисунку 3.7.



Рис. 3.7. Дорожня карта та головні стратегічні пріоритети розвитку

Декомпозиція стратегічних цілей на оперативні цілі та завдання розвитку туристичної діяльності в Сумській області представлена у вигляді «дерева цілей». Ця структура базується на принципі переходу «від загального до конкретного» і характеризується високим рівнем деталізації (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Декомпозиція стратегічних цілей та виокремлення оперативних цілей

Стратегічна ціль	Оперативні цілі
Стратегічний пріоритет А. Відбудова та розвиток туристичної інфраструктури.	
А.1. Відбудова знищеної та повне відновлення пошкодженої туристичної інфраструктури	А.1.1. Проведення оцінки стану пошкодженої туристичної інфраструктури. А.1.2. Залучення фінансування та відновлення об'єктів.

## Продовження таблиці 3.1

А.2. Комплексна розбудова та благоустрій туристичної інфраструктури та комунікацій регіону	А.2.1. Розробка сучасних туристичних зон. А.2.2. Покращення транспортної доступності туристичних об'єктів. А.2.3. Інтеграція туристичної інфраструктури у цифрову систему регіону.
А.3. Формування розвиненої дорожньо-транспортної інфраструктури та її модернізація	А.3.1. Ремонт існуючих транспортних шляхів. А.3.2. Встановлення сучасної навігаційної системи для туристів.
<b>Стратегічний пріоритет Б. Підвищення якості надання туристичних послуг</b>	
Б.1. Розвиток професійного навчання кадрів у сфері туризму	Б.1.1. Створення місцевої системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів туристичної сфери. Б.1.2. Впровадження практичних стажувань і тренінгів.
Б.2. Організація мовних курсів для працівників сфери послуг.	Б.2.1. Розробка індивідуальних мовних програм з ухилом на туристичну галузь. Б.2.2. Створення партнерств із місцевими освітніми установами.
Б.3. Впровадження інноваційних технологій в туристичну сферу.	Б.3.1. Розбудова інноваційної системи у сфері туризму Б.3.2. Створення цифрових продуктів для туристів. Б.3.3. Впровадження автоматизованих рішень у туристичну інфраструктуру.
<b>Стратегічний пріоритет В. Маркетинг та промоція туризму в регіоні</b>	
В.1. Формування позитивного іміджу регіону, привабливого для туристів	В.1.1. Створення сильного туристичного бренду регіону. В.1.2. Всебічне сприяння формуванню позитивного іміджу Сумської області як туристично привабливого регіону, а також популяризації інформації про область як серед жителів інших регіонів України, так і за її межами.
В.2. Розвиток нових перспективних видів туризму	В.2.1. Сприяння розвитку екотуризму та сільського зеленого туризму на території регіону. В.2.2. Розвиток подієвого та спортивного туризму в області. В.2.3. Розвиток воєнного туризму в Сумській області.
В.3. Створення регіональних турів та туристичних маршрутів	В.3.1. Розробка тематичних туристичних маршрутів, включаючи туристичні об'єкти Сумщини та суміжних областей. В.3.2. Розробка регіональних турів, що включають декілька населених пунктів області.

Складено автором за матеріалами: [3, 38, 43]

Наступний етап розробки стратегії передбачає виокремлення конкретних завдань для кожної оперативної цілі і поданий нижче.

Стратегічний пріоритет А. Відбудова та розвиток туристичної інфраструктури.

А.1. Відбудова знищеної та повне відновлення пошкодженої туристичної інфраструктури.

А.1.1. Проведення оцінки стану пошкодженої туристичної інфраструктури.

А.1.1.1. Розробити перелік пошкоджених об'єктів із пріоритетністю відновлення.

А.1.1.2. Провести технічну експертизу стану об'єктів.

А.1.1.3. Розробити проекти відновлення та реконструкції об'єктів.

А.1.2. Залучення фінансування та відновлення об'єктів.

А.1.2.1. Подати заявки на грантове фінансування та залучити інвесторів.

А.1.2.2. Організувати тендери на проведення будівельно-відновлювальних робіт.

А.1.2.3. Контролювати дотримання термінів і стандартів у процесі реконструкції.

А.2. Комплексна розбудова та благоустрій туристичної інфраструктури та комунікацій регіону.

А.2.1. Розробка сучасних туристичних зон.

А.2.1.1. Провести дослідження щодо потреб туристів у регіоні.

А.2.1.2. Розробити концепції нових туристичних зон (парки, зони відпочинку).

А.2.2. Покращення транспортної доступності туристичних об'єктів.

А.2.2.1. Відремонтувати дороги, що ведуть до туристичних локацій.

А.2.2.2. Встановити інформаційні таблички, вказівники та цифрові панелі.

А.2.2.3. Облаштувати доступ до об'єктів для людей з інвалідністю та мало-мобільних груп населення.

А.2.3. Інтеграція туристичної інфраструктури у цифрову систему регіону.

А.2.3.1. Розробка єдиного веб-порталу та мобільного додатку для туристів із повною інформацією про туристичні об'єкти, маршрути, заклади розміщення та харчування, транспортні зв'язки.

А.2.3.2. Інтеграція платформи з картографічними сервісами (Google Maps, OpenStreetMap).

А.2.3.3. Регулярне оновлення інформації про доступні послуги, події та маршрути.

А.3. Формування розвиненої дорожньо-транспортної інфраструктури та її модернізація.

А.3.1. Ремонт існуючих транспортних шляхів.

А.3.1.1. Проведення детального аудиту стану автомобільних доріг, залізничних шляхів та інших транспортних магістралей, які ведуть до туристичних об'єктів.

А.3.1.2. Визначення пріоритетних ділянок для ремонту залежно від їхнього туристичного потенціалу.

А.3.1.3. Виділення коштів із місцевого та державного бюджету.

А.3.1.4. Відновлення асфальтного покриття на дорогах, що сполучають основні міста та туристичні об'єкти області.

А.3.1.5. Відновлення та оновлення залізничних шляхів, які забезпечують міжрегіональне сполучення.

А.3.1.6. Створення умов для розвитку велотуризму шляхом облаштування велосипедних доріжок.

А.3.2. Встановлення сучасної навігаційної системи для туристів.

А.3.2.1. Розробка інтерактивних карт, що показують стан доріг і доступність туристичних об'єктів.

А.3.2.2. Облаштування стендів із картами та описами туристичних маршрутів у міських центрах, біля готелів та основних туристичних об'єктів.

А.3.2.3. Регулярний перегляд та оновлення інформації на знаках, стендах та в цифровій системі (наприклад, зміни маршрутів, додавання нових об'єктів).

А.3.2.4. Збір зворотного зв'язку від туристів для покращення системи.

Стратегічний пріоритет Б. Підвищення якості надання туристичних послуг.

Б.1. Розвиток професійного навчання кадрів у сфері туризму.

Б.1.1. Створення місцевої системи навчання і підвищення кваліфікації кадрів туристичної сфери.

Б.1.1.1. Аналіз існуючих освітніх програм і визначення прогалин у підготовці кадрів.

Б.1.1.2. Співпраця з місцевими навчальними закладами та експертами для створення спеціалізованих програм навчання.

Б.1.1.3. Розробка програм з акцентом на туристичні потреби регіону: готельний бізнес, екскурсійна справа, маркетинг у туризмі, міжнародний сервіс, екологічний туризм.

Б.1.1.4. Організація регулярних курсів підвищення кваліфікації для працівників туристичної галузі.

Б.1.1.5. Видача сертифікатів, що підтверджують здобуті знання та кваліфікацію, з метою підвищення конкурентоспроможності працівників на ринку праці.

Б.1.2. Впровадження практичних стажувань і тренінгів.

Б.1.2.1. Організація майстер-класів із залученням провідних експертів із туризму, гостинності та маркетингу.

Б.1.2.2. Залучення студентів до стажування в туристичних об'єктах регіону для здобуття практичних навичок.

Б.1.2.3. Встановлення контактів із міжнародними туристичними асоціаціями, готельними мережами, освітніми організаціями для обміну досвідом та проведення стажувань.

Б.2. Організація мовних курсів для працівників сфери послуг.

Б.2.1. Розробка індивідуальних мовних програм з ухилом на туристичну галузь.

Б.2.1.1. Проведення опитування серед готелів, ресторанів, туристичних агентств, екскурсоводів, щоб визначити рівень володіння мовами та потребу в навчанні.

Б.2.1.2. Визначення найбільш затребуваних мов (наприклад, англійська, німецька, польська, китайська).

Б.2.1.3. Розробка індивідуальних програм окремо для працівників готелів та ресторанів, окремо для турагентів, окремо для екскурсоводів та гідів з відповідним лексичним навантаженням та інтерактивними завданнями.

Б.2.2. Створення партнерств із місцевими освітніми установами.

Б.2.2.1. Складання списку закладів освіти (університетів, коледжів, професійно-технічних училищ), які пропонують мовні курси.

Б.2.2.2. Проведення переговорів із керівниками освітніх установ для визначення можливих форматів співпраці.

Б.2.2.3. Розробка мовних курсів або модулів, орієнтованих на практичні аспекти туристичної діяльності, з урахуванням специфіки Сумської області.

Б.2.2.4. Впровадження інтегрованих навчальних програм, які поєднують теоретичне навчання та практичний досвід.

Б.3. Впровадження інноваційних технологій в туристичну сферу.

Б.3.1. Розбудова інноваційної системи у сфері туризму.

Б.3.1.1. Створення туристичного інформаційного порталу Сумської області з інтерактивною картою туристичних маршрутів, об'єктів, заходів та послуг.

Б.3.1.2. Оснащення туристичних локацій інформаційними терміналами, інтерактивними табличками з QR-кодами для отримання додаткової інформації.

Б.3.1.3. Залучення молодих підприємців до реалізації інноваційних стартапів у співпраці з регіональними компаніями.

Б.3.2. Створення цифрових продуктів для туристів.

Б.3.2.1. Створення квестів і тематичних екскурсій із використанням цифрових технологій, таких як мобільні додатки чи VR-тури.

Б.3.2.2. Розробка інтерактивного контенту (відео-екскурсії, 3D-візуалізації, історичні реконструкції).

Б.3.3. Впровадження автоматизованих рішень у туристичну інфраструктуру.

Б.3.3.1. Інтеграція автоматичних терміналів для продажу квитків на транспорт, зокрема автобуси, поїзди чи екскурсійні маршрути.

Б.3.3.2. Впровадження електронних квитків для відвідування музеїв, культурних заходів та інших туристичних локацій.

Б.3.3.3. Оснащення авто- та залізничних вокзалів сенсорними екранами, які надають інформацію про туристичні маршрути, готельні послуги та визначні місця.

Стратегічний пріоритет В. Маркетинг та промоція туризму в регіоні

В.1. Формування позитивного іміджу регіону, привабливого для туристів

В.1.1. Створення сильного туристичного бренду регіону.

В.1.1.1. Визначення ключових цінностей і переваг регіону, які приваблюють туристів.

В.1.1.2. Формування брендової айдентики: назви, логотипу, слогану та візуального стилю регіону.

В.1.1.3. Розробка маркетингової стратегії для соціальних мереж, веб-сайтів та туристичних платформ.

В.1.1.4. Розробка сувенірної продукції з елементами бренду: одягу, аксесуарів, канцелярії тощо.

В.1.1.5. Залучення готелів, ресторанів і туроператорів до використання елементів бренду в їхніх послугах.

В.1.1.6. Коригування брендової стратегії залежно від змін у вподобаннях туристів і ринку.

В.1.2. Всебічне сприяння формуванню позитивного іміджу Сумської області як туристично привабливого регіону, а також популяризації інформації про область як серед жителів інших регіонів України, так і за її межами.

В.1.2.1. Представлення регіону на міжнародних туристичних виставках, ярмарках і форумах.

В.1.2.2. Участь у грантових програмах і співпраця з міжнародними туристичними організаціями.

В.1.2.3. Організація ознайомлювальних турів для представників медіа та блогерів із метою популяризації регіону.

В.2. Розвиток нових перспективних видів туризму.

В.2.1. Сприяння розвитку екотуризму та сільського зеленого туризму на території регіону.

В.2.1.1. Організація грантових програм для громад та підприємців, які розвивають сільський зелений туризм.

В.2.1.2. Покращення транспортної доступності до еко-туристичних зон і сільських локацій.

В.2.1.3. Створення промоційних матеріалів: відео, буклетів, інтерактивних карт із акцентом на унікальні природні локації регіону.

В.2.1.4. Проведення фестивалів та ярмарок, що популяризують еко-туризм та сільський зелений туризм.

В.2.2. Розвиток подієвого та спортивного туризму в області.

В.2.2.1. Створення сучасних спортивних комплексів і майданчиків для проведення різних видів змагань та облаштування

багатофункціональних майданчиків для проведення фестивалів і виставок.

В.2.2.2. Розробка щорічного календаря подій, включаючи фестивалі, ярмарки, концерти, спортивні турніри.

В.2.2.3. Створення розділу на туристичному порталі з детальною інформацією про заходи в області.

В.2.2.4. Пошук партнерів серед локального бізнесу для спільного проведення подій.

В.2.3. Розвиток воєнного туризму в Сумській області.

В.2.3.1. Створення маршрутів, які висвітлюють сучасні події, пов'язані з обороною Сумщини, з акцентом на героїзмі місцевого населення та військових.

В.2.3.2. Створення меморіальних парків або виставок, присвячених військовим діям у Сумській області.

В.2.3.3. Проведення екскурсій, лекцій, виставок у місцях воєнної слави або пам'яті.

В.2.3.4. Встановлення мультимедійних інсталяцій у музеях та на відкритих майданчиках.

В.2.3.5. Проведення повного розмінування територій, які будуть використовуватись для туристичних маршрутів.

В.2.3.6. Укладення угод з місцевими військовими та рятувальними службами для забезпечення безпеки туристів на маршрутах.

В.3. Створення регіональних турів та туристичних маршрутів

В.3.1. Розробка тематичних туристичних маршрутів, включаючи туристичні об'єкти Сумщини та суміжних областей.

В.3.1.1. Визначення історичних, культурних, природних та інфраструктурних об'єктів, які можна включити в маршрути.

В.3.1.2. Розробка тематичних маршрутів:

Козацький та гетьманський маршрут: Глухів – Путивль – Конотоп – Батурин. Опис екскурсій, що висвітлюють історію козацтва та гетьманства.

Слобожанський маршрут: Суми – Охтирка – Богодухів – Харків. Включення культурних та природних пам'яток обох областей.

В.3.1.3. Облаштування туристичних зон вздовж маршрутів: місць для відпочинку, туалетів, парковок, місць для харчування туристів, дорожніх знаків і вказівників, що ведуть до об'єктів.

В.3.2. Розробка регіональних турів, що включають декілька населених пунктів області.

В.3.2.1. Створення маршрутів за спільною тематикою, наприклад маршрут воєнного туризму: Суми – Тростянець – Охтирка. Ознайомлення туристів із наслідками війни, героїчними історіями оборони та відновленням регіону. Природний маршрут: маршрути через заповідники, лісопарки, мальовничі річки Сумської області.

В.3.2.2. Залучення органів місцевого самоврядування для створення спільних туристичних продуктів.

В.3.2.3. Розробка програм спільного фінансування для підтримки ініціатив із розвитку маршрутів.

Для досягнення цілей Стратегії відновлення і розвитку туризму в Сумській області необхідно запровадити ефективні правові, організаційні, економічні та фінансові механізми.

Правовий механізм передбачає створення та вдосконалення місцевої нормативно-правової бази, що регулює туристичну діяльність. Важливо забезпечити дотримання принципів законності, прозорості та відповідності міжнародним стандартам. Серед інструментів реалізації механізму можна виділити прийняття регіональних програм, що спрямовані на стимулювання розвитку туристичного сектору.

Організаційний механізм забезпечує співпрацю органів місцевого самоврядування, бізнесу, громадськості та наукових установ для реалізації

завдань Стратегії. Зокрема, це створення робочих груп, партнерських платформ і постійного моніторингу стану виконання завдань. Ключовим інструментом є план дій, який дозволить контролювати ефективність реалізації цілей.

Економічний механізм спрямований на формування сприятливих умов для розвитку туристичного бізнесу в регіоні. Це включає залучення інвестицій у відновлення інфраструктури, створення нових туристичних продуктів і підтримку малого та середнього підприємництва. Важливим є запровадження інноваційних технологій і підтримка підприємств, що працюють у сфері зеленого сільського туризму та екотуризму.

Фінансовий механізм передбачає використання коштів місцевих бюджетів, залучення грантів, інвестицій та міжнародної допомоги. Фінансування також здійснюється за рахунок державно-приватного партнерства, кредитів і коштів зацікавлених сторін.

Моніторинг реалізації Стратегії відновлення та розвитку туристичної діяльності в повоєнний період у Сумській області передбачає регулярний аналіз виконання заходів, визначених у плані, і оцінку досягнення встановлених цілей. Для забезпечення прозорості та об'єктивності моніторинг здійснюється органами місцевого самоврядування, виконавчої влади, а також із залученням незалежних експертів, громадських організацій і наукових установ. Основними показниками моніторингу є темпи відновлення інфраструктури, зростання туристичних потоків, рівень зайнятості у сфері туризму та туристичні надходження для регіону. Результати моніторингу служать основою для внесення коректив у план реалізації Стратегії та адаптації її до змінних умов. Особлива увага приділяється порівнянню досягнутих результатів із запланованими показниками, що дозволяє оперативно реагувати на виклики.

Очікувані результати після реалізації Стратегії відновлення та розвитку туристичної діяльності в повоєнний період у Сумській області представлені на рис. 3.8.

## Реалізація Стратегії дасть змогу:



Рис. 3.8. Очікувані результати після реалізації Стратегії

Реалізація Стратегії відновлення та розвитку туристичної діяльності Сумської області є важливим кроком на шляху відновлення регіону після наслідків воєнних дій та активізації його соціально-економічного потенціалу. Запропоновані заходи спрямовані на відбудову туристичної інфраструктури, розвиток нових видів туризму, збереження природної та культурної спадщини, формування конкурентоспроможного туристичного продукту й активне залучення місцевих громад.

Успішна реалізація Стратегії дозволить створити сприятливі умови для залучення інвестицій, забезпечить зростання зайнятості населення та сприятиме позиціонуванню Сумщини як унікального туристичного регіону, відкритого для мандрівників з України та з-за кордону.

## ВИСНОВКИ

За результатами роботи можна зробити наступні висновки.

1. Туристична діяльність є ключовим поняттям у туризмі, оскільки визначає сукупність процесів та дій, що пов'язані з подорожами людей з метою відпочинку, оздоровлення, культурного пізнання тощо. Існує багато підходів до визначення сутності поняття «туристична діяльність». З економічної точки зору туристичну діяльність розглядають як діяльність з виробництва та реалізації туристичних послуг, а з соціальної точки зору – як будь-яку трудову діяльність у туристичній сфері. Вивчення поняття туристичної діяльності є важливим для розробки та реалізації туристичної стратегії країни, регіону чи міста, а також для розуміння потреб та очікувань туристів.

2. Застосування теоретико-методичних підходів до дослідження туристичної діяльності дозволяє більш об'єктивно аналізувати різні аспекти туризму, включаючи ефективність та результативність діяльності туристичних компаній та інших об'єктів туристичної індустрії. У методології дослідження туристичної діяльності використовують різноманітні методи, серед яких можна виділити аналіз статистичних даних, системно-структурний аналіз, методи соціологічного дослідження (анкетування, інтерв'ю), методи експертної оцінки. Важливим елементом методології дослідження є також відбір відповідних джерел інформації та її обробка. Для цього можуть використовуватися різні технології, такі як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз конкурентного середовища тощо.

3. Кількість суб'єктів туристичної діяльності та дохід від надання туристичних послуг в Україні до 2019 року невинно зростали. Лідером став місто Київ. Кількість міжнародних туристичних прибуттів до України з 2017 по 2019 рік зменшилась на 5,4%, але кількість надходжень від міжнародного туризму з навпаки зросла на 28,4%. Найбільш відвідуваними дестинаціями, за показником сплати туристичного збору, стали: м. Київ, Одеська, Львівська, Київська та Закарпатська області. За 2021 рік до бюджету надійшло 244

мільйони гривень туристичного збору, що на 86,8% більше від показників минулого року. Туристична галузь України продовжує поповнювати бюджет за рахунок податків, не зважаючи на воєнні дії. Найбільше надходжень держава отримує від туристичних агентів та інших засобів колективного розміщення.

4. Сумська область має достатній природній, туристично-рекреаційний та історико-культурний потенціал для активного розвитку туристичної діяльності. Природно-заповідний фонд Сумської області налічує 291 заповідну територію, в тому числі: 1 національний природний парк, 1 заповідник, 64 заказники, 65 пам'яток природи, 21 парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення, 2 регіональні ландшафтні парки, 29 заповідних урочищ та 1 ботанічний сад місцевого значення. Щодо культурних ресурсів, Сумська область має унікальну історико-культурну спадщину – майже 1,5 тисячі пам'яток історії, 780 пам'яток археології, 102 пам'ятники монументального мистецтва та 373 пам'ятки архітектури. Перспективними видами туризму для Сумщини є культурно-пізнавальний, подієвий, сільський зелений, екологічний та спортивний.

5. Загалом, стан туристичної діяльності у Сумській області є незадовільним. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Сумській області за 2019 рік складає лише 0,42% від кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами по всій Україні. Загальна кількість учасників туристичного ринку Сумської області на 2020 рік становить 85 туроператорів та турагентів, що складає 2,2% від загальної кількості по Україні. Кількість колективних засобів розміщення у Сумській області протягом 2011-2020 рр. зменшилась в 4 рази – з 72 до 17 одиниць. Серед головних проблем розвитку туристичної діяльності у Сумській області можна виділити незадовільний стан туристичної інфраструктури, низьку пропозицію регіональних турів та низький рівень підготовки кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

6. Проведений SWOT-аналіз показав, що сучасний стан розвитку туристичної діяльності Сумської області знаходиться в полі, де слабкі сторони переважають над сильними, а можливості переважають над загрозами. Така ситуація свідчить про те, що фактори внутрішнього середовища створюють суттєві перешкоди для розвитку, але існує потенціал зовнішніх можливостей, який варто використовувати. Першочерговим завданням є подолання внутрішніх проблем та ефективне використання наявних можливостей для мінімізації впливу слабких сторін та максимізації переваг, які надає зовнішнє середовище.

7. За результатами проведеного соціологічне дослідження за підтримки Естонського дослідницького агентства в рамках естонсько-українського наукового проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» у 2023 році було визначено, що стратегічними пріоритетами розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період є: відбудова та відновлення пошкодженої чи зруйнованої туристичної інфраструктури; ліквідація наслідків бойових дій, повне розмінування територій; підвищення якості надання туристичних послуг; підготовка кваліфікованих кадрів; створення регіональних турів та туристичних маршрутів по Сумській області; розробка туристичного бренду Сумської області; розвиток нових перспективних видів туризму; залучення місцевого населення до розвитку туризму; збереження та відновлення природних та культурних пам'яток.

8. На основі проведеного аналітичного дослідження та SWOT-аналізу сучасного стану туристичної діяльності в Сумській області, визначених стратегічних пріоритетів розвитку була розроблена Стратегія відновлення та розвитку туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період, що включає сформовану місію та візію; стратегічні цілі, що поділяються на операційні цілі, а вони в свою чергу на завдання; механізми, інструменти та моніторинг реалізації Стратегії. Очікуваними результатами після реалізації Стратегії є:

- відновлення туристичної інфраструктури Сумської області, забезпечення її відповідності сучасним вимогам;
- збільшення туристичних потоків через розвиток регіональних турів і підвищення привабливості регіону для внутрішніх та іноземних туристів;
- стимулювання економічного розвитку області шляхом створення нових робочих місць, залучення інвестицій та зростання надходжень до місцевих бюджетів;
- підвищення впізнаваності Сумщини через формування сильного туристичного бренду та популяризацію її історичної, культурної та природної спадщини;
- розвиток нових видів туризму, зокрема екологічного, сільського зеленого, воєнного, подієвого і спортивного;
- забезпечення високого рівня якості туристичних послуг через навчання і підвищення кваліфікації кадрів;
- впровадження цифрових рішень для покращення туристичного досвіду, зокрема мобільні додатки, онлайн-платформи та інтерактивні карти;
- активізація участі місцевих громад у створенні туристичних продуктів, стимулюючи підприємництво та розвиток ініціатив у сфері туризму.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР: станом на 1 квіт. 2023 р.
2. Указ Президента України «Про створення природного заповідника «Михайлівська цілина» від 11.12.2009 р. № 1035/2009.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088 “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів”. Офіційний вісник України, 2008 р., № 60, ст. 2041.
4. Байда Б. Огляд підходів до оцінювання ефективності туристичної діяльності. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 1. С. 50–56. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/31709/2/GEB\\_2020v62n1\\_Baida\\_B-OVERVIEW\\_OF\\_APPROACHES\\_TO\\_EVALUATION\\_50-56.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/31709/2/GEB_2020v62n1_Baida_B-OVERVIEW_OF_APPROACHES_TO_EVALUATION_50-56.pdf).
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
6. Біловодський заказник. URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/poi/object/71528\\_belovodskiy-zakaznik.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/poi/object/71528_belovodskiy-zakaznik.htm).
7. Бондаренко В. Стратегії розвитку туризму для України в умовах військових дій та повоєнний період / Бондаренко В., Медведєва Н. // *Економіка*. – 2023. – №11. URL: <http://eee.khpi.edu.ua/article/view/299822>
8. Ботанічний заказник загальнодержавного значення «Банний яр». URL: <https://sodbblog.wordpress.com/2016/04/12/%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%8F%D1%80/>.
9. Ведмідь Т., Зігунова І. Сучасний стан та стратегічні напрямки розвитку туристського ринку Сумської області. Стан і перспективи сучасного туризму : *Матеріали VII Всеукр. науково-практ. конф.*, м. Суми, 25 листоп. 2021 р. 2021. С. 81–86.

10. Гідрологічний заказник «Андріяшівсько-Гудимівський». URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/poi\\_object/71532\\_andriyashevsko-gudimovski-gidrologicheskiy-zakaznik.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71532_andriyashevsko-gudimovski-gidrologicheskiy-zakaznik.htm).
11. Головне управління статистики у Сумській області. URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/>.
12. Голубець І.М. Післявоєнне відновлення туризму в Україні / Голубець І.М., Безрученков Ю.В., Сіра Е.О.. // Інфраструктура ринку. – 2022. – №68.
13. Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану / Демчук Л., Зарубіна А., Сіра Е.. // Економіка та суспільство. – 2022. – №41.
14. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
15. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
16. Державний історико-культурний заповідник у м. Путивлі. URL: <http://putivl-zapovidnyk.pp.ua/>.
17. Долинська О. О. Перспективні напрями розвитку туризму в Україні в післявоєнний період / Долинська О. О., Кручок А. Ю.. // зб. тез доповідей І Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1. – 2023.
18. Екологія, енергоефективність та туристичний бренд «солодкого міста» – головні напрямки для інвестицій та відновлення Тростянця – майстер-план. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/908297.html>.
19. Зеленська О. SWOT-аналіз та оцінка фінансування кадрового забезпечення туристичної сфери Чернігівської області за рахунок місцевих бюджетів // О. Зеленська, Н. Алешугіна, В. Зеленський, А. Леоненко // Проблеми і перспективи економіки та управління. - 2021. - № 4 (28).
20. Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації. Аналітичне дослідження. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/13246.pdf>
21. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. Київ : Знання, 2011. – 334 с.

22. Коваленко Н. SWOT-аналіз потенціалу післявоєнного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні / Н. Коваленко. // Економіка та суспільство. – 2024. – №60.
23. Корнус А., Корнус О., Паланг Х., Рейманн М. Особливості розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та перспективи на майбутнє. *Наукові записки СумДПУ імені А.С.Макаренка*. 2023. № 2(4). С. 45–52. (с. 49 с. 50)
24. Королюк Т. М. Аналіз наукових поглядів щодо використання системного підходу до класифікації ризиків. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2017. С. 136–144. (с. 139)
25. Кролевець. Яблуня-колонія. URL: <https://kolokray.com/uk/f/krolevets-yablonya-koloniya.html>.
26. Леонтєва Т. Г. Тюленєва В. О. Географія Сумської області. Суми : «Козацький вал», 1995. – 139 с.
27. Лісовий заказник «Великий бір». URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/poi\\_object/71531\\_lesnoy-zakaznik-bolshoy-bor.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71531_lesnoy-zakaznik-bolshoy-bor.htm).
28. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник. – Київ : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
29. Матвійчук Л., Лепкий М., Молнар-Бабіля Дж. Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-68>.
30. Моца А., Шевчук С., Серєда Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.
31. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/>.
32. Національний заповідник «Глухів». URL: <https://nz-hlukhiv.com.ua/>
33. Національний природний парк «Деснянсько-Старогутський». URL: <https://wownature.in.ua/parky-i-zapovidnyky/natsionalnyy-pryrodnyy-park-desniansko-starohutskyy/>.

34. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди / А. Л. Помаза-Пономаренко. – 2022. – URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/16838>.
35. Природно-заповідний фонд Сумської області: Атлас-довідник. Київ : ТОВ «Українська Картографічна Група». 2016. 94 с.
36. Романчиков В. І. Основи наукових досліджень: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 254 с. (с. 158)
37. Середньосеймський ландшафтний заказник. URL: <https://we.org.ua/malovnychi-kutochky-ukrayiny/sumska-oblast/serednosejmskyj-zakaznyk/>.
38. Слов'янська міська рада. Проект Стратегії розвитку туризму та курортнорекреаційної діяльності у м. Слов'янську в умовах кризи, викликаній наслідками бойових дій на сході України, на період до 2027 року / Слов'янська міська рада. – 2018. – URL: [https://e-petition.bissoft.org/uploads/yeas\\_and\\_nays/attachment/file/30606/27979d.pdf](https://e-petition.bissoft.org/uploads/yeas_and_nays/attachment/file/30606/27979d.pdf).
39. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://www.greentour.com.ua/>.
40. Стали відомі втрати туризму в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/samy-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html>.
41. Стратегія відновлення та розвитку економіки Сумської області на 2022-2024 роки. URL: [http://sm.gov.ua/images/docs/2022/strategia\\_2022-2024.pdf](http://sm.gov.ua/images/docs/2022/strategia_2022-2024.pdf).
42. Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021-2027 роки. URL: [https://sm.gov.ua/images/docs/dostup/522\\_20.pdf](https://sm.gov.ua/images/docs/dostup/522_20.pdf).
43. Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року. – 2020. – URL: <http://surl.li/whoohu>
44. Сумська обласна державна адміністрація. URL: <https://sm.gov.ua/uk/oda>

45. Трохимець О.І. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні / Трохимець О.І., Шелеметьєва Т.В.. // Держава та регіони. – 2018. – №4.
46. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
47. Туристичний барометр України 2009-2019. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2019.pdf>.
48. Туристичний портал міста Суми. URL: <https://visit.sumy.ua/>.
49. Україна отримала рекордну суму туристичного збору у 2021 році. URL: <https://delo.ua/uk/economy/ukrayina-otrimala-rekordnu-sumu-turisticnogo-zboru-u-2021-roci-391832/>.
50. Шалигінський ландшафтний заказник. URL: [https://ua.igotoworld.com/ua/poi\\_object/71527\\_shalyginskiy-landshaftnyy-zakaznik.htm](https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/71527_shalyginskiy-landshaftnyy-zakaznik.htm).
51. Щербакова Н. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>.
52. Driving the Tourism Recovery in Ukraine, 2021. URL: [https://s3.amazonaws.com/tourismeconomics/craft/Google\\_Ukraine\\_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourismeconomics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf).
53. Grzinic, J. Croatian Tourism Offer in The War and After War Period. *Journal of Administrative Sciences*, № 8(2), URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/70454>
54. International Tourism Highlights UNWTO, 2018 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2018.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2018.pdf).
55. International Tourism Highlights UNWTO, 2019 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf).
56. International Tourism Highlights UNWTO, 2020 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2020.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf).

57. Nosyriev, O., Dedilova, T., Tokar, I. Tourism and hospitality industry development in the Ukrainian economics strategy of post-conflict reconstruction. *Socio-Economic Problems and the State (electronic journal)*. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>.
58. Skuric N. Development of tourism in Croatia as a new tourist destination compared to tourism development in select post-communist countries. Thesis. Rochester Institute of Technology. 1999. URL: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1513&context=theses>
59. Statista. Travel, Tourism, Hospitality. Economic Contribution of Tourism and Travel to GDP Worldwide. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economiccontribution-worldwide/>
60. Ukraine Tourism Chief Looks Beyond Tragedy of War to a Hopeful Tourism Future. URL: <https://skift.com/2022/09/21/ukraine-tourism-chief-looks-beyond-tragedy-of-war-to-a-hopeful-tourism-future/>.
61. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency URL: <https://www.unwto.org/>.

## РЕЦЕНЗІЯ

на дипломну роботу магістра 2 курсу групи УТМз-61 навчально-наукового інституту «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна спеціальності 242 «Туризм і рекреація» Гончаренко Марії Андріївни «Перспективи туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний період»

У дипломній роботі Гончаренко Марії Андріївни показано, що Сумська область має достатній ресурсний потенціал для розвитку туристичної діяльності, що могла б конкурувати з іншими регіонами країни. Для ефективного розвитку даної діяльності, яка у свою чергу за допомогою мультиплікаційного ефекту підвищила б рівень економічного розвитку регіону, потрібне грамотне державне регулювання та розробка стратегії розвитку. Таким чином, проведення дослідження ресурсного потенціалу та тенденцій і проблем функціонування туристичної діяльності у регіоні є досить актуальним для визначення основних стратегічних пріоритетів і подальшої розробки ефективної стратегії розвитку.

В цілому автору вдалося вирішити поставлену мету своєї дипломної роботи. Так, пропозиції щодо покращення туристичної діяльності в повоєнний час є різнобічними і охоплюють широке коло економічних, соціологічних, освітніх, екологічних, маркетингових та інфраструктурних аспектів. Марія Андріївна обґрунтовано підкреслює, що післявоєнний період відкриває нові можливості для переформатування туристичної галузі як складової економіки, яка сприяє соціальній згуртованості та відновленню регіону. Сумська область, багата на природні ресурси, історико-культурні пам'ятки та перспективи розвитку сільського, гастрономічного і екотуризму, дійсно має великий потенціал для туристичної діяльності.

Робота демонструє високий рівень наукової підготовки автора, її

здатність аналізувати складні проблеми та пропонувати реалістичні шляхи їх вирішення. Виконане дослідження свідчить про високу обізнаність у сучасних тенденціях туристичного розвитку та врахування регіональних особливостей. Зміст, обсяг, структура викладеного матеріалу відповідають вимогам Міністерства освіти і науки України. Кваліфікаційна робота магістра Гончаренко Марії Андріївни може бути допущена до захисту та заслуговує на оцінку «відмінно».

**Рецензент**

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри міжнародних  
економічних відносин та логістики  
Харківського національного  
університету імені В.Н. Каразіна



Мариина ШУБА

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

### **ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА**

на кваліфікаційну роботу магістра Гончаренко Марії Андріївни на тему  
«Перспективи туристичної діяльності в Сумській області в повоєнний  
період» зі спеціальності 242 – «Туризм і рекреація»

У дипломній роботі Гончаренко Марії Андріївни наведено узагальнення сутності тенденцій та проблем розвитку туристичної діяльності в Сумській області та окреслено стратегічні пріоритети її розвитку. Проведене дослідження дозволило зробити ряд висновків теоретико-методологічного і науково-практичного характеру.

Відтак автором визначено, що на сучасному етапі регіонального розвитку Сумська область за інтегрованою оцінкою ефективності економіки, рівнем життя, екологічної безпеки поки що значно поступається Західним та Центральним регіонам України. Тому регіональна політика у післявоєнний період повинна бути спрямована на пріоритезації туристичної галузі та створення ефективної стратегії розвитку туризму в регіоні, підвищення туристичної конкурентоспроможності Сумщини серед інших адміністративно-територіальних одиниць України.

Як основний результат магістерської дипломної роботи було визначено стратегічні напрями розвитку туристичної діяльності Сумської області у повоєнний період. Автором зазначено, що незважаючи на песимістичну ситуацію, є всі передумови відродження туристичної діяльності в Україні після переможного закінчення воєнного конфлікту. Водночас, необхідно враховувати, що успішне відродження туризму в Україні вимагатиме значних зусиль і інвестицій з боку держави та приватного сектору.

На основі проведеного дослідження автором було розроблено Стратегію відновлення та розвитку туристичної діяльності в Сумській

області в повоєнний період, що включає сформовану місію та візію; стратегічні цілі, що поділяються на операційні цілі; механізми, інструменти та моніторинг реалізації Стратегії.

На мій погляд, мету дослідження було досягнуто, завдання, які поставлено на початку розв'язано в повній мірі. Робота написана на високому рівні, її зміст та оформлення відповідає висунутим вимогам тому є всі підстави рекомендувати її до захисту в Державній екзаменаційній комісії.

Науковий керівник  
кандидат економічних наук, доцент  
кафедри світової політики,  
дипломатії та туристичного бізнесу  
Харківського національного  
університету імені В.Н. Каразіна



Ганна ГАПОНЕНКО