

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

ТУРИЗМ ТА ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
з нагоди Міжнародного дня багатосторонності і дипломатії
в ім'я миру

1 травня 2026 року



*Конференція зареєстрована в державній науковій установі
«Український інститут науково-технічної експертизи та інформації»,
посвідчення № 953 від 10 грудня 2025 р.*

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням
Науково-методичної ради Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна (протокол №9 від 25 червня 2026 року)*

Редакційна колегія:

Парфіненко А.Ю., кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Писаревський М.І., кандидат економічних наук, доцент, директор ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Лиман С.І., доктор історичних наук, професор кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Подлепіна П.О., кандидат економічних наук, доцент, заступник директора ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Онацький М.Ю., кандидат історичних наук, доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Сичова В.В., доктор наук з державного управління, професор кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Адреса редакційної колегії:

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу», кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу 61022, м. Харків, майдан Свободи 6, к. 366-а, тел. (057) 707-53-06, e-mail: diplomacy@karazin.ua

Туризм та публічна дипломатія: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з нагоди Міжнародного дня багатосторонності і дипломатії в ім'я миру (1 травня 2026 року, м. Харків, Україна) [Електронний ресурс]. – Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2026. – Систем. вимоги: Процесор Pentium-класу; ОС Windows 7/10 ; Acrobat Reader 10. – (204 с. PDF)

URI <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/26451>

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції присвячені актуальним міжнародним проблемам. У збірнику представлені публікації, в яких досліджується: вплив російсько-української війни на міжнародну та регіональну безпеку; особливості міжнародного співробітництва України в умовах війни; розвиток нових форм багатосторонньої дипломатії; роль туризму в процесі повоєнного відновлення економіки України; потенціал туризму як інструменту миробудівництва та публічної дипломатії.

УДК 327.83:338.48](063)

URI <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/26451>

© Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, 2026

ЗМІСТ

ПАРФІНЕНКО А. ТУРИЗМ ТА ІНСТРУМЕНТАЛІЗАЦІЯ ПАМ'ЯТІ В ГЕОПОЛІТИЧНОМУ ПРОЄКТІ «СЕРБСЬКОГО СВІТУ» НА ЗАХІДНИХ БАЛКАНАХ	8
АЛЕКСАНДРОВА Н. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПУБЛІЧНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ	10
АНДРОСОВ А. ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ АРХІТЕКТУРИ СВІТОВОЇ БЕЗПЕКИ.....	13
БАБІНА В. РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ЯК КАТАЛІЗАТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ БАГАТОСТОРОННЬОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	16
БАБКО Н. РОЗВИТОК РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У КОНТЕКСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	19
БАГРІЙ М. ІННОВАЦІЇ В СЕРВІСІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ	21
БЕЗРУК О. РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ЯК ПОТЕНЦІЙНИЙ КАТАЛІЗАТОР ЗМІН СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ	23
БОГАЙЧИК Ю. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ: KEYС ХАРКОВА.....	25
БОГАЧ І. СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЙ.....	27
БОМБИК П. РОЛЬ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ РЕСПУБЛІКИ КОРЕЯ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	29
БРАЙЧЕВСЬКА О. УКРАЇНА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ДАНІЇ У 2014–2023 рр.....	32
BUREK V.-M. FROM TRANSFORMATION TO RESILIENCE: UKRAINE'S EUROPEAN AND EURO-ATLANTIC INTEGRATION THROUGH THE LENS OF POLAND'S EXPERIENCE...	35
ВЕЛЬБОЙ Д. ФЕНОМЕН ОБОРОНИ «АЗОВСТАЛІ» В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	38
ВОЛКОВА А. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ КАНАДИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ	40
ВОЛКОВА І. ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ГРУЗІЇ.....	43
ГАПОНЕНКО Г., ГАЙДАРЖИ Є. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МИРОБУДІВНИЦТВА ТА РЕВІТАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД СХОДУ УКРАЇНИ	46

ГОРІНА Г., ЧЕРНЕГА О. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: МОНІТОРИНГ ПРАВОВОГО ПІДґРУНТЯ ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ	50
ГРЕК С. ГАСТРОДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТ.....	53
ГУБИЦЬКИЙ Л., МЕЛЬНИК Г. ДОПОМОГА ФІНЛЯНДІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ У ЧАСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ШИРОКОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 2022-2026 pp.	56
ДАНЬКІВ Є. ТОРГОВЕЛЬНІ ВІЙНИ США – КНР У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР	59
ДАЦКІВ І., ГЛАДІЙ В. УКРАЇНА ТА США: СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАПРИКІНЦІ ХХ – НА ПОЧАТКУ ХХІ ст.	61
ЄВТУШЕНКО О. ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ ..	64
КАЙЗЛЕР А. ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ У 1920-х pp. У ДЗЕРКАЛІ ЯПОНСЬКОЇ ПРЕСИ: ВІД МЕДІЙНОЇ ПРОЄКЦІЇ ДО ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ «ASAHI SHIMBUN»)	66
КОЗЛОВА А. РОЛЬ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В ЄВРОПІ.....	68
КОЛЕСНІЧЕНКО С. КУРДСЬКИЙ ФАКТОР ТА ЙОГО ВПЛИВ НА БЕЗПЕКОВУ СИТУАЦІЮ НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ.....	70
КУДЛА Н. АМБАСАДОРИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У НАДАННІ ОСВІТНЬО-НАВЧАЛЬНИХ ПОСЛУГ У СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ – ІННОВАЦІЙНИЙ РОДУКТ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ (ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПОЛЬЩІ)	73
КУРІННА Г. КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ХАРКОВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ: СУЧАСНА МИСТЕЦЬКА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТІ ХАРКІВСЬКИМИ МИТЦЯМИ	76
КУР'ЯНОВА С. РОЛЬ М'ЯКОЇ СИЛИ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ	80
ЛИМАН С. «АЛЬЯНС ФРАНСЕЗ» ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ФРАНЦІЇ (1883–2026).....	83
МАНЬКО А., ЗІНЬКО Ю., АРДАН Х. МІСТО ЛЬВІВ У СТРУКТУРІ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ.....	87
МАСАЛІТІНА О. РОЛЬ УКРАЇНСЬКОГО ІНСТИТУТУ В РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ	91
МЕЛЕШКО А., ОНАЦЬКИЙ М. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ФРАНЦІЇ.....	94

МИРОСЄДІ О. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ СТАЛОГО ТА ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ В ТУРИСТИЧНУ ПОЛІТИКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	98
МОМОТ А. ЕВОЛЮЦІЯ ПОЗИЦІЇ КНР ЩОДО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ (2014–2025 РОКИ).....	101
МЯКОВА К. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	104
ОБОЛЕНЦЕВА Л. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА ДОВГОСТРОКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	106
ОБОЛЕНЦЕВА Л. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТУРИЗМУ У СТРАТЕГІЯХ ПОСТКОНФЛІКТНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДЕРЖАВИ	109
ПИЖИК В. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ	112
ПОДЛЕПІНА П. ТУРИЗМ ЯК ДИПЛОМАТІЯ ВРАЖЕНЬ: М’ЯКА СИЛА У ФОРМУВАННЯ БРЕНДІВ ДЕСТИНАЦІЙ.....	114
ПОСОХОВ І. РОЛЬ ТУРИСТИЧНИХ МЕГА-ПОДІЙ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ	117
ПРОЦЕНКО А. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІШОГО ТУРИЗМУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННИХ ЗМІН.....	119
ПРИСЯЖНЮК Р. ПРИНЦИП СУВЕРЕННОЇ РІВНОСТІ ДЕРЖАВ В МІЖНАРОДНИХ ІНСТИТУЦІЯХ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОГО ПОРЯДКУ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	123
РАДІОНОВА О. РОЛЬ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ ТЕРИТОРІЙ У КОНТЕКСТІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	126
РОМАНЮК І., КРУГЛА А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ ДО НОРВЕГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ	128
САВЧЕНКО В. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	131
СНІГУР В. МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ КОНТРОЛЮ ЗА ДОТРИМАННЯМ НОРМ МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО ПРАВА	134
СОКИРКО Є. ІННОВАЦІЇ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ КУРС У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЄС: ВИКЛИКИ ТА ОРІЄНТИРИ ДЛЯ УКРАЇНИ	137
СТАВРАТІ Ю. ФЕНОМЕН НАРКОТУРИЗМУ У МІЖНАРОДНОМУ ПРАВІ	140

СТАРЦЕВА С. БРЕНДИ УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ	143
СТЕЦЬКИЙ В., ОНИСЬКІВ К. ДОСВІД ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТУРЕЧЧИНИ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ В УКРАЇНІ	146
СТОВБУН В. ТРАНСФОРМАЦІЯ БЕЗПЕКОВОЇ ПОЛІТИКИ АВСТРІЇ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ТА СТРАТЕГІЧНОГО КОМПАСУ ЄС	149
СТОВБУН В. БАГАТОСТОРОННЯ ДИПЛОМАТІЯ АВСТРІЇ В МЕЖАХ ООН	152
ТЕРОНЯК А., БУЧКО Ж. ПРИНЦИПИ КОНЦЕПЦІЇ ЕКО-ГОТЕЛІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	155
ТКАЧУК Л. ВІД «БЕЗПЕЧНОЇ ГАВАНІ» ДО ЗОНИ РИЗИКУ: ДЕКОНСТРУКЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ДУБАЯ У НОВИХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЯХ	158
ТРИГУБ В. ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІВНІЧНОЇ МАКЕДОНІЇ	161
ТУЛАЙ О., КОВАЛЕНКО В. ТУРЕЧЧИНА ЯК ВАЖЛИВИЙ АКТОР ЧОРНОМОРСЬКОГО БАСЕЙНУ	164
УСАТОВА М. ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ФЕНОМЕНУ ВИГОРЯННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ЗАПИТУ НА РЕТРИТ-ТУРИЗМ СЕРЕД УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	166
ФАТХУЛЛОЄВА З. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНИ	169
ЦІВАТИЙ В. ТУРИСТИЧНА ДИПЛОМАТІЯ І РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР СВІТОВОГО МІЖНАРОДНО-ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ХХІ СТОЛІТТЯ	172
ЧЕПУРДА Г., АДАМЕНКО Є. ОЦІНКА СТІЙКОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	175
ЧОРНОБАЙ А. ПОЛІТИКА БАЛАНСУВАННЯ ТУРЕЧЧИНИ В ЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІСЛЯ АНЕКСІЇ КРИМУ	179
ШАМАРА І., ВОЛКОВА А. ІНСТРУМЕНТИ EXPORT DEVELOPMENT CANADA У ФІНАНСУВАННІ ВІДБУДОВИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	182
ШАМАРА І., ТЕХТІЛОВА М. ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ВЕКТОР РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	185
ШАМАРА І., САМУСЕНКО Г. РОЛЬ СВІТОВОГО БАНКУ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ.....	187
ШЕВЧУК О., БУЧИНСЬКА А., БУРБАН К. АМБАСАДОРИ ГЕОТУРИЗМУ ТА	

ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК УПРАВЛІННЯ ГЕОСПАДЩИНОЮ В УКРАЇНІ.....	189
ШКУРКО А., ОНАЦЬКИЙ М. ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ ТАЙВАНЮ	193
ЩУКА Г. ГОСПОДАР АГРОСАДИБИ ЯК МЕДІАТОР ВЕЛНЕС-ДОСВІДУ: ПОВЕДІНКОВИЙ АНАЛІЗ ЗА Л. КРОНБАХОМ.....	196
ЯЦЕНКО М. ОСНОВНІ НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ «М'ЯКОЇ СИЛИ» КИТАЮ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	199

ТУРИЗМ ТА ІНСТРУМЕНТАЛІЗАЦІЯ ПАМ'ЯТІ В ГЕОПОЛІТИЧНОМУ ПРОЄКТІ «СЕРБЬСЬКОГО СВІТУ» НА ЗАХІДНИХ БАЛКАНАХ

Анатолій Парфіненко

завідувач кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат історичних наук, доцент
E-mail: parfinenko@karazin.ua

У сучасних міжнародних відносинах туризм дедалі виразніше виходить за межі економічної функції, перетворюючись на інструмент символічної політики та геополітичного впливу. Західні Балкани є показовим прикладом такого середовища (Парфіненко, 2025). Після югославських воєн 1991–1999 рр. регіон зберігає фрагментовану культуру пам'яті, в якій туристичні практики перетинаються з політикою ідентичності. У цьому контексті концепція «Сербського світу» (Srpski svet) постає як форма сучасного ревізійонізму, що поєднує елементи м'якої сили, культурного націоналізму та нео-іредентизму.

Кульмінацією оформлення «сербського світу» в сучасні редакції стала «Декларація про захист національних і політичних прав та спільного майбутнього сербського народу» (Свесрпски сабор, 2024), яка була прийнята як сучасна політична адаптація ідей горезвісного Меморандуму Сербської академії наук та мистецтв 1986 р. та спричинила гостру міжнародну реакцію. У ширшому геополітичному сенсі цей Декларація не просто перегукується, а є фактично прямою копією неоімперської шовіністичної доктрини «Русского мира» (Parfinenko, 2023), заохочуючи інтеграцію «розділеного народу» через спільну історичну пам'ять, травму та наратив жертви. Водночас, попри значний масив досліджень геополітики Балкан, роль туризму як меморіальної практики та каналу трансляції цих наративів залишається недостатньо осмисленою.

Війни 1990-х рр., що супроводжували розпад Югославської федерації, були комплексом міжетнічних конфліктів, у яких поєдналися процеси державотворення, етнонаціоналізму та зовнішнього втручання. Рішення Міжнародного кримінального трибуналу щодо колишньої Югославії (МКТЮ) юридично зафіксували відповідальність за воєнні злочини, включно з геноцидом у Сребрениці. Однак, у сучасній сербській політиці пам'яті ці рішення піддаються релятивізації, запереченню або витісненню через альтернативні комеморативні дискурси. За президентства А. Вучича в Сербії відбувається сек'юритизація політики пам'яті, трансформація комеморативного ландшафту через консолідацію наративу «жертви західної агресії», стратегічне невизнання відповідальності за воєнні злочини, включаючи геноцид в Сребрениці. Закон про воєнні меморіали (2018) фактично встановлює державну монополію на інтерпретацію минулого, обмежуючи можливості вшанування «небажаних» жертв і закріплюючи рамку «визвольної боротьби» (Balkan Insight, 2018).

У туристичному вимірі ці наративи матеріалізуються через конкретні простори, маршрути та практики.

Зокрема, у геополітичному вимірі кейс Косова постає не лише територіальною суперечкою, а й боротьбою за збереження «онтичного простору», що є фундаментальним для онтологічної безпеки сербської держави та проекту «Сербського світу». Паломницькі маршрути до православних монастирів функціонують як форма символічного закріплення територіальних претензій (монастирі Високі Дечани, Грачаниця, Патріарший комплекс у Печі та церква Богородиці Левішки). Туризм тут стає інструментом легітимації політичної позиції через сакралізацію простору, дозволяючи Белграду утримувати символічний контроль над де-факто непідконтрольною територією.

У Республіці Сербській формується «паралельна культура пам'яті», в якій туристична інфраструктура використовується для витіснення пам'яті про воєнні злочини. Проект тематичного парку «Андричград» у Вишеграді є показовим прикладом відтворення сербської архітектурної давнини, де створюється альтернативний історичний наратив без відсилання до поліетнічної історії та насильства 1990-х рр. Це штучне містечко, споруджене за ініціативи режисера Еміра Кустуріці спільно з владою РС, імітує архітектуру «національної давнини» без урахування реальної історії місця, на якому розташовувався табір утримання боснійців. До війни в Сербії частка боснійців у Вишеграді становила понад 60%, а під час етнічних чисток місто було зруйноване, а потім «забуте».

Чорногорія є найбільш наочним прикладом того, як «Сербський світ» намагається «захопити» суверенну державу через мовну та ідентичнісну геополітику. Після парламентських виборів 2023 р. просербські та проросійські сили увійшли до правлячої коаліції. У 2026 р. ця коаліція активно просуває надання сербській мові статусу офіційної поряд із чорногорською. Але боротьба за мову є не тільки лінгвістичним, а онтологічним конфліктом. У туристичному вимірі це виявляється в активній розбудові «сербської» культурної інфраструктури в Чорногорії (Kotseva, 2026). Сербська православна церква (а не автокефальна Чорногорська православна церква) контролює ключові монастирі та паломницькі маршрути, зокрема Острог – найвідоміше місце паломництва в країні, що щорічно приймає сотні тисяч відвідувачів. Пам'ятник сербському королю Петру I та монументи, що з'являються у громадських просторах, формують «сербський» символічний ландшафт.

Зовнішньополітичний вимір «Сербського світу» проявляється у формуванні мнемонічних альянсів, передусім із Росією та Китаєм. Спільні наративи про «жертву Заходу» використовуються для конструювання символічної солідарності, яка підкріплює політичне співробітництво. Такі практики інтегрують регіональну політику пам'яті у ширший антизахідний дискурс.

Сукупно ці процеси мають безпосередні наслідки для регіональної безпеки. Туристична геополітика сприяє формуванню «паралельних реальностей», у яких історичні події інтерпретуються вибірково, що ускладнює постконфліктну реінтеграцію та підтримує потенціал конфліктності.

Список використаних джерел:

Сверспски сабор. (2024, 8 јуна). *Декларација о заштити националних и политичких права и заједничкој будућности српског народа*. Председник Републике Србије. <https://www.predsednik.rs/pres-centar/saopstenja/deklaracija-o-zastiti-nacionalnih-i-politickih-prava-i-zajednickoj-buducnosti-srpskog-naroda>

Parfinenko, A. (2023). Russian revisionism as a challenge to the international order. *Actual Problems of International Relations*, 154(1), 18–33. <https://doi.org/10.17721/apmv.2023.1.154.18-33>

Парфіненко, А. (2025). Роль туризму як міжнародно-політичного актора в посиленні економічного націоналізму та дефрагментації Югославії. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*, 2(61), 32–39. <https://doi.org/10.17721/1728-2292.2025/2-61/32-39>

Balkan Insight. (2018, June 29). *Serbian law says memorials must commemorate 'liberation wars'*. <https://balkaninsight.com/2018/06/29/serbian-law-says-memorials-must-commemorate-liberation-wars-06-29-2018/>

Kotseva, A. (2026, January 15). "Serbian World" in Podgorica? The push for Serbian as official language tests Montenegro's sovereignty. EU Alive. <https://eualive.net/serbian-world-in-podgorica-the-push-for-serbian-as-official-language-tests-montenegros-sovereignty/>



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПУБЛІЧНОЇ ТА КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ

Наталія Александрова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: natalia.aleksandrova@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

Туризм у сучасному світі дедалі більше виходить за межі суто економічного явища і перетворюється на важливий інструмент публічної та культурної дипломатії. Міжнародний туризм є дієвим механізмом реалізації «м'якої сили», що дозволяє державам формувати позитивний імідж, просувати національні інтереси та зміцнювати міждержавні зв'язки. У контексті глобалізації, коли інформаційний простір є відкритим і динамічним, саме культурні та гуманітарні інструменти набувають особливої ваги, а туризм стає одним із ключових каналів їх реалізації (Stezhko et al., 2020).

Передусім варто зазначити, що туризм забезпечує безпосередній контакт між представниками різних культур. На відміну від традиційних дипломатичних механізмів, які функціонують на рівні урядів, туризм діє на рівні суспільств і окремих громадян. Іноземні туристи, відвідуючи іншу країну, отримують можливість особисто ознайомитися з її культурою, традиціями, мовою та способом життя. Це сприяє формуванню більш об'єктивного уявлення про державу та зменшує вплив стереотипів. Таким чином, туризм виступає ефективним засобом культурної дипломатії, адже через міжкультурний обмін формується взаєморозуміння та довіра між народами.

Одним із основних завдань політики будь-якої держави є створення позитивного сприйняття, яке необхідно для її успішного просування на міжнародній арені та реалізації національних інтересів. Публічна дипломатія є важливим інструментом для досягнення цієї мети. Туризм безпосередньо впливає на сприйняття країни іноземцями, як один із основних проявів діяльності м'якої сили країни. Погляд на міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії дозволяє розглядати його як напрям формування позитивного іміджу, показник безпеки та відкритості, чинник залучення інвестицій та валютних надходжень (Скляр et al., 2025).

Важливим аспектом є також вплив туризму на формування міжнародного іміджу держави. Країни активно використовують туристичну галузь для створення позитивного образу на міжнародній арені. Через популяризацію культурної спадщини, історичних пам'яток, національної кухні та традицій формується привабливий бренд держави. У цьому контексті туризм стає складовою публічної дипломатії, оскільки дозволяє державі комунікувати зі світовою спільнотою через культурні та соціальні практики (Осіпов, 2024).

Окрім того, туризм сприяє просуванню національних цінностей і ідентичності. Культурні фестивалі, виставки, туристичні маршрути та інші заходи виступають платформою для демонстрації унікальності країни. Це особливо важливо в умовах глобальної конкуренції, коли держави змагаються за увагу міжнародної аудиторії. Відповідно, розвиток туризму стає не лише економічним, а й стратегічним завданням, спрямованим на зміцнення позицій держави у світі.

Міжнародний туризм впливає на зовнішню політику держав. Через туристичні потоки формується певний рівень взаємозалежності між країнами, що сприяє розвитку партнерських відносин. Зростання туристичних обмінів стимулює укладення міжнародних угод, розвиток інфраструктури та поглиблення співпраці у різних сферах. Таким чином, туризм виступає не лише інструментом культурної дипломатії, а й фактором, що впливає на політичні та економічні процеси.

Особливу увагу слід приділити ролі туризму як інструменту м'якої сили. На відміну від жорстких методів впливу (військова чи економічна сила) м'яка сила базується на привабливості культури, цінностей і політики держави. Туризм у цьому контексті є одним із найефективніших засобів її реалізації, оскільки дозволяє формувати позитивне ставлення до країни без прямого примусу. Через туристичний досвід іноземці отримують емоційний зв'язок із державою, що підсилює її вплив на міжнародній арені (Stezhko et al., 2020).

Для України туризм є важливим інструментом публічної та культурної дипломатії, особливо в умовах сучасних геополітичних викликів. Він дозволяє формувати позитивний міжнародний імідж держави через популяризацію культурної спадщини, історії, традицій та сучасних досягнень. Українські міста, культурні події, гастрономія та мистецтво стають засобами представлення країни на міжнародній арені, сприяючи кращому розумінню її ідентичності та цінностей. Тобто туризм виступає каналом комунікації між Україною та світом на рівні суспільств.

Важливим підтвердженням зростаючої ролі туризму як інструменту публічної дипломатії в Україні є практичні кроки держави та міжнародне визнання її культурного потенціалу. Зокрема, у 2021 році було створено Державне агентство розвитку туризму України, діяльність якого спрямована на формування та просування туристичного бренду України на міжнародному рівні. Попри повномасштабну війну, Україна продовжує реалізовувати культурно-дипломатичні ініціативи: українські міста, такі як Львів та Одеса, залишаються важливими культурними центрами, а історичний центр Одеса у 2023 році було включено до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Крім того, розвиток цифрових проєктів, віртуальних турів та міжнародних культурних заходів дозволяє Україні підтримувати інтерес до своєї культурної спадщини навіть в умовах обмеженої фізичної мобільності. Це свідчить про те, що туризм, у поєднанні з культурною дипломатією, залишається дієвим інструментом зміцнення міжнародного іміджу України та її присутності у глобальному гуманітарному просторі.

Туризм в Україні виконує важливу інформаційно-комунікативну функцію. Через безпосередній досвід перебування в країні іноземці отримують більш об'єктивне уявлення про її реалії, що сприяє подоланню стереотипів і зміцненню довіри. Це особливо важливо в умовах інформаційних викликів, коли формування правдивого образу держави є складовою публічної дипломатії. Розвиток туристичних ініціатив, міжнародних проєктів і культурних заходів дозволяє Україні зміцнювати свою присутність у глобальному просторі.

Перспективи розвитку туризму як інструменту дипломатії в Україні пов'язані з необхідністю комплексного підходу, який передбачатиме: модернізацію та розвиток туристичної інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів; підвищення якості туристичних послуг і формування конкурентоспроможного туристичного продукту; активне використання сучасних маркетингових інструментів просування туристичного потенціалу України; інтеграцію туризму до загальної стратегії зовнішньої політики як ефективного інструменту публічної дипломатії.

За умови ефективної державної підтримки туризм може стати дієвим засобом посилення м'якої сили України, сприяючи її міжнародному авторитету та розвитку міжкультурного діалогу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що туризм є важливим інструментом публічної та культурної дипломатії, який дозволяє державам формувати позитивний імідж, просувати національні інтереси та розвивати міжкультурні зв'язки. Він забезпечує ефективну комунікацію між країнами на рівні суспільств і сприяє зміцненню міжнародного співробітництва. У сучасному світі роль туризму як елементу «м'якої сили» постійно зростає, що робить його невід'ємною складовою зовнішньополітичної діяльності держав.

Список використаних джерел:

Желяскова, Т. (2025). Міжнародний туризм як інструмент культурної дипломатії та його вплив на зовнішню політику держав. *Соціально-політичні студії*, (9), 59–68. <https://dspace.onu.edu.ua/handle/123456789/42291>

Осіпов, С. С. (2024). *Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: Відновлення та перспективи розвитку туристичної галузі післявоєнної України* (Кваліфікаційна робота). https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8069/1/Осіпов%20С._КР.pdf

Скляр, Г., Лиман, С., Логвин, М., Тараненко, О., & Климова, Л. (2025). Трансдисциплінарність в дослідженні міжнародного туризму як інструменту публічної дипломатії. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*, 3(117), 77–82. <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2025-3-10>

Stezhko, N., Oliinyk, Y., Polishchuk, L., Tyshchuk, I., Parfinenko, A., & Markhonos, S. (2020). International tourism in the system of modern globalization processes. *International Journal of Management*, 11(3), 97–106. <https://ssrn.com/abstract=3568378>

ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ АРХІТЕКТУРИ СВІТОВОЇ БЕЗПЕКИ

Андрій Андросов

студент кафедри світової політики
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: andreywk12@gmail.com

Науковий керівник: докт. філос., доц. Богайчик Ю.В.

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року стало структурним зломом у системі міжнародної безпеки, що формувалася впродовж десятиліть після холодної війни. Цей конфлікт – найбільший в Європі з часів Другої світової війни – оголив фундаментальні суперечності між декларованими нормами міжнародного права та реальною поведінкою держав, які самі виступали гарантами цих норм. Зокрема, Будапештський меморандум 1994 року виявився позбавленим дієвих механізмів примусового виконання – що є симптоматичним свідченням вад архітектури безпеки постбіполярної доби.

Актуальність теми визначається кількома чинниками. По-перше, війна поставила під сумнів базові принципи Гельсінського заключного акту 1975 року – документу, що заклав засади ОБСЄ і проголосив непорушність кордонів та мирне врегулювання спорів (Conference on Security and Co-operation in Europe, 1975). По-друге, агресія спровокувала глибоку інституційну кризу ОБСЄ як головного механізму багатосторонньої дипломатії на пострадянському просторі: організація, покликана запобігати конфліктам, виявилась неспроможною ухвалити консолідоване засудження агресора. По-третє, конфлікт каталізував широку дискусію щодо переосмислення глобальної архітектури безпеки – від реформи Ради Безпеки ООН до пошуку нових форматів відповіді на гібридні загрози.

Сучасна архітектура міжнародної безпеки формувалась у логіці ліберального інтернаціоналізму – переконання у тому, що багатосторонні

інститути та економічна взаємозалежність здатні стримувати державну агресію (Ikenberry, 2011). ОБСЄ була одним із ключових виразників цієї логіки: її мандат охоплював три «кошки» – воєнно-політичний, економіко-екологічний та гуманітарний, – а польові місії в пострадянських країнах слугували інструментом раннього попередження конфліктів.

Проте системна слабкість ОБСЄ була закладена вже у момент її заснування. Консенсусний механізм ухвалення рішень, що вимагає згоди всіх 57 держав-учасниць, перетворює організацію на заручника найбільш деструктивного гравця. Після анексії Криму у 2014 році Росія систематично блокувала продовження мандату Спеціальної моніторингової місії в Україні та паралізувала роботу Форуму зі співробітництва в галузі безпеки з ключових питань (OSCE, 2022). Після 24 лютого 2022 року ОБСЄ виявилась неспроможною навіть формально кваліфікувати дії Росії як агресію – відповідна резолюція Постійної ради була заблокована самою РФ. Це підтвердило те, про що попереджала частина дослідників: організація, побудована на консенсусі між потенційними агресорами та їхніми жертвами, приречена на параліч саме тоді, коли потреба в ній є найвищою (Lehne, 2015).

Криза ОБСЄ є частиною ширшої ерозії ліберального міжнародного порядку. Мершаймер та інші представники реалістичної школи вказували (Mearsheimer, 2014), що просування західних норм на пострадянський простір сприймалось Москвою як екзистенційна загроза – що зрештою й стало тригером ескалації. Архітектура безпеки, в якій одна з ключових держав-учасниць сприймає саму систему як інструмент тиску, є нестійкою за своєю природою.

Паралельно відбувається фрагментація глобального управління безпекою. Рада Безпеки ООН також виявилась заблокованою правом вето Росії, що перенесло ключові дискусії на Генеральну Асамблею. Резолюція ГА ООН ES-11/1 від 2 березня 2022 року, прийнята 141 голосом, засудила агресію та підтвердила територіальну цілісність України – проте залишилась декларативним актом без механізмів примусового виконання (United Nations General Assembly, 2022). Таким чином, війна оголила системну невідповідність між формальною архітектурою безпеки, закладеною у 1970–1990-х роках, та реаліями конфліктного середовища XXI століття.

Криза ОБСЄ не є підставою для висновку про її остаточну нежиттєздатність – радше йдеться про необхідність переосмислення її мандату та інструментарію. Реформа має розвиватись у кількох взаємопов'язаних напрямках.

Першим і найбільш структурно значущим є перегляд консенсусного механізму. Запровадження процедури «консенсус мінус один» для рішень, пов'язаних із грубими порушеннями принципів Гельсінського акту, – за аналогією з Московським механізмом ОБСЄ у вимірі людини (OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights, 2020) – дозволило б організації зберігати дієздатність навіть в умовах блокування з боку держави-агресора.

Другим напрямом є зміцнення операційної автономії польових місій. Досвід Спеціальної моніторингової місії в Україні (2014-2022) (OSCE, 2022) продемонстрував як потенціал ОБСЄ у документуванні порушень, так і її критичну залежність від згоди держав-учасниць на продовження мандату.

Реформа передбачала б надання місіям захищеного фінансування та правового статусу, що не підлягає односторонньому скасуванню.

Третім виміром є переосмислення ролі ОБСЄ у повоєнному врегулюванні. За умови досягнення стійкого миру організація могла б відіграти ключову роль у верифікації угод про припинення вогню, моніторингу прав людини на постконфліктних територіях та відновленні довіри через структурований діалог. Саме ці функції є тим нішевим внеском, який ОБСЄ здатна зробити там, де НАТО та ЄС мають структурні обмеження або відсутню легітимність (Zellner, 2005). При цьому важливо розуміти принципову межу реформ: ОБСЄ не може перетворюватись на систему колективної безпеки з примусовими повноваженнями – це функція, закріплена за Радою Безпеки ООН (United Nations, 1945). Організація має зайняти чітку нішу медіатора, верифікатора та інкубатора норм.

Російсько-українська війна є маркером системної кризи архітектури безпеки постбіполярної доби та оголила фундаментальну суперечність між нормами Гельсінського акту й реальною поведінкою держав-гарантів (Conference on Security and Co-operation in Europe, 1975). ОБСЄ опинилась у стані інституційного паралічу, першопричиною якого є консенсусний механізм, що дозволяє державі-агресору блокувати будь-які дієві рішення зсередини. Водночас організація зберігає унікальний потенціал як інструмент постконфліктного врегулювання – за умови структурних реформ у сфері прийняття рішень та операційної незалежності місій. Майбутнє залежить від здатності держав- виробити спільне бачення оновленої архітектури безпеки: не як системи колективної оборони, а як незамінного медіатора та верифікатора у постконфліктну добу. Отже, реформування ОБСЄ є не лише інституційною необхідністю, а й ключовою умовою збереження багатосторонньої дипломатії як дієвого інструменту підтримання миру на пострадянському просторі в умовах трансформації глобального безпекового порядку.

Список використаних джерел:

Conference on Security and Co-operation in Europe. (1975). *Helsinki Final Act. CSCE*. <https://www.osce.org/helsinki-final-act>

Ikenberry, G. J. (2011). *Liberal leviathan: The origins, crisis, and transformation of the American world order*. Princeton University Press.

Lehne, S. (2015). *Reviving the OSCE: European security and the Ukraine crisis*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/europe/research/2015/09/reviving-the-osce-european-security-and-the-ukraine-crisis>

Mearsheimer, J. J. (2014). Why the Ukraine crisis is the West's fault: The liberal delusions that provoked Putin. *Foreign Affairs*, 93(5), 77–89. <https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2014-08-18/why-ukraine-crisis-west-s-fault>

OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights. (2020). *The Moscow mechanism: A reference guide*. ODIHR. <https://cdn.osce.org/sites/default/files/f/documents/7/5/526720.pdf>

OSCE. (2022). *Special Monitoring Mission to Ukraine: Activity reports 2022*. <https://www.osce.org/ukraine-smm/reports>

United Nations. (1945). *Charter of the United Nations*. <https://www.un.org/en/about-us/un-charter>

United Nations General Assembly. (2022, March 2). *Resolution ES-11/1: Aggression against Ukraine* (A/RES/ES-11/1). <https://docs.un.org/en/A/RES/ES-11/1>

Zellner, W. (2005). *Managing change in Europe: Evaluating the OSCE and its future role: Competencies, capabilities, and missions* (CORE Working Paper No. 13). Institute for Peace Research and Security Policy at the University of Hamburg.



РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ЯК КАТАЛІЗАТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ БАГАТОСТОРОННЬОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Валентина Бабіна

доцент кафедри міжнародних відносин та права,
Національний університет «Одеська політехніка»,
кандидат політичних наук, доцент

E-mail: v.o.babina@op.edu.ua

Сучасна система міжнародних відносин переживає період глибоких трансформацій, що пов'язані зі зміною глобального балансу сил, кризою інституцій ліберального міжнародного порядку та посиленням геополітичної конкуренції між провідними державами. У науковому дискурсі ці процеси часто інтерпретуються як прояви структурної трансформації міжнародної системи, що супроводжується зростанням ролі держав-ревізіоністів, переглядом усталених правил міжнародної взаємодії та переосмисленням функціонування міжнародних інституцій (Sukhorolskyi, Sukhorolska, 2024). У результаті цього міжнародне середовище характеризується підвищеним рівнем нестабільності, а механізми глобального управління дедалі частіше стикаються з викликами ефективності та легітимності.

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну у 2022 р. стало одним із найбільш значущих викликів для сучасної архітектури міжнародної безпеки. Російська агресія порушила фундаментальні принципи міжнародного права, зокрема принципи суверенітету, територіальної цілісності держав та незастосування сили у міжнародних відносинах, які закріплені у Статуті Організації Об'єднаних Націй. У цьому контексті російсько-українська війна виступає не лише регіональним конфліктом, а й важливим фактором трансформації сучасного світового порядку. Вона актуалізувала питання ефективності міжнародних механізмів безпеки, ролі міжнародних організацій у запобіганні конфліктам та здатності міжнародної спільноти реагувати на порушення норм міжнародного права.

Багатостороння дипломатія традиційно розглядається як один із ключових механізмів координації міжнародної політики держав у межах міжнародних організацій та міжурядових форумів. У контексті російсько-української війни важливу роль у мобілізації міжнародної підтримки України відіграли такі міжнародні структури, як Організація Об'єднаних Націй, Європейський Союз, НАТО та Рада Європи. Саме ці інституції стали важливими платформами для формування санкційної політики щодо держави-агресора, координації військової, гуманітарної та фінансової допомоги Україні, а також консолідації

політичної підтримки з боку демократичних держав. У межах цих міжнародних організацій відбувається формування спільних політичних позицій, ухвалення резолюцій та реалізація дипломатичних ініціатив, спрямованих на підтримку суверенітету та територіальної цілісності України.

Водночас війна продемонструвала і певні структурні обмеження існуючих механізмів міжнародної дипломатії. Зокрема, інституційна структура Ради Безпеки ООН, яка передбачає право вето для постійних членів, значно ускладнює можливість ефективного реагування міжнародної спільноти на випадки агресії з боку держав, що входять до складу цього органу. У результаті цього виникає необхідність пошуку альтернативних форматів дипломатичної взаємодії. Серед таких форматів можна виокремити створення коаліцій держав-партнерів, формування нових дипломатичних платформ підтримки України, а також активізацію регіональних механізмів безпеки.

У сучасних умовах важливим інструментом зовнішньої політики держав дедалі більше стає публічна дипломатія, яка передбачає комунікацію держави з міжнародною громадськістю, експертним середовищем та іноземними медіа з метою формування позитивного іміджу країни та пояснення її зовнішньополітичної позиції. Україна під час російсько-української війни продемонструвала ефективність використання інструментів публічної дипломатії для мобілізації міжнародної підтримки, посилення міжнародної солідарності та привернення уваги світової спільноти до подій війни (Yurchenko, 2024).

Одним із ключових елементів української комунікаційної стратегії стала дипломатія наративів, яка передбачає формування переконливих інтерпретацій міжнародних подій з метою впливу на міжнародну громадську думку. Україна активно формує наратив про війну як боротьбу за свободу, демократію та міжнародне право. Такий підхід дозволяє представити конфлікт не лише як двостороннє протистояння між державами, а як частину ширшого процесу захисту демократичних цінностей та міжнародного правопорядку. Значну роль у формуванні цього наративу відіграють виступи Президента України Володимира Зеленського перед парламентами іноземних держав, міжнародними організаціями та міжнародними форумами. Ці звернення стали важливим інструментом стратегічних комунікацій, що сприяють мобілізації політичної та суспільної підтримки України на міжнародному рівні (Zelenskyu, 2022).

Водночас українська дипломатія наративів функціонує в умовах активного інформаційного протистояння з російською пропагандою. Російська Федерація системно використовує інструменти інформаційної війни для поширення альтернативних інтерпретацій подій, спрямованих на дискредитацію України та легітимацію власних агресивних дій. У відповідь Україна формує комунікаційну стратегію, що базується на принципах відкритості, прозорості, документування воєнних злочинів та апеляції до норм міжнародного права. Важливу роль у цьому процесі відіграють міжнародні медіа, незалежні журналісти та міжнародні правозахисні організації. Таке протистояння наративів стало важливим елементом сучасної дипломатичної практики та значною мірою впливає на

формування міжнародної громадської думки щодо війни (Трофименко, Гридін, Петрова, 2024).

Окрему роль у розвитку сучасної української публічної дипломатії відіграють цифрові комунікаційні інструменти. Використання соціальних мереж, міжнародних медіаплатформ та цифрових каналів комунікації дозволяє оперативна поширювати інформацію про перебіг війни, протидіяти дезінформації та формувати позитивний міжнародний образ України. Цифрова дипломатія забезпечує швидку взаємодію з міжнародною аудиторією та створює можливості для прямої комунікації політичного керівництва держави з громадськістю різних країн. У цьому контексті сучасна дипломатія дедалі більше поєднує традиційні міждержавні механізми взаємодії з інноваційними інструментами стратегічних комунікацій (Dumanska, 2024).

Таким чином, російсько-українська війна стала важливим каталізатором трансформації сучасної системи міжнародних відносин та сприяла переосмисленню ролі дипломатії у врегулюванні міжнародних конфліктів. Досвід України демонструє, що ефективна дипломатія у XXI столітті потребує поєднання традиційних дипломатичних механізмів із сучасними інструментами публічної дипломатії, цифрової комунікації та стратегічних наративів. Саме синергія цих інструментів дозволяє державам формувати міжнародну підтримку, впливати на глобальний політичний дискурс та ефективно реагувати на виклики сучасної міжнародної системи.

Список використаних джерел:

Dumanska, M. (2024). Ukrainian public diplomacy during the Russian full-scale invasion. *Global Media Journal – German Edition*, 14 (2). <https://doi.org/10.60678/gmj-de.v14i2.307>

Sukhorolskyi, P., Sukhorolska, I. (2024). The public diplomacy of Ukraine in wartime: A path to reputational security. *Eastern Journal of European Studies*, 15(SI), 268–291. <https://doi.org/10.47743/ejes-2024-si13>

Трофименко, М., Гридін, І., Петрова, С. (2024). Громадянська дипломатія під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну: роль сторітелінгу у формуванні міжнародного іміджу держави. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія*. Вип. 39.

Юрченко, О. (2024). Публічна дипломатія як форма міжнародних комунікацій та її роль у формуванні іміджу України. *Економіка та суспільство*, (64). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-124>

Zelensky, V. (2022). Address to the U.S. Congress, March 16, 2022. President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua>



РОЗВИТОК РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У КОНТЕКСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Наталя Бабко

магістр кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: natalia.babko@ukr.net

Науковий керівник: к.і.н., доц. Парфіненко А.Ю.

Розвиток ринку готельно-ресторанних послуг Закарпатської області у сучасних умовах набуває особливого значення не лише як складова регіональної економіки, але й як інструмент формування позитивного міжнародного іміджу України та елемент туристичної дипломатії в умовах війни і майбутнього повоєнного відновлення. Закарпаття, завдяки своєму географічному положенню, природно-рекреаційному потенціалу та культурній багатоманітності, виконує роль своєрідного «вікна до Європи», що зумовлює специфіку функціонування готельно-ресторанного сектору як важливого елементу транскордонної взаємодії та міжнародної комунікації.

У сучасних умовах трансформації світового порядку та посилення ролі регіонів у міжнародних відносинах, туристична галузь набуває нових функцій, виходячи за межі суто економічної діяльності. Вона стає інструментом публічної дипломатії, через який формується уявлення про країну, її культуру, рівень безпеки, відкритість і готовність до співпраці. У цьому контексті готельно-ресторанні послуги виступають ключовим каналом комунікації між Україною та іноземними відвідувачами, забезпечуючи не лише сервіс, а й культурний досвід, що впливає на сприйняття держави на міжнародній арені (Парфіненко, 2023). Закарпатська область має значний потенціал для розвитку готельно-ресторанного бізнесу, що базується на поєднанні природних ресурсів, таких як Карпати, мінеральні води, ландшафтне різноманіття, та культурно-історичної спадщини, сформованої під впливом різних європейських традицій. Така синергія створює передумови для розвитку різних видів туризму, зокрема екологічного, гастрономічного, оздоровчого та культурного, що, у свою чергу, стимулює попит на якісні готельно-ресторанні послуги. Важливою особливістю регіону є його прикордонне розташування з країнами Європейського Союзу, що відкриває можливості для активної міжнародної туристичної співпраці та інтеграції у європейський туристичний простір.

Вплив російсько-української війни на функціонування ринку готельно-ресторанних послуг є багатовимірним. З одного боку, відбулося скорочення міжнародних туристичних потоків, зниження інвестиційної активності та зростання ризиків ведення бізнесу. З іншого боку, Закарпаття стало одним із регіонів, що прийняли значну кількість внутрішньо переміщених осіб, що

сприяло зростанню внутрішнього попиту на послуги розміщення та харчування. Це зумовило необхідність адаптації підприємств до зміненої структури попиту та підтримання якості обслуговування в умовах обмежених ресурсів. У цих умовах зростає значення впровадження принципів сталого розвитку, зокрема розвитку локальної гастрономії, підтримки місцевих виробників та використання екологічно безпечних технологій, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону (Гапоненко та ін., 2023).

Особливу роль у розвитку ринку готельно-ресторанних послуг відіграє гастродипломатія як складова культурної дипломатії. Закарпатська кухня, що поєднує українські, угорські, словацькі та румунські кулінарні традиції, може виступати ефективним інструментом міжкультурної комунікації та формування позитивного іміджу регіону. Розвиток гастрономічного туризму сприяє популяризації локальної культури, залученню іноземних туристів та створенню додаткової доданої вартості у сфері готельно-ресторанних послуг. У контексті повоєнного відновлення України готельно-ресторанний сектор Закарпатської області може відігравати важливу роль як один із драйверів економічного зростання та соціальної стабілізації. Відновлення туристичних потоків, залучення інвестицій та розвиток інфраструктури потребують формування ефективних механізмів державної підтримки та державно-приватного партнерства. Важливим напрямом є також інтеграція у європейські стандарти якості обслуговування, що дозволить підвищити конкурентоспроможність регіону на міжнародному ринку туристичних послуг.

Таким чином, сучасний стан ринку готельно-ресторанних послуг Закарпатської області характеризується поєднанням викликів та можливостей, обумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Умови війни актуалізують необхідність адаптації бізнесу до нових реалій, водночас відкриваючи перспективи для формування нової моделі розвитку, заснованої на принципах сталості, інноваційності та інтеграції у міжнародний простір. Використання потенціалу туристичної дипломатії, розвиток гастрономічного бренду регіону, впровадження цифрових технологій та орієнтація на європейські стандарти можуть стати ключовими чинниками забезпечення конкурентоспроможності готельно-ресторанного сектору Закарпаття у повоєнний період та його ефективної інтеграції у глобальний туристичний простір.

Список використаних джерел:

Гапоненко, Г., Парфіненко, А., & Шамара, І. (2023). Концепція сталого розвитку туризму повоєнної України як пріоритетний напрям комплексного відновлення галузі. *Україна у світових міжнародно-регіональних політичних та економічних процесах: Матер. Всеукр. наук.-практ. конф.* ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 144-165. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-7>

Парфіненко, А. (2023) Міжнародний туризм як складова частина ліберального світового порядку. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, (2(16)), 33-51. <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2023-02-33-51>



ІННОВАЦІЇ В СЕРВІСІ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ

Мар'яна Багрій

доцент кафедри туристичного бізнесу та гостинності,
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Ґжицького,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: kachmar.marjana@ukr.net

Сучасна індустрія туризму та гостинності функціонує в умовах високої конкуренції, швидких технологічних змін і зростаючих вимог споживачів до якості обслуговування. Турист дедалі частіше оцінює подорож не лише за матеріальними складовими (розміщення, харчування, транспорт), а й за емоційним враженням, рівнем комфорту, індивідуальним підходом та загальним сервісним досвідом. У цьому контексті інновації в сервісі стають визначальним чинником формування позитивного туристичного досвіду та довгострокової лояльності клієнтів.

Актуальність теми зумовлена необхідністю адаптації туристичних підприємств до нових очікувань споживачів, впровадження сучасних технологій та сервісних рішень, які забезпечують високу якість послуг і конкурентні переваги на ринку.

Туристичний досвід є комплексним явищем, що охоплює сукупність вражень, емоцій та оцінок, які виникають у туриста під час підготовки, здійснення та завершення подорожі. Він формується під впливом багатьох чинників, серед яких ключове місце займає сервіс.

Сервіс у туризмі — це не лише процес надання послуг, а й система взаємодії між туристом та персоналом, технологіями, інфраструктурою й середовищем дестинації. Якість сервісу безпосередньо впливає на сприйняття туристом подорожі, формування позитивних або негативних емоцій та загальну оцінку туристичного продукту (Активний туризм: теорія та практика: підручник, 2024).

У сучасних умовах традиційні підходи до обслуговування вже не забезпечують очікуваного рівня задоволеності клієнтів. Саме тому інновації в сервісі виступають інструментом підвищення якості туристичного досвіду.

Інновації в сервісі охоплюють широкий спектр змін — від упровадження цифрових технологій до трансформації підходів до обслуговування клієнтів. Серед ключових напрямів варто виділити такі (Education portal Tourism notes).

1. цифровізація сервісу: використання онлайн-бронювання, мобільних додатків, чат-ботів, електронних гідів та систем безконтактного обслуговування значно спрощує взаємодію туриста з підприємством. Цифрові інструменти підвищують зручність, швидкість обслуговування та доступність туристичних послуг.

2. персоналізація туристичних послуг: інноваційні сервіси дають змогу враховувати індивідуальні потреби та вподобання туристів. Персоналізовані маршрути, рекомендації, спеціальні пропозиції та індивідуальний підхід формують у туриста відчуття унікальності та підвищують рівень задоволеності.

3. інновації у взаємодії з клієнтами: сучасний сервіс орієнтований на клієнтоцентричну модель, де турист виступає активним учасником процесу створення туристичного продукту. Зворотний зв'язок, онлайн-опитування, рейтингові платформи сприяють удосконаленню якості обслуговування та формуванню довіри.

4. емоційні та досвідні інновації: все більшого значення набувають інновації, спрямовані на створення емоційних вражень: тематичні сервіси, інтерактивні екскурсії, культурні та гастрономічні події. Саме вони забезпечують глибокий і тривалий позитивний туристичний досвід.

Інновації в сервісі безпосередньо впливають на ключові складові туристичного досвіду: комфорт, безпеку, емоційне задоволення та загальне сприйняття якості подорожі. Завдяки інноваційним підходам турист отримує більш зручний, зрозумілий і привабливий сервіс, що відповідає його очікуванням.

Позитивний туристичний досвід, сформований завдяки якісному та інноваційному сервісу, сприяє:

- підвищенню рівня задоволеності туристів;
- формуванню лояльності та повторних відвідувань;
- позитивному іміджу туристичних підприємств і дестинацій;
- зростанню конкурентоспроможності туристичної галузі.

В умовах кризових явищ та трансформацій туристичного ринку інновації в сервісі стають не лише інструментом розвитку, а й необхідною умовою виживання підприємств індустрії туризму та гостинності (Pine B.J., Gilmore J.H., 2019).

Інновації в сервісі відіграють ключову роль у формуванні позитивного туристичного досвіду та забезпеченні сталого розвитку туристичної галузі. Вони сприяють підвищенню якості обслуговування, задоволеності туристів та конкурентоспроможності підприємств. Упровадження цифрових технологій, персоналізованих підходів та клієнтоорієнтованих моделей сервісу дозволяє створювати унікальний туристичний досвід, що відповідає сучасним вимогам і очікуванням споживачів.

Список використаних джерел:

Активний туризм: теорія та практика: підручник. (2024). Мальська М.П., Гамкало М.З., Романів П.В. Київ. Видавець ФОП Піча Ю.В., 248.

Education portal Tourism notes. <https://tourismnotes.com/adventure-tourism>

Pine B. J., Gilmore J. H. (2019). *The Experience Economy*. Boston : Harvard Business School Press, 336.



РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА ЯК ПОТЕНЦІЙНИЙ КАТАЛІЗАТОР ЗМІН СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ

Олександр Безрук

завідувач кафедри політології, соціології і культурології,
Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди,
кандидат політичних наук, доцент

E-mail: o.bezruk@hnpu.edu.ua

Російське повномасштабне вторгнення у 2022 році стало логічним продовженням гібридної фази війни РФ проти України. Водночас варто згадати інші кейси російської агресії проти республік пострадянського простору – Молдови (підтримка придністровських сепаратистів); Грузії (інспірація повстання проти законно обраного президента З. Гамсахурдіа, відторгнення (окупація) територій Абхазії та Південної Осетії); Чеченської Республіки Ічкерія, яка проголосила незалежність відповідно до Закону «Про порядок вирішення питань, пов'язаних з виходом союзної республіки з СРСР» №1409-І від 03.04.1990. Всі вони свідчать про нездатність міжнародних організацій, у першу чергу ООН, блокувати деструктивну діяльність країн-учасниць, особливо – постійних членів Ради Безпеки.

Отже, росія після завершення «холодної війни» не збавляла обороти щодо збереження контролю та присутності на територіях колишніх республік СРСР, порушуючи елементарні принципи дотримання суверенітету згаданих країн. Даний, означений, кейс став індикатором дисфункції системи міжнародної безпеки. Дійсно, реакція світового співтовариства на дії керівництва РФ протягом останніх 30-ти років були відверто млявими. У певному сенсі повномасштабна агресія проти України стала логічним продовженням реалізації російських експансіоністських амбіцій. Постає закономірне питання: чи стане російсько-українська повномасштабна війна приводом або каталізатором для переформатування системи міжнародної безпеки?

Зокрема, війна конкретно вплинула на країни ЄС в плані розуміння екзистенційної небезпеки з боку РФ та відповідних дій, спрямованих на забезпечення власної обороноздатності, збільшення військових бюджетів, посилення співпраці й підтримки України. Водночас, актуалізувалось питання життєздатності НАТО після приходу до влади в США президента Д. Трампа, який активно демонструє деяке віддалення від безпекового порядку денного європейських країн (Марчук, 2025).

З іншої сторони – криза / трансформація світового порядку зменшує імовірність формування нової системи міжнародної безпеки, ставлячи під сумнів, у цілому, можливість її існування у середньостроковій, тим більше, у найближчій перспективах. Фрагментація глобального політичного простору, тенденція конструювання мультиполярного світу – це умови, за яких створення

ефективної архітектури міжнародної безпеки залишається проблемою (Frederick, 2025).

На тлі недієздатності ООН та відсутності прямих дій, щодо її реорганізації або повної заміни на альтернативний інститут, безпекові питання не вирішуються. По суті, кожна держава, як самостійний актор міжнародної політики має, в першу чергу, зосередитись на власних проблемах безпеки та оборони, виходячи з того, що міжнародні правила співіснування де-факто дали збій, а наявні полюси центри сили (США, КНР) виступають ревізіоністами існуючого світового ладу (Парахонський, 2024).

Війна рф проти України продемонструвала, що будь-яка сучасна неядерна країна не мають жодних гарантій безпеки в теперішніх умовах. Такий стан зайвий раз підтверджує канонічний постулат реалізму стосовно визначення системи міжнародних відносин як анархічної. Ризики посилення колективного впливу з боку держав «авторитарної» вісі (т. зв. КРІНК – Китай, рф, Іран, Північна Корея) на баланс сил у світі є вельми значущими та очевидними. І при такому розвитку подій формування ефективної системи безпеки фактично неможливе. Це відображує негативний варіант розвитку подій у контексті забезпечення міжнародної безпеки (Buriachenko, 2024).

У позитивному (альтернативному) варіанті - російсько-українська війна може стати поштовхом до формування нової моделі міжнародної безпеки, заснованої на більшій відповідальності держав, технологічній перевазі та колективному стримуванні агресорів. Але такий варіант може бути реалізований, коли країни демократії усвідомлять рівень небезпеки та впровадять зміни у власну зовнішню та оборонну політики з метою демонстрації та готовності провадження власної сили перед авторитарним викликом.

Список використаних джерел:

Марчук М., Круглюк І. (2025). Європейська безпека в контексті російсько-української війни: глобальний і регіональний виміри. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 21. 178-185. DOI: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-21-21>

Парахонський Б.О., Яворська Г.М. (2024). Російська війна проти України як тригер змін міжнародної безпеки: базові наративи. *Національний інститут стратегічних досліджень*. Київ. НІСД. 49 с. DOI: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2024.02>

Buriachenko O. (2024). Transformation of international security mechanisms in the context of the russian-ukrainian war. *Society and Security*. DOI:10.26642/sas-2024-4(4)-14-19

Frederick Br., Evans A.T. et al. (2025). Consequences of the Russia-Ukraine War and the Changing Face of Conflict. *RAND*. URL: https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RBA3141-1.html



ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ: КЕЙС ХАРКОВА

Юлія Богайчик

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
доктор філософії (спеціальність 242 «Туризм»), доцент

E-mail: j.zghurska@karazin.ua

У сучасних умовах трансформації міжнародних відносин та посилення ролі публічної дипломатії туризм дедалі частіше розглядається як ефективний інструмент міжнародної комунікації. Туризм сприяє розвитку міжкультурного діалогу, формуванню позитивного міжнародного іміджу держав та міст, а також зміцненню партнерських відносин між країнами (Nye, 2004; Melissen, 2005).

Особливого значення туризм набуває в умовах війни та поствійськового відновлення. У таких умовах туризм виходить за межі економічної діяльності та стає важливим інструментом публічної дипломатії, сприяючи формуванню міжнародної підтримки, розвитку гуманітарних зв'язків та зміцненню міжнародної солідарності (Парфіненко, 2019).

Беззаперечним є той факт, що міста та громади відіграють ключову роль у розвитку туристичної публічної дипломатії. Саме на місцевому рівні формуються міжнародні партнерства, реалізуються культурні та туристичні проекти, розвивається співпраця з іноземними партнерами. У цьому контексті муніципальна дипломатія виступає важливим інструментом міжнародної взаємодії.

Доволі показовим прикладом використання туризму як інструменту публічної дипломатії є місто Харків, яке, як один із важливих центрів української туристичної та культурної інфраструктури, демонструє активну участь у глобальних туристичних ініціативах навіть у складних умовах війни. Місто продовжує підтримувати міжнародні контакти, розвивати співпрацю з іноземними партнерами та формувати позитивний міжнародний імідж.

Зокрема, участь Харкова у міжнародних виставках, таких як ITB Berlin, навіть у часи повномасштабного вторгнення, продемонструвала готовність міста до розвитку туризму навіть у складних умовах війни, а також сприяла налагодженню нових контактів із міжнародними туристичними організаціями. Більше того, такі заходи світового масштабу стають важливою платформою, яка дозволяє не лише започатковувати нові дієві контакти, але й гучно заявляти про міста та регіони. Наприклад, в рамках участі міста Харкова у ITB Berlin-2023 одним із ключових міжнародних досягнень у сфері туристичної дипломатії стало здобуття Харковом нагороди The Golden City Gate Award – Golden Star 2023 – однієї з платформ світового туристичного співтовариства (Ukrinform, 2023; City.kharkiv.ua, 2023).

Отримання нагороди є важливим елементом публічної дипломатії території та має багатовимірний вплив на розвиток туризму та публічної дипломатії Харкова.

Серед іншого, це слугує важливим сигналом підтримки міжнародної спільноти та посилює позитивне позиціонування українських міст на світовій туристичній арені.

Позитивний резонанс міжнародного кейсу стимулює внутрішній туристичний рух та мотивацію для розвитку локальних ініціатив, спрямованих на культурний туризм. Крім того, це створює довіру у міжнародних партнерів і туристичних операторів, що відкриває нові канали співпраці.

Даний кейс акцентує на тому, що туризм, у цьому контексті, виступає як інструмент публічної дипломатії та фіксує гіпотезу, що навіть у складних умовах війни місто здатне демонструвати свої культурні, освітні та туристичні ресурси, посилюючи міжнародну солідарність і підтримку для України.

Варто зазначити, що для повноцінного розвитку та ефективного використання туризму як інструмента публічної дипломатії важлива синергія з іншими міжнародними ініціативами, такими, наприклад, як Cities4Cities, ініціативою міжнародної муніципальної співпраці, яка створює нові можливості для міжміських партнерств, що сприяють публічній дипломатії та розвитку туризму українських громад. Дана ініціатива підтримує обмін знаннями, реалізацію спільних проєктів та розвиток культурних і туристичних програм у контексті європейської інтеграції та повоєнного відновлення.

Особливого значення туризм набуває у процесах повоєнного відновлення. Туристична галузь може стати драйвером економічного розвитку, створення нових робочих місць та відновлення інфраструктури. Крім того, туризм сприяє соціальній згуртованості громад та формуванню позитивного іміджу територій. Цифровізація відкриває нові можливості для розвитку туристичної дипломатії. Використання цифрових інструментів дозволяє просувати туристичні можливості міст, організовувати міжнародні онлайн-заходи та залучати міжнародну аудиторію навіть в умовах обмеженої мобільності.

На нашу думку, для підвищення ефективності використання туризму як інструменту публічної дипломатії, наразі, доцільно використовувати, серед іншого, такі механізми:

- активізація міжнародного співробітництва міст;
- розвиток туристичного брендингу територій;
- впровадження цифрових інструментів просування;
- розширення участі у міжнародних заходах;
- залучення міжнародних організацій до процесів відновлення.

Таким чином, інтеграція міжнародних відзнак та платформ у туристичну стратегію Харкова демонструє приклад того, як українські міста можуть використовувати туризм для дипломатичного позиціонування, підвищення глобальної впізнаваності та залучення партнерів. Така практика сприяє не лише туристичній привабливості, але й реалізації цілей публічної та культурної дипломатії, створенню міцних мереж співпраці та залученню інвестицій у сферу туризму, культури та креативних індустрій.

Кейс Харкова чітко демонструє потенціал використання туризму для формування міжнародного іміджу, розвитку партнерських відносин та підтримки процесів відновлення, підкреслюючи, що навіть у складних умовах війни та відновлення туризм може стати потужним інструментом публічної дипломатії та міжнародного партнерства, сприяючи відновленню міста та підвищенню його конкурентоспроможності на світовій арені.

Список використаних джерел:

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.

Melissen, J. (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.

Nye, J. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.

Парфіненко, А. Ю. (2019). Туризм і мир в політично розколотих націях. Актуальні проблеми міжнародних відносин, 139, 27–48.

Згурська, Ю. (2020). Інтерв'ю про образ Харкова. Проєкт CityFace. <https://www.cityface.org.ua/interviews/view/5>

Ukrinform. (2023). Україна презентувала свій туристичний потенціал на ITB Berlin. <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3836132-ukraina-prezentovala-svij-potencial-na-miznarodnij-turistichnij-vistavci-itb-berlin.html>

City.kharkiv.ua (2023). Харків презентували на міжнародній туристичній виставці в Берліні. <https://city.kharkiv.ua/news/vsi-novini/xarkiv-prezentovali-na-miznarodnii-turistichnii-vistavci-v-berlini-dopovнено>



СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЙ

Ігор Богач

здобувач 2 курсу (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

E-mail: boha41206@gmail.com

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бабко Н.М.

Сталий туризм у сучасних умовах набуває особливого значення як інструмент соціально-економічного відновлення постконфліктних територій, виступаючи не лише сферою господарської діяльності, а й важливим механізмом стабілізації суспільства, відновлення інфраструктури та формування позитивного міжнародного іміджу держави (Гапоненко та ін., 2023). Світовий досвід підтверджує, що туристична галузь здатна демонструвати високу адаптивність до кризових явищ. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації, у 2024 році міжнародний туризм фактично відновився до 99% допандемічного рівня, а кількість міжнародних поїздок сягнула близько 1,4 млрд, що на 11% більше, ніж у 2023 році («Світовий туризм повернувся до

показників до пандемії – ООН», 2025). Це свідчить про значний потенціал галузі до швидкого відновлення навіть після масштабних криз.

Особливо показовим є досвід країн, які пережили збройні конфлікти. Зокрема, Хорватія, де туризм майже повністю зупинився під час війни 1990-х років, у подальшому змогла не лише відновити галузь, але й вивести її на високий рівень конкурентоспроможності. Уже у 2000-х роках країна демонструвала стабільне зростання туристичних потоків, а доходи від туризму досягали близько 12 млрд євро на рік, що наблизило її до провідних туристичних держав Європи. Загалом щорічно Хорватію відвідує близько 10 млн туристів, а туризм формує до 15% її валового внутрішнього продукту (Пісецький, 2025). Подібні результати стали можливими завдяки системній державній політиці, активній міжнародній промоції та розвитку інфраструктури.

Аналогічно, досвід Ізраїлю демонструє здатність туристичної галузі функціонувати навіть у умовах тривалих безпекових ризиків, зберігаючи стабільний інтерес іноземних відвідувачів завдяки ефективним маркетинговим стратегіям та адаптивності бізнесу. Водночас у країнах, де конфлікти тривають або загострюються, спостерігається різке скорочення туристичних потоків. Наприклад, за оцінками аналітиків, у регіонах, охоплених конфліктами, кількість міжнародних прибуттів може зменшуватися на 11-27%, що супроводжується втратами десятків мільярдів доларів туристичних доходів (Кушнір, 2026).

У контексті України також відзначається значний потенціал розвитку туризму після завершення війни. Зокрема, дослідники підкреслюють, що зросте інтерес до так званих пам'ятних і символічних маршрутів, пов'язаних із подіями війни, що може стати новим напрямом туристичної діяльності (Бойко, Далевська, 2022). Крім того, перспективними вважаються розвиток ділового, медичного, екологічного та культурного туризму, а також активне залучення міжнародної підтримки та інвестицій. Водночас важливою передумовою розвитку галузі стане відновлення туристичної інфраструктури, зокрема транспортної доступності, об'єктів розміщення та закладів харчування. Значну роль у цьому процесі відіграватиме державна політика, спрямована на стимулювання інвестицій та створення сприятливого бізнес-середовища.

Очікується, що після завершення війни Україна може стати об'єктом підвищеного інтересу з боку іноземних туристів як країна з унікальним досвідом стійкості та відновлення. Це відкриває можливості для формування нового туристичного бренду держави, орієнтованого на цінності свободи, незламності та культурної самобутності. Важливим напрямом стане розвиток внутрішнього туризму як основи стабілізації галузі на початковому етапі відновлення. Зростатиме попит на безпечні, доступні та автентичні туристичні продукти, що відповідають сучасним очікуванням споживачів. Крім того, актуалізується необхідність підвищення якості сервісу та впровадження міжнародних стандартів обслуговування. Також важливим чинником стане цифровізація туристичних послуг, яка сприятиме розширенню доступу до ринку та підвищенню ефективності управління.

Таким чином, сталий туризм здатний виконувати роль потужного драйвера відновлення економіки навіть у складних постконфліктних умовах. Його

розвиток забезпечує не лише економічний ефект у вигляді доходів і зайнятості, але й сприяє формуванню соціальної згуртованості, міжнародної довіри та довгострокової стабільності територій.

Список використаних джерел:

Бойко, В., & Далевська, Н. (2022). Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інноваціями*. (3), 5-10. <https://doi.org/10.32782/СМІ/2022-3-1>

Гапоненко, Г., Парфіненко, А., & Шамара, І. (2023). Концепція сталого розвитку туризму повоєнної України як пріоритетний напрям комплексного відновлення галузі. *Україна у світових міжнародно-регіональних політичних та економічних процесах: Матер. Всеукр. наук.-практ. конф.* ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 144-165. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-7>

Людмила Кушнір. (2026, 5 березня). *Приголомшливі цифри: експерти підраховали, скільки втратить туризм Близького Сходу*. Молодий буковинець. <https://molbuk.ua/world/353297-prygomolomshlyvi-cyfyry-eksperty-pidrakhuvaty-skilky-vtratyt-turyzm-blyzkogo-skhodu.html>

Світовий туризм повернувся до показників до пандемії – ООН. (2025, 23 січня). Слово і діло. <https://www.slovoidilo.ua/2025/01/23/novyna/svit/svitovyyj-turyzm-povernuvsia-pokaznykiv-pandemiyi-onn>

Пісецький, М. (2025). Геоекономічні детермінанти стратегічного управління туризмом України в умовах повоєнного відновлення та безпекових викликів. *Економіка та суспільство* (81). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-98>



РОЛЬ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ РЕСПУБЛІКИ КОРЕЯ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Поліна Бомбик

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Email: polina.bombyk@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Панова І.О.

Цифровізація міжнародного середовища посилила значення «м'якої сили» в зовнішній політиці держав, підвищивши роль культури та публічної дипломатії у формуванні їхнього міжнародного іміджу. Республіка Корея послідовно залучила культурний ресурс до реалізації зовнішньополітичних цілей, поєднавши культурне просування держави зі зміцненням її міжнародних позицій. Важливим етапом інституціоналізації цього напрямку стало ухвалення в Республіці Корея Закону про публічну дипломатію, який набув чинності 4 серпня 2016 р. і заклав правову основу для системної координації відповідної діяльності.

Республіка Корея належить до високотехнологічних держав із вагомими позиціями у ключових секторах світової економіки. За підсумками 2025 р. Samsung посіла друге місце на світовому ринку смартфонів із часткою 19%, а

Hyundai Motor реалізувала 4 108 605 автомобілів. У напівпровідниковій сфері корейські компанії утримують провідні позиції у виробництві мікросхем пам'яті: станом на середину 2025 р. Samsung контролювала 32% світового ринку DRAM, а SK Hynix – 57% сегмента HBM. За таких умов культурна дипломатія Республіки Корея набула значення дієвого інструменту міжнародного впливу (International Data Corporation, 2025).

Водночас економіко-технологічний потенціал становить лише одну складову зовнішнього впливу Республіки Корея. Важливе місце в цій системі посідає культурний експорт, який посилює міжнародний імідж держави та розширює її комунікативні можливості у зовнішньому середовищі. Найвиразнішим проявом цього напрямку стала Халлю, або Корейська хвиля, що охоплює К-поп, серіальну продукцію, кінематограф, моду, гастрономію та інші формати масової культури. Міністерство закордонних справ Республіки Корея прямо визначає Халлю як важливий елемент публічної дипломатії, на основі якого здійснюється вивчення її поширення в різних країнах і підтримка діяльності фан-спільнот за кордоном. Формування цього ресурсу розпочалося у 1990-х рр., коли корейська популярна культура вийшла за межі внутрішнього ринку й набула поширення спершу в країнах Східної Азії, а згодом і в глобальному масштабі, перетворившись на дієвий інструмент міжнародного впливу держави

Попри стрімке зростання К-поп у 2010-х роках, офіційно поняття «публічна дипломатія» вперше почало використовуватися за каденції Пак Кин Хе, що на державному рівні встановило важливість просування власної культури у дипломатичному світі (Федорів, 2025). Зокрема, у «Білій дипломатичній книзі» 2024 року зазначається, що Міністерство закордонних справ сприяє формуванню атмосфери прихильності до Кореї в усьому світі шляхом проведення «Тижня Кореї» – демонстрації традиційного мистецтва до популяризації К-попу, кухні та тхеквондо. У 2024 році «Тиждень Кореї» відзначили у 156 дипломатичних представництвах по всьому світу (Global landscape and diplomatic activities, 2022).

Про масштаби популярності корейської культури за кордоном свідчать міжнародні тури К-поп виконавців і широка географія їхньої аудиторії. Прихильники з Європи відвідують концерти в Азії, тоді як корейські та китайські фанати вирушають до європейських країн. Така мобільність аудиторії відображає високий рівень транснаціональної залученості до корейського культурного продукту та засвідчує його здатність формувати стійкий інтерес до Республіки Корея в різних регіонах світу.

Показовим свідченням глобального поширення К-поп є масштаб концертної діяльності провідних корейських гуртів. Так, SEVENTEEN у 2024 р. зібрав понад 800 тис. глядачів у межах світового туру, а концертна діяльність BLACKPINK у 2023 р. охопила країни Азії, Європи й Америки, підтвердивши високий міжнародний попит на корейський музичний контент. Такі приклади засвідчують, що К-поп функціонує як дієвий канал культурної присутності Республіки Корея у світі, розширює міжнародну аудиторію корейського культурного продукту та посилює впізнаваність держави (Frankenberg, 2024).

Успіх К-попу сприяє зростанню кількості людей, що прагнуть вивчити корейську мову. Студентів у мовних школах Південної Кореї, а також слухачів курсів корейської з кожним роком стає все більше. До того ж популярністю мають і місцеві викладачі (Kim, Kim, Park, Choi, 2022). Окрім гуманітарного впливу, корейська культура також сприяє напливу туристів до країни із метою відвідати концерти та визначні культурні пам'ятки, купити оригінальну косметику та альбоми за низькими цінами. Це дозволяє зміцнювати економіку через збільшення прибутків у сфері послуг, й поглиблювати міжкультурний діалог.

Зростання доходів від туризму в Республіці Корея пов'язане з поширенням Халлю, яке посилює інтерес до країни та стимулює витрати іноземних відвідувачів усередині держави. У 2024 р. доходи від туризму становили 164,5 млрд дол. США. Водночас витрати громадян Республіки Корея на закордонні подорожі перевищували доходи від туризму і у 2024 р. сягнули 264,9 млрд дол. США, унаслідок чого туристичний баланс зберігав від'ємне значення на рівні – 100,38 млрд дол. США. Така динаміка засвідчує, що культурна дипломатія ефективно посилює туристичну привабливість держави, проте її вплив доцільно розглядати в межах гуманітарного, іміджевого та комунікативного вимірів, а не як універсальний інструмент усунення внутрішніх макроекономічних дисбалансів (Statistics, н.д).

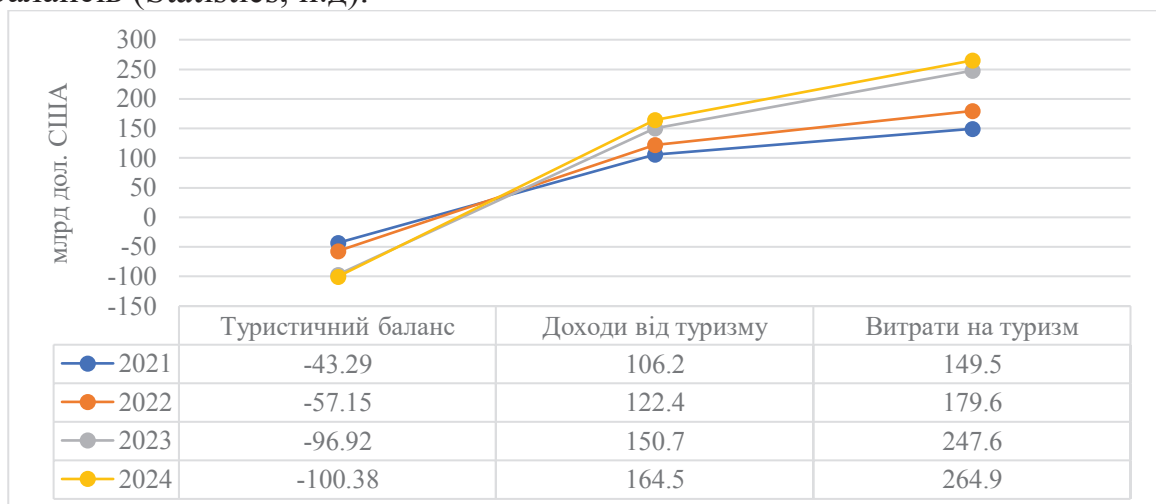


Рис. 1. Динаміка доходів від туризму, витрат на туризм і туристичного балансу Республіки Корея у 2021–2024 рр.

Джерело: (Statistics, н.д)

У сукупності наведені тенденції засвідчують, що культурна дипломатія Республіки Корея виконує функцію важливого інструменту зовнішньополітичного впливу, оскільки сприяє зміцненню міжнародного іміджу держави, розширенню її культурної присутності та формуванню сприятливого зовнішнього середовища для реалізації національних інтересів.

Отже, досвід Республіки Корея засвідчує, що культурна дипломатія є важливим чинником формування міжнародного іміджу держави. Глобальне поширення Халлю сприяло посиленню впізнаваності Республіки Корея у світі, розширенню її культурної присутності за кордоном та зростанню інтересу до

корейської мови, культури й туристичних практик. Ефективність корейської моделі значною мірою зумовлена поєднанням державної підтримки з високою динамікою креативного сектору, здатного самостійно продукувати конкурентоспроможний культурний продукт. У цьому контексті культурна дипломатія Республіки Корея є важливим ресурсом «м'якої сили», потенціал якого найвиразніше виявляється у гуманітарному, іміджевому та комунікативному вимірах.

Список використаних джерел:

Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. (2022). *Global landscape and diplomatic activities 2022 (Diplomatic White Paper)*. <https://surl.lu/idcral>

Ministry of Culture, Sports and Tourism, Republic of Korea. (n.d.). *Statistics*. <https://surl.li/aqmkym>

Федорів, І. (2025). Політика «м'якої сили» Республіки Корея: геополітичні можливості та наслідки. *Консенсус*, (1), 281-292. <https://doi.org/10.31110/consensus/2025-01/281-292>

Kim, J.-h.; Kim, K.-j.; Park, B.-t.; Choi, H.-j. (2022). The Phenomenon and Development of K-Pop: The Relationship between Success Factors of K-Pop and the National Image, Social Network Service Citizenship Behavior, and Tourist Behavioral Intention. *Sustainability*, 14, 3200. <https://doi.org/10.3390/su14063200>

Frankenberg, E. (2024). *Top 10 highest-grossing K-pop tours of 2024*. Billboard. <https://surl.lu/rgendu>

Worldwide smartphone market grows 2.6% in Q3 2025 as upgrades accelerate, driven by new innovative products [Press release]. (2025, October). *International Data Corporation*. <https://surl.li/cexdlm>



УКРАЇНА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ДАНІЇ У 2014–2023 рр.

Олена Брайчевська

доцент кафедри міжнародних відносин,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
кандидат історичних наук, доцент

E-mail: o.braichevska@kubg.edu.ua

Основу зовнішньополітичного курсу Королівства Данії до 2014 р. складали підтримка і поглиблення інтеграційних процесів у рамках Європейського Союзу, членство у НАТО, просування демократичних цінностей та дотримання норм міжнародного права. Разом з тим, протягом останніх двадцяти років Данія проводила «активістську» (Larsen, 2024, pp.76–106) зовнішню політику: активно співпрацювала із США та Великою Британією у військових місіях в Іраку та Сирії проти терористичних угруповань «Ісламська держава» (ІДІЛ), брала участь у військових операціях під керівництвом США в Афганістані та НАТО в Лівії. З 2013 р. Данія була учасницею Багатопрофільної комплексної місії ООН із стабілізації в Малі (MINUSMA). Участь у цих військових та стабілізаційних місіях під егідою США, НАТО та ООН мала на меті зміцнення трансатлантичних зв'язків і була свідченням готовності Данії брати на себе зобов'язання щодо підтримання міжнародної безпеки. Невелика з точки зору

ВВП, території, дипломатичних та оборонних можливостей держава прагнула компенсувати це активною участю у забезпеченні міжнародної безпеки.

Трансатлантичне партнерство та членство в НАТО розглядалися як головні умови забезпечення національної та міжнародної безпеки. Також велика увага у зовнішній політиці приділялася безпековій ситуації в Арктиці, участі у міжнародних організаціях, просуванню Цілей сталого розвитку. Така модель зовнішньої та безпекової політики давала можливість компенсувати обмежені матеріальні ресурси і оборонні можливості дипломатичною активністю, інтенсивною співпрацею із союзниками та значним міжнародним впливом.

Партнерство та активне двостороннє співробітництво з Україною до 2014 р. не були ключовими пріоритетами данської зовнішньої і безпекової політики. Дансько-українська співпраця зосереджувалась головним чином на підтримці структурних реформ в Україні: боротьба з корупцією, належне управління, децентралізація, інвестування в проекти державної інфраструктури через Данське агентство з міжнародного розвитку (Danida), підтримка громадських організацій та ініціатив. Головною метою співпраці було створення більш сприятливих умов для розвитку демократичних інститутів та громадянського суспільства в Україні.

Кардинальні зміни у пріоритетах зовнішньої і безпекової політики Королівства Данія щодо України відбулися у 2014 р. після анексії українського Криму та початку російської збройної агресії на Сході України. Данія була співавтором Резолюції Генеральної Асамблеї ООН (ES-11/4, 2022) «Територіальна цілісність України» ухваленої 27 березня 2014 на 68-й сесії ГА ООН, долучилося до обмежувальних заходів ЄС проти РФ, Програми ООН з відновлення та розбудови миру у Донецькій, Луганській та Запорізькій областях, стала контрибутором чотирьох із шести Трастових фондів НАТО, спрямованих на поліпшення логістики, систем управління та зв'язку, реабілітації та перекваліфікації колишніх військовослужбовців. В річному звіті МЗС Данії за 2015 р. війна Росії проти України, яка в цьому документі ще іменується «кризою», вперше названа порушенням основоположних принципів європейської безпеки та значним викликом для безпеки Королівства. (Annual Report, 2015, pp.16-18). Тому Данія і надалі продовжувала реалізацію політики підтримки територіальної цілісності України та структурних реформ як у двосторонніх відносинах, так і через ЄС та НАТО.

У 2017 р. Данія прийняла першу після анексії Криму, війни на Донбасі та міграційної кризи в Європі Стратегію зовнішньої та безпекової політики, яка була розрахована на 2017–2018 рр. (Government of Denmark, 2017, June, p.14). Якщо до 2014 року Україна в данських стратегічних документах згадувалася переважно в контексті демократії, реформ і європейської політики сусідства, то у цьому документі вона вже розглядається як один із факторів стримування Росії.

У Стратегії зовнішньої політики та політики безпеки на 2019–2020 рр. (Ministry of Defence of Denmark, 2018, November, pp. 6-26), яка була логічним продовженням попередньої Стратегії, було зазначено, що міжнародне середовище стало ще більш непередбачуваним, а правила і норми, на яких був

побудований міжнародний порядок, руйнуються. Анексія Криму та збройна агресія росії на Сході України розглядаються як приклад руйнування основоположного принципу міжнародного права – принципу непорушності кордонів, який є ключовим елементом європейської системи безпеки після Другої світової війни. Якщо силове перекроювання кордонів у Європі стане нормою, то безпека європейських держав, і Королівства Данія в тому числі також опиниться під загрозою. Тому Україна розглядається не тільки як держава, яка потребує допомоги у проведенні реформ, а й як приклад стійкості та ключовий фактор стримування росії.

Принципові зміни щодо пріоритетів співпраці з Україною були задекларовані у Стратегії зовнішньої політики та політики безпеки, прийнятої у 2023 р. (Ministry of Foreign Affairs of Denmark, 2023, May, pp. 12-14). У цьому документі наголошувалося, що війна, яку веде росія проти України, – це не локальний збройний конфлікт, а фундаментальний виклик європейській безпеці. Тому підтримка України розглядається як внесок у захист Данії та всієї Європи, а боротьба України за свободу і незалежність – це боротьба Європи за свободу, європейську безпеку та глобальний порядок, заснований на правилах. Співпраця з Україною визначена як стратегічний пріоритет зовнішньої та безпекової політики, на відміну від попередніх стратегій, де вона розглядалася здебільшого як складова політики, спрямованої на демократизацію пострадянського простору.

Протягом 2014–2023 рр. відбулася трансформація зовнішньої та безпекової політики Королівства Данія щодо України – від периферійного напрямку європейської політики сусідства до одного з головних стратегічних пріоритетів. Гуманітарна, дипломатична та військова підтримка України перетворилася на складову національної безпеки внаслідок усвідомлення факту, що безпека Данії та інших країн Європи безпосередньо пов'язана із стійкістю України та її здатності захищати свій суверенітет та територіальну цілісність.

Список використаних джерел:

- Government of Denmark. (2017, June). *Udenrigs- og sikkerhedspolitik strategisk strategi 2017–2018* (p. 14). <https://regeringen.dk/media/edihhsve/udenrigs-og-sikkerhedspolitik-strategisk-strategi.pdf>
- Larsen, H. (2024). Danish foreign policy activism: Mostly in the minds of the researchers? *Danish Foreign Policy Review*, 49, 76–106. Danish Institute for International Studies (DIIS). https://curis.ku.dk/ws/portalfiles/portal/395713591/Danish_Foreign_Policy_Review_2024.pdf
- Ministry of Foreign Affairs of Denmark. (2015). *Annual report 2015* (pp. 16–18). <https://um.dk/media/at4jr01j/ministry-of-foreign-affairs-of-denmark-annual-report-2015.pdf>
- Ministry of Defence of Denmark. (2018, November). *Foreign and security policy strategy 2019–2020* (pp. 6–26). <https://www.fmn.dk/globalassets/fmn/dokumenter/nyheder/engelske/-2018-11-15-foreign-and-security-policy-strategy-2019-2020-.pdf>
- Ministry of Foreign Affairs of Denmark. (2023, May). *Foreign and security policy strategy*. https://um.dk/media/ij2nwuyi/uss_2023_uk_.pdf

FROM TRANSFORMATION TO RESILIENCE: UKRAINE'S EUROPEAN AND EURO-ATLANTIC INTEGRATION THROUGH THE LENS OF POLAND'S EXPERIENCE

Vasylyna-Mykhailyna Burek

master's degree,

research fellow

The Mieroszewski Centre (Poland)

E-mail: vasylyna.burek@gmail.com

Ukraine's integration with the European Union and Euro- Atlantic structures under conditions of full-scale war constitutes a case that requires a revision of classical approaches to accession, Europeanisation, and post -communist transformation (Cadier, 2023, p.929-938). Unlike the states of Central and Eastern Europe, whose integration processes unfolded largely in conditions of peace and gradual institutional stabilisation, Ukraine is pursuing reforms, reconstruction, and alignment with the West while simultaneously conducting a defensive war (Kuzio, 2022). This means that integration no longer performs solely a modernising function; rather, it becomes part of a broader strategy of state survival, economic stabilisation, the strengthening of defence capabilities, and the redefinition of Ukraine's position within the European security system.

The point of reference for this analysis is the Polish integration experience, interpreted not as a model to be mechanically replicated, but as a case study for identifying the conditions necessary for effective institutional, economic, and security transformation. Poland's path towards integration with NATO and the European Union was based on a relatively orderly sequence: anchoring the state within Euro-Atlantic security structures preceded full integration with the EU (Żornaczuk, 2022). In Ukraine's case, however, this sequence is undergoing a fundamental modification. Security, reconstruction, public administration reform, alignment with the *acquis communautaire*, and the deepening of cooperation with NATO do not constitute successive stages, but rather interdependent processes unfolding simultaneously (Rabinovych, 2024, p.398-419).

The central research problem therefore concerns the scope and conditions under which the Polish experience can be transferred to Ukrainian realities. Poland's trajectory highlights the importance of an effective accession- oriented administration, the coordination of European policies, negotiation preparedness, the absorption of EU funds, local government reform, infrastructure modernisation, and the social legitimisation of reforms. At the same time, its direct application to Ukraine would be methodologically incomplete due to substantially different conditions: the ongoing war, the scale of infrastructure destruction, fiscal pressure, the specific role of the security sector, the structure of political and economic elites, and the transformed context of the European Union itself, including internal crises, political tensions, and debates over the Union's capacity to absorb further enlargement (Anghel & Džankić,

2023, p.491-499). The Polish experience may indicate ways of building administrative capacity, designing sectoral reforms, utilising EU funds, and modernising the defence sector. However, treating it simplistically as a “model to be copied” overlooks the fundamental differences between Poland’s peaceful transformation and Ukraine’s integration under wartime conditions.

The analysis is based on the assumption that Ukraine’s integration trajectory may be interpreted as a model of parallel integration, in which the European and Euro-Atlantic components remain functionally linked to state reconstruction and the strengthening of resilience. European integration in this context involves not only legal harmonisation, but also the development of institutional capacity, the stabilisation of public finances, the enhancement of economic competitiveness, infrastructure development, and Ukraine’s inclusion in European value chains. Euro-Atlantic integration, in turn, is not limited to the formal prospect of membership, but encompasses military interoperability, training according to NATO standards, the modernisation of the defence sector, and practical alignment with the Western security architecture. In this sense, the boundaries between domestic reform, reconstruction, and security policy become increasingly blurred (Delcour & Wolczuk, 2023).

The economic dimension also constitutes an essential element of the analysis. Poland remains an important trade and transit partner for Ukraine, while its experience in the development of small and medium-sized enterprises, investment attraction, the use of European funds, and administrative reforms may serve as a useful point of reference for Ukraine’s modernisation.

At the institutional level, the state’s capacity to coordinate reforms is of particular importance. The Polish experience demonstrates that European integration required long- term planning, a strong central coordination mechanism, well-prepared administrative personnel, and the involvement of ministries, central authorities, and territorial structures in the adaptation process. For Ukraine, this conclusion is of fundamental significance, as the scale of integration- related tasks overlaps with wartime needs, infrastructure reconstruction, and the management of multi-channel international assistance. Therefore, the effectiveness of integration will depend not only on the formal fulfilment of accession criteria, but also on the quality of public administration, the transparency of procedures, the capacity to absorb resources, and the coordination of actions between the central, regional, and local levels.

In the security dimension, the Polish experience makes it possible to capture the importance of Euro-Atlantic anchoring for the stabilisation of transformation. Ukraine, however, finds itself in a different situation: its cooperation with NATO is developing not as a preparatory stage under conditions of peace, but as a direct response to an existential threat. Training, standardisation, defence-industrial cooperation, and the involvement of Poland and other allied states in strengthening the capabilities of the Ukrainian Armed Forces constitute a process of functional Euro- Atlanticisation. Polish-Ukrainian military cooperation, including training according to NATO standards and participation in joint formats of cooperation, should therefore be understood as an important factor enhancing Ukraine’s defence capacity and supporting its practical convergence with Euro-Atlantic structures.

The proposed interpretation leads to the conclusion that, in Ukraine's case, integration should be analysed as a process shaped by three interdependent variables: security, institutional capacity, and economic reconstruction. Each of these variables affects the others. The absence of security limits the scope for reforms and investment; weak administration reduces the effectiveness of reconstruction and the absorption of resources; and insufficient economic recovery makes it more difficult to sustain public support for costly reforms. Thus, the classical model of accession based on linear adjustment to the *acquis* should be complemented by a perspective focused on state resilience and the governance of integration under conditions of prolonged crisis.

The key question, therefore, is not whether Ukraine can repeat Poland's path (Żornaczuk, 2022), but to what extent the Polish experience can help design Ukraine's integration as a parallel, institutionally managed process, closely linked to security and economic reconstruction.

References:

Anghel, V., Džankić, J. (2023). Wartime EU: Consequences of the Russia–Ukraine War on the Enlargement Process. *Journal of European Integration*, 45(3), 487–501, URL: <https://doi.org/10.1080/07036337.2023.2190106>

Cadier, D. (2023). La mue géopolitique de l'Union européenne. Fabrique et évolutions des politiques européennes à l'égard de l'Ukraine (2009–2022). *Revue française de science politique*, 73(6), 921–941, URL: <https://doi.org/10.3917/rfsp.736.0921>

Delcour, L., Wolczuk, K. (2023). Ukraine and the EU at the Time of War: A New Paradigm. *LibMod Policy Paper*, Centre for Liberal Modernity, January 2023, URL: <https://libmod.de/en/ukraine-and-the-eu-at-the-time-of-war-a-new-paradigm/>

Kuzio, T. (2022). *Russian Nationalism and the Russian-Ukrainian War: Autocracy-Orthodoxy-Nationality*. London & New York: Routledge, URL: https://www.researchgate.net/publication/356876677_Russian_Nationalism_and_the_Russian-Ukrainian_War_Autocracy-Orthodoxy-Nationality

Rabinovych, M. (2024). EU Enlargement Policy Goes East: Historical and Comparative Takes on the EU's Rule of Law Conditionality vis-à-vis Ukraine. *The Hague Journal on the Rule of Law*, 16, 395–423, URL: <https://doi.org/10.1007/s40803-024-00223-6>

Żornaczuk, T. (2022). *Demand the Impossible: How Ukraine Became a Candidate for EU Membership*. PISM Policy Paper. Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, URL: <https://www.europeum.org/wp-content/uploads/pism-intempl-final-1.pdf>

Żornaczuk, T. (2022). Komisja Europejska wobec włączenia Ukrainy, Mołdawii i Gruzji do polityki rozszerzenia UE. *PISM Komentarz*, nr 101, Czerwiec 2022. Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, URL: <https://www.pism.pl/publikacje/komisja-europejska-wobec-wlaczenia-ukrainy-moldawii-i-gruzji-do-polityki-rozszerzenia-ue>.

ФЕНОМЕН ОБОРОНИ «АЗОВСТАЛІ» В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Дарья Вельбой

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: daria.velboi@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

В умовах повномасштабного вторгнення публічна дипломатія стає рівноцінним фронтом поруч із військовим, економічним та технологічним. Класична дипломатія, що послуговується нотами та закритим переговорам, виявилась надто повільною для реагування на виклики війни. Натомість на перший план вийшла цифрова та публічна дипломатія – пряма комунікація із суспільствами інших країн, здатна формувати емоційний тиск на політичні еліти. Яскравим прикладом такої дипломатичної дії, яка змінила сприйняття України у світі, стала 86-денна оборона Маріуполя, символом якої є металургійний комбінат «Азовсталь».

На початку повномасштабного вторгнення домінуючим наративом у західних медіа були вислови, що Україна це держава-жертва, що приречена на швидку поразку. Оборона «Азовсталі» стала ж ключовим фактором руйнації цього міфу. Завдяки грамотній побудові комунікації, гарнізон Маріуполя генерував контент, який безпосередньо впливав на західні аудиторії. Світлини та відеозвернення, пресконференції для іноземних журналістів прямо з підземель заблокованого заводу створювали ефект безперервної присутності. У результаті публічна дипломатія України отримала найсильніший аргумент: Захід має озброювати не просто жертву агресії, а націю героїв, здатних на надлюдський спротив (Сліпецька & Туровський, 2023).

Унікальність прикладу «Азовсталі» полягає у взаємодії військових зусиль, політичної верхівки країни та глобального суспільства. Кампанія із порятунку під гаслом #FreeAzovstal вийшла далеко за межі класичних дипломатичних дій. Зокрема, у сфері культурної дипломатії інформаційний вибух створив заклик фронтмена гурту «Kalush Orchestra» зі сцени конкурсу «Євробачення-2022» врятувати гарнізон Маріуполя, що свідомо порушило деполітизований статус міжнародного заходу.

Водночас відбулося масштабне залучення нетипових акторів до зовнішньополітичного процесу. Звернення родин захисників до Папи Римського, лідерів Туреччини, Китаю та інших держав, стало прикладом низової дипломатії, коли пересічні громадяни перебирають на себе функції амбасадорів. Зрештою, саме цей суспільний резонанс та міжнародний тиск змусили впливові інституції,

такі як керівництво ООН та Міжнародного комітету Червоного Хреста, особисто втрутитися в процес організації гуманітарних коридорів (Панова & Вельбой, 2025). Лідери держав також закликали негайно допомогти тим, хто опинився в облозі. Зокрема, Президент США Джо Байден висловив підтримку, зазначивши, що «мужність і стійкість захисників, зокрема тих, хто захищає «Азовсталь», вражає весь світ». Борис Джонсон, на той час прем'єр-міністр Великої Британії, зазначив: «Захисники Маріуполя, включно з героями «Азовсталі», показали неймовірний приклад мужності та відданості своїй країні», а голова Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн заявила: «Європа поруч з Україною. Ми захоплюємося хоробрістю українських воїнів, які захищають свою землю, зокрема тих, хто захищає «Азовсталь» (BBC News Україна, 2022a, 2022b) .

Окремим аспектом публічної дипломатії, пов'язаної з феноменом «Азовсталі», стала його успішна конвертація в інструмент економічної дипломатії та глобального фандрейзингу. Ефективне управління інформаційними та репутаційними активами в умовах війни дозволяє формувати сильні бренди-символи, що позитивно впливає на залучення зовнішніх ресурсів (Brand Ukraine, 2022). Унікальним практичним кейсом стала ініціатива фандрейзингової платформи UNITED24 зі створенням браслетів «Символ незламності» з останньої довоєнної партії металу комбінату. Цей проєкт продемонстрував інноваційний підхід до комунікації з іноземними донорами. Він не лише генерував фінансові надходження для Збройних Сил України, а й матеріалізував міжнародну солідарність, перетворивши знищений промисловий об'єкт на амбасадора української стійкості.

Розглядаючи оборону Маріуполя в контексті довгострокових дипломатичних наслідків, варто зазначити, що після деокупації території завод неминуче стане центральним елементом української політики пам'яті. Розвиток цього меморіального простору слугуватиме інструментом донесення правди про російську агресію до наступних поколінь європейців, формуючи підґрунтя для перетворення місця трагедії на місце міжнародної консолідації (Horbyk & Boyko, n.d.).

Отже, феномен «Азовсталі» вийшов далеко за межі суто військової операції, перетворившись на взірцевий приклад сучасної публічної дипломатії. Комунікація захисників з отчення дозволила Україні виграти боротьбу за глобальні наративи, а взаємодія зусиль держави, військових та громадянського суспільства змусила діяти впливові міжнародні інституції. Крім того, перетворення символу стійкості в глобальний фандрейзинговий бренд засвідчила інноваційність вітчизняної дипломатії в умовах війни. Зрештою, досвід Маріуполя довів, що інформаційні інструменти здатні проривати блокаду, безпосередньо впливаючи на формування нової архітектури світової підтримки України.

Список використаних джерел:

Brand Ukraine. (2022). *Brand Ukraine annual report 2022*. https://brandukraine.org.ua/documents/50/ENG_Brand_Ukraine_Annual_report_2022.pdf

BBC News Україна. (2022a). *Битва за Донбас, «Азовсталь» тримає удар*. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-61156831>

BBC News Україна. (2022b). *Росія штурмує «Азовсталь», Джонсон дасть Україні ракети і бойові дрони*. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-61314621>

Horbyk, R., & Boyko, A. (n.d.). *Swarm communication in a totalising war: Media infrastructures, actors and practices in Ukraine during the 2022 Russian invasion*. <https://www.researchgate.net/publication/378261365>

Панова, І. О., & Вельбой, Д. Р. (2025). Оборона стратегічного об'єкта України: міжнародна реакція, гуманітарні та політичні наслідки. *Бізнес Інформ*, 2, 33–38. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-2-33-38>

Сліпецька, Ю., & Туровський, І. (2023). Російсько-українська війна та її вплив на трансформацію міжнародного іміджу України. *Грані*, 26(6), 20–28. <https://doi.org/10.15421/1723124>



МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ КАНАДИ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ

Анна Волкова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: volkova.anna@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сідоров М.В.

У сучасних міжнародних відносинах туризм дедалі частіше розглядається як сектор послуг і водночас як форма транскордонної комунікації, що впливає на зовнішнє сприйняття держав, їхню репутацію та міжнародну привабливість. Переміщення туристичних потоків, участь у культурних подіях, знайомство з локальними практиками, інфраструктурою та моделями суспільної організації формують уявлення іноземних аудиторій про країну значно ширше, ніж звичайне споживання туристичного продукту. Саме тому міжнародний туризм упродовж останніх десятиліть дедалі виразніше інтегрується у сферу публічної дипломатії, брендингу держави та політики м'якої сили.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням значення міжнародного туризму як інструменту публічної дипломатії Канади в умовах глобальної конкуренції за мобільність, інвестиції, міжнародні події та увагу зовнішніх аудиторій. Федеральна туристична стратегія «Canada 365: Welcoming the World. Every Day» визначає туризм як один із драйверів економічного зростання, зайнятості та регіонального розвитку, а Destination Canada у стратегії Tourism 2030: A World of Opportunity прямо пов'язує майбутнє сектора з підвищенням глобальної привабливості Канади та поверненням країни до групи семи провідних світових дестинацій до 2030 р. (Government of Canada, 2023).

У науковій літературі публічну дипломатію розуміють як напрям зовнішньополітичної діяльності, спрямований на взаємодію держави із зарубіжними суспільствами, формування сприятливого зовнішнього середовища та просування національних інтересів поза межами суто міжурядових контактів.

Nicholas J. Cull у дослідженні *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories* розглядає її як сукупність практик слухання, адвокації, культурної дипломатії, освітніх обмінів та міжнародного мовлення (Cull, 2008). У цьому контексті міжнародний туризм доцільно розглядати як один із прикладних інструментів публічної дипломатії, оскільки саме туристичний досвід створює для іноземної аудиторії безпосередній контакт із культурою, соціальним середовищем, інфраструктурою та повсякденною організацією життя країни. У цьому контексті туризм впливає на рівень довіри до держави, формування її міжнародного іміджу та здатність підтримувати довгострокову зовнішню прихильність. Такий підхід узгоджується з розумінням туризму як чинника неформальних міжнародних зв'язків і складової м'якої сили (Parfinenko, 2016).

Для Канади цей механізм має особливе значення. Туристичне позиціонування країни ґрунтується на поєднанні кількох характеристик, які мають безпосередній дипломатичний ефект: безпека, інклюзивність, багатокультурність, висока якість природних ресурсів, розвинена інфраструктура та передбачуваність інституційного середовища. У такій моделі туристична політика виконує ширшу функцію, ніж просто стимулювання попиту на поїздки, оскільки через просування дестинації Канада транслює іноземним аудиторіям образ відкритої, сучасної та стійкої держави. У цьому контексті міжнародний туризм стає інструментом іміджевого впливу: враження від країни, сформоване через туристичний досвід, працює як канал м'якої сили не менш ефективно, ніж культурні програми чи офіційні комунікаційні кампанії (Лялька, 2025).

Ключовим документом, що визначає сучасні стратегії Канади у цій сфері, є *Canada 365: Welcoming the World. Every Day*. У ньому зафіксовано курс на довгострокове зростання сектору, розвиток туристичних активів країни, підтримку працівників і громад, залучення інвестицій та стимулювання цілорічного туризму. Стратегія передбачає *Tourism Growth Program* обсягом 108 млн канадських доларів на три роки, а також щорічне фінансування *Destination Canada* на рівні 96,5 млн доларів для міжнародного маркетингу, аналітики туристичних ринків і залучення великих подій. Подальший розвиток цих положень відображено у стратегії *Destination Canada Tourism 2030: A World of Opportunity*, у якій визначено цільові параметри розвитку туризму: збільшення щорічних туристичних доходів до 160 млрд доларів і входження Канади до групи семи провідних світових дестинацій до 2030 р. (Government of Canada, 2023).

Економічні показники підтверджують, що туристичний сектор Канади зберігає вагомий роль у національній економіці. За даними *Statistics Canada*, у IV кварталі 2025 р. реальний туристичний ВВП зріс на 1,2% порівняно з попереднім кварталом і на 2,2% у річному вимірі, а частка туризму в номінальному ВВП становила 1,74%. Загальні туристичні витрати у IV кварталі 2025 р. досягли 26,9 млрд доларів, збільшившись на 1,2%, тоді як витрати міжнародних відвідувачів зросли на 3,6%, що стало найшвидшим темпом за два роки (*Statistics Canada*, 2026).

Водночас динаміка міжнародного туризму Канади залишається нерівномірною та залежною від зовнішньополітичних чинників. За даними

Statistics Canada, загальна кількість міжнародних прибуттів до Канади у 2025 р. становила 72,9 млн, що на 10,9% менше, ніж у 2024 р.; при цьому статистичне відомство прямо пов'язує цю динаміку з політичними напруженнями між Канадою та США. У січні 2026 р. кількість поїздок резидентів США до Канади становила 1,1 млн і була на 0,3% нижчою, ніж роком раніше (Statistics Canada, 2026). Такі дані свідчать, що для Канади туристична дипломатія функціонує в умовах підвищеної залежності від ширшого міжнародно-політичного контексту, а отже потребує диверсифікації ринків та посилення стратегій репутаційної стійкості.

За цих умов туристична політика Канади зосереджується на кількох стратегічних напрямках. Перший пов'язаний із розвитком цілорічного туризму та зменшенням сезонної концентрації попиту. Другий – із просуванням природних ресурсів, outdoor-сегмента та просторової унікальності країни. Третій пов'язаний із підтримкою Indigenous tourism, який розглядається як спеціалізований ринковий сегмент і водночас як важлива форма культурної репрезентації країни. Четвертий напрям охоплює business events, міжнародні конференції, фестивалі та масштабні події, які поєднують високий економічний ефект із потужною міжнародною видимістю. Окремого значення набуває інфраструктурна модернізація: уряд Канади продовжує підтримувати транспортну доступність і стійкість логістики через інструменти федерального інвестування, зокрема в межах National Trade Corridors Fund (Destination Canada, 2024).

Сучасні виклики розвитку міжнародного туризму в Канаді мають комплексний характер. До них належать кадровий дефіцит, потреба в оновленні туристичної інфраструктури, сезонність попиту, загострення конкуренції між дестинаціями та посилення екологічних вимог. У стратегії Destination Canada увагу зосереджено на кількості візитів, якості туристичного досвіду, впливі туризму на громади, екологічній сталості та довгостроковій конкурентоспроможності. За таких умов міжнародний туризм у сучасній Канаді дедалі чіткіше постає як багаторівневий інструмент публічної дипломатії, що поєднує економічну результативність, репутаційний капітал, культурну репрезентацію та зовнішнє позиціонування держави.

Отже, міжнародний туризм у Канаді доцільно розглядати як повноцінний інструмент публічної дипломатії, через який держава формує довіру іноземних аудиторій, зміцнює свій привабливий міжнародний образ і підтримує довгострокове зовнішнє позиціонування. Актуальні канадські стратегії свідчать про те, що туристична політика країни дедалі чіткіше поєднує маркетинг дестинації, інвестиційні рішення, підтримку регіонів, розвиток культурних і подієвих форматів та екологічні стандарти. За цих умов ефективність туризму як інструменту публічної дипломатії Канади визначатиметься кількісними показниками міжнародних прибуттів і спроможністю держави пропонувати міжнародній аудиторії стійкий, безпечний, якісний і ціннісно привабливий досвід перебування.

Список використаних джерел:

Лялька, Ю. М. (2025). Особливості публічної дипломатії Канади та Австралії на початку XXI ст.: компаративний аналіз. *Український політико-правовий дискурс*, (14).

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18949354>

Canada 365: Welcoming the World. Every Day: The federal tourism growth strategy. Innovation, Science and Economic Development Canada. (2023). *Government of Canada*. <https://surl.li/yivvle>

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31–54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311952>

Destination Canada's 2030 tourism strategy. (2024). *Destination Canada*. <https://www.destinationcanada.com/en-ca/programs/destination-canada-2030-tourism-strategy>

International arrivals to Canada, 2025. Government of Canada. (2026, March 26). *Statistics Canada*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/260326/dq260326a-eng.htm>

Parfinenko, A. Yu. (2016). Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, (127, ч. I), 27–41.



ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ГРУЗІЇ

Ірина Волкова

старший викладач кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: volkova@karazin.ua

Туризм є складовою економічної дипломатії Грузії і відіграє важливу роль в міжнародних відносинах з країнами світу.

Незважаючи на невеликі розміри (площа Грузії становить 69700 км² включаючи території Республіка Абхазія та Південна Осетія), Грузія обдарована як природними, так і культурно-історичними рекреаційними та туристичними ресурсами. На їх основі розвиваються багато видів туризму таких, як приморський рекреаційний, лікувально-оздоровчий, гірськолижний, природно-пізнавальний, екологічний, релігійний, культурно-пізнавальний, винний, гастрономічний.

На території Грузії досить розвинута туристична інфраструктура. За даними Національної служби статистики Грузії (НРСГ), станом на 01 грудня 2024 року функціонує 2955 готель, а також 809 інших об'єктів короткострокового розміщення гостей. Найбільше готелів зосереджено в Тбілісі, в АР Аджарія та в регіоні Імереті [1]. Тенденція з розміщення категорійних готельних підприємств у регіонах Грузії майже збігається із загальною їх кількістю у регіонах. В основному вони розташовані в Тбілісі, курортних та туристичних регіонах. В Тбілісі та Батумі представлені готельні мережі Марріотт, Редіссон, Шератон, Нілтон, Білтмор, Амбасадор. За даними НССГ, крім готелів, у країні також діють 409 просторів короткострокового розміщення.

Із загальної кількості гостей громадяни Грузії лідирують і становлять 36,5%, громадяни країн СНД – 17,7%, громадяни країн ЄС лише 5,2% і на громадян інших країн світу доводиться – 40,6%. Головною метою поселення в готелі є

рекреація та відпочинок. З цієї метою зупиняються 85,5%. Ділові поїздки становлять 12,0%. На особисті поїздки припадає менше 1% і на решту всіх цілей – 1,5%.

Міжнародне співробітництво Грузії у сфері туризму успішно розвивається. Особливі темпи набирає в післякоронавірусний період. За даними Національної адміністрації туризму Грузії протягом 2022 р. Грузію відвідали 5 426 903 іноземних туристів. З цього числа 3652949 зафіксовані як міжнародні туристичні відвідування. У 2023 року Грузію відвідало понад 7 072 220 мільйонів іноземних мандрівників-нерезидентів, що на 75,6%. У 2023 р. відбулося 4669467 міжнародних туристичних візитів до Грузії. У 2024 р. Грузія прийняла близько 7,37 млн міжнародних мандрівників, з яких 5,1 млн були туристами (NSOG, 2022, 2023, 2024).

Протягом 2025 р. в Грузії було зафіксовано рекордне 7,8 млн. в'їздів міжнародних мандрівників, що на 6% більше, ніж у 2024 р. З них 6,9 млн. припадають на візити міжнародних відвідувачів, також зі зростанням на 6%. За звітний період іноземні гості здійснили 5,5 млн. туристичних візитів, що на 8% перевищує показник 2024 року (GNTO, 2025).

За даними Нацбанку Грузії доходи від міжнародного туризму в 2025 році досягли рекордних \$4,6–4,7 млрд, що на 6% більше за показники 2024 року. Галузь стала ключовою для економіки, забезпечуючи близько 60% експорту послуг та становлячи значну частину ВВП. Загальні витрати іноземних відвідувачів досягли 5,5 млрд \$, що означає зростання на 5% у річному вираженні. При цьому середні витрати іноземного відвідувача за одну поїздку знизилися на 1,1% порівняно з 2024 роком і склали 801,2 \$ (NBG, 2025).

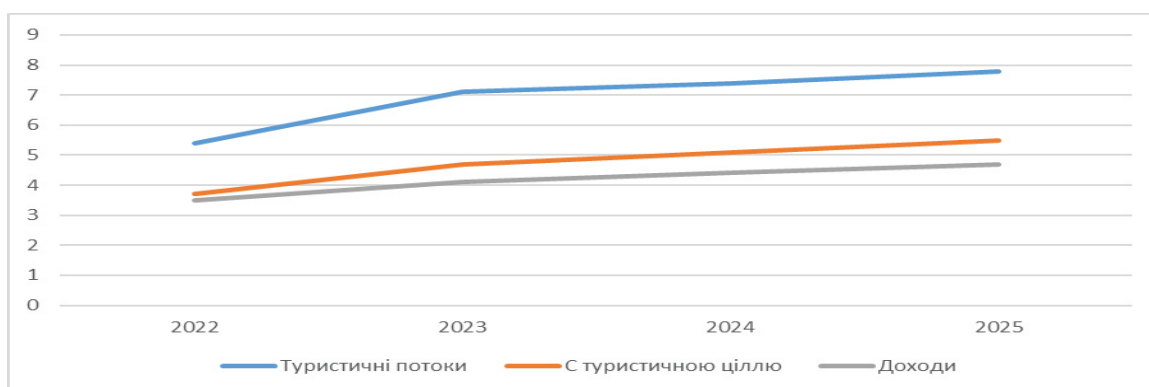


Рис. Динаміка туристичних потоків, туристичних поїздок та доходів від туризму у 2022-2025 рр.

Більше за всього туристів з Росії – 1 579764, на другому місці Туреччина – 1 248881, на третьому Вірменія – 442963. Ізраїль займає четверту позицію з показником 402426. Замикає п'ятірку Азербайджан – 292149. До ТОП-10 країн за кількістю візитів входять також Казахстан – 169367, Білорусь – 150325, Індія – 142476, Україна – 136826 (перемістилася на одну позицію вище), Китай – 127895, а до ТОП-15 входять ще Саудівська Аравія – 96340, Німеччина – 83656, Польща – 79722, Узбекистан – 72913, США – 56455. До найбільших візитерів також

відносяться Великобританія, Йорданія, Греція, Франція, Корейська республіка, Італія, Філіппіни, Кувейт та Іспанія (NSOG, 2025).

Більшість туристів до Грузії з країн СНД, особливо тих, які граничать з країною та знаходяться в цьому регіоні, таких як Росія – 1579762, Вірменія – 442963, Азербайджан – 292149, також Білорусі – 150325, України – 136826, Казахстану – 169367 та Узбекистану – 72913 (NSOG, 2025). З останніми, окрім України, є пряме сполучення. Україна, незважаючи на відсутність авіасполучення, займає 9 місце у рейтингу країн, що свідчить про популярність Грузії (TRAVEL РБК-Україна, 2025).

Особливе місце займає сусідня Туреччина, яка посідає друге місце. З неї приїжджало 1248881 чоловік (NSOG, 2025).

Найбільші показники серед європейських держав у Німеччини – 83656, Польщі – 79722, Великобританії – 45018, Греції – 35322, Франція – 33219, Італія – 27735 та Іспанії – 21902 (NSOG, 2025).

Після Європи за кількістю візитів до Грузії держави Східної Азії та Тихоокеанського регіону. Найбільше туристів з Індії – 142476, Китаю – 127895, чому сприяє пряме авіасполучення з цими країнами. А також с таких країн як Іран – 120068, Корейська республіка – 31784 та Філіппіни – 26548 (NSOG, 2025).

З країн Близького Сходу більш всього візитерів прибуло з Ізраїлю – 402426, Саудівської Аравії – 96340, Йорданії – 39289 та Кувейту – 23484 (NSOG, 2025).

З Америки основний потік до Грузії з США – 56455 чоловік. Та зовсім мало прибуттів з Африки – 0,3% (NSOG, 2025).

Кількість іноземних туристів із різних регіонів та країн світу з кожним роком зростає. Найвищі темпи зростання туристичного потоку продемонстрував Китай – на 44%, Азербайджан – 33% та Ізраїль – майже 30% (NSOG, 2025).

У 2025 р. країни з найбільшими витратами на туризм у Грузії: Росія – близько 694 млн \$, Туреччина – 606 млн \$ та Ізраїль – 585 млн \$ (NBG, 2025).

За даними Travel & Tourism Development Index 2024, Грузія в рейтингу країн з розвитку туристичної діяльності посідає 45 місце у світі і 28 місце в Європі з індексом 4.14 при максимальному 5.24. Порівняно з 2019 р. піднялася на 4 позиції з оцінкою на 1 % вище та збільшенням середнього рейтингу економічної оцінки на 4,4% (TTD, 2024).

Туристична політика Грузії спрямована на перетворення туризму на ключову експортну галузь через просування бренду країни, залучення інвестицій в інфраструктуру та лібералізацію візового режиму.

Список використаних джерел:

National Statistics Office of Georgia <https://www.tourism.geostat.ge/en>
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Грузія>
Georgian National Tourism Administration <https://gnta.ge>
The National Bank of Georgia <https://nbg.gov.ge/en>
TRAVEL РБК-Україна <https://travel.rbc.ua/>
Travel and Tourism Development
https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf



ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МИРОБУДІВНИЦТВА ТА РЕВІТАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД СХОДУ УКРАЇНИ

Ганна Гапоненко

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
кандидат економічних наук, доцент
E-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

Єлизавета Гайдаржи

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
E-mail: yelyzaveta.haidarzhy@student.karazin.ua

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі України сільський зелений туризм набуває значення важливого чинника формування позитивного іміджу регіонів, сприяючи їх внутрішньому та міжнародному позиціонуванню. Реалізація комплексних ініціатив у різних областях, заснованих на використанні природного, культурного й аграрного потенціалу, забезпечує позитивні зміни у сприйнятті регіональних брендів і стимулює розвиток місцевих громад (Зарубіна, А., & Семенюк, Л., 2025; Зінченко, О. А., 2018).

Досвід західних регіонів демонструє, що поєднання екологічних ресурсів, традиційних господарських практик і культурної спадщини підвищує туристичну привабливість територій та формує їх образ як автентичних і гостинних дестинацій (Кожухівська, Р. Б., Саковська, О. М., & Лементовська, В. А., 2023). Водночас у центральних областях розвиток агротуристичних ініціатив, зокрема тематичних маршрутів і гастрономічних подій, сприяє розкриттю локальної ідентичності та формуванню унікальних туристичних пропозицій (Зарубіна, А., & Семенюк, Л., 2025).

Важливу роль відіграє також формування агротуристичних кластерів, які об'єднують фермерські господарства та локальних виробників у межах спільних брендів і маркетингових платформ. Це забезпечує комплексність туристичного продукту, підвищує конкурентоспроможність регіонів і посилює їх репутаційний потенціал (Зінченко, О. А., 2018; Боруцька, Ю., Крупа, О., & Стойко, Н., 2021).

Отже, сільський зелений туризм виступає не лише інструментом соціально-економічного розвитку, а й ефективним механізмом формування позитивного іміджу регіонів, що ґрунтується на інтеграції природних, культурних і соціальних ресурсів та сприяє зміцненню їх позицій у національному й міжнародному туристичному просторі.

Східні області України функціонують в умовах обмеженої безпекової доступності, що стримує розвиток туризму у традиційному форматі. Водночас сільський зелений туризм зберігає значення як символічний і комунікаційний ресурс, формуючи уявлення про регіон як територію з вагомим природним і культурним потенціалом. Попри домінування індустріального образу, Схід України характеризується значним аграрним ресурсом, різноманіттям ландшафтів і збереженими традиціями господарювання, що створює основу для розвитку екологічно орієнтованих туристичних продуктів (Leal Filho, W., Fedoruk, M., Eustachio, J. H. P. P., Splodytel, A., Smaliychuk, A., & Szykowska-Jóźwik, M. I., 2024).

У сучасних умовах ці ресурси набувають стратегічного значення як база для формування нової економічної та іміджевої моделі регіону. Сільський зелений туризм може виступати одним із драйверів трансформації, оскільки базується на локальних ресурсах, не потребує значних інвестицій і сприяє залученню різних соціальних груп до економічної діяльності. Водночас він виконує важливу роль у зміні суспільного сприйняття регіону – від індустріального до природно-орієнтованого та автентичного.

Таким чином, у післявоєнній перспективі сільський зелений туризм може стати основою формування нового іміджу Східного регіону України та сприяти переходу до більш стійкої, диверсифікованої й інклюзивної моделі розвитку.

Перспективні напрями розвитку сільського зеленого туризму орієнтуються на принципи екологічної стійкості та інклюзивності, передбачаючи створення низьконавантажених маршрутів, підтримку малих фермерських господарств і розвиток освітніх програм для туристів (Гапоненко, Г. І., Євтушенко, О. В., & Шамара, І. М., 2025). Такий підхід поєднує економічну вигоду з формуванням відповідального ставлення до природного й культурного середовища, а також сприяє соціальній інтеграції та відновленню міжкультурних зв'язків у постконфліктних громадах.

Реалізація цих напрямів потребує системного управління, зокрема розробки стратегій підтримки, підготовки кадрів і розвитку інфраструктури. Інтеграція туризму у програми ревіталізації забезпечує синергію економічного, соціального та екологічного ефектів і сприяє стабілізації регіону (Ужва, А. М., 2019).

До ключових практичних заходів належать: створення агроекологічних маршрутів, розвиток партнерств між владою, бізнесом і громадськими організаціями, а також впровадження соціально відповідального туризму. Важливим є також використання цифрових інструментів просування та забезпечення екологічної сертифікації, що мінімізує антропогенне навантаження.

Запропонована концептуальна модель розвитку ґрунтується на узагальненні міжнародного досвіду післяконфліктного відновлення та адаптації його до умов Сходу України. Вона передбачає поєднання державної підтримки, кластерного підходу, участі громад і диверсифікації сільської економіки.

Центральним елементом моделі є формування агротуристичних кластерів, що об'єднують локальних виробників і садиби в єдині мережі з узгодженою

маркетинговою стратегією. Це забезпечує ефективніше використання ресурсів, підвищує туристичну привабливість регіону та посилює міжгромадську взаємодію, формуючи підґрунтя для сталого розвитку.

Таблиця 2.3

Концептуальна модель розвитку сільського зеленого туризму як інструменту миробудівництва та ревіталізації громад Сходу України

Компонент моделі	Заходи та пропозиції	Очікувані результати
Формування туристичних маршрутів	Створення тематичних агроекологічних маршрутів, об'єднання фермерських господарств, приватних садиб, природних парків; інтерактивні програми з екології, традиційного ремесла та місцевої кухні	Підвищення економічного доходу місцевих громад; залучення туристів; збереження культурної спадщини; посилення соціальної згуртованості
Створення агротуристичних кластерів	Об'єднання декількох фермерських господарств та садиб у регіональні кластери з спільним брендом, маркетингом та логістикою; розвиток спільних послуг і продуктів	Збільшення привабливості регіону для туристів; підвищення ефективності використання ресурсів; стимулювання кооперації між громадами
Інфраструктурна підтримка та цифровізація	Модернізація туристичних маршрутів, облаштування рекреаційних зон, кемпінгів, інформаційних центрів; створення цифрових платформ для просування туристичних об'єктів	Покращення доступності туристичних послуг; підвищення видимості регіону на національному та міжнародному рівні; стимулювання інвестицій у сільські громади
Соціально відповідальний туризм	Залучення внутрішньо переміщених осіб та ветеранів до туристичної діяльності; навчання професійним навичкам у сфері гостинності та підприємництва	Соціальна інтеграція у громадах; створення нових робочих місць; підвищення місцевої ідентичності та взаєморозуміння
Екологічна стійкість	Планування туристичних потоків; екологічна сертифікація об'єктів; мінімізація негативного впливу на довкілля	Збереження природного потенціалу регіону; підтримка сталого розвитку; формування екологічно відповідальної поведінки туристів і місцевих жителів
Міжсекторальне партнерство	Співпраця місцевої влади, бізнесу та громадських організацій; комплексні програми ревіталізації	Синергія економічних, соціальних та культурних процесів; ефективне використання ресурсів; зміцнення миру та стабільності в громадах

Складено авторами

Компонент формування туристичних маршрутів передбачає створення тематичних агроекологічних і культурно-освітніх маршрутів із інтеграцією фермерських господарств, садиб і природних об'єктів, а також реалізацію інтерактивних програм. Це сприятиме зростанню доходів населення, збереженню культурної спадщини та зміцненню соціальної згуртованості. Інфраструктурна підтримка й цифровізація забезпечуватимуть розвиток рекреаційних зон і підвищення туристичної видимості регіону.

Соціально відповідальний туризм орієнтований на залучення внутрішньо переміщених осіб, ветеранів і молоді до підприємницької діяльності у сфері гостинності, що сприятиме соціальній інтеграції та формуванню локальної ідентичності. Екологічна складова передбачає раціональне планування туристичних потоків і сертифікацію об'єктів з метою збереження природного потенціалу.

Ключову роль відіграє міжсекторальне партнерство, яке забезпечує координацію дій і ефективне використання ресурсів у межах програм ревіталізації. Сукупність зазначених компонентів формує комплексний ефект,

поєднуючи економічний розвиток, соціальну згуртованість і екологічну стійкість.

Отже, запропонована модель сприяє не лише підвищенню туристичної привабливості Сходу України, а й формуванню цілісної системи сталого розвитку сільських громад у постконфліктних умовах.

Список використаних джерел:

Боруцька, Ю., Крупа, О., & Стойко, Н. (2021). Шляхи еволюції агротуристичних кластерів як перспективного напрямку розвитку туристичної сфери та сільського господарства [Evolution paths of agritourism clusters as a perspective direction for development of tourism and agriculture]. *Аграрна економіка*, 14(3–4), 64–73. <https://doi.org/10.31734/agrarecon2021.03-04.064>

Гапоненко, Г. І., Євтушенко, О. В., & Шамара, І. М. (2025). Безбар'єрне середовище як передумова сталого розвитку туризму в Україні [Barrier-free environment as a prerequisite for sustainable tourism development in Ukraine]. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, (21), 178–193. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2025-21-19>

Зарубіна, А., & Семенюк, Л. (2025). Розвиток сільського зеленого туризму як чинник відродження сільських територій регіону [Development of rural green tourism as a factor of rural area revitalization]. *Економіка та суспільство*, (72). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-31>

Зінченко, О. А. (2018). *Формування позитивного потенціалу іміджу регіонів України: теорія, методологія, практика* [Formation of positive image potential of regions of Ukraine: Theory, methodology, practice] (О. В. Фінагіна, ред.). Черкаси: Пономаренко Р. В.

Кожухівська, Р. Б., Саковська, О. М., & Лементовська, В. А. (2023). Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект [Rural (green) tourism as an innovative form of entrepreneurial activity in Cherkasy region: Marketing aspect]. *International Scientific Journal "Internauka". Series: Economic Sciences*. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1-8555>

Ужва, А. М. (2019). Ревіталізація туристичної сфери в умовах сталого розвитку регіону [Revitalization of the tourism sector in the context of sustainable regional development]. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*, (38-2), 45–48.

Kurychenko, O. (2024). Recovery of tourism in Ukraine in the post-war period: Croatia and Israel experience. *Київський економічний науковий журнал*, (6), 59–65. <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-6-8>

Leal Filho, W., Fedoruk, M., Eustachio, J. H. P. P., Splodytel, A., Smaliychuk, A., & Szyrkowska-Jóźwik, M. I. (2024). The environment as the first victim: The impacts of the war on the preservation areas in Ukraine. *Journal of Environmental Management*, 364, 121399. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.121399>



МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: МОНІТОРИНГ ПРАВОВОГО ПІДґРУНТЯ ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ

Ганна Горіна

завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві,
готельно-ресторанної справи та туризму,
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Криворізький національний університет,
доктор економічних наук, професор

E-mail: gorina@donnuet.edu.ua

Оксана Чернега

професор кафедри економіки та бізнесу,
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Криворізький національний університет,
доктор економічних наук, професор

E-mail: chernega@donnuet.edu.ua

У сучасних умовах глобалізації та інтеграційних процесів міжнародне співробітництво в галузі туризму набуває особливого значення як чинник сталого економічного розвитку, культурного обміну та формування позитивного іміджу держави на світовій арені. Україна, маючи значний туристичний потенціал, активно розвиває правові, інституційні та стратегічні засади міжнародної взаємодії у сфері туризму, що відображено в численних міжурядових угодах, участі в міжнародних туристичних організацій та адаптації національного законодавства до норм ЄС.

Правові засади міжнародного співробітництва України в галузі туризму визначено *Законом України «Про туризм»* (Верховна рада України), згідно якого, пріоритетними напрямками державної політики в галузі туризму є «розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку».

Правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до *Закону України «Про міжнародні договори України»* (Верховна рада України).

Станом на 2025 р. в Україні укладено більше п'ятдесяти міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму. Найбільшу кількість угод було укладено в 2003 р., 2004. та 2006 р. – по 5 од. (рис 1.).

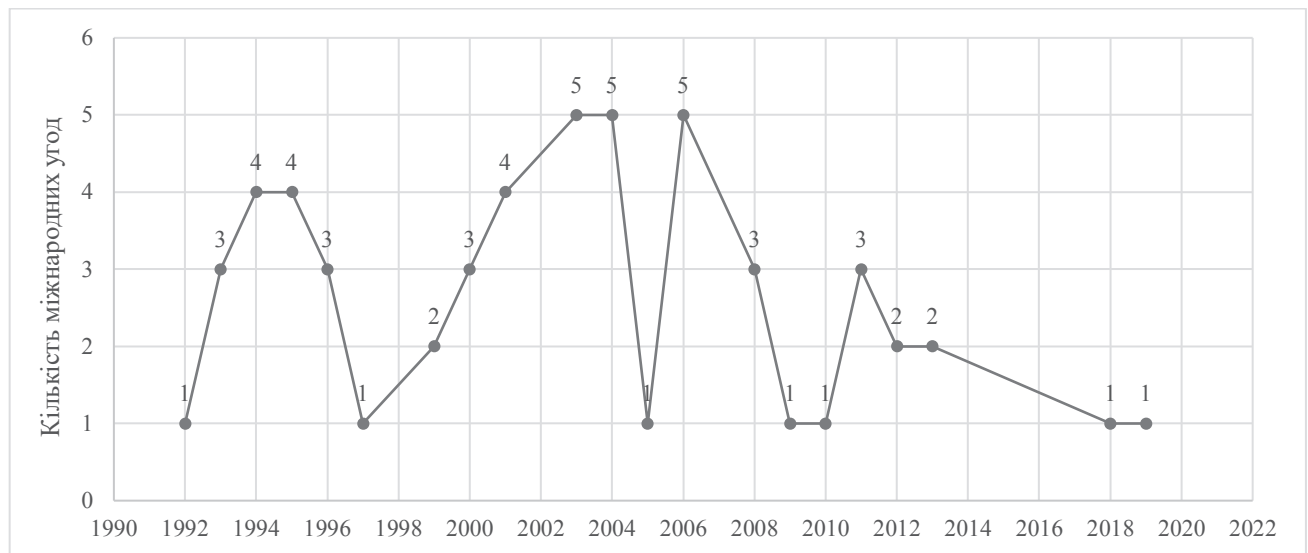


Рис. 1. Кількість міжнародних угод про співробітництво в сфері туризму
Джерело: Систематизовано та побудовано за даними (Верховна рада України)

В Україні також присутня практика денонсації міжнародних угод в сфері туризму. Так, у 2021 р. припинено дію Угоди між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації про співробітництво в галузі туризму (постанова КМУ від 31 березня 2021 р. № 287) (Кабінет міністрів України, 2021a); у 2021 р. денонсовано Угоду про співробітництво в галузі туризму та намір Уряду України не ставати учасником Угоди про Раду з туризму держав - учасниць Співдружності Незалежних Держав (постанова КМУ від 23 червня 2021 р. № 642) (Кабінет міністрів України, 2021b); у 2023 р. припинено дію Угоди між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Білорусь про співробітництво в галузі туризму (постанова від 04 квітня 2023 р. № 294) (Кабінет міністрів України, 2023). У 2003 р. сплив термін дії Угоди між Державним комітетом України по туризму і Комітетом по туризму Республіки Грузія про співробітництво в сфері туризму. У зв'язку з цим вона вважається такою, що втратила чинність.

Відповідно до *Закону України «Про туризм»* (Верховна рада України). «держава сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристською організацією (ВТО)». Україна бере участь у діяльності міжнародних туристичних організацій відповідно до міжнародно-правових зобов'язань України та статутних документів таких організацій (Верховна рада України).

Заходи та настанови з розбудови міжнародного потенціалу України в сфері туризму визначено в *Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року* (Кабінет міністрів України, 2017) (Стратегія). Так, у Стратегії зазначається, що «умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є: «сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів; розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів».

Пріоритетною складовою процесу інтеграції України до ЄС та важливим напрямом української зовнішньої політики є гармонізація національного

законодавства у сфері туризму з законодавством Європейського Союзу, що реалізується шляхом приведення законів України та інших нормативно-правових актів у сфері туризму у відповідність з *acquis communautaire*.

На сьогодні гармонізація законодавства України до законодавства ЄС відбувається у відповідності до Закону України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» від 18.03.2004 № 1629-IV (Верховна рада України), який визначає механізм досягнення Україною відповідності третьому Копенгагенському та Мадридському критеріям набуття членства в Європейському Союзі. Даний механізм містить адаптацію законодавства, утворення відповідних інституцій та інші додаткові заходи, необхідні для ефективного правотворення та правозастосування.

Державна політика України щодо адаптації законодавства формується як складова частина правової реформи в Україні та спрямовується на забезпечення єдиних підходів до нормопроєктування, обов'язкового врахування вимог законодавства Європейського Союзу впродовж нормопроєктування, підготовки кваліфікованих спеціалістів, створення належних умов для інституціонального, науково-освітнього, нормопроєктного, технічного, фінансового забезпечення процесу адаптації законодавства України (Верховна рада України).

Главою 16 “Туризм” Розділу V “Економічне та галузеве співробітництво” Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (Угода про асоціацію), яка була ратифікована Законом України від 16.09.2014 № 1678-VII, визначено мету, принципи та напрями співробітництва у туристичній сфері, які сприятимуть поступовій інтеграції та адаптації національного законодавства до *acquis* ЄС.

Моніторинг реалізації плану заходів з виконання Угоди про асоціацію свідчить про часткове (40%) виконання заходів з завдання «Удосконалення законодавства у сфері туристичної діяльності». Згідно аналітичного дослідження, підготовленого Українським центром європейської політики «Україна та Угода про асоціацію: моніторинг виконання 2014-2022» (Ukrainian Center for European Policy, 2023), зміни у законодавстві ЄС в сфері туризму, що відбулись за останні роки, не були враховані у багаточисельних законопроектах про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 року та фактичних змінах, що вносились до Закону з моменту набуття чинності Угоди про асоціацію. Зареєстрований у Верховній Раді і досі циркулюючий законопроект «Проект Закону України про внесення змін до Закону «Про туризм» та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму» (№4162 від 29.09.2020) хоча і запроваджує значну кількість нових сучасних норм, лише частково враховує положення Директиви № 2015/2302/ЄС. Зокрема, не в повній мірі приведено у відповідність понятійно-термінологічний апарат, не враховані обов'язки надавача туристичних послуг щодо надання попередньої інформації, її складу та зобов'язуючої сили, різняться положення щодо припинення договору про туристичні послуги тощо.

Список використаних джерел:

- Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>
- Кабінет міністрів України (2021), Постанова «Про припинення дії Угоди між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації про співробітництво в галузі туризму». <https://surl.li/ygprwwr>
- Кабінет міністрів України (2021). Постанова «Про денонсацію Угоди про співробітництво в галузі туризму та намір Уряду України не ставати учасником Угоди про Раду з туризму держав - учасниць Співдружності Незалежних Держав». <https://surl.li/ubknkg>
- Кабінет міністрів України (2023), Постанова «Про припинення дії Угоди між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Білорусь про співробітництво в галузі туризму». <https://surl.li/htudyk>
- Кабінет міністрів України (2017), Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». <https://surl.li/fgbexh>
- Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. <https://surl.lu/nwtowu>
- Ukrainian Center for European Policy (2023), “Ukraine and the Association Agreement. Monitoring of Implementation 2014-2022”. <https://surl.li/rtqtli>



ГАСТРОДИПЛОМАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКИЙ АСПЕКТ

Сабіна Грек

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
E-mail: sabina.hrek@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

Сьогодні конкуренція між державами за присутність на міжнародній арені виходить далеко за межі політики та економіки. Культурні інструменти впливу стають невід’ємною частиною зовнішньої політики, а серед них гастродипломатія займає особливе місце. Національна кухня здатна розповісти про країну значно більше, ніж офіційні заяви, адже вона діє через емоції та особистий досвід людини. Смак страви, спільна трапеза, знайомство з кулінарними традиціями – усе це формує стійке уявлення про народ і його культуру. Саме тому аналіз світового досвіду гастродипломатії та можливостей її застосування в українських реаліях є темою, що має як наукову, так і практичну цінність. У наукових працях наголошується, що гастродипломатія поєднує культурну, комунікаційну та іміджеву складові, а також використовується для посилення впізнаваності держави, розвитку туризму й міжнародної взаємодії (Chapple-Sokol, 2013).

Світовий досвід показує, що гастродипломатія стала помітним елементом зовнішньої комунікації багатьох країн, а в українському контексті вона набула особливого значення в умовах війни та боротьби за збереження культурної

ідентичності. Гастродипломатія розглядається як використання національної кухні та гастрономічної культури для просування держави на міжнародній арені, налагодження міжкультурного діалогу та формування позитивного іміджу країни. Вона є складовою публічної та культурної дипломатії, оскільки сприяє створенню емоційного зв'язку між народами. На відміну від традиційних інструментів дипломатії, гастродипломатія діє опосередковано – через культурні практики, що забезпечує її довгостроковий ефект (Maldera & Galantini, 2020).

У світовій практиці гастродипломатія широко використовується як ефективний інструмент державної політики. Яскравим прикладом системної гастродипломатії є Thailand, який використовує національну кухню як інструмент формування міжнародного іміджу та реалізації політики “м'якої сили”. Починаючи з 2002 року, уряд країни запровадив програму Global Thai, спрямовану на розширення присутності тайських ресторанів у світі та популяризацію національної кухні на міжнародному рівні. У межах цієї ініціативи держава підтримувала розвиток ресторанного бізнесу за кордоном, сприяла експорту харчових продуктів і формувала впізнаваність тайської гастрономії як частини національного бренду. Згодом ця політика була розширена у концепцію “Kitchen of the World”, яка передбачає позиціонування Таїланду як глобального центру гастрономії та підвищення стандартів якості національної кухні. Реалізація гастродипломатичної політики Таїланду дозволили суттєво підвищити впізнаваність національної кухні на міжнародному рівні та зробити її важливим елементом глобальної гастрономічної культури. Поширення традиційних страв, зокрема пад тай і том ям, сприяло формуванню стійкого образу тайської кухні у світі, що, у свою чергу, позитивно вплинуло на розвиток туристичної привабливості країни (Vaselopoulos, 2026).

Цікавим прикладом інституційного підходу до гастродипломатії є Італія. У грудні 2025 року вона стала першою країною у світі, національна кухня якої отримала статус нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО – і не як окрема страва чи регіональна традиція, а як цілісна гастрономічна культура нації. Це рішення стало підсумком багаторічної цілеспрямованої роботи: уряд Джорджії Мелоні після приходу до влади у 2022 році офіційно включив просування національної кухні до державної культурної політики та подав відповідну заявку до ЮНЕСКО. Принципово важливо, що у своєму рішенні ЮНЕСКО акцентувала не на конкретних рецептах чи продуктах, а на соціальному та культурному вимірі їжі – спільному приготуванні, передачі традицій між поколіннями, повазі до місцевих інгредієнтів. Таким чином кухня була визнана не просто елементом побуту, а носієм національної ідентичності. Цей крок має і практичне значення: визнання ЮНЕСКО очікувано посилить гастрономічний туризм до країни та стане додатковим правовим інструментом захисту автентичних італійських продуктів від фальсифікацій на міжнародному ринку (Козова, 2025).

Не менш показовим прикладом є досвід Південної Кореї, яка інтегрувала гастродипломатію у широку стратегію підвищення міжнародної впізнаваності країни. На початку 2000-х держава зіткнулася з парадоксом: попри наявність глобальних корпорацій та розвиненої культурної індустрії, корейський національний бренд залишався маловідомим на міжнародній арені. Відповіддю

стала масштабна державна програма *Korean Cuisine to the World*, запущена у 2009 році з фінансуванням близько 40 млн доларів США. Програма передбачала чіткі кількісні орієнтири – зокрема, багаторазове збільшення мережі корейських ресторанів за кордоном та нарощування харчового експорту. Одночасно велася робота з міжнародного визнання кулінарної спадщини: традиційні продукти реєструвалися у системі *Codex Alimentarius*, а практика кімджан отримала статус нематеріальної спадщини ЮНЕСКО. Принциповою особливістю корейського підходу стало поєднання гастрономічної та ширшої культурної експансії – через кіно, музику та індустрію краси, відомої як *Hallyu*. Завдяки цьому їжа стала своєрідним містком між іноземною аудиторією та корейською культурою загалом. Разом з тим практика засвідчила певну суперечність: висока популярність кухні не завжди супроводжується усвідомленням її національного походження споживачами (Dent, 2023).

Україна розпочала формування системної кулінарної дипломатії порівняно нещодавно – лише у 2021 році вона офіційно увійшла до Стратегії публічної дипломатії МЗС України як окремий напрям. В умовах повномасштабної війни цей інструмент набув якісно нового значення, перетворившись із засобу м'якої сили на елемент захисту культурного суверенітету та національної безпеки. Центральним досягненням української гастродипломатії стало внесення борщу до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО у 2022 році, що закріпило його статус символу культурної незалежності та стало важливою перемогою у протистоянні з Росією за право на власну кулінарну ідентичність.

Важливу роль у реалізації кулінарної дипломатії відіграють громадські діячі. Зокрема, шеф-кухар Євген Клопотенко організував подачу українських страв іноземним делегаціям під час їхніх візитів до України, а також провів міжнародні заходи з популяризації української кухні за кордоном. Дослідниця Маріанна Душар, у свою чергу, працює над реєстрацією українських продуктів у європейських реєстрах географічних зазначень, що сприяє гармонізації українського законодавства з нормами ЄС. На масовому рівні гастродипломатія реалізувалася через фестивальний рух. У країнах ЄС з 2022 року регулярно проводяться фестивалі та благодійні заходи за участю української кухні: IV Благодійний фестиваль у Німеччині, одинадцяте Свято борщу в Угорщині, *Gremi Borsh Fest* у Польщі та інші. Акція «Борщ єднання», що стартувала зі Львова, послідовно охопила більшість країн ЄС, поєднуючи збір коштів для постраждалих українців із популяризацією національної кухні. Водночас динаміка рейтингів *TasteAtlas* за 2022–2025 роки свідчить про певну нестабільність інтересу до української кухні у світі, що зумовлює необхідність переходу від стихійних ініціатив до системної державної стратегії просування національного кулінарного бренду (Двуреченська, 2026).

Отже, гастродипломатія є важливим інструментом формування міжнародного іміджу держави, оскільки через національну кухню вона сприяє популяризації культурної самобутності, розвитку міжкультурного діалогу та підвищенню впізнаваності країни у світі.

Світовий досвід засвідчує, що багато держав успішно використовують гастродипломатію як елемент публічної дипломатії та національного брендингу, п

оєднуючи її з іншими інструментами «м'якої сили». В українському контексті ця сфера набуває особливого значення в умовах війни, адже сприяє не лише презентації України як держави з багатою культурою та історією, а й утвердженню її культурної ідентичності на міжнародній арені. Водночас подальший розвиток гастро дипломатії потребує системного підходу, державної підтримки та активного просування української кухні у світі.

Список використаних джерел:

Двуреченська, О. (2026). Роль кулінарної дипломатії у відносинах України та ЄС в умовах повномасштабної війни. *Суспільство та безпека*, 1(13), 10–16. [https://doi.org/10.26642/sas-2026-1\(13\)-10-16](https://doi.org/10.26642/sas-2026-1(13)-10-16)

Козова, Л. (2025, 11 грудня). Італійська кухня офіційно визнана культурною спадщиною усього людства. *УНІАН*. <https://www.unian.ua/tourism/news/italiyska-kuhnya-oficiyno-viznana-kulturnoyu-spadshchinoyu-usogo-lyudstva-novini-amp-13223154.html>

Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(2), 161–183. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341244>

Dent, M. (2023). The \$40m bet that made South Korea a food and cultural power. *The Hustle*. <https://thehustle.co/originals/the-40m-bet-that-made-south-korea-a-food-and-cultural-power>

Maldera, M., & Galantini, L. (2020, June 14). Gastro-diplomacy: When cuisine turns into diplomacy. *DiCheCibo Magazine*. <https://www.dichecibo6magazine.it/en/gastro-diplomacy-when-cuisine-turns-into-diplomacy/>

Vaselopoulos, H. (2026, January 20). Gastrodiplomacy: The secret weapon of cultural soft power. *Meer*. <https://www.meer.com/en/102890-gastrodiplomacy-the-secret-weapon-of-cultural-soft-power>



ДОПОМОГА ФІНЛЯНДІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ У ЧАСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ШИРОКОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 2022-2026 рр.

Любомир Губицький

професор кафедри філософії, соціології та політології,
Державний торговельно-економічний університет,
доктор історичних наук, доцент

E-mail: lubg@ukr.net

Ганна Мельник

доцент кафедри міжнародних відносин,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,
кандидат історичних наук, доцент

E-mail: h.melnyk@kubg.edu.ua

Фінський досвід фронтиру на кордонах європейської цивілізації та Російської Федерації містить схожі для України реалії, пошуки протидії та прояви суспільної людяності. Злам міжнародного порядку, який шукає відповідь на виклик деструкції, пов'язаної із пошуками співіснування світу правил та світу сили.

Фінляндія стабільно підтримує ініціативи країн Північної Європи щодо військової, економічної, гуманітарної допомоги Україні. 12 липня 2023 р. на

саміті НАТО у Вільнюсі, фінські дипломати долучилися до спільної заяви країн Північної Європи щодо довгострокової підтримки Києва. На самітах Україна-Північна Європа, які отримали свій старт саме в столиці Фінляндії (1 саміт (3 травня 2023 р., Гельсінкі); 2 саміт (13 грудня 2023 р., Осло); 3 саміт (31 травня 2024 р., Стокгольм); 4 саміт (28 жовтня 2024 р., Рейк'явік); 5 саміт (24 лютого 2026 р., Київ) (Підтримка справедливого, 2026), фінська влада демонструє стабільну і всесторонню підтримку української позиції. Фінляндія безумовно схвалює зусилля, покликані сприяти залученню необхідних ресурсів для забезпечення стійкості Збройних Сил України, української економіки та українського суспільства. Внесок фінського народу у посилення стійкості України надзвичайно вагомий: 2025 р. – 3,44 млрд. євро (Як союзники, 2026), 2024 р. – 2,71 млрд. євро. У порівнянні із 2024 р., за 2025 р. допомога від цієї країни зросла на 26,94%.

Тривалі зусилля офіційного Гельсінкі щодо організації співпраці отримали дипломатичне продовження: високі сторони погодилися підписати угоду щодо підтримки України 3 квітня 2024 р. у сферах оборони, безпеки, стійкості терміном на 10 років (Угода про співробітництво, 2024). Важливим компонентом цієї угоди стала згода Фінляндії щодо майбутнього вступу офіційного Києва до НАТО та ЄС та імплементації Української формули миру. Разом із підписанням вказаної угоди фінський уряд оголосив про 23-й пакет вартістю 188 млн. євро. Станом на лютий 2026 р. Україні надано 32 пакети фінської допомоги (Фінляндія надсилає Україні, 2026).

Офіційний Гельсінкі долучився до фінансування чеської ініціативи щодо постачання Україні великокаліберних артилерійських снарядів, зокрема вніс на цю справу 30 млн. євро у 2024 р. Станом на квітень 2025 р. фінський уряд виділив понад 2,7 млрд. євро для передачі Україні озброєння та військової техніки (Чернявська, 2025). Уряд Фінляндії погодився на збільшення власного виробництва артилерійських снарядів великого калібру, у тому числі, для постачання ЗСУ. Поглиблюється співробітництво фінського та українського оборонно-промислових комплексів.

Фінляндія всебічно схвалює міжнародні зусилля та ініціативи на підтримку України, зокрема, Спільну декларацію про підтримку України, підписану країнами «Групи семи» (G7) (12 липня 2023 року); застосування механізму Європейського Союзу для України (Ukraine Facility); використання Європейського фонду миру (EPF); Місії військової допомоги Європейського Союзу на підтримку України (EUMAM); навчальної місії INTERFLEX; в межах коаліцій Контактної групи з питань оборони України (UDCG), відомої як «Рамштайн»; започатковану у липні 2025 р. Президентом США Д. Трампом та генеральним секретарем НАТО М. Рютте програми PURL (Prioritized Ukraine Requirements List (Список пріоритетних вимог для України)) (Павлюк, 2025). Фінський прем'єр-міністр Петтері Орпо підтвердив рішення уряду в жовтні 2025 р. про виділення добровільного внеску на фінансування купівлі американської зброї для України на суму 100 млн. євро в межах виконання ініціативи PURL (Павлюк, 2025). Фінляндія погодилась, що надана ЗСУ зброя може використовуватися для атак по російській території.

Урядові кола та приватний сектор Скандинавської держави готовий долучитися до майбутнього процесу відновлення та відбудови України в повоєнний період. З цією метою Гельсінкі підготували механізм фінансування вказаних заходів на підставі національного плану Фінляндії з відновлення та відбудови України від 21 грудня 2023 р., (Національний план Фінляндії, 2023) для реалізації якого передбачено залучення коштів національного фонду розвитку Finnfund.

Український уряд та народ залишаються вдячними за усі зусилля щодо дипломатичної підтримки та організації військово-технічної, економічної, фінансової, гуманітарної допомоги від Фінляндії. Виважений та стратегічно далекосяжний підхід фінського уряду свідчить про зовнішню політику, підпорядковану національним інтересам. Фінляндія та Україна утримують східні рубежі європейської цивілізації, що опинилась під загрозою зовнішнього руйнування.

Список використаних джерел:

Національний план Фінляндії, (2023). Національний план Фінляндії щодо допомоги Україні шляхом покращення умов діяльності фінських компаній у процесі відновлення та відбудови України через фінансові рішення, консультації та підтримку. 21 грудня. <https://surl.lt/igqatm>

Павлюк, О. (2025). Фінляндія скерує 100 млн євро на закупівлю американської зброї для України. *Європейська правда*. 23 жовтня. <https://www.eurointegration.com.ua/news/2025/10/23/7223210/>

Підтримка справедливого, (2026). Підтримка справедливого й тривалого миру: у Києві відбувся саміт «Україна — країни Північної Європи та Балтії». *Армія inform*. 25 лютого. <https://armyinform.com.ua/2026/02/25/pidtrymka-spravedlyvogo-j-tryvalogo-myru-u-kyyyevi-vidbuvysya-samit-ukrayina-krayiny-pivnichnoyi-yevropy-ta-baltiyyi/>

Угода про співробітництво, (2024). Угода про співробітництво у сфері безпеки та довгострокову підтримку між Україною та Фінляндською Республікою. 3 квітня. <https://www.president.gov.ua/news/ugoda-pro-spivrobotnictvo-u-sferi-bezpeki-ta-dovgostrokovu-p-90021>

Фінляндія надсилає Україні, (2026). Фінляндія надсилає Україні ще один пакет військової допомоги. 05 лютого. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/4088131-finlandia-anonsuvala-novij-paket-vijskovoi-dopomogi-dla-ukraini-na-majze-43-miljoni.html>

Чернявська, Д. (2025). Спільний оборонний завод, підготовка української бригади та регулярна військова підтримка: як Фінляндія допомагає Україні. *Центр Дністрянського*. 25 квітня. <https://dc.org.ua/news/spilnyy-oboronnyy-zavod-pidgotovka-ukrayinskoyi-brygady-ta-regulyarna-viyskova-pidtrymka-yak-finlyandiya-dopomagaе-ukrayini>

Як союзники, (2026). Як союзники збільшили обсяги допомоги Україні у 2025 році. 19 лютого. *Слово і діло*. <https://www.slovoidilo.ua/2026/02/19/infografika/suspilstvo/yak-soyuznyky-zbilshyly-obsyah-dopomohy-ukrayini-2025-roczy>



ТОРГОВЕЛЬНІ ВІЙНИ США – КНР У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР

Єлизавета Даньків

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: dankiv2021uk11@student.karazin.ua

Науковий керівник: д.і.н., проф. Лиман С.І.

Торговельні війни між США та КНР є одним із ключових проявів сучасної економічної дипломатії та відображають загострення стратегічного суперництва між двома провідними центрами світової економіки. Із приходом до влади адміністрації Дональда Трампа торговельна політика США стала більш протекціоністською, що проявилось у запровадженні масштабних тарифних обмежень і загостренні економічного протистояння з Китаєм. У 2025-2026 роках ця тенденція отримала подальший розвиток на тлі посилення глобальної конкуренції та фрагментації світової економіки. Актуальність теми також зумовлена тим, що наслідки торговельних конфліктів виходять за межі двосторонніх відносин і впливають на глобальні ринки, зокрема на туристичний сектор, який є чутливим до економічної нестабільності та змін у міжнародних потоках.

Торговельно-економічні відносини між США та КНР формувалися на тлі стрімкого зростання обсягів взаємної торгівлі, яке почалося після економічних реформ у Китаї наприкінці 1970-х років. Після вступу КНР до Світової організації торгівлі у 2001 році двосторонні економічні зв'язки суттєво поглибилися, і обидві країни стали ключовими торговельними партнерами одна для одної. Водночас для США характерним залишався стійкий торговельний дефіцит через переважання імпорту китайських товарів над експортом американської продукції. Так, за даними Офісу торгового представника США, експорт товарів США до Китаю у 2025 році склав 106,3 мільярда доларів, а імпорт товарів США з Китаю – 308,4 мільярда доларів. Таким чином, дефіцит торгівлі товарами США з Китаєм у 2025 році становив 202,1 мільярда доларів (United States Trade Representative, 2025).

У 2025 році адміністрація Дональда Трампа запровадила підвищені митні тарифи, які в окремих випадках сягали до 125% (The White House, 2025). Ці заходи насамперед були спрямовані на широкий спектр китайського експорту до США, зокрема продукцію високотехнологічного сектору (електроніка, телекомунікаційне обладнання, напівпровідники), промислові товари, а також споживчі вироби масового попиту. Все це спровокувало відповідь від КНР, а

саме – підвищення мита на товари з 34% до 84%. Торговельне протистояння продовжується і сьогодні: на тлі загострення ситуації на Близькому Сході Трамп звинувачує КНР у постачанні військової допомоги та погрожує запровадженням нових митних обмежень.

У контексті торговельних воєн варто розглянути міграційне питання та вплив на туризм як один із супутніх наслідків економічного протистояння. Президент США Дональд Трамп негативно висловлювався про мігрантів з Китаю. Китайці США становлять 22,4 % азіатського населення країни. На 2006 рік їх кількість оцінювалася в 3,6 мільйона осіб, що становило 1,2 % населення країни. Найбільше китайців проживає в районі Нью-Йорка та в прилеглих штатах. Нова адміністрація планувала зробити пріоритетом депортацію саме громадян КНР, посиляючись на занепокоєння національною безпекою: за останні роки кількість громадян Китаю без документів, які перетинули як північний, так і південний кордони США, зросла втричі в порівнянні з попередніми роками: з 27 000 до понад 78 000 (Long, C., & Merica, D., AP News, 2024).

Через торговельні війни 9 квітня 2025 р. Китай випустив попередження про ризики для китайських туристів, які подорожують до США. Міністерство культури й туризму нагадало китайським туристам про необхідність оцінити ризики, пов'язані з поїздкою до США, і подорожувати з обережністю, посиляючись на нещодавнє «погіршення китайсько-американських економічних і торговельних відносин та ситуації з внутрішньою безпекою в США» (中华人民共和国文化和旅游部, 2025). Після оголошення цього попередження про ризик багато туристів, які планували відвідати США, висловили занепокоєння та стурбованість у китайських соціальних мережах.

Посилення візової політики США щодо громадян КНР, зокрема у зв'язку з безпековими та технологічними ризиками, призводить до зниження рівня міжнародної мобільності. Це, у свою чергу, негативно позначається на туристичних потоках, ділових поїздках і освітньому обміні, що свідчить про взаємозв'язок між економічною дипломатією, міграційною політикою та розвитком глобального туристичного сектору.

Отже, торговельні війни між США та КНР виходять за межі суто економічного протистояння, трансформуючись у комплексний інструмент впливу, що охоплює політичну, безпекову та гуманітарну сфери. Їх наслідки проявляються не лише у зміні структури міжнародної торгівлі, але й у зниженні рівня довіри між державами, посиленні регуляторних та міграційних обмежень, що безпосередньо впливає на динаміку глобальної мобільності. Туристичний сектор у цьому контексті дедалі більше залежить від геополітичних чинників, реагуючи на політичну напругу скороченням потоків, зменшенням інвестиційної активності та погіршенням умов для міжнародної взаємодії.

Список використаних джерел:

The People's Republic of China. United States Trade Representative. [https://ustr.gov/countries-regions/china-mongolia-taiwan/peoples-republic-china#:~:text=U.S.%20goods%20imports%20from%20China,\(\\$93.4%20billion\)%20over%202024.](https://ustr.gov/countries-regions/china-mongolia-taiwan/peoples-republic-china#:~:text=U.S.%20goods%20imports%20from%20China,($93.4%20billion)%20over%202024.)

Modifying Reciprocal Tariff Rates to Reflect Trading Partner Retaliation and Alignment. *The White House*. (2025, 9 квітня). <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/04/modifying-reciprocal-tariff-rates-to-reflect-trading-partner-retaliation-and-alignment/>

文化和旅游部赴美中国游客发布风险提示 (2025, 9 квітня). 中华人民共和国文化和旅游部 https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/202504/t20250409_959294.htm

Long, C., & Merica, D. (2024, 10 листопада). Trump on Day 1: Begin deportation push, pardon Jan. 6 rioters and make his criminal cases vanish. *AP News*. <https://apnews.com/article/trump-day-1-priorities-deportations-drilling-ukraine-6747c6e64b0440978f59450b928f61d1>

УКРАЇНА ТА США: СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАПРИКІНЦІ XX – НА ПОЧАТКУ XXI ст.

Ігор Дацків

професор кафедри міжнародних відносин та дипломатії,
Західноукраїнський національний університет,
доктор історичних наук, професор

E-mail: idatskiv@ukr.net

Вікторія Гладій

магістрантка кафедри міжнародних відносин та дипломатії,
Західноукраїнський національний університет

Наприкінці XX – на початку XXI ст. стратегічне партнерство України та США стало важливим чинником соціально-економічних змін. Водночас суперечливі результати співпраці, нерівномірність реформ і залежність від зовнішньої допомоги потребують комплексної оцінки її ефективності та ролі США у розвитку України.

Після здобуття незалежності країна переживала складний перехід від планової до ринкової економіки, що спричинив кризові явища й загострення соціальних проблем. Водночас українська діаспора сприяла підтримці України за кордоном і залученню інвестицій, надаючи відчутну фінансову допомогу.

18–19 квітня 2002 р. у Вашингтоні відбулося засідання Комітету з економічного співробітництва Україна–США під головуванням В. Рогового. Обговорювалися торговельні суперечки: мита США на сталь, обмеження імпорту американської курятини та скасування поправки Джексона–Веніка. У 2002–2003 рр. ключовими залишалися питання надання Україні статусу ринкової економіки й захисту американських інвесторів. У квітні 2003 р. Україна скасувала обмеження на імпорт курятини (Кухарська, 2005, с. 59).

Позитивним кроком у розвитку торговельно-економічної взаємодії стало те, що 10 червня 2002 р. у межах домовленостей із Паризьким клубом кредиторів українська делегація провела перемовини з представниками США. За їх результатами Вашингтон погодився на реструктуризацію боргу України терміном на 12 років у розмірі 179 млн дол. Угода набрала чинності 19 серпня

2002 р., після чого Eximbank США відновив кредитування України. Крім того, 3 серпня 2002 р. Сенат США підтримав пропозицію щодо виділення Україні 155 млн дол. у межах програм зовнішньої допомоги. Зазначені кошти планувалося спрямувати, зокрема, на розвиток ядерних технологій (30 млн дол.), проведення адміністративної реформи (14 млн дол.), а також на реалізацію проєктів у сільському господарстві, економіці та сфері громадянського суспільства (Допомога США, 2002, с. 3).

Відчутний прогрес у торговельно-економічних відносинах був досягнутий і у 2005 р., коли США ухвалили низку важливих рішень. Передусім йдеться про скасування окремих торговельних обмежень щодо української продукції. Зокрема, наприкінці 2004 р. у Вашингтоні було підписано доповнення до угоди між урядом України та Міністерством торгівлі США про призупинення антидемпінгового розслідування щодо імпорту певних видів сталевих продукції. Це дозволило українським виробникам протягом трьох років постачати свою продукцію на американський ринок у межах встановлених квот.

31 серпня 2005 р. Офіс торговельного представника США ухвалив рішення про скасування санкцій проти України у вигляді 100% мит на низку товарів, запроваджених ще у 2002 р. Водночас у Конгресі США розглядалося питання відновлення для України пільгового режиму в межах Генералізованої системи преференцій США (Буркат, 2002, с. 23).

Вагомим етапом у поліпшенні інвестиційного середовища України став 2006 рік, чому також сприяла активна діяльність української діаспори у США. Зокрема, у січні 2005 р. Український конгресовий комітет Америки організував у Конгресі США засідання під назвою «Україна тоді і зараз». Під час заходу обговорювалися ключові питання, серед яких – надання Україні статусу країни з ринковою економікою, скасування поправки Джексона-Веніка, збільшення обсягів американської допомоги, підтримка вступу України до Світової організації торгівлі, розширення торгівлі та інвестицій, а також перспективи євроатлантичної інтеграції. У результаті вже 17 лютого 2006 р. США визнали українську економіку ринковою, а 6 березня того ж року, після тривалих перемовин, сторони підписали двосторонню угоду щодо умов вступу України до СОТ (Недошитко, 2013).

Період 2005–2008 рр. відзначився помітним пожвавленням торговельно-економічної взаємодії між державами. Як зазначав О. Моцик, який обіймав посаду посла України у США, за цей час обсяги двосторонньої торгівлі майже потроїлися та досягли 4,2 млрд дол., що свідчить про позитивну динаміку співпраці. Водночас українська сторона усвідомила, що застосування США певних економічних обмежень призводило до суттєвих втрат для вітчизняних виробників, які перевищували 300 млн дол. щорічно (Шамшур, 2006).

Важливим чинником активізації українсько-американської співпраці у торговельно-економічній сфері став вступ України до Світової організації торгівлі, у чому США надали суттєву підтримку. Переговорний процес між двома державами на етапі укладання відповідних угод заклав підґрунтя для подальшого розвитку двосторонніх відносин. Зокрема, у 2006 р. в межах цього процесу було укладено двосторонній протокол про доступ до ринків товарів і

послуг. Крім того, для української продукції було остаточно відновлено дію Генералізованої системи преференцій США (Клименко, Федірко, 2011).

Суттєвий вплив на розвиток економічної взаємодії мало також сприяння США у схваленні рішення щодо приєднання України до антикорупційної «Порогової програми» Корпорація «Виклик тисячоліття», а також включення її у 2007 р. до переліку держав-кандидатів на отримання «компакту» обсягом 33 млн дол. (рішення ухвалене у листопаді 2006 р.). Аналогічна підтримка надавалася і продовж 2008 р., однак у грудні того ж року Україну було виключено зі списку претендентів на «компакт». Водночас співпраця в межах цієї програми була продовжена (Millennium, 2007).

Питання посилення двосторонньої торговельно-економічної та інвестиційної взаємодії стали предметом обговорення 2 жовтня 2008 р., коли у Київ відбулося перше засідання Американсько-української ради з торгівлі та інвестицій. У ході зустрічі сторони підсумували результати попередньої співпраці та окреслили подальші напрями її розвитку, приділивши особливу увагу ринковим реформам і вдосконаленню правової бази. Інвестиційна складова залишалася важливим елементом економічних взаємовідносин між Україною та США. На інвестиційну політику американської сторони в цей період впливали такі чинники, як наслідки фінансової кризи 1998 р., недоліки українського законодавства у сфері захисту інтелектуальної власності, а також низка політичних скандалів. Політичний аспект загалом відігравав помітну роль, зокрема у питаннях надання Україні статусу країни з ринковою економікою, скасування поправки Джексона-Веніка та вступу до Світової організації торгівлі (Ващенко, 2012, с. 101–102).

Отже, наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. стратегічне партнерство України та США стало важливим чинником соціально-економічних перетворень в Україні. Американська підтримка сприяла впровадженню ринкових реформ, розвитку інвестиційного середовища та інтеграції України у світову економічну систему. Водночас двостороння співпраця мала суперечливий характер і залежала від внутрішньополітичної ситуації в Україні, недосконалості законодавства та впливу зовнішніх економічних чинників. Попри існуючі труднощі, українсько-американські відносини у досліджуваний період демонстрували позитивну динаміку та заклали основу для подальшого розвитку стратегічного партнерства у соціально-економічній сфері.

Список використаних джерел:

- Буркат, Т.Л. (2002). У несприятливому режимі. *Політика і час*. № 12. С. 20–26.
- Ващенко, О. (2012). Поправка «Джексона-Веніка» у контексті торговельно-економічних відносин США та України. *Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки. Вип. 21: Міжвідомчий збірник наукових праць. Відп. ред. С.В. Віднянський*. Київ: Ін-т історії України НАН України. С. 198–212.
- Допомога США Україні, (2003). *Голос України*. 3 серпня. С. 3.
- Клименко, А., Федірко, О., Ус, І. (2011). Три роки членства у СОТ: *Тенденції зовнішньої політики України у посткризовий період: аналітична доповідь*. Київ: НВСД. 120 с.
- Кухарська, Н. (2005). Експортно-імпортна політика України: роки незалежності. *Регіональна економіка*. № 3. С. 57–66.

Недошитко, І. Р. (2013). Українська діаспора США у державотворчих процесах в Україні (1991–2011 рр.): *Дис... на здобуття наукового ступеня к. істор. наук. Спец. 07.00.01. – історія України*. Тернопільський національний педагогічний ун-т ім. В. Гнатюка. Тернопіль. 320 с.

Шамшур, О. (2006). Україна–США: ринкова економіка. СОР. Далі буде? ДТ. № 9 (588) С. 11–17 березня. [http: www.gazeta.zn.ua/POLITICS/ukraina__ssha_rynochnaya_ekonomika_vto_prodolzhenie_sleduet.html](http://www.gazeta.zn.ua/POLITICS/ukraina__ssha_rynochnaya_ekonomika_vto_prodolzhenie_sleduet.html)

Millennium Challenge Corporation Board of Directors Announces, (2007) *Compact Eligible Countries*: Moldova, Jordan, and Ukraine. [http: // www.mcc.gov/pages/press/release/release-110806-thresholdcountryselection](http://www.mcc.gov/pages/press/release/release-110806-thresholdcountryselection).



ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Олена Євтушенко

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: evevtushenko@karazin.ua

У сучасних умовах глобалізації та геополітичної нестабільності економічна дипломатія набуває особливого значення як інструмент просування національних інтересів держави на міжнародній арені. Туризм у цьому контексті виступає не лише економічною галуззю, а й ефективним каналом формування міжнародного іміджу країни, залучення інвестицій та розвитку міждержавних зв'язків. Для України, особливо в умовах війни та повоєнного відновлення, розвиток туристичної сфери може стати ключовим інструментом економічної дипломатії. Водночас він дозволяє транслювати культурні цінності та національні традиції, формуючи позитивний образ країни у світі (Visnyk-pravo, 2024; Puet, 2024).

Метою даної доповіді є обґрунтування ролі туризму як складової економічної дипломатії України та визначення його потенціалу у формуванні міжнародного іміджу держави.

Економічна дипломатія є важливим напрямом зовнішньополітичної діяльності держави, що спрямований на просування національних економічних інтересів у міжнародному середовищі. Вона охоплює сукупність інструментів і механізмів, за допомогою яких держава забезпечує розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, зміцнення позицій на світових ринках, залучення іноземних інвестицій та формування позитивного міжнародного іміджу. У сучасних умовах її значення суттєво зростає, особливо для України в контексті війни та глобальної трансформації економічних відносин (Visnyk-pravo, 2024).

У структурі економічної дипломатії туризм займає особливе місце, оскільки поєднує економічні та іміджеві функції. Передусім туризм виступає як форма експорту послуг, що забезпечує надходження валютних ресурсів і стимулює

розвиток суміжних галузей економіки. Крім того, туристична діяльність сприяє підвищенню інвестиційної привабливості держави, формуючи уявлення про країну як безпечний і перспективний простір для співпраці (FKD, 2025).

У сучасній міжнародній практиці туризм розглядається як важливий інструмент реалізації концепції «м'якої сили», що передбачає вплив держави через культуру, цінності та привабливість її образу. Туристична діяльність сприяє популяризації національної культури, традицій, кухні та способу життя, формуючи позитивне сприйняття країни у світі. Для України це має особливе значення, оскільки через туризм можна зміцнювати міжнародну підтримку, протидіяти інформаційним викликам та формувати стійкий позитивний імідж держави. Зокрема, розвиток гастрономічного, культурного та подієвого туризму дозволяє ефективно транслювати національну ідентичність і підвищувати впізнаваність країни на міжнародній арені (Puet, 2024).

Україна володіє значним туристичним потенціалом, який може бути використаний як інструмент економічної дипломатії. До ключових переваг належать багата історико-культурна спадщина, різноманітні природні ресурси, унікальна гастрономічна культура та автентичні регіональні традиції. Реалізація цього потенціалу можлива через створення конкурентоспроможних туристичних продуктів, розвиток національного туристичного бренду, а також активну участь у міжнародних виставках, форумах і культурних заходах. У цьому контексті туризм виступає не лише економічною галуззю, але й інструментом просування України у глобальному просторі (FKD, 2025).

Розвиток туризму в Україні супроводжується низкою суттєвих викликів. Насамперед це безпекові ризики, пов'язані з військовими діями, що обмежують туристичні потоки та впливають на міжнародне сприйняття країни. Значною проблемою також є руйнування туристичної інфраструктури та необхідність її відновлення. Крім того, спостерігається недостатній рівень міжнародної промоції України як туристичного напрямку, а також фрагментарність державної політики у цій сфері. У сукупності ці фактори стримують ефективне використання туризму як інструменту економічної дипломатії (Derzhavna Strategiya, 2024).

У післявоєнний період туризм може стати одним із ключових драйверів економічної дипломатії України. Важливими напрямками розвитку є формування сильного національного туристичного бренду, цифровізація туристичних послуг, розвиток гостродипломатії та активізація участі у міжнародних туристичних заходах. Особливу роль відіграватиме інтеграція туристичної політики з іншими напрямками державної стратегії, зокрема зовнішньоекономічною та культурною політикою. Це дозволить забезпечити комплексний підхід до просування України на міжнародній арені та підвищити її конкурентоспроможність у глобальному туристичному просторі (Visnyk-pravo, 2024; Puet, 2024).

Список використаних джерел:

Derzhavna Strategiya. (2024). *Державна стратегія розвитку туризму та курортів в Україні*. <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80>

FKD. (2025). Роль туризму в економічному розвитку держави. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4377>

Puet. (2024). Туризм як інструмент публічної дипломатії. *Економічний вісник ПУЕТ*. <https://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/419>

Visnyk-pravo. (2024). Економічна дипломатія в умовах сучасних викликів. *Вісник Ужгородського національного університету*. <https://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/331306>



ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ У 1920-х рр. У ДЗЕРКАЛІ ЯПОНСЬКОЇ ПРЕСИ: ВІД МЕДІЙНОЇ ПРОЄКЦІЇ ДО ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ «ASAHI SHIMBUN»)

Антон Кайзлер

магістр історичного факультету,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: kayzler.a@gmail.com

Науковий керівник: д.і.н., проф. Волосник Ю.П.

Розуміння сучасних інтеграційних процесів та механізмів економічної дипломатії неможливе без аналізу співставлення їх з історичним підґрунтям. Історія економічних зв'язків країн Східної Європи побудована на досить складній еволюції від ситуативних торговельних контактів до спроб побудови комплексних систем регіональної співпраці. Сьогодні досить важливим є критичне дослідження цього історичного досвіду, оскільки на цій базі фіксуються традиційні вектори взаємодії, оцінюються їхні впливи на формування дипломатичних стратегій та визначаються потенціали для подолання криз і подальшого зміцнення партнерства в регіоні.

Економічна динаміка Східної Європи 1920-х років фіксувалася кореспондентами «Asahi Shimbun» як процес болісної стабілізації національних ринків після розпаду континентальних імперій. Основним об'єктом уваги преси стала грошова реформа Владислава Грабського в Польщі (1924 р.), яка сприймалася як ключовий індикатор подолання гіперінфляції та готовності регіону до прийому іноземного капіталу. Газета детально описувала зміцнення польського злотого, вбачаючи у цьому шанс для японських торговельних домів (таких як Mitsui та Mitsubishi) зайти на текстильний та паливний ринки Східної Пруссії та Сілезії (Imanishi, 2008).

Одним із значних інструментів економічної дипломатії, що висвітлювався на шпальтах, були міжнародні виставки, зокрема Празький осінній ярмарок та Познанський міжнародний ярмарок. Японські кореспонденти звітували, що у виставках 1922-1925 рр. брали участь понад 2000 іноземних фірм, серед яких японська присутність була репрезентована гігантами Okura & Co. та Suzuki Shoten. Особливий інтерес викликали чехословацькі інновації у важкому

машинобудуванні (заводи Škoda) (Ariyama, 1995). Газета рекомендувала їх як модель для модернізації японської промисловості.

Позиція урядів Чехословаччини та Польщі щодо залучення іноземних інвестицій характеризувалася, скоріш, прагматичним протекціонізмом. «Asahi Shimbun» зазначала, що Прага та Варшава активно стимулювали притік капіталу у видобувну галузь та залізничне будівництво, пропонували японським інвесторам пільгові умови в обмін на технологічне переоснащення. Тут слід зазначити, що обговорювалися можливості японської участі в електрифікації польських залізниць та розробці нафтових родовищ у Дрогобицько-Бориславському басейні.

На теренах радянської держави періоду НЕПу центральним явищем, що фіксувалося пресою, було відновлення концесійної політики. Пекінська конвенція (1925 р.) стала фундаментом для укладання договорів про нафтові та вугільні концесії на Північному Сахаліні. Газета подавала це, по-перше, як господарський успіх, а, по-друге, як акт економічної дипломатії, що собою нівелював ідеологічне протистояння. Висвітлення торгівлі через Маньчжурію та Владивосток акцентувало увагу на логістичній ролі Транссибірської магістралі, яка у 1920-х роках знову стала головним торговельним шляхом між Східною Європою та Японією (Suzuki, 2005).

Для сектора економічної дипломатії досвід «Asahi Shimbun» фіксує механізм конвергенції медійного капіталу та державних інтересів. Газета стала автономним джерелом зовнішньополітичної експертизи. Японською пресою почалось використання домілітаристської оптики ери Тайсе, що собою вибудувало модель публічної дипломатії.

Висновок. Отже, через це, можна зробити певний виявлені закономірності в репрезентації економічної взаємодії Східної Європи можуть слугувати відправною точкою для ширшої наукової дискусії щодо ролі недержавних суб'єктів у міжнародних відносинах. Розвиток цієї дослідницької оптики в межах напряму «Економічна дипломатія та туристичний сектор» відкриває перспективи для детального вивчення генезису інструментарію неформального впливу на світові господарські процеси, а також виступає підґрунтям для подальшої детермінації ролі недержавних акторів у системі міжнародних економічних відносин у 1920-х роках.

Список використаних джерел:

Katayama, K. (2009). The “First-Class Country” Japan and the Perception of Foreign States: Foreign Perceptions in Japanese Newspapers during the Russo-Japanese War. Hitotsubashi University Press.

Kawachi, T. (2008). The Newspaper Company (Shinbun-sha). Shincho Shinsho.

Ariyama, T. (1995). The Structure of Modern Japanese Journalism: Before and after the White Rainbow Incident in Osaka Asahi Shimbun. Tokyo Shuppan.

Haruhara, A. (2003). The Trend of Japanese Newspapers (4th revised ed.). Shinsensha.

Imanishi, M. (2008). History of the Capital and Management of the Newspaper “Shinbun” in the Showa Era. Asahi Shimbun-sha.

Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.



РОЛЬ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В ЄВРОПІ

Анастасія Козлова

доцент кафедри туризму
і готельного господарства,
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: anastasiia.cherednychenko@kname.edu.ua

У сучасних умовах глобалізації, туризм дедалі більше виступає важливим інструментом публічної та культурної дипломатії, що сприяє формуванню позитивного міжнародного іміджу держав і розвитку міжкультурної взаємодії. У цьому контексті готельний бізнес відіграє ключову роль, як складова туристичної інфраструктури, що безпосередньо впливає на якість туристичного досвіду та загальне сприйняття країни іноземними відвідувачами.

Готельні підприємства забезпечують не лише базові потреби туристів у розміщенні, але і формують емоційне враження від подорожі, що є важливим фактором у процесі формування туристичної дипломатії. Якість сервісу, рівень обслуговування, атмосфера та культурна складова готельного продукту визначають конкурентоспроможність туристичних дестинацій. У цьому аспекті особливого значення набуває розвиток сервісних технологій та підвищення якості обслуговування (Кулик, 2023).

Особливу роль у формуванні туристичної дипломатії відіграють малі готелі та бутик-готелі, які орієнтовані на створення персоналізованого, унікального клієнтського досвіду. Такі заклади активно інтегрують елементи локальної культури, традиції та гастрономії, що сприяє популяризації національної ідентичності та формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному рівні (Павленчик та н., 2025). Таким чином, готельний бізнес виступає важливим каналом культурної комунікації між державами.

В умовах цифровізації готельний бізнес зазнає суттєвих трансформації, що впливають на його роль у системі туристичної дипломатії. Використання цифрових технологій, зокрема онлайн платформ бронювання, системи управління взаємовідносинами з клієнтами та аналітичних інструментів, дозволяє підприємством розширювати свою присутність на міжнародному ринку та підвищувати доступність туристичних послуг. Це сприяє активізації туристичних потоків і розвитку міжнародної туристичної взаємодії.

Важливим фактором розвитку готельного бізнесу є інвестиційна діяльність, яка забезпечує модернізацію інфраструктури, впровадження інновацій та підвищення якості послуг. Як зазначають Барна та Мельник (2025), цифровізація

готельно-ресторанного бізнесу сприяє підвищенню його інвестиційної привабливості та створює передумови для сталого розвитку. У цьому контексті інвестиції виступають не лише економічним інструментом, але і засобом підвищення міжнародної конкурентоспроможності.

Разом із тим ефективність функціонування готельного бізнесу залежить від здатності підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Цифрова трансформація створює нові управлінські виклики, що потребують впровадження інноваційних підходів до управління та підвищення гнучкості бізнес-процесів (Нікітенко, 2025).

Крім того, важливим аспектом є забезпечення ефективності інвестиційної діяльності в готельному секторі. Недостатньо ефективне використання інвестицій може негативно впливати на конкурентоспроможність підприємства та здатність формувати позитивний туристичний імідж держави (García-Gomez et al., 2023).

Важливим аспектом функціонування готельного бізнесу в контексті туристичної дипломатії є формування партнерських мереж та міжнародної співпраці. Європейські готельні підприємства активно інтегруються у глобальні системи бронювання, туристичні платформи та міжнародні асоціації, що сприяє підвищенню їх видимості на світовому ринку. Така інтеграція забезпечує не лише економічні вигоди, але і сприяє розвитку міждержавної комунікації, обміну досвідом та зміцненню міжнародних зв'язків у сфері туризму.

Крім того, у сучасних умовах важливого значення набуває концепція сталого розвитку готельного бізнесу, яка активно впроваджується у країнах Європи. Інвестиції у «зелені» технології, енергоефективність та екологічно відповідальні практики дозволяють готельним підприємствам не лише знижувати витрати, але й формувати позитивний імідж держави як соціально відповідальних учасників міжнародного співтовариства. Це в свою чергу підсилює роль готельного бізнесу як інструменту сучасної туристичної дипломатії (Барна і Мельник, 2025).

Окрему увагу слід приділити впливу інновацій на розвиток готельного сектору. Впровадження технології штучного інтелекту, автоматизації обслуговування та персоналізації сервісу дозволяє підвищити якість обслуговування та задовольнити індивідуальні потреби гостей. Це сприяє формуванню позитивного досвіду перебування туриста та зміцненню іміджу країни як сучасної та технологічно розвиненої дестинації (Demir, M., & Demir., 2025). Таким чином, готельний бізнес є важливим інструментом туристичної дипломатії в Європі, який поєднує економічні культурні та інноваційні аспекти розвитку. Його ефективне функціонування сприяє зміцненню міжнародного іміджу держав, розвитку туристичної інфраструктури та активізації міжкультурної взаємодії.

Узагальнюючи, слід зазначити, що подальший розвиток готельного бізнесу як елементу туристичної дипломатії, повинен базуватися на впровадженні цифрових технологій, розвитку інноваційних сервісів та підвищенні якості обслуговування. Це забезпечить стійкий розвиток туристичної галузі та зміцнення позицій європейських країн на міжнародному туристичному ринку.

Список використаних джерел:

- Барна М., & Мельник, І. (2025). Стратегія цифровізації готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-66>
- Кулик, М. (2023). Цифровізація в управлінні доходами готелів. *Сталий розвиток економіки*. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-47-17>
- Нікітенко, К. (2025). Управлінські виклики цифровізації в готельно-ресторанному бізнесі України. *Економічний простір*. <https://doi.org/10.30838/EP.202.196-201>
- Павленчик, Н., Павленчик, А., & Цімура, М. (2025). Інвестиційне забезпечення розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах цифрової трансформації. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15665212>
- Demir, M., & Demir, Ş. Ş. (2025). The relationship between technology investments, innovation strategies, and competitive performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104151>
- García-Gómez, C. D., Demir, E., Díez-Esteban, J. M., & Popesco, B. (2023). Investment inefficiency in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.01.006>



КУРДСЬКИЙ ФАКТОР ТА ЙОГО ВПЛИВ НА БЕЗПЕКОВУ СИТУАЦІЮ НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ

Софія Колесніченко

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

E-mail: kolesnichenko2021uk11@student.karaxin.ua

Науковий керівник: к.і.н., доц. Онацький М.Ю.

В ХХІ ст. однією із найбільш розділених етнічних груп, які проживають на Близькому Сході, є курди. Формування курдського питання було безпосередньо пов'язано з трансформацією регіонального порядку після Першої світової війни, коли внаслідок розпаду Османської імперії території, населені курдами, опинились у складі кількох держав – Туреччини, Іраку, Сирії та Ірану. Відсутність власної державності та територіальна фрагментація сприяли формуванню курдського руху.

В сучасних умовах місце курдів у безпековій архітектурі Близького Сходу визначається їхньою подвійною роллю: з одного боку, вони виступають ключовими партнерами в боротьбі проти регіональних загроз, зокрема ІДІЛ та інших екстремістських угруповань, з іншого – є джерелом потенційної нестабільності в прикордонних регіонах тих країн, де існують компактні місця проживання курдів (через їх прагнення до здобуття національної незалежності, збройну активність та транскордонний характер діяльності).

Найбільш виразно ця роль проявилася в Іраку, де курдські сили продемонстрували здатність не лише до оборони власних територій, а й взяли активну участь у забезпеченні регіональної безпеки. Починаючи з 2014 р., у період стрімкого наступу ІДІЛ, курдські збройні формування, насамперед

Пешмерга, взяли під контроль значні території, залишені урядовими силами Іраку, і відіграли ключову роль у стримуванні експансії джихадистів. Аналогічна ситуація спостерігалась і в Сирії, де курдські формування, зокрема Загони народної боротьби (YPG), також стали важливими учасниками боротьби проти ІДІЛ. В даному контексті слід зазначити, що співпраця YPG зі Сполученими Штатами Америки суттєво підвищила військову спроможність курдських підрозділів та їх міжнародну легітимність (Yousif & Aveen, 2016). У результаті цієї взаємодії від ІДІЛ було звільнено значні території (понад 50 тис. км²) та мільйони людей (Garamone, 2022).

Важливим наслідком участі курдських збройних формувань у боротьбі проти ІДІЛ стало перетворення їх на впливового політичного та військового актора, здатного не лише приймати участь у конфліктах, але й визначати безпекову динаміку окремих регіонів Близького Сходу.

У Туреччині та Ірані діяльність курдських рухів розглядається як загроза територіальній цілісності цих держав. В Туреччині курдський рух представлений передусім Робітничою партією Курдистану (РПК), яку турецька влада офіційно розглядає як терористичну організацію. Збройне протистояння між Анкарою та РПК розпочалось у 1984 р. і, попри припинення активної фази боротьби в 1999 р., не завершилось (Філоненко та ін., 2019, с. 68). У 2000-х рр. спостерігалось тимчасове зниження інтенсивності конфлікту. Однак уже з 2004 р. ситуація знову стала загострюватись. Починаючи з 2011 р. відбулась ескалація конфлікту (Пашкевич та ін., 2020). Повномасштабні бойові дії розпочались у 2015 р. Військові операції у південно-східних регіонах Туреччини супроводжувались активною транскордонною діяльністю курдських збройних формувань. Бойові дії призвели до того, що напруга в цьому регіоні в другій половині 2010-х – першій половині 2020-х рр. зберігалась. Попри періодичні спроби деескалації, зокрема укладання тимчасових перемир'їв у 2023 р. та 2025 р. конфлікт залишається неврегульованим (ICG, 2026).

В Ірані на державному рівні реалізується модель, яка не передбачає існування інституціоналізованих форм курдської автономії. Діяльність курдських організацій, зокрема Партії вільного життя Курдистану, супроводжується регулярними бойовими зіткненнями з іранськими збройними силами. Після референдуму щодо незалежності Іракського Курдистану в 2017 р. Іран, у координації з Іраком та Туреччиною, здійснював політику, спрямовану на ізоляцію тих регіонів, де компактно проживали курди (зокрема, шляхом закриття кордонів) (Філоненко та ін., 2019, с. 69). У відповідь на активізацію курдських збройних угруповань Тегеран застосовує силові методи. В зв'язку з цим у північно-західних регіонах країни зберігається високий рівень напруженості. Крім того, Іран регулярно завдає ракетні удари та удари безпілотними дронами по базах курдських опозиційних сил на території Іраку (Dastan, 2023).

Слід зазначити, що активність курдських збройних формувань, зокрема їх транскордонна діяльність, дедалі частіше стає чинником, що посилює напругу в прикордонних районах. Додаткові ризики пов'язані з небезпекою транскордонних переміщень, оскільки частина прикордонних районів є замінованою. Особливо вразливою категорією в зв'язку з цим є прикордонні

торгівці, які регулярно зазнають втрат внаслідок того, що в прикордонних районах зберігається високий рівень небезпеки (Daneshmehr та ін., 2024). У сукупності ці фактори формують високий рівень транскордонної нестабільності, що послаблює ефективність державного контролю та створює умови для відносної автономізації діяльності курдських формувань у прикордонних районах.

Таким чином, курдський фактор є багатовимірним явищем, що поєднує історичні, політичні та безпекові аспекти й суттєво впливає на формування сучасної архітектури Близького Сходу. Наявність власних збройних формувань, контроль над окремими територіями та здатність до здійснення управлінської діяльності дозволяють розглядати курдські формування як специфічного актора, що функціонує поза межами класичної державної системи та дедалі активніше впливає на регіональні політичні процеси. Курдські формування набувають ознак парадержавного безпекового суб'єкта, який одночасно виступає і чинником стабілізації (зокрема, в боротьбі з ІДІЛ), і джерелом потенційної напруги через їх транскордонну активність і протистояння урядам держав, на території яких проживають курди. Це визначає їх роль у сучасних регіональних конфліктах і перетворює курдський фактор на важливий складовий елемент безпекової архітектури Близького Сходу.

Список використаних джерел:

Пашкевич, М. С., Пашков, В. О., Міщенко, В. С. (2020). Курдське питання на Близькому Сході у XXI ст. *Регіональні студії*, 20, 173-178. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2020.20.28>

Філоненко, І., Філоненко, Ю. (2019). Курдський сепаратизм: причини та наслідки. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*, 47(2), 67-74. <https://doi.org/10.25128/2519-4577.19.3.8>

Daneshmehr, H., Khaleghpanah, K., Sobhani, P., & Rostami, S. (2024). Border villages and the suffering of Kolberi: focus on Kolbers mothers' narratives of their children's Kolberi experience. *Frontiers in Sociology*, 9. DOI:10.3389/fsoc.2024.1344806

Dastan, J. (2023). Under Attack: Addressing Cross-Border Violence in the Kurdistan Region of Iraq. <https://www.kurdishpeace.org/research/security-and-defense/under-attack-addressing-cross-border-violence-in-the-kurdistan-region-of-iraq/>

Garamone, J. (2022). DOD, Kurdish Peshmerga Continue Partnership to Fight ISIS. <https://www.war.gov/News/News-Stories/Article/article/3171097/dod-kurdish-peshmerga-continue-partnership-to-fight-isis/>

International Crisis Group (ICG). (2026). The PKK's Decision to Disband May Offer a Historic Chance at Peace. <https://www.crisisgroup.org/stm/europe-central-asia/western-europemediterranean/turkiye/pkks-decision-disband-may-offer-historic-chance-peace>

Wanche, S. I. (2002). Identity, nationalism and the state system: the case of Iraqi Kurdistan (Doctoral dissertation, Durham University).

Yousif, I., & Aveen, K., (2016). Kirkuk – Peshmerga Resilience and Triumph Against ISIS. <https://dckurd.org/2016/03/21/kirkuk-peshmerga-resilience-and-triumph-against-isis/>



АМБАСАДОРИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У НАДАННІ ОСВІТНЬО-НАВЧАЛЬНИХ ПОСЛУГ У СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ – ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ (ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПОЛЬЩІ)

Назар Кудла

викладач кафедри фінансів
і бухгалтерського обліку,
Академія Замойська, Польща
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: nazar.kudla@akademiazamojska.edu.pl

У статті під амбасадорами культурної спадщини будемо розуміти суспільну групу сільських підприємців, які надають навчально-освітні послуги у своїх господарствах, які відповідають критеріям мережі „zagroda edukacyjna”.

У Польщі поняття навчального селянського/фермерського господарства разом з його ринковою ідентифікацією у вигляді назви «Zagroda Edukacyjna» було визначено в результаті проекту «Створення мережі агротуристичних навчальних господарств» Міністерства сільського господарства і розвитку села, реалізованого у листопаді 2011 року Центром сільськогосподарського дорадництва в Брвінові, краківським відділенням (Sikorska-Wolak I. та ін. (2023)). Метою Загальнопольської мережі є надання освітніх послуг з виробничих та переробних сфер діяльності селянського/фермерського господарства та у сфері культурної спадщини села, традиційних професій, народних ремесел та творчості.

Ідея реалізації освітніх процесів у селянському господарстві була дуже добре сприйнята в аграрному середовищі, а Загальнопольська мережа навчальних господарств/ферм з самого початку динамічно розвивається, демонструючи постійну тенденцію до зростання. У грудні 2025 р. у загальнопольській мережі навчальних господарств/ферм функціонувало 377 об'єктів. Зацікавленість селян у наданні освітніх послуг у своєму господарстві різниться залежно від регіону. Найбільшу активність у цьому напрямку виявляють мешканці громад у Нижньосілезького (47) та Малопольського (42) воєводства (<https://zagrodaedukacyjna.pl/>).

У жовтні-грудні 2025 року проведено дослідження власників господарств, які входять до мережі «Zagroda Edukacyjna». У дослідженні взяли участь 68 амбасадорів із трьох воєводств, передбачених у проекті, а саме: Нижньосілезького, Малопольського та Підкарпатського. Однак не всі анкети були заповнені повністю, тому в кінцевому підсумку для дослідження було обрано відповіді, надані 40 респондентами. Онлайн-опитування було проведено за допомогою інструменту CAWI (Computer Assisted Web Interviews)

Респонденти становили досить різnorідну групу. Переважна більшість – це жінки, що підтверджує феміністичний характер діяльності. З групи 40 респондентів 23 заявили, що мають вищу освіту, а решта – середню та середню

спеціальну. Серед професійних кваліфікацій були фермери, бджолярі та столяри, вчителі, біотехнологи, ландшафтні архітектори, бухгалтери, інженери сільського господарства та садівництва, технологи харчової промисловості, техніки садівництва, туризму та готельного господарства, а також аніматори культури, крім того, один соціолог і терапевт. Переважна більшість, а саме 30 респондентів, мають статус виробника сільськогосподарської продукції. Найдовше навчальне господарство/ферма ведеться з 2000 року, а найкоротше — з 2022 року. Лише 28 респондентів відповіли на питання щодо року започаткування освітньої діяльності, з чого можна зробити висновок, що їхній досвід у сфері надання освітніх послуг становить у середньому 10 років. Половина респондентів додатково займається несільськогосподарською діяльністю. Серед амбасадорів переважають власники невеликих господарств площею до 5 га (15 відповідей) та господарств площею до 10 га (11 відповідей). Лише четверо з них ведуть господарство площею до 1 га та шестеро – площею до 20 га, а четверо заявляють, що керують великим господарством площею до 50 га або навіть понад 50 га.

З проведених досліджень можна зробити висновок, що головною мотивацією для входження до мережі є можливість отримати додатковий дохід (Табл. 1). Однак зазначення відповідей показало, що це не є домінуючим мотиваційним чинником, оскільки на другому місці амбасадори навчальних господарств ставлять потребу ділитися своїми знаннями та вміннями, а на наступному – бажання зберегти культурну спадщину села, популяризувати народні традиції. Це можна вважати позитивною тенденцією, де захоплення поєднується з доходом та турботою про збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Таблиця 1.

Основні мотиви амбасадорів проводити навчально-освітню діяльність

№ п/п	Варіанти можливих відповідей	К-ть зазначень
1	Можливість отримати додатковий дохід	11
2	Бажання ділитися своїм захопленням, знаннями чи навичками	7
3	Бажання зберегти культурну спадщину села/традиційний сільський ландшафт	7
4	Радість від роботи з дітьми та молоддю	6
5	Бажання навчати молодші покоління	4
6	Можливість просування та продажу продукції господарства	2
7	Новий виклик для особистого розвитку	2
8	Бажання організувати дозвілля / урізноманітнити повсякденне життя	1
9	Можливість рекламувати іншу діяльність об'єкта (наприклад, розміщення)	0
10	Потреба перекваліфікації з сільськогосподарської діяльності на несільськогосподарську	0
Разом		40

Дослідження показують, що в більшості випадків усі заняття, що входять до освітньої пропозиції, проводять самі господарі. Лише для проведення розважальних, спортивних або рукодільних занять наймають сторонніх фахівців або запрошують спеціалістів, які є експертами у своїй галузі (табл. 2).

Таблиця 2.

Амбасадори, які проводять навчальні заняття

	Краєзнавство	Екологія	Регіональна кухня	Народні ремесла	Переробка продукції	Природа	Народне вчолілля	Ведення селянського господарства	Локальні продукти	Заняття з рекреації	Спортивні змагання	Звичай, обряди	Разом
Господар	26	28	21	19	17	23	18	24	25	16	10	20	247
Зовнішній фахівець	3	4	3	4	3	4	6	3	3	9	8	4	54
Опікун групи	0	0	2	1	0	1	1	1	1	2	0	0	9

Найважливішим додатковим ресурсом є педагогічний досвід амбасадорів (господаря, членів його родини чи знайомих), які беруть участь у проведенні навчальних занять у господарстві.

До амбасадорів було скеровано запитання, яка освітня компонента користується у них найбільшим інтересом. З переліку названих навчальних занять можна зробити висновок, що найчастіше обирають програми, які включають кулінарні заняття (випікання хлібобулочних виробів та кондитерських виробів, приготування варення із фруктів та овочів, а також виготовлення вершкового масла), а потім – заняття з образотворчого мистецтва з використанням вовни альпак та овець, зокрема фарбування тканин, а також навчання основам ведення сільського господарства (в тому числі збирання врожаю, догляд за садом та городом, правила вирощування трав та лаванди, а також розведення кіз, альпак, овець та коней, а також утилізація органічних відходів, виробництво компосту). Зі слів амбасадорів випливає, що великим інтересом користуються заняття на відкритому просторі, що проводяться у формі ігор та розваг, провідною темою яких є біорізноманіття, екологія, зникаючі професії, історія регіону та пов'язані з ним традиції.

Навчальне селянське/фермерське господарство – це не лише нова форма господарської діяльності, а насамперед інвестиції в освіту активних підприємців, розвиток місцевої громади та популяризація села як цінного, безпечного та надихаючого до навчання місця. Окрім організаційної та методологічної підтримки навчальних господарств значний вплив має дотаційна політика, яка реалізується в рамках Стратегічного плану щодо Спільної сільськогосподарської політики на 2023–2027 роки та місцевих груп дій (LEADER) у розмірі до 150 тис. злотих в рамках розвитку несільськогосподарських функцій малих селянських господарств у сфері створення навчальних господарств (IV кв. 2025 р.)

Список використаних джерел:

Sikorska-Wolak I., Krzyżanowska K., Zawadka J. (2023) Charakterystyka oferty polskich zagród edukacyjnych. *Warszawa: Roczniki naukowe stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i agrobiznesu* Vol. XXV No.(3), s.347-363

<https://zagrodaedukacyjna.pl/>

<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/-leaderrozwoj-lokalny-kierowany-przez-spolecznosc-rlks>



КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ХАРКОВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ: СУЧАСНА МИСТЕЦЬКА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТІ ХАРКІВСЬКИМИ МИТЦЯМИ

Ганна Курінна

декан факультету Аудіовізуального мистецтва
та медіатехнологій,

Харківська державна академія дизайну і мистецтв,
кандидат мистецтвознавства, доцент

E-mail: kurinna.hanna@ksada.org

За часи війни Україна зазнала вагомих втрат у туристичній галузі, зокрема, у напрямку міжнародного туризму. Безсумнівно, що одну зі значних складових репрезентації України у сфері культурної дипломатії сьогодні займає аудіовізуальне мистецтво. Значний внесок у підтримці іміджу України сьогодні належить і харківським митцям, які перемагають у міжнародних туристичних кінофестивалях, є організаторами та учасниками міжнародних виставок та мистецьких проєктів на підтримку туристичної галузі за кордоном, а також допомагають формуванню інструментами мистецтва позитивного міжнародного іміджу України.

У 2023 р. на знаному туристичному кінофестивалі THE GOLDEN CITY GATE: TOURISM MULTIMEDIA AWARD (Берлін, Німеччина), в рамках масштабної туристичної виставки ITB Berlin (1, 2023), переможцями номінацій кінофестивалю стала серія промороликів України (реж. з Харкова – О. Чернобай, сценарна група – харківська школа драматургії та сценарної майстерності – Сценарист UA під керівництвом Г. Курінної).



Туристична виставки ITB Berlin, 2023 р. Стенд України. Фото з особистого фотоархіву автора.

Отже, одним з важливих мистецьких напрямків культурної дипломатії сьогодні є *фестивальний рух*. Фестиваль, як масова форма видовища, має не тільки розважальний контекст, але й може стати інструментом у популяризації туризму. Це, у свою чергу, підтверджує діяльність міжнародних тематичних фестивалів аудіовізуального мистецтва та туризму, які представляють цю галузь. Найбільш знані кінофестивалі: International Festival of Arts and Travel (Грузія), International Tourism Film Festival Africa (ПАР), Uluslararası Turizm Filmleri Festivali (Туреччина), Amorgos Film Festival (Аморфос, Греція), Finisterra Portugal Film Art & Tourism Festival (Португалія), Finisterra Brasil Film Art & Tourism Festival (Бразилія), The Golden City Gate: Tourism Multimedia Award (Німеччина), Zagreb Tourfilm Festival (Хорватія) та харківський фестиваль – Kharkiv International Festival of Arts and Travel (Art&Travel, Україна).

Фестиваль Kharkiv International Festival of Arts and Travel (Art&Travel) був заснований в Харкові у 2018 р. Г. Курінною (автор ідеї, директор проєкту) та вперше проведений у 2019 р. при суттєвій підтримці Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради (зокрема, Ю. Згурської, С. Рязанової) та команди харківських ентузіастів – О. Чернобая, В. Шептуна та ін. Щорічно фестиваль збирав професіоналів-кінематографістів біля ста країн світу, найкращі роботи яких (за рішенням професійного журі) здобували нагороди переможців (2, 2019).



Kharkiv International Festival of Arts and Travel (Art&Travel), 2019 р. Кінотеатр ім. Довженко (м. Харків). На фото – переможці та організатори фестивалю. Фото з особистого фотоархіву автора.

Під час повномасштабного вторгнення фестиваль Art&Travel продовжив свою діяльність online, ставши для багатьох його учасників з різних країн світу, зв'язком з Україною та «незламним Харковом». У 2023 р. завдяки своїй активній діяльності фестиваль був запрошений увійти до складу Міжнародного комітету тематичних фестивалів CINETOURL, що об'єднує тематичні фестивалі шістдесяти країн світу. А у 2024 р. фестиваль став практикувати виїзні проєкти. Серед них – освітній Art Travel School. Метою проєкту є залучення найкращих митців тревелінгу, які власним прикладом навчають молодь професійним тревел-фото та відеозйомці, що у подальшому спряє промоції регіонів. 23 серпня 2023 р. (на честь Харкова) Art Travel School відбувся у м. Бельсько-Бяла (Польща) та був підтриманий департаментом культури цього міста (3, 2023). Також у вересні 2024 р. завдяки підтримці Міжнародного комітету тематичних

фестивалів CINETOURL та особисто І. Хангошвілі, Art&Travel відбувся у м. Тбілісі (Грузія). Наразі Г. Курінна приймає активну участь у складі журі міжнародних тревел-кінофестивалів, продовжуючи місію підтримки митців України та мистецьких туристичних проєктів Харкова.



Finisterra Portugal Film Art & Tourism Festival (Португалія), 2025 р. Церемонія нагородження фіналістів фестивалю.

Фото: J. A. Antunes Marques

Іміджеві промо ролики країн та туристичних локацій зі всього світу складають частину конкурсних робіт учасників туристичних кінофестивалів, за якими можна прослідкувати провідні тенденції у створенні подібних відеоробіт для промоції міжнародного туризму. Серед переможців – імена і харківських митців: К. Неєжмаков (роботи виконані у техніці таймлапсу – покадрової зйомки, з використанням прийомів анімації), А. та О. Андрєєви (PAGANEL STUDIO, митцями використовується техніка документальної зйомки), чії твори є переможцями багатьох номінацій світових кінофестивалей на тему туризму, а також володарями гран-прі.

Заявлена доповідь будується на багаторічному досвіді автора щодо культурної дипломатії, а також досвіді творчої синергії сфер аудіовізуального мистецтва та туризму у мистецьких та освітніх проєктах; участі у складі журі туристичних кінофестивалів в Україні і за кордоном.



International Tourism Film Festival, 2024 р. (Анталія, Туреччина). Церемонія нагородження переможців фестивалю. На фото – Г. Курінна та Д. Сарачоглу (директор фестивалю).

Фото з особистого фотоархіву автора.

У доповіді також передбачена аудіовізуальна презентація відеоробіт харківських митців та практичні результати мистецького проєкту Харкова – Kharkiv International Festival of Arts and Travel – члена міжнародного комітету тематичних фестивалів CINETOURL.



Кіномитці, які створюють мистецькі проєкти для промоції туризму своїх країн (з ліва на право) з Туреччини, Болгарії, Грузії, України.

Фото: J. A. Antunes Marques

Участь харківських митців у проєктах культурної дипломатії на підтримку туристичної галузі дозволяє нагадати міжнародній спільноті «яка так далеко від війни» не тільки про цінність миру та туризму, але й про Харків – прифронтове героїчне місто, яке щоденно знаходиться під ворожими обстрілами, проте продовжує діяльність у всіх сферах культури України та світу.

Список використаних джерел:

Харків розвиває партнерські зв'язки на міжнародній виставці в Німеччині. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету : веб-сайт. URL: <https://city.kharkiv.ua/news/miznarodne-spivrobitnictvo/kharkiv-bere-uchast-u-turistichniy-vistavtsi-itb-berlin>

У Харкові пройшов перший міжнародний фестиваль екранних мистецтв і фотографії. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету : веб-сайт. URL: <https://www.city.kharkov.ua/uk/news/u-kharkovi-proyshov-pershiy-mizhnarodniy-festival-ekrannikh-mistetstv-i-fotografii-41744.html>

Międzynarodowy festiwal w Bielsku-Białej / Nowa: Wiadomości, Sport, Kultura, Moto : веб-сайт. URL: <https://www.super-nowa.pl/kultura-cat/art-miedzynarodowy-festiwal-w-bielsku-bialej,14600>



РОЛЬ М'ЯКОЇ СИЛИ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

Софія Кур'янова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: sofiia.kurianova@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.і.н., доц. Онацький М.Ю.

М'яка сила – це здатність держави впливати на поведінку інших акторів міжнародних відносин не шляхом примусу чи тиску, а шляхом популяризації своїх цінностей, культури, освіти. Вона ґрунтується на переконанні, авторитеті та симпатії, завдяки чому інші країни добровільно сприймають і підтримують цілі цієї держави (Капітоненко, 2010).

М'яка сила відіграє важливу роль у формуванні міжнародного іміджу Великої Британії. Велика Британія досить успішно використовує свої конкурентні переваги – багату історико-культурну спадщину, наявність престижних освітніх інституцій, розвинену креативну індустрію та відданість демократичним цінностям – для формування позитивного образу держави на глобальному рівні.

Значну роль у цьому відіграє також системний підхід уряду до реалізації політики м'якої сили, який передбачає наявність довгострокової стратегії, координацію між державними та недержавними інституціями, а також активне залучення культурних, освітніх і медійних ресурсів. Такий підхід дозволяє не лише підтримувати стабільний міжнародний авторитет країни, але й створювати умови для зростання інтересу до Великої Британії. Внаслідок цього формується стійке позитивне сприйняття держави в світі, що зміцнює її позиції на міжнародній арені та позитивно впливає на розвиток туризму та міжнародної співпраці (Климчук, 2023).

Сполучене Королівство здійснює політику, спрямовану на залучення іноземних туристів. З цією метою в країні було створено ряд інституцій. Однією з них є організація VisitBritain, яка є національним туристичним агентством і відповідає за міжнародний маркетинг країни, створення рекламних кампаній та просування бренду Великої Британії за кордоном. В країні також діють і регіональні структури VisitBritain – VisitEngland, VisitScotland та VisitWales, – які відповідають за розвиток туризму та формування туристичної привабливості окремих регіонів Британії (VisitBritain).

За реалізацію державної політики в сфері туризму відповідає Department for Culture, Media and Sport (DCMS). В сфері його компетенцій – стратегічне управління культурою, туризмом та креативними індустріями. З метою визначення стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі та стимулювання її зростання у Великій Британії створено та функціонує Visitor Economy Advisory Council – структуру, до складу якої входять представники уряду та туристичної

індустрії (Department for Culture, Media and Sport; Visitor Economy Advisory Council).

Окрім цього, важливу роль у просуванні іміджу країни на міжнародній арені відіграють British Council і BBC, які шляхом здійснення культурної, освітньої та інформаційної діяльності формують позитивне сприйняття Сполученого Королівства в світі. Зокрема, British Council має свої представництва в більш ніж 100 країнах, популяризуючи британську культуру та освіту, тоді як BBC є важливим та авторитетним медіаресурсом, діяльність якого зміцнює довіру до країни як до надійного міжнародного партнера.

Одним із головних засобів м'якої сили Великої Британії є популяризація мови та культури. Англійська мова стала мовою міжнародного спілкування, що відображає вагомий вплив Британії на світові політичні, економічні та культурні процеси.

Важливим інструментом м'якої сили є освіта. В Сполученому Королівстві функціонують одні із провідних науково-освітніх закладів світу. Університети Оксфорда, Кембриджа та інші престижні вищі навчальні заклади приваблюють сотні тисяч іноземних студентів. За даними British Council, випускники британських університетів часто зберігають позитивне ставлення до країни та підтримують з нею професійні й культурні зв'язки, що посилює міжнародний вплив держави (Department for Culture, Media and Sport; British Council).

Складовими м'якої сили Великої Британії є також культура, мистецтво, кінематограф, музика та спорт, які формують позитивний імідж держави в світі. Досягнення британської культури отримали широке світове визнання завдяки творчості відомих письменників, поетів і драматургів, зокрема Вільяма Шекспіра, Джейн Остін, Чарльза Діккенса, Джоан Роулінг.

Значну роль у просуванні іміджу країни відіграє кінематограф. Британські кінострічки, зокрема, франшизи «Harry Potter», «James Bond», а також популярні серіали, які транслює BBC, сприяють формуванню так званого «екранного туризму», стимулюючи інтерес до країни та збільшуючи потік туристів.

Музична індустрія Сполученого Королівства є однією з найпотужніших на планеті. Музичний сектор приносить значні економічні доходи та сприяє посиленню культурного впливу держави. В 2024 р. економічний ефект від діяльності музичної індустрії склав близько 8 млрд фунтів стерлінгів. Музичні фестивалі, конкурси, виступи відомих музичних колективів та виконавців за різними даними відвідало понад 23 млн туристів. Значну роль у формуванні позитивного іміджу країни відіграє також світова популярність британських музикантів і гуртів, таких як The Beatles, Queen, Adele, Ed Sheeran, а також митців, зокрема Джозефа Тернера та Демієна Герста.

Спорт також є важливим інструментом м'якої сили. Велика Британія є батьківщиною багатьох популярних видів спорту (футбол, теніс, регбі), а такі події, як Wimbledon чи Premier League, мають досить широку аудиторію та сприяють формуванню позитивного іміджу країни (Department for Culture, Media and Sport).

Туристична галузь Великої Британії демонструє стабільне зростання та на сучасному етапі виступає важливим засобом м'якої сили. За прогнозами

VisitBritain у 2026 р. кількість міжнародних в'їзних відвідувань може сягнути приблизно 45,5 млн осіб, тоді як загальні витрати туристів очікуються на рівні близько 35,7 млрд фунтів стерлінгів. Зазначені показники становитимуть відповідно 105% і 126% від рівня 2019 р., що свідчить про поступове відновлення туристичної галузі Британії після кризи, яка була спричинена пандемією COVID-19 (VisitBritain).

У той же час, попри значний потенціал, використання засобів м'якої сили Великою Британією певним чином ускладнюється через ряд причин. Одним із ключових факторів є наслідки Brexit, які вплинули на міжнародне сприйняття країни та ускладнили можливості для здійснення культурних, наукових та освітніх обмінів між Британією та країнами Європейського Союзу. Крім того, скорочення фінансування таких інституцій, як BBC World Service та British Council, може негативно вплинути на ефективність здійснення Сполученим Королівством культурної дипломатії (Климчук, 2023).

Отже, м'яка сила є важливим інструментом реалізації зовнішньої політики та формування міжнародного іміджу Великої Британії. Сполучене Королівство досить ефективно використовує свій культурний, освітній і медійний потенціал з метою посилення впливу в світі та розвитку туристичної галузі. Водночас сучасні виклики, зокрема наслідки Brexit і зростання міжнародної конкуренції, вимагають адаптації підходів до реалізації політики м'якої сили. Таким чином, подальший розвиток і вдосконалення інструментів м'якої сили є необхідною умовою зміцнення позицій Великої Британії на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

- BBC World Service. (n.d.). *Live radio*. https://www.bbc.com/audio/play/live/bbc_world_service
- Department for Culture, Media and Sport. (n.d.). *GOV.UK*. <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-and-sport>
- British Council. (n.d.). *LearnEnglish*. <https://learnenglish.britishcouncil.org/>
- Visitor Economy Advisory Council. (n.d.). *GOV.UK*. <https://www.gov.uk/government/groups/visitor-economy-advisory-council>
- VisitBritain. (n.d.). *The official website for UK tourism*. <https://www.visitbritain.com/en>
- Капітоненко, М. Г. (2010). «М'яка сила» у сучасній світовій політиці: теоретичні аспекти. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, 94(2), 20–29.
- Климчук, І. (2023). Особливості реалізації «м'якої сили» у зовнішній політиці Великої Британії на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 48, 246–251.



«АЛЬЯНС ФРАНСЕЗ» ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ФРАНЦІЇ (1883–2026)

Сергій Лиман

професор кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
доктор історичних наук, професор

E-mail: s.lyman@karazin.ua

В сучасних міжнародних відносинах концепція дипломатії відіграє ключову роль у формуванні та реалізації зовнішньої політики держави. Останніми роками світова дипломатія зазнала значних змін. Істотно збільшилася кількість багатосторонніх організацій, з'явилися нові глобальні актори, спостерігається активне використання нових дипломатичних інструментів. Велике значення приділяється публічній дипломатії, різновидом якої є культурна дипломатія. Як зазначається в «Стратегії публічної дипломатії Міністерства Закордонних Справ України на 2021-2025 роки» культурна дипломатія є одним із її семи напрямів (Стратегія 2021, 10), які вперше були сформульовані та визначені в Україні лише у 2021 р. (Рокитна 2021). Культурна дипломатія сприяє поширенню ідей, інформації, мистецьких творів та інших елементів культури між країнами і народами. Вона має важливі переваги у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави (Полякова & Шайда 2025, 125).

Серед країн, які тривалий час успішно просувають свій імідж на міжнародній арені завдяки культурній дипломатії, одну з провідних позицій традиційно посідає Франція. Культурна дипломатія є важливою складовою зовнішньої політики цієї держави, покликана зміцнювати міжнародні зв'язки через поширення французької культури, мови та цінностей. Франція активно використовує різноманітні інструменти культурної дипломатії, включаючи культурні центри, освітні програми, наукові обміни та участь у міжнародних культурних подіях. Одним із найважливіших таких інструментів традиційно є «Альянс Франсез» (далі – «АФ») – міжнародна мережа, яка відіграє ключову роль у реалізації цієї стратегії.

«Альянс Франсез» (Alliance française) – це неурядова організація, створена у 1883 р. з метою поширення французької мови та культури по всьому світу, підтримки культурного діалогу та обміну (Chaubet 2004, 763). Ініціатором створення «АФ» був Поль Камбон – відомий французький політичний діяч, дипломат, один з ініціаторів укладення у 1904 р. англо-французької «Сердечної угоди» («Антанти»). У 1884 р. було прийнято Статут Альянсу. Як зазначалося в преамбулі та статті 1 цього документу, відділення «АФ» – це некомерційні, автономні асоціації, що регулюються місцевим законодавством», «АФ» прагне сприяти через міжкультурний діалог більшому взаєморозумінню між народами та духу співпраці, організовує «загальні та спеціалізовані курси французької мови», «культурні заходи... для сприяння міжкультурному обміну», може,

«виступати зв'язковою особою для ініціатив співпраці, що здійснюються Посольством Франції (університетський обмін, навчання, організація вистав тощо) в рамках партнерської угоди» (Charte de l'Alliance française 2021). З цього часу центри французької культури відкриваються в різних куточках світу. Разом з тим навіть у французькому науковому дискурсі визнається, що діяльність Альянсу в цей колоніальний період «користувалася моральною та фінансовою підтримкою держави», зокрема у сферах, «де уряд ризикує скомпрометувати себе», а «головним, навіть єдиним засобом діяльності» Альянсу на зламі XIX–XX ст. було завдання через асиміляцію населення цих колоній «інтегрувати їх у єдину Францію» (Barko 2000, 90-93).

«АФ» активно просував культурні цінності своєї держави не лише в мирний час, але й в роки глобальних конфліктів. Упродовж Другої світової війни культурна дипломатія стала важливим інструментом мобілізації міжнародної підтримки. «АФ» та патріотичний антифашистський рух «Вільної Франції» разом з її урядом у вигнанні зосередили свою діяльність на підтримці шкільних закладів за кордоном, а її лідер генерал Шарль де Голль акцентував увагу на важливості поширення французького культурного впливу через вільні інтелектуальні та моральні зв'язки.

Разом з тим, в умовах Холодної війни і необхідності проведення виваженої політики як у відносинах з СРСР, так і з англосаксонськими країнами, Франція під час проведення своєї культурної дипломатії стикалася з новими викликами. Зв'язки між Францією та деякими східноєвропейськими країнами, що традиційно орієнтувалися на Париж, були суттєво обмежені через комуністичну цензуру, яку здійснювали авторитарні режими. Наприклад в період з 1948 по 1951 рр. було закрито французькі інституції в Румунії, Польщі, Болгарії та Чехословаччині (Fauche 2024, 232-234). Попри це, як зазначається в сучасних публікаціях, навіть у цей час у Франції зберігалася переконання у своєму глобальному культурному лідерстві, у всесвітній мережі «АФ» у 1953 році навчалося 53 000 студентів, «і хоча до початку 1970-х років мовна боротьба, здавалося, вже була програна перед обличчям невблаганного піднесення англійської мови, французька мова «залишалася наріжним каменем» культурної дипломатії при П'ятій республіці» (Faure 2025). Активність протягом 1960-х – на початку 1970-х рр. в найбільшій латиноамериканській країні Бразилії культурної присутності Франції та філій «АФ» розкриває у своїй фундаментальній монографії французька дослідниця Еліз Лану (Lanoe 2012, 9). Проте навіть вона визнає, що після закінчення Другої світової війни «дипломатична роль Франції значною мірою була затьмарена роллю Сполучених Штатів» (Lanoe 2012, 9). В цих умовах французька культурна дипломатія значно активізувалася переважно в Африці, причому, як зазначає сучасна дослідниця цих процесів Джанет Горн, в 1950-1960-х роках, у добу деколонізації Чорного континенту «новизна Альянсу та його важливість як культурного актора... полягає в його здатності та готовності адаптуватися до місцевих умов... та пропонувати більш дрібне розуміння історії французької культурної дипломатії» (Horne 2024, 64).

На сучасному етапі в умовах глобалізації, коли знижується роль держави як ключового актора у міжнародних відносинах «АФ» надає безліч можливостей

для вивчення французької мови, організовує культурні заходи, виставки, концерти, кінопокази та інші культурні проекти, що сприяють зміцненню французької культурної дипломатії. «АФ» має широку мережу філій по всьому світу. Станом на сьогодні, організація налічує більш ніж 820 філій у 132 країнах, що охоплюють всі континенти (Alliances françaises 2026). Щорічно в «АФ» по всьому світу навчання французької мови проходить понад 500 тисяч осіб (L'Alliance Française, premier réseau 2026). Вивчення мови дозволяє глибше занурюватися в культуру та історію Франції, а різноманітні культурні програми інституції передбачають організацію виставок, театральних постановок, кінопоказів, концертів, літературних заходів та багато інших подій, що сприяють розвитку культурного діалогу між Францією та іншими країнами.

«АФ» плідно співпрацює з університетами та науковими установами, підтримує наукові проекти, гранти та обміни, займається перекладом та популяризацією класичних та сучасних французьких літературних творів, що сприяє їх популяризації у світі. За підтримки 15 000 співробітників та 6 300 адміністраторів-волонтерів, вони щорічно залучають близько майже 3,5 мільйона учасників на 26 000 заходів, організованих на п'яти континентах. Цінності «АФ» багато в чому є зразковими і сьогодні: вони втілюють республіканські ідеали співіснування, емансипації через знання, відкритості через діалог та визнання різноманіття культур та мов, насамперед французької мови (L'Alliance Française, premier réseau 2026). Одним з головних досягнень є те, що Альянс допоміг зробити французьку мову однією з найбільш вивчаємих у світі. Окрім того, він сприяв розвитку позитивного іміджу Франції як культурної та наукової нації, що підтримує глобальний культурний діалог.

Окремий напрям діяльності «АФ» – український. В Україні існує 6 установ цієї організації – у таких містах як Харків, Дніпро, Львів, Одеса, Рівне, Запоріжжя. У межах Служби співробітництва та культурної діяльності Посольства Франції в Україні співробітник, що базується в Києві, координує мережу на національному рівні, а філії повною мірою виконують свою роль головного ретранслятора французьких культурних цінностей в Україні (Présentation 2024).

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну у 2022 р. суттєво вплинуло на діяльність «АФ», змусило організацію адаптуватися до нових політичних умов і трансформувати пріоритети культурної дипломатії Франції, особливо на пострадянському просторі. Відбулося різке згортання діяльності організації в РФ та скорочення програм у Білорусі. Навпаки, роль «АФ» в Україні зросла. Організація стала важливим інструментом гуманітарної та культурної підтримки: було розширено мовні курси для біженців, активізовано культурні заходи та ініціативи, спрямовані на підтримку українців і популяризацію французької мови. Водночас війна змінила загальний характер французької культурної дипломатії: акцент змістився від нейтральності до активнішої підтримки України та її культурної присутності у світі. «АФ» став платформою для представлення української культури на міжнародному рівні.

Разом зі значними досягненнями, «АФ» стикається у своїй діяльності з об'єктивними труднощами. Серед них - обмеження у фінансуванні, конкуренція

з іншими мовами, особливо з англійською. Попри те, що в сучасному світі французькою розмовляють 321 млн. осіб, франкомовне наукове співтовариство, на думку Ізабель Бюргюн, скорочується, «франкомовна наука занепадає, навіть у канадських університетах, де розмовляють французькою». Не лише природничі, але й навіть гуманітарні та соціальні науки в епоху глобалізації «все частіше переходять на двомовність та англійську мову» (Burgun 2023). Це обмежує можливості «АФ», але не припиняє її діяльності й не припинить у майбутньому.

Отже, «Альянс Франсез», що існує з 1883 року, є важливим інструментом культурної дипломатії Франції, активно сприяє поширенню французької мови, культури та цінностей по всьому світу. Незважаючи на деякі труднощі, організація успішно виконує свої завдання, зокрема у сфері освітніх і культурних обмінів. Завдяки своїй мережі, яка складається з 820 філій у 132 країнах, та культурним програмам, «Альянс Франсез значно сприяє розвитку міжнародних відносин і зміцненню культурної присутності Франції на світовій арені, зокрема в Україні.

Список використаних джерел:

Полякова, Ю. В., & Шайда, О. Є. (2025). Публічна дипломатія як сучасний інструмент стратегічної комунікації між державами. *Праці наукового товариства ім. Шевченка. Економічний збірник*, (5), 121-131.

Рокитна, А. (2021). Вперше в історії України: МЗС ухвалив стратегію публічної дипломатії. <https://www.rbc.ua/ukr/news/vpervye-istorii-ukrainy-mid-prinyal-strategiyu-1616749867.html>

Стратегія публічної дипломатії Міністерства Закордонних Справ України на 2021-2025 роки. (2021). Київ. <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>

Alliances françaises. 2026. <https://ar.diplomatie.gouv.fr/fr/alliances-francaises>

Barko, I. (2000). L'Alliance française : les années Foncin (1883-1914). Contexte, naissance, mutations. *L'enseignement et la diffusion du français dans l'empire colonial français. 1815-1962*, (25), 90-115. <https://doi.org/10.4000/dhfiles.2948>

Burgun, I. (2023). La Francophonie scientifique au temps des alliances.. <https://www.sciencepresse.qc.ca/actualite/2023/05/03/francophonie-scientifique-temps-alliances>

Charte de l'Alliance française. (2021). https://www.fondation-alliancefr.org/wp-content/medias/RESPONSABLES_DALLIANCES/administration/charte_af.pdf

Chaubet, F. (2004). L'Alliance française ou la diplomatie de la langue (1883-1914). *Revue historique*, (632 (4)), 763-785. <https://doi.org/10.3917/rhis.044.0763>

Fauche, C. (2024). Le cinéma n'est que la fiente de la culture': negotiating the position and content of French culture in postwar Britain. *French History*, (38 (2)), 232–251, <https://doi.org/10.1093/fh/crae010>

Faure B. (2025). Une « Histoire de la diplomatie culturelle dans le monde». *Lestfrancais. press*. 4 decembre 2025. <https://lesfrancais.press/une-histoire-de-la-diplomatie-culturelle-dans-le-monde/>

Horne J. (2024). L'Alliance française : un acteur culturel dans le Sud global des années 1950-1960. *Histoire(s) de la diplomatie culturelle française. Du rayonnement à l'influence*. Paris: Éditions de l'Attribut, 64-82.

L'Alliance Française, premier réseau d'écoles de français au monde. (2026). <https://www.alliance-wasselonne.org/les-alliances-dans-le-monde/>

Lanoe, E. (2012). *La culture au service de la diplomatie? Les politiques culturelles extérieures de la RFA et de la France au Brésil (1961-1973)*. Lille: Université Charles de Gaulle.

МІСТО ЛЬВІВ У СТРУКТУРІ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ЗАХОДІВ

Андрій Манько

доцент кафедри туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
кандидат географічних наук, доцент
E-mail: manko_a@ukr.net

Юрій Зінько

старший викладач кафедри туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка
E-mail: zinkoyuriy@gmail.com

Христина Ардан

старший лаборант кафедри туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка
E-mail: khrystyna.ard@gmail.com

Проблематика організації міжнародних туристичних івентів в контексті культурної дипломатії може включати різні активності. Серед них: проведення міжнародних культурних акцій (фестивалі, спортивні заходи), інформаційні тури для представників іноземних медіа, участь у міжнародних туристичних ярмарках. Політика міста Львова протягом десятиліть спрямована на створення інституцій та розробку туристичних продуктів, орієнтованих на аудиторію іноземних туристів. Забезпечення їх потреб знаходить своє втілення у організації туристично-інформаційних центрів, реалізації транскордонних туристичних проєктів, функціонуванні конференц-центру з міжнародними ініціативами. такі кроки створюють основу для зростання кількості міжнародних туристів та збільшення кількості івентів за участю іноземних гостей.

Культурна дипломатія постає однією з ключових форм за посередництвом яких країни транслиують власні інтереси та цінності світовій спільноті. Оскільки туризм є одним із драйверів побудови дипломатичних відносин у культурному, економічному та соціальному аспектах, то заходи присвячені тематиці його подальшого розвитку слугують платформами, що дають змогу побудувати конструктивний діалог та сприяють формуванню позитивного іміджу країн (Парфіненко, 2011).

Водночас, дотримання принципів культурної дипломатії з точки зору туристичного контексту робить учасників івентів, які презентують окремі регіонали, міста та громади амбасадорами, які здійснюють промоцію і таким чином мають вплив на кон'юнктуру світового туристичного ринку. Результатом

такого представлення є формування об'єктивної думки зацікавленої аудиторії про туристичні дестинації (Irina Prokofieva, 2016).

Імідж міста Львова як провідного туристичного хабу Європи формувався протягом багатьох десятиліть. У часі війни його туристичний ракурс проявив себе цілком по новому: безпечний центр для зустрічей, стратегічний транзитний пункт для подорожуючих за кордон, платформа для релокації туристичного бізнесу, зразковий хаб у плані інклюзії, можливостей для медичного туризму та реабілітації. Позиції Львова на міжнародному туристичному ринку змінили свої вектори, що зумовило потребу пошуку нових підходів для його ефективної промоції на туристичних заходах міжнародного рівня.

Трансформація міста у сенсі адаптації його до реалій воєнного часу дещо змінила традиційну риторичну позиціювання Львова як провідного історико-культурного центру, столиці кави та міста для якісного проведення вікенду заради вражень. Показовою у цьому плані є участь Львова у щорічному конкурсі Green Destinations Top 100 Stories, що збирає кейси найкращих практик від професіоналів туристичної сфери з усього світу з метою їх поширення та створення мотиваційної атмосфери. Історія Львова представлена у презентації рішень, яке місто впровадило як відповідь на проблеми та виклики у сфері, що стосується сталого розвитку.

Так, у відборі 2025 кейс Львова торкався проблем безбар'єрності в туризмі («Туризм без бар'єрів: Як Львів створює інклюзивну дестинацію для всіх»). На сьогодні, всебічне впровадження та дотримання принципів інклюзії, створення толерантного комфортного середовища для місцевих мешканців та туристів можна позиціонувати як спосіб, що ініціює встановлення міцних дипломатичних комунікацій між містом та міжнародною туристичною спільнотою. На практиці, у Львові започатковано та втілено програму «Гостинність без бар'єрів», у межах якої вже близько двох тисяч працівників готелів, ресторанів і гідів пройшли навчання з інклюзивного сервісу. Створено інтерактивну карту «Доступне місто», яка містить інформацію про 76 закладів HoReCa з безбар'єрними входами та адаптованими вбиральнями. Додатково розробляються два самостійні доступні маршрути – історичним центром та Стрийським парком, що поєднують фізичну доступність із мультимедійним контентом. Такі кроки показують, що туризм у Львові відіграє роль не лише інструмента економічного розвитку, але слідує цінностям, що втілюють соціальну інтеграцію, відновлення та гідність.

Для Львова опинитися у списку Green Destinations Top 100 є не лише свідченням міжнародного визнання, а насамперед фіксацією важливих змін, які на постійній основі втілюють професіонали сфери гостинності з метою забезпечення якісного та комфортного отримання послуг гостями, водночас ця робота є показником руху міста у бік створення цілком безбар'єрного середовища. Проєкт «Гостинність без бар'єрів» виходить далеко за межі соціальної ініціативи міста, а є сучасним підходом, де сервіс бере до уваги потреби та запити всіх людей, а туристичні маршрути відкриті без виключень для всіх охочих (Рубан, 2025).

Львів перший серед міст України взяв участь у конкурсі «Європейська столиця культури». Міжнародний форум культурної дипломатії є професійною

платформою, де обговорюють актуальні підходи щодо представлення країн на міжнародній арені крізь призму культури та налагодження зв'язків у цій сфері. Подію організована Українським інститутом спільно з Міністерством закордонних справ України. Досвід Львова у конкурсі ЄСК позиціонується як одна з найбільш масштабних практик культурної дипломатії загальнонаціонального значення з ініціативи міста. Концепція «Відповідальність Бути», запропонована містом у конкурсі репрезентує досвід української нації. Культурна програма Львова включає інституційні партнерства на національному та міжнародному рівнях. Особливої ваги даний аспект набуває у часі війни, коли до української культури прикута увага всього світу. Творення нових сенсів мистецтва, що базуються на синтезі відомих традицій та інноваційних концептів задає нові тренди творення новітніх глобальних культурних напрямів і спонукає до діалогу (ЄСК, 2025).

Важливим етапом встановлення дипломатичних зв'язків між містом Львовом як туристичним центром та представниками світової спільноти стала триденна туристична виставка в Парижі, що відбулася у вересні 2025 року. Захід проходив під гаслом «Сила в дії: будуємо мости!» і став майданчиком для представлення туристичних компаній, готельних бізнесів, індустрії транспорту та розваг, а також ІТ-сфери та технологічних рішень. Мета проведення виставки синхронна з цілями міста Львова – адаптація до викликів сучасності шляхом впровадження інновацій. Під час івенту представники Львівської ОДА представили туристичний потенціал регіону та перейняли зразкові міжнародні практики розвитку туристичної галузі.

Місто Львів на виставці представлено як одне з небагатьох відносно безпечних українських міст під час війни, також показано можливості для туристів шляхом користування опцією Lviv City Card, унікальність туристичної картки у тому, що вона єдина в Україні пропонує переваги для гостей міста: безкоштовне відвідування музеїв, галерей, знижки у ресторанах та крамницях, також у межах користування програмою надаються рекомендації щодо безпеки під час військового стану.

Український стенд у Парижі мав значний успіх серед іноземних відвідувачів, які висловлюють підтримку Україні і прагнуть відвідати місто. Дана тенденція свідчить про зростання ролі Львова як сучасного центру солідарного туризму та осередку дипломатії під час війни (Львівська міська рада, 2025).

Важливою є участь представників туристичної сфери Львова у ITB Berlin – найбільшій події туристичної індустрії. Захід постає стратегічним міжнародним майданчиком, де відбувається прийняття важливих рішень, апробуються інновації та визначаються тренди майбутнього розвитку туристичної галузі. Таким чином захід постає у якості концентрованого простору для презентації ідей, зародження партнерств та рішень, що встановлюють концепції розвитку туризму у найближчий час.

Ювілейна тема 2026 року – «Discover the stories of 60 years of legacy» відображає зміни, які втілює Львів у своїй туристичній політиці на даний час. Адже, економічні, технологічні та безпекові виклики, які стоять перед містом

потребують вирішення дипломатичним шляхом у співпраці з іноземними партнерами.

Присутність Львова на івенті такого рівня – це перш за все про формування довіри, зміцнення зв'язків з міжнародною туристичною спільнотою і формування потужної основи для розвитку міжнародного міського туризму у пост воєнному періоді (ITB Berlin, 2025).

Важливо, що під час ITB Berlin Львів став частиною втілення глобальної ініціативи співзасновників міжнародної туристичної спільноти Good Travel Alliance. Вона об'єднує національні та регіональні туристичні ради, туроператорів, бізнес та експертів, що працюють у сфері гостинності для розвитку сталого туризму.

У співпраці з 20 засновниками з Європи, Азії, Північної та Центральної Америки Львів долучатиметься до співпраці у складі робочих груп Альянсу з метою реалізації інноваційних рішень у царині сталого туризму. Дана співпраця створює передумови для посилення позиції Львова на світовій туристичній арені.

Good Travel Alliance спрямований на розробку Good Travel Experiences (GTEs) – туристичні продукти, які зменшують шкідливий вплив на довкілля, створені з метою підтримки місцевих громад та стимулюють розвиток сталого туризму.

Початок зазначеної співпраці між Львовом та Альянсом доводить, що незважаючи на війну однією з найважливіших ролей туризму є надання підтримки місцевим громадам шляхом впровадження дипломатичного діалогу щодо векторів розвитку сталості та інклюзивності (ITB Berlin, 2025).

Досвід участі міста Львова у міжнародних туристичних заходах є вагомим не лише для Львова, але й для іноземних партнерів, оскільки гнучкість міста пристосовуватися до викликів посилювати свої позиції як туристичного центру попри війну робить його конкурентоспроможним на міжнародному ринку та породжує попит на створення нових туристичних продуктів.

Список використаних джерел:

5 Cultural diplomacy opportunities for resolving a conflict. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/cultural-diplomacy-opportunities> (дата звернення 20. 04. 2026)

Міжнародний форум культурної дипломатії 2025 та досвід Львова у конкурсі ЄСК. URL: <https://isc.lviv.ua/mizhnarodnyj-forum-kulturnoyi-dyplomatiyi-2025-ta-dosvid-lvova-u-konkursi-yesk/> (дата звернення 20ю 04 2026)

Львівщину презентують на провідній туристичній виставці світу ITB Berlin. URL: <https://loda.gov.ua/news/160417> (дата звернення 20. 04. 2026)

Львів представили на Міжнародній туристичній виставці у Парижі. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/lviv-predstavyly-na-mizhnarodnii-turystychnii-vystavtsi-u-paryzhi/> (дата звернення 20. 04. 2026)

Львів став співзасновником міжнародної туристичної спільноти Good Travel Alliance. Оріся Шиян. URL: https://zaxid.net/lviv_stav_spivzasnovnikom_mizhnarodnoyi_turistichnoyi_spilnoti_good_travel_alliance_n1605248 (дата звернення 21. 04. 2026)

Туризм без бар'єрів: Львів потрапив до списку 100 найкращих сталих інклюзивних туристичних практик світу. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/turyzm-bez-barieriv-lviv->



РОЛЬ УКРАЇНСЬКОГО ІНСТИТУТУ В РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ

Олена Масалітіна

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

E-mail: olena.masalitina@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сідоров М.В.

У сучасних умовах питання культурної дипломатії набуває особливої актуальності. Культура та культурна дипломатія для України постають одним із ключових інструментів захисту національних інтересів. Інвестиції у цю сферу мають важливе стратегічне значення, оскільки саме через культурні проєкти держава репрезентує себе у міжнародному просторі, утверджує власну суб'єктність і формує довгострокову довіру до себе як до самостійного європейського актора.

У науковій літературі поняття «культурна дипломатія» здебільшого розглядають як інструмент реалізації зовнішньополітичних цілей держави. Зокрема, науковці О. Стасевська та І. Маланчук характеризують її як вид дипломатії, що використовує культурну спадщину держави як засіб досягнення зовнішньополітичних цілей і водночас сприяє формуванню сприятливого міжнародного іміджу країни та репрезентації національної культурної специфіки у сферах науки, освіти й мистецтва (Стасевська, 2021). В іншому підході культурну дипломатію розглядають як практику використання культурних форм і мистецтва для міжнародної комунікації та розвитку співробітництва, тобто як інструмент м'якої сили, спрямований на подолання упереджень і зміцнення довіри (Відімська, Тарасюк, 2024).

Створення у 2017 році Українського інституту при Міністерстві закордонних справ стало важливим етапом інституціоналізації культурної дипломатії України. Це перша спеціалізована державна установа, що системно здійснює промоцію української культури за кордоном і вибудовує довгострокову стратегію культурної присутності держави у світі («Український інститут», 2018). У наукових роботах Інститут розглядають як центральний елемент нової моделі культурної дипломатії України, який поєднує аналітичну, продюсерську та координаційну функції на перетині дипломатії, культурної політики й креативних індустрій (Розумна, 2018). Серед його впізнаваних програм – proMOTION, Extra Sound, Visualise, Perspective, Програма імені Лисяка-Рудницького, а також премії Drahomán Prize і Women in Arts. Важливим

напрямом діяльності Інституту є дослідження міжнародного сприйняття України, що дає змогу формувати більш точні комунікаційні стратегії відповідно до зовнішньої аудиторії (Урядовий портал, 2023). Через підтримку міжнародних форумів, мистецьких подій і професійних мереж Український інститут виконує посередницьку функцію між державою, культурним середовищем та іноземними партнерами, забезпечуючи присутність України у глобальному культурному просторі (Алексєєнко, 2020).

Ще одним важливим напрямом культурної дипломатії України є робота з пам'яттю та спадщиною. У сучасних умовах це питання охоплює як збереження культурних об'єктів, так і донесення українського історичного досвіду до міжнародної аудиторії з урахуванням викликів, спричинених війною. У цій сфері Український інститут співпрацює з музеями та архівами, підтримує виставкові проекти, присвячені українському мистецтву, історичному досвіду та культурній спадщині, а також ініціативи з популяризації української музичної й кіноспадщини за кордоном (Кушнар'ова, 2023). Водночас у програми Інституту інтегруються теми історичної пам'яті, деколонізації та осмислення сучасного досвіду України, зокрема в дослідницьких і виставкових проектах. Через міжнародні виставки, документальні фільми та освітні програми актуалізується досвід України ХХ–ХХІ століть – від Голодомору, радянських репресій і Чорнобиля до сучасної війни. У цьому контексті деколонізація постає як відхід від радянських і російських інтерпретацій, які тривалий час домінували в європейському та світовому гуманітарному просторі (Стасєвська, 2021; Банчук-Петросова, Петрова, 2025).

Важливо, що в умовах війни туризм також починає розглядатися як інструмент публічної та культурної дипломатії. Потенціал туризму як інструменту публічної та культурної дипломатії варто розглядати й у зв'язку з діяльністю Українського інституту. Хоча Інститут безпосередньо не займається туристичними потоками, але його програми такі, як фестивалі, виставки, кінопокази, мистецькі події, створюють приводи для поїздок в Україну та формують «культурні маршрути» для іноземних відвідувачів (Національний інститут стратегічних досліджень, 2016). У перспективі Український інститут міг би тісніше співпрацювати з туристичними організаціями та містами, інтегруючи культурно-дипломатичні проекти в туристичні стратегії (наприклад, через спільні міські фестивалі, культурні мапи чи резиденції для іноземних митців і журналістів).

Водночас розвиток української культурної дипломатії супроводжується низкою обмежень. Насамперед ідеться про недостатність ресурсів, не завжди належну координацію між державними органами, органами місцевого самоврядування, культурними інституціями та громадськими ініціативами, а також про складність ефективної комунікації з різними країнами й регіонами. У європейському та північноамериканському просторі Україна значною мірою вже сприймається як держава, що відстоює свободу, демократію та право на суверенний розвиток. Водночас у країнах Африки, Азії та Латинської Америки інформація про війну в Україні нерідко подається спрощено або крізь призму

російських наративів, що ускладнює формування цілісного розуміння української позиції (Банчук-Петросова, Петрова, 2025).

Для подальшого розвитку української культурної дипломатії необхідним є системне залучення до розроблення програм представників незалежних культурних ініціатив, мистецького середовища та громадських організацій Українським інститутом і Міністерством закордонних справ України на основі відкритих конкурсів і спільних експертних платформ. Оновлення потребує також стратегія культурної дипломатії, у межах якої мають бути чітко визначені пріоритетні регіони, цільові аудиторії та показники ефективності, а також забезпечена координація діяльності ключових інституцій у цій сфері. Важливим напрямом залишається розвиток довгострокових партнерств із зарубіжними інституціями у форматах спільних резиденцій, регулярних фестивалів і двосторонніх культурних програм, що сприяють формуванню стійких міжнародних мереж підтримки України. Перспективним є також поєднання культурної дипломатії з туристичною сферою через розроблення культурно-освітніх маршрутів для іноземних студентів, журналістів, митців і лідерів громадської думки.

Список використаних джерел:

Алексеев І. (2020). Культурна дипломатія України в контексті європейської інтеграції. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*, 42, 45–56. <https://mhpi.chnu.edu.ua/mhpi/article/download/358/350>

Банчук-Петросова, О., & Петрова, Н. (2025). Культурна дипломатія як м'яка сила в міжнародних переговорах. *Економіка та суспільство*, (74). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-66>

Відімска, К., & Тарасюк, Ю. (2023). Поняття про культурну дипломатію [Abstract]. *The XXI International Scientific and Practical Conference «Informational, modern and recent theories of development»*, 29–31 травня 2023 р., Madrid, Spain, 271. <https://surl.li/gfdgss>

Кушнарєва М. (2023). Українська культурна дипломатія під час війни: досвід, проблеми та перспективи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, (67), 35-53. DOI: <https://doi.org/10.15407/np.67.035>

Український Інститут як інструмент культурної дипломатії: проблеми і шляхи їх подолання. Аналітична записка. (2016). *Національний інститут стратегічних досліджень*. <https://surl.li/fokdry>

Розумна, О. (2021). Поняття «культурна дипломатія» та його особливості. У І. Б. Матяш та В. М. Матвієнко (Ред.), *Публічна дипломатія: Навчальний посібник* (с. 99–113). Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин; Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка; Видавництво «Горобець».

Стасевська О. А., Маланчук І. І. (2021). Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*, 1(33), 89–95. DOI 10.37772/2518-1718-2021-1(33)-13

Український інститут. (н.д.). *Звіти та програми*. <https://ui.org.ua/en/projects/>

Українському інституту виповнюється 5 років. (2023). *Урядовий портал*. <https://surl.li/lprtqw>

ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ФРАНЦІЇ

Анастасія Мелешко

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: a.v.meleshko9@gmail.com

Максим Онацький

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат історичних наук, доцент

E-mail: m.j.onatskij@karazin.ua

На сучасному етапі, в умовах глобалізації, міжнародний туризм набуває дедалі більш важливого значення не лише як економічне явище, але й як ефективний інструмент культурної та публічної дипломатії. Туристичні потоки формують особливий простір міжкультурної взаємодії, який сприяє створенню позитивного міжнародного іміджу країни.

На сучасному етапі за міжнародними оцінками, туристична галузь забезпечує зайнятість понад 250 млн осіб у світі (тобто в туристичному секторі формується приблизно кожне дванадцяте робоче місце), а також формує значну частку міжнародної торгівлі послугами. Такі показники свідчать про стратегічне значення туризму як одного з ключових секторів світової економіки та важливого напрямку міжнародної взаємодії (статистика UNWTO).

В сучасних наукових дослідженнях туризм часто розглядається як один із важливих засобів «м'якої сили» (soft power). Згідно з концепцією Дж. Ная, «м'яка сила» є одним із базових понять для розуміння сучасної культурної дипломатії. Вона включає здатність досягати бажаних результатів через популяризацію культурних досягнень, а туризм є ефективним засобом для досягнення цієї цілі (Nye, 2004).

Особливе місце серед країн, в структурі економіки яких важливе місце займає сфера туризму, є Франція, яка є однією з провідних туристичних держав світу. Країна займає 4 місце в рейтингу «The Soft Power 30» (табл. 1). Це дозволяє країні здійснювати активну культурну дипломатію, популяризуючи свої культурні досягнення (Парфіненко, 2016).

Рейтинг країн «The Soft Power 30»

Rank	Country	Index Score
1	United Kingdom	75.61
2	Germany	73.89
3	United States	73.68
4	France	73.64
5	Canada	71.71
6	Australia	68.92
7	Switzerland	67.52
8	Japan	66.86
9	Sweden	66.49
10	Netherlands	65.21

Джерело: (The Soft Power30, 2015, p. 25).

У 2025 р. Францію відвідало близько 102 млн іноземних туристів, що забезпечило їй статус найбільш відвідуваної держави світу. Туристична галузь має значний вплив на економіку Франції, формуючи близько 7,5% валового внутрішнього продукту та створюючи понад 1,5 млн робочих місць.

У Франції розвиваються різні види туризму (рис. 1). Таке розмаїття свідчить про високий рівень диверсифікації туристичної галузі. Важливою особливістю французької туристичної моделі є поєднання сезонних і цілорічних видів туризму, що дозволяє зменшувати ризики економічних коливань і підтримувати стабільний рівень зайнятості в сфері туризму. Крім того, різноманітність туристичних напрямів сприяє збільшенню кількості іноземних відвідувачів (Панасенко & Карпова, 2015).



Рис. 1. Аспекти культурного туризму Франції
Складено за матеріалами (Панасенко & Карпова, 2015)

Культурно-пізнавальний туризм Франції безпосередньо пов'язаний з винятково багатою культурною спадщиною держави. На території країни

налічується понад 46 тис. історичних пам'яток, більше 1 000 музеїв, а також понад 50 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, що формує потужну базу для розвитку культурно-пізнавального туризму. Франція постійно номінує нові унікальні культурні та природні локації, що підсилює її культурний потенціал і робить туризм ефективним засобом популяризації французької культури в світі.

Окрему ланку в розвитку культурного туризму Франції займають музеї. Лувр, розташований в Парижі, має понад 300 тис. експонатів і є найвідвідуванішим музеєм світу. Кожен рік його відвідує понад 10 млн туристів. Музей Орсе та Версальський палац щорічно відвідують понад 5 млн осіб. Такі музеї, як Музей Оранжері, Центр Помпиду, Музей Родена та Музей армії також є популярними серед туристів («How many visitors is too many? Paris museums confront 'over-attendance'», 2025).

Візитівкою Франції та водночас одним із найбільш відвідуваних туристичних об'єктів країни та світу є Ейфелева вежа. Кожен рік пам'ятку відвідують від 6 до 7 млн туристів. Загалом з моменту відкриття в 1889 р. її відвідало понад 300 млн осіб (Société d'Exploitation de la Tour Eiffel, 2025).

Археологічна спадщина Франції також є однією з найбагатших у Європі. Найвідомішим археологічним об'єктом країни є печера Ласко в Дордоні (відома як «Сікстинська капела первісного живопису»), що містить понад 2000 наскельних малюнків віком близько 17 тис. років. Крім того, Франція також активно залучена до процесів збереження та відновлення культурної спадщини в світі. В цих питаннях країна тісно співпрацює з ЮНЕСКО. Протягом останніх 15 років спільно ними було реалізовано близько 100 проєктів у 50 країнах світу (Government of France–UNESCO Cooperation Agreement, 1997).

Важливим засобом культурного впливу Франції є проведення різного роду подієвих заходів. Зокрема, Французька Республіка славиться масштабними культурними заходами. Мільйони відвідувачів з усього світу прямують до Франції, щоб потрапити на конкурси, фестивалі, карнавали, концерти. Так, Каннський кінофестиваль щороку приваблює приблизно 200 тис. глядачів із 160 країн. В період проведення Каннського фестивалю готелі міста отримують приблизно 15% свого річного доходу. Карнавал у Ніцці – один із найстаріших в світі. Він має глибоку історію та вражає глядачів своєю масштабністю (Welcoming you to the 77th Festival de Cannes, 2024).

Популярними є і французькі музичні фестивалі, що проходять переважно влітку. Найвідомішими серед них є «Vieilles Charrues», метал-фест «Hellfest», рок-подія «Rock en Seine» та масовий «Solidays». Фестиваль Vieilles Charrue за різними оцінками щорічно відвідує від 250 тис до 300 тис осіб. У 2025 р. Hellfest прийняв 280 тис фанатів рок- і метал-музики. Хоча точна загальна цифра іноземних туристів, які відвідують лише музичні фестивалі, коливається, вони є однією з головних причин візитів до країни, зокрема, в літній період (Experience Hellfest, 2025).

Популярність культурно-пізнавального туризму зберігається протягом усього року, однак найбільший наплив туристів спостерігається у весняно-літній період, коли проводяться масштабні фестивалі та культурні заходи. Так, лише окремі об'єкти культурної спадщини щороку відвідують мільйони туристів:

наприклад, музейні та історичні комплекси Франції щорічно приймають десятки мільйонів відвідувачів.

Важливими елементами французької культурної ідентичності є національна кухня. На сучасному етапі особливе місце в структурі туристичних напрямів Франції займає гастрономічний і винний туризм. Зокрема, гастрономічні тури за різними оцінками щороку приваблюють близько 12 млн відвідувачів, що свідчить про стабільне зростання інтересу до цього сегмента туристичної діяльності. Лише в регіоні Бордо винний туризм приносить понад 400 млн євро доходу щороку, що перетворює його на один із ключових факторів регіонального розвитку. Гастрономічний туризм має відносно низьку сезонність, оскільки кулінарні фестивалі та тематичні тури проводяться протягом усього року. Особливо високий попит спостерігається восени під час збору винограду, коли туристи отримують можливість долучитись до процесу виноробства (Bouzdine-Chameeva, Jaegler, Rojas Barrios, 2025).

Важливим засобом культурного впливу Франції є розвиток екологічного і сільського туризму. Ці види туризму посідають дедалі більш важливе значення в структурі туристичної індустрії Франції, що пов'язано зі збільшенням популярності природоорієнтованих видів відпочинку. Франція має розгалужену мережу природоохоронних територій, що включає понад 50 регіональних природних парків і 11 національних парків, які щороку приймають мільйони відвідувачів. За оцінками національних туристичних організацій, близько 30% внутрішніх туристичних поїздок французів пов'язані з перебуванням у сільській місцевості або природних регіонах. У контексті культурної дипломатії екологічний туризм сприяє популяризації французьких сільських регіонів, місцевої гастрономії та способу життя.

Важливим інструментом, який використовує Французька Республіка з метою розповсюдження свого культурного впливу в світі, є щорічне проведення значної кількості культурно-мистецьких заходів у різних країнах. Установою, що відповідає за організацію культурних обмінів є Інститут Франції (Institut français). Його метою є популяризація французької мови та культури за кордоном. Мережа Alliances Françaises налічує понад 800 філій у більш ніж 130 країнах. Щороку Alliances Françaises проводить тисячі культурних заходів та організовує навчання близько 500 тис. осіб.

Таким чином, туризм у сучасних умовах виступає важливим багатофункціональним інструментом культурної дипломатії, який поєднує економічні, соціокультурні та комунікативні аспекти міжнародної взаємодії. Туристична діяльність сприяє формуванню позитивного міжнародного іміджу держави, популяризації національної культури та розширенню гуманітарних зв'язків між країнами.

Франція є одним із найбільш яскравих прикладів держави, яка успішно використовує туризм як засіб культурної дипломатії. Наявність на території Франції великої кількості культурних дестинації та багатої історико-культурної спадщини, розвиненої туристичної інфраструктури, проведення кожного року масштабних подієвих заходів, створюють необхідні умови для популяризації

французької мови та культури в світі, та сприяють залученню до країни значної кількості іноземних туристів.

Список використаних джерел:

Парфіненко А.Ю. (2016) Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, (127 (I)), 27–41. [10.17721/арmv.2016.127.1.27-41](https://doi.org/10.17721/арmv.2016.127.1.27-41)

Панасенко Л.М., Карпова О.В. (2015). Провідні туристичні країни світу. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали VI Міжнародної ювілейної до 55-річчя ЧДТУ 26 – 27 березня 2015 року*, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Т.2. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А. (с.53-56). <https://surl.li/xxqdxh>

Bouzdine-Chameeva T, Jaegler A, Rojas Barrios J (2025). From vine to glass: navigating the carbon footprint of wine tourism. *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 37. №. 4 pp. 726–744, <https://doi.org/10.1108/IJWBR-12-2024-0084>

Government of France. <https://whc.unesco.org/en/cfu>

Experience Hellfest. (2025). <https://www.visitnantesvineyard.com/your-stay/whats-on/top-events/hellfest/>

Welcoming you to the 77th Festival de Cannes. (2024, May 12). [Press release]. <https://surl.li/uazqjt>

Nye J. S. (2004). Soft power: the means to success in world politics. *New York: PublicAffairs*, 206. <https://surl.li/iphwxk>

Financial data. (2025). / Société d'Exploitation de la Tour Eiffel. <https://sete.toureiffel.paris/en/sete/financial-data>

How many visitors is too many? Paris museums confront 'over-attendance'. (2025, April 1). *The Art Newspaper*. <https://surl.li/dvvoq>

The Soft Power 30: A global ranking of soft power (2015). Portland. 56 p. <https://surl.li/pxywp>



ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ СТАЛОГО ТА ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ В ТУРИСТИЧНУ ПОЛІТИКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Ольга Миросєді

студентка 5-го курсу групи УВ-51

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»

E-mail: olya_mirosedi@i.ua

Науковий керівник: д.е.н., проф. Оболенцева Л.В.

Європейська інтеграція України зумовлює поступове наближення національної політики до тих підходів, які вже стали визначальними для держав Європейського Союзу. У туристичній сфері це стосується не лише загальних орієнтирів розвитку галузі, а й зміни самого змісту туристичної політики. У сучасних європейських дослідженнях туризм розглядається як сфера, що має поєднувати економічну результативність, соціальну відповідальність, екологічну збалансованість і цифрову модернізацію. Саме тому в матеріалах, присвячених сучасній туристичній політиці ЄС, підкреслюється, що «European

Agenda for Tourism 2030» орієнтує туристичну галузь на трансформацію, у межах якої майбутній туризм повинен бути більш сталим, цифровим, соціальним і відповідальним (Pavliuk & Hryb, 2022, p. 172-173).

Для України така орієнтація має практичне значення, оскільки туристична політика вже не може обмежуватися питаннями організації туристичних послуг або просування туристичного продукту. У дослідженні О. Ольшанської та П. Пузирьової зазначається, що сучасний стан туристичної галузі України та перспективи її інтеграції до Європейського Союзу безпосередньо пов'язані з безпекою подорожей, відповідністю європейським стандартам і нормам, а також із відновленням туристичної інфраструктури та переходом на європейські стандарти якості надання туристичних послуг (Ольшанська & Пузирьова, 2022, с. 79-80). Імплементация європейських стандартів у сфері туризму для України означає не формальне запозичення окремих підходів, а переосмислення пріоритетів державної політики у напрямі якості, безпеки, сумісності з європейським ринком туристичних послуг та інституційного оновлення галузі (Ольшанська & Пузирьова, 2022, с. 79-80).

Одним із головних напрямів такого оновлення є імплементация стандартів сталого туризму. У фахових публікаціях українських дослідників сталий туризм розглядається не як вузька природоохоронна категорія, а як модель туристичної діяльності, що передбачає використання природних ресурсів для задоволення економічних, соціальних та естетичних потреб із одночасним збереженням культурної унікальності, найважливіших екологічних особливостей, біологічного різноманіття та життєво важливих систем (Соловій, Адамовський & Дубовіч, 2023, с. 191). Водночас у цьому ж дослідженні звертається увага на те, що розвиток сільського «зеленого» туризму належить до першочергових видів економічної діяльності у процесі впровадження засад «зеленої» економіки, а основні принципи сталого туризму безпосередньо пов'язані з дбайливим використанням природи, культури та місцевого соціального середовища (Соловій, Адамовський & Дубовіч, 2023, с. 191, 193). Це дає підстави стверджувати, що для української туристичної політики європейський стандарт сталості повинен виражатися не в деклараціях, а в обов'язку враховувати вплив туризму на території, місцеві громади та природні ресурси (Соловій, Адамовський & Дубовіч, 2023, с. 191, 193).

Із цим тісно пов'язане питання екологічної сертифікації та стандартизації туристичних послуг. У статті І. Соловія, О. Адамовського та І. Дубовіча обґрунтовано, що одним із важливих інструментів державного регулювання туристичної діяльності виступає екологічна сертифікація туризму, а сучасна концепція сталого туризму вимагає збереження природної і культурної спадщини, покращення екологічного, соціального й економічного стану регіонів, які відвідують туристи (Соловій, Адамовський & Дубовіч, 2023, с. 195). Автори прямо вказують, що у сфері туризму багато уваги слід приділяти підвищенню якості надання туристичних послуг, розробленню дієвих стандартів обслуговування туристів, а також застосуванню процедур стандартизації, сертифікації та ліцензування.

Для туристичної політики України це має особливе значення, оскільки імплементація європейських стандартів сталого туризму повинна передбачати не тільки підтримку окремих екологічних ініціатив, а й запровадження таких правових та організаційних механізмів, які поєднували б якість послуг із вимогами екологічної відповідальності (Соловій, Адамовський & Дубовіч, 2023, с. 195).

Іншим визначальним напрямом є цифровий туризм. У дослідженні М. Шевелюка цифровізація туризму розглядається як глобальний тренд сучасності, який суттєво впливає на форми реалізації туристичного продукту та на характер взаємодії між туристом і суб'єктами туристичного ринку (Шевелюк, 2021, с. 226). Автор наголошує, що головним очікуванням сучасних туристів є максимальний вибір при мінімальних зусиллях, а однією з провідних тенденцій розвитку сфери туризму стає персоналізований підхід. Саме тому провідну роль починають відігравати новітні технології, серед яких названо VR-, AR-, MR-технології, штучний інтелект, блокчейн та інші цифрові рішення (Шевелюк, 2021, с. 226-227). Для України це означає, що цифровізація туристичної політики не повинна зводитися лише до реклами чи електронного бронювання. Йдеться про системне запровадження цифрових сервісів, цифрової комунікації, інструментів аналітики, оновлення способів презентації туристичних маршрутів та спрощення доступу особи до туристичної інформації і послуг (Шевелюк, 2021, с. 226-227).

Разом із тим цифровізація туристичної сфери не є самоціллю. У тій самій праці підкреслюється, що високий цифровий потенціал туризму не усуває потреби враховувати специфіку самої туристичної галузі, а ефективно впровадження інноваційних технологій можливе лише за умови вироблення комплексної стратегії цифровізації галузі (Шевелюк, 2021, с. 226). У контексті туристичної політики України це означає, що імплементація європейських стандартів цифрового туризму потребує не розрізнених технічних рішень, а послідовного поєднання правового регулювання, управлінських рішень, інформаційної відкритості та підтримки суб'єктів туристичної діяльності. Інакше цифровий розвиток туризму залишатиметься фрагментарним і не забезпечить належного результату ні для споживача, ні для держави, ні для територіальних громад (Шевелюк, 2021, с. 226).

Отже, імплементація європейських стандартів сталого та цифрового туризму в туристичну політику України є напрямом, який безпосередньо пов'язаний із модернізацією державної політики, оновленням підходів до управління туристичною сферою та наближенням національної практики до європейських вимог. Її зміст полягає у поєднанні екологічної відповідальності, високої якості туристичних послуг, належного рівня організації туристичної діяльності та застосування сучасних цифрових рішень. Для України це означає потребу у послідовному поєднанні правового оновлення, інституційного розвитку, підтримки туристичних DESTINACIY, цифрової модернізації та дотримання стандартів сталого розвитку. Лише за такого підходу туристична політика буде здатна забезпечити не лише функціонування туристичної галузі, а й її якісну трансформацію відповідно до європейського напрямку розвитку.

Список використаних джерел:

- Pavliuk, S., & Hryb, V. (2022). Tourism policy of the European Union: Recent developments and future challenges. *Modern Economics*, 36, 172-178. [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-25](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-25)
- Ольшанська, О., & Пузирьова, П. (2022). Сучасний стан туристичної галузі України та перспективи її інтеграції до Європейського Союзу. *Management*, 2(36), 79-89. <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2022.2.7>
- Соловій, І. П., Адамовський, О. М., & Дубовіч, І. А. (2023). Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*, 50, 191-196. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79>
- Шевелюк, М. М. (2021). Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*, 38, 226-235. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>



ЕВОЛЮЦІЯ ПОЗИЦІЙ КНР ЩОДО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ (2014–2025 РОКИ)

Анна Момот

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: anna.momot@student.karazin.ua

Науковий керівник: д.і.н., проф. Лиман С.І.

Російсько-українська війна стала одним із ключових факторів трансформації світового порядку та загальної архітектури глобальної безпеки. Важливе значення у цьому контексті має позиція КНР, адже вона, зважаючи на те, що являється одним із найбільших акторів на міжнародній арені, змушена шукати баланс між своїми стратегічними, політичними та економічними інтересами.

Збройна агресія Російської Федерації проти України у 2014 році змусила Китай переглянути свою зовнішню політику та внести відповідні корективи, які забезпечили б йому більш вагоме значення та вплив на геополітичній арені.

2 березня 2014 року речник МЗС Китаю оголосив про дотримання КНР офіційних зовнішньополітичних принципів країни – «П'ять принципів мирного співіснування» (Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China [MFA of PRC], 2014). Водночас, Китай утримувався від голосування за резолюцію ООН, яка передбачала визнання результатів референдуму на Кримському півострові нелегітимними та засуджувала дії РФ (Elmali, 2022). Хоча китайський уряд офіційно зайняв позицію нейтралітету, на практиці це виглядає зовсім по-іншому. Після удару західних санкцій по економіці РФ, зокрема по військовій промисловості, КНР досить швидко забезпечила її необхідними підсанкційними товарами (передусім військово-технологічними компонентами та сировиною) як напряму, так і через Гонконг, Туреччину, Казахстан (Racz & Hrytsenko, 2025).

Лише експорт російської нафти до Піднебесної зріс з 15,3 млн т у 2009 р. до 75,9 млн т у 2019 р. (Олійник, н.д.).

Натомість, паралельно відбулася активізація економічної співпраці Китаю з Україною і вже у 2019 році він став найбільшим торговельним партнером. Обсяг двосторонньої торгівлі у 2017-2020 роках зріс з 2,1 млрд доларів до 7,7 млрд доларів. Частково це пов'язано із приєднанням України до китайської ініціативи «Один пояс, один шлях», у рамках якого держава стала важливим центром, адже наша держава є стратегічним транзитним вузлом Євразійського сухопутного мосту (Di Floristella, 2026).

Важливо, що долучення України до цієї ініціативи у січні 2017 року також поглибило і політичну взаємодію на високому рівні між державами. Пізніше було підписано двосторонню угоду та низку договорів про співробітництво у галузі будівництва, інфраструктури, транспортних та енергетичних проєктів (Di Floristella, 2026; Reuters, 2022).

Таким чином, основними принципами позиції КНР стосовно російсько-української війни у період з 2014 по 2021 роки залишалися:

- дотримання принципу невтручання;
- невизнання анексії Криму та окупації українського Донбасу;
- уникнення прямого засудження військової агресії Росії;
- розширення економічної співпраці з українською стороною.

Повномасштабне вторгнення РФ до України 24 лютого 2022 року певним чином трансформувало позицію КНР, проте формальна нейтральність, яка лежить в основі, збереглася.

По-перше, китайська сторона відмовляється називати війну «війною» чи «агресією з боку РФ», натомість Пекін і на міжнародних майданчиках, і у своїх офіційних заявах МЗС Китаю, використовує формулювання «the Ukraine crisis» («українська криза») та «the Ukraine issue» («українське питання»). Подібна офіційна риторика свідчить прагнення китайського уряду зберегти політичну нейтральність Китаю (MFA of PRC, 2014–2025).

По-друге, Китай вкрай не схвалює та критикує санкційну політику Заходу. КНР наголошує, що односторонні санкції не лише не допоможуть у врегулюванні конфлікту, а навпаки лише погіршать ситуацію (MFA of PRC, 2022).

По-третє, після початку повномасштабної війни у 2022 році, попри офіційний нейтралітет, відзначається навпаки ще більше політичне, економічне зближення КНР та РФ. Саме Пекін став одним із ключових чинників, які підтримують російську економіку в умовах численних санкцій та досі допомагає частково обходити їх. Китай став найбільшим імпортером сирої нафти та постачає до РФ величезну кількість товарів подвійного призначення (Reuters, 2022). Водночас китайська сторона заперечує надання летальної зброї будь-якій зі сторін конфлікту (MFA of PRC, 2025).

Але ключовим елементом після 2022 року стала позиція Пекіну щодо політичного врегулювання війни в Україні – оприлюднення «Мирного плану Китаю» 24 лютого 2023 року, який складається із 12 пунктів. Однак він несе

радше декларативний характер, адже не містить конкретних механізмів реалізації прописаних пунктів. (MFA of PRC, 2023).

Тож після 24 лютого 2022 року позицію Китаю можна охарактеризувати як «проросійський нейтралітет», оскільки Пекін, незважаючи на формальний нейтралітет, фактично надає підтримку державі-агресору та уникає прямого засудження дій Росії.

Формування та еволюцію позиції КНР щодо російсько-української війни можна пояснити чотирма важливими факторами:

1. *«Партнерство без обмежень» з Росією*, яке було оголошено за 3 тижні до вторгнення і його метою стало протистояння західному ліберальному порядку Racz & Hrytsenko, 2025).

2. *Стратегічне суперництво зі Сполученими Штатами* пояснює звинувачення Китаєм Вашингтону у війні в Україні та обґрунтування, що вимоги РФ стосовно питання континентальної безпеки є «законними» (MFA of PRC, 2022 & 2023; Di Floristella, 2026).

3. *Принцип «невтручання у внутрішні справи інших держав»*, офіційно закріплений в Конституції КНР пояснює заклики Пекіну до мирного політичного врегулювання шляхом переговорів та уникнення прямого засудження агресії РФ.

4. *Новий порядок глобальної безпеки*, у контексті якого Китай прагне очолити трансформацію світового порядку, створюючи нові формати взаємодії з іншими країнами задля протиставлення альтернативи Заходу на чолі зі США (Di Floristella, 2026; MFA of PRC, 2025).

Отже, аналіз еволюції позиції КНР щодо російсько української війни дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) У 2014–2020 роках позиція Китаю характеризується балансуванням між економічними та політичним інтересами зі сторонами конфлікту;
- 2) Від 24 лютого 2022 року вона трансформувалася у «проросійський нейтралітет», який поєднує дотримання формального нейтралітету, фактичну підтримку держави-агресора та гостру критику Заходу;
- 3) Головними чинниками формування та еволюції китайської позиції є: стратегічне китайсько-російське партнерство, економічні інтереси, протистояння зі США, принцип невтручання, прагнення сформувати нову модель глобального порядку та безпеки за лідерства Китаю.

Таким чином, позиція КНР є прагматичною, перш за все, спрямованою на захист власних стратегічних інтересів, на зміцнення та розширення свого глобального впливу у сучасному світі.

Список використаних джерел:

Олійник О. (н.д.). *Позиція Китаю щодо російської воєнної агресії проти України*. Інститут всесвітньої історії НАН України. <https://ivinas.gov.ua/viina-rf-proty-ukrainy/pozytsiia-kytaiu-shchodo-rosiiskoi-voiennoi-ahresii-proty-ukrainy.html>

Di Floristella, A. P. (2026). *China's strategic narratives on international security issues: Russia's war in Ukraine and the Israeli-Palestinian conflict*. Journal of Chinese Political Science. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11366-026-09930-3>

Elmali B. (2022). *Understanding China's Position Towards the War in Ukraine: Lessons for a «Superpower to-be»*. TRT World Research Centre. <https://researchcentre.trtworld.com/publications/policy-outlook/understanding-chinas-position-towards-the-war-in-ukraine-lessons-for-a-superpower-to-be/>

Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China (2014–2025). *Official statements*. <https://www.fmprc.gov.cn/eng/xw/zyjh/>

Racz A. & Hrytsenko A. (2025). *Partnership short of alliance: Military cooperation between Russia and China*. Center for European Policy Analysis. <https://cepa.org/comprehensive-reports/partnership-short-of-alliance-military-cooperation-between-russia-and-china/>

Reuters. (2022). *China's business and economic interests in Ukraine*. <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/chinas-business-economic-interests-ukraine-2022-02-23/>



ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Камілла Мякова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: miakova.kamilla@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

Роль публічної дипломатії України в умовах війни є безпрецедентно значною та демонструє її значну ефективність. Повномасштабна агресія з боку РФ остаточно підірвала репутацію країни-агресора, а також створила умови для українських стратегічних комунікацій та формування позитивного зовнішньополітичного авторитету України на світовій арені. Тривалий час довіру світової громадськості до України підживляли як внутрішні проблеми, так і ворожа російська пропаганда. Імідж нашої країни псували корупція, влада олігархів, бідність, економічні кризи, а також Росія десятиліттями намагалася утвердити образ України як *failed state* – утворення, яке випадково виникло на карті світу та не здатне на самостійне існування (Онищук І., Дерев'янка І., с. 328).

Публічна дипломатія – це інструмент зовнішньої політики, комплекс заходів для формування позитивного іміджу та впливу на громадську думку. Фундаментальні підходи до публічної дипломатії американського дипломата Е. Галліона базуються на п'яти класичних векторах [Ілюк Т., с. 84-85]. Вони охоплюють процес встановлення зв'язку між державою та іноземною громадськістю, формування державних програм з метою впливу на інші країни, а також вплив на основну міжнародну публіку з метою просування національних інтересів держави. Особливо актуальною для України є теза про впровадження моральної основи для світового лідерства, що однозначно корелює з образом України як демократичної країни, яка бореться за свою свободу та права.

Хоча поняття публічної дипломатії використовувалось в Україні й раніше, саме у 2021 році воно отримало чітку стратегію реалізації, а саме Стратегію публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 роки (Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України

на 2021–2025 роки). Представляючи стратегію Дмитро Кулеба, колишній міністр закордонних справ України, назвав сім пріоритетних векторів взаємодії з іноземною громадськістю: культурний, експертний, економічний, кулінарний, цифровий, науково-освітній та спортивний (Дмитро Кулеба представив першу Стратегію публічної дипломатії МЗС України та назвав сім її напрямів). Хоча документ був сформований та прийнятий до повномасштабного вторгнення, він заклав інституційний фундамент та майбутні орієнтири.

Незважаючи на багатовекторність стратегії, яка працює комплексно, повномасштабне вторгнення змінило пріоритети, зробивши цифровий вектор домінуючим. Цифрові платформи не просто додають цінності заздалегідь розробленим стратегіям комунікації – вони поступово впроваджують нову мову спілкування з власними граматичними правилами. Сьогодні цифровізація для дипломатів – це інструмент, який дає змогу схилити громадську думку всередині країни на користь обраного курсу і згуртовувати внутрішню підтримку громадян для досягнень цілей зовнішньої політики (Wang J., с. 90-91).

Найбільш репрезентативним прикладом реалізації стратегії цифрового напрямку публічної дипломатії є United24 (United24 – фандрайзингова платформа України). Офіційне цифрове середовище створене 2022 року. Це не лише онлайн-платформа для збору коштів на підтримку держави, а й головний інструмент створення онлайн-спільноти, яка долучається до дипломатичного процесу. Цей флагманський проєкт демонструє перехід України до вискоєфективної цифрової екосистеми, що допомагає в формуванні сприятливого позитивного іміджу на міжнародній арені.

Отже, можемо зазначити, що державне врегулювання публічної дипломатії стало першим етапом у подоланні негативного іміджу. В умовах повномасштабного вторгнення публічна дипломатія стала можливістю донести свою позицію до світу. Перед Україною відкрилася численні канали міжнародної комунікації, а цифрові платформи стали одним із засобів комунікації світової спільноти, що забезпечують країні ціннісне лідерство у цифровому просторі.

Список використаних джерел:

Дмитро Кулеба представив першу Стратегію публічної дипломатії МЗС України та назвав сім її напрямів. Урядовий портал : Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. 2021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/dmitro-kuleba-predstaviv-pershuyu-strategiyu-publichnoyi-diplomatiyi-mzs-ukrayini-ta-nazvav-sim-iyi-napryamiv> (дата звернення: 06.04.2026).

Ілюк Т. Розвиток публічної дипломатії України в умовах російсько-української війни. *Світові комунікації в умовах глобальних змін: матеріали VIII-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 20 травня 2022 р.)*. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. С. 84–87. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/82d3c6e8-a027-4c7f-a8ec-96f5a726b8a0/content#page=84> (дата звернення: 05.04.2026).

Онищук І., Дерев'янка І. Публічна дипломатія України в умовах війни: виклики та можливості. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Вип. 43. С. 322–331. URL: https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/43_2022/39.pdf (дата звернення: 05.04.2026).

Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України на 2021–2025 роки. Міністерство закордонних справ України. 2021. URL:

<https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/Стратегії/public-diplomacy-strategy.pdf> (дата звернення: 05.04.2026).

United24 – фандрайзингова платформа України : офіційний сайт. URL: <https://u24.gov.ua> (дата звернення: 06.04.2026).

Wang J. Public Diplomacy in the Digital Age. *ResearchGate*. 2019. P. 83-101. URL: https://www.researchgate.net/publication/332636062_Public_Diplomacy_in_the_Digital_Age (дата звернення: 06.04.2026).

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА ДОВГОСТРОКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Лариса Оболенцева

професор кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
доктор економічних наук, професор

E-mail: obolentseva@karazin.ua

У наукових дослідженнях конкурентоспроможність дестинацій тривалий час пов'язували із попитом, ціновими перевагами, ресурсною привабливістю та інтенсивністю просування. Такий підхід і нині зберігає значення, проте вже не дає вичерпної відповіді на питання, чому одні території здатні утримувати свої позиції упродовж тривалого часу, а інші, навіть, маючи сприятливі стартові умови, поступово їх послаблюють. Сам по собі значний туристичний потік ще не свідчить про міцність дестинації. У багатьох випадках зростання кількості відвідувачів супроводжується перевантаженням інфраструктури, погіршенням якості середовища, посиленням соціальної напруги та накопиченням внутрішніх дисбалансів. З огляду на це, конкурентоспроможність доцільно розуміти не лише як здатність території приваблювати туристів, але і як здатність зберігати умови власного розвитку в довшій перспективі (World Tourism Organization, 2004).

До традиційних чинників конкурентоспроможності відносять географічне положення, природно-ресурсну базу, культурну спадщину, транспортну доступність, рівень сервісу, інфраструктуру, цінову політику та маркетингову активність. Безперечно, саме вони формують ринковий потенціал дестинації. Але їхню роль не варто абсолютизувати. Частина таких переваг із часом послаблюється, чи можуть бути компенсовані іншими територіями. Крім того, орієнтація виключно на короткострокове нарощування попиту нерідко дає нестійкий результат. Масовізація туризму, надмірно агресивне просування та прагнення швидко збільшити кількість відвідувачів без урахування реальної місткості території часто призводять не до зміцнення, а до поступового виснаження дестинації. Саме тому сьогодні конкурентоспроможність дедалі частіше розглядається у зв'язку зі стійкістю розвитку.

Важливо розмежовувати короткострокову і довгострокову конкурентоспроможність дестинації. Якщо в першому випадку мова іде

переважно про здатність території швидко забезпечувати ринковий ефект у вигляді зростання попиту чи доходів, то в іншому – про збереження ресурсної, функціональної та соціальної основи розвитку в майбутньому. Довгострокова конкурентоспроможність формується повільніше, оскільки спирається на чинники, які неможливо швидко створити адміністративно чи маркетингово. Тобто, йдеться про репутацію дестинації, рівень довіри до неї, безпеку, якість локального управління, збереженість середовища, підтримку громади та здатність до координації інтересів. Саме сукупність цих характеристик визначає, чи здатна територія не лише привертати увагу туристів, а й стабільно функціонувати та розвиватися впродовж тривалого часу.

За такого підходу сталий розвиток варто розглядати не як другорядний напрям туристичної політики, а як одну з ключових передумов довгострокової конкурентоспроможності. У міжнародному дискурсі сталий туризм пов'язують із таким типом розвитку, який враховує економічні, соціальні та екологічні наслідки туристичної діяльності, беручи до уваги інтереси відвідувачів, бізнесу, місцевих спільнот і довкілля (United Nations Environment Programme & World Tourism Organization, 2005). Важливість цього підходу полягає в зміні самої логіки оцінювання успішності дестинації. Значення має не лише поточний результат, а й те, наскільки він сумісний із майбутньою спроможністю території до розвитку. Тому сталість у туризмі доцільно розуміти не як обмеження, а як умову збереження конкурентних переваг у довгостроковому періоді.

Економічний вимір сталого розвитку в туризмі не можна зводити лише до зростання доходів від туристичної діяльності. Його зміст є значно ширшим, оскільки береться до уваги економічна стійкість дестинації. Важливо, щоб туризм не тільки генерував поточний прибуток, а й сприяв розвитку місцевої економіки, підтримував зайнятість, послаблював сезонні диспропорції, стимулював оновлення інфраструктури та створював умови для накопичення ефекту в межах території. Якщо ж туристичні потоки зростають одночасно з витоком доходів за межі громади, перевантаженням інфраструктури або надмірною залежністю від одного виду попиту, це свідчить радше про зовнішню динаміку, ніж про внутрішню економічну міцність. У такому розумінні економічна сталість відображає не стільки масштаб туристичного руху, скільки якість його впливу на розвиток дестинації (World Tourism Organization, 2004).

Не менш важливим є соціальний вимір туристичного розвитку. Дестинація існує не як абстрактна ринкова одиниця, а як простір життя, праці й щоденних практик місцевого населення. Саме тому соціальні наслідки туризму не можуть розглядатися як другорядні. Якщо туристичний розвиток посилює житловий тиск, змінює публічний простір винятково під потреби відвідувачів, комерціалізує локальні практики, це неминуче послаблює внутрішню стійкість території. Дестинація, яка втрачає підтримку громади, поступово втрачає і одну з важливих передумов власної конкурентоспроможності. Тому участь місцевого населення в управлінні, підтримка локального підприємництва, збереження культурної самобутності та суспільна прийнятність туристичного розвитку мають розглядатися як вагомі умови довгострокової стабільності дестинації (United Nations Environment Programme & World Tourism Organization, 2005).

Окремого значення набуває екологічний аспект. Туризм безпосередньо залежить від якості природного і просторового середовища, тому його деградація неминуче позначається на туристичній привабливості території. Забруднення, надмірне споживання води та енергії, накопичення відходів, порушення екосистем, транспортне перевантаження, руйнування ландшафтів – усе це не лише екологічні проблеми, а й чинники поступового послаблення конкурентного потенціалу дестинації. Саме тому екологічна відповідальність має не декларативний, а практичний зміст. Сучасні міжнародні критерії сталості дестинацій наголошують на необхідності постійного моніторингу впливів, контролю туристичного навантаження, раціонального управління ресурсами, збереження природної та культурної спадщини, а також розвитку адаптаційної спроможності територій (Global Sustainable Tourism Council, 2019).

Особливо виразно зв'язок між сталістю та конкурентоспроможністю проявляється в кризових умовах. Досвід останніх років показав, що туристичні території з вузькою спеціалізацією, слабким управлінням, низьким рівнем довіри та виснаженими ресурсами значно гостріше реагують на зовнішні потрясіння. Натомість дестинації, які мають диверсифіковану локальну базу, кращу координацію між учасниками розвитку, вищу підтримку громади та уважніше ставляться до якості середовища, зазвичай, виявляють більшу адаптивність. Отже, сталий розвиток забезпечує не лише більш збалансоване зростання, а й знижує вразливість дестинації до ризиків. Його значення полягає в тому, що він послаблює залежність території від короточасних ринкових коливань і підсилює її здатність зберігати конкурентні позиції, навіть, у несприятливих умовах (World Tourism Organization, 2004).

Таким чином, у сучасному туризмі сталий розвиток слід розглядати як фундамент довгострокової конкурентоспроможності дестинацій. Його роль полягає не в стримуванні розвитку, а у формуванні таких умов, за яких туристична діяльність не виснажує територію, а сприяє її зміцненню. За такого підходу конкурентоспроможність означає не лише здатність залучати туристичний попит, а й спроможність підтримувати економічну результативність, соціальну прийнятність і ресурсну збалансованість одночасно. Саме тому сталість варто розглядати не як додаткову характеристику сучасної дестинації, а як одну з її базових стратегічних засад.

Список використаних джерел:

- Global Sustainable Tourism Council. (2019). *GSTC destination criteria, version 2.0*. <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-with-SDGs.pdf>
- United Nations Environment Programme, & World Tourism Organization. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. <https://www.unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers>
- World Tourism Organization. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. <https://doi.org/10.18111/9789284407262>



МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ТУРИЗМУ У СТРАТЕГІЯХ ПОСТКОНФЛІКТНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДЕРЖАВИ

Лариса Оболенцева

професор кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
доктор економічних наук, професор
E-mail: obolentseva@karazin.ua

Воєнні конфлікти змінюють не лише безпекову ситуацію держав, а й логіку їх міжнародного сприйняття. За таких умов міжнародне позиціонування перестає бути лише супровідним комунікаційним елементом зовнішньої політики й набуває стратегічного значення, оскільки саме від нього залежать міжнародна довіра, здатність країни мобілізувати підтримку та формувати передумови для майбутнього відновлення. Особливої ваги набувають інструменти, які працюють не тільки через інформаційні кампанії, а й через безпосередній людський досвід. З цієї точки зору туризм слід розглядати не лише як сектор економіки, а і як інструмент публічної дипломатії та м'якої сили, що поєднує культурну взаємодію, досвідне сприйняття країни та її міжнародну репутацію.

Міжнародний досвід країн, які пережили війну, затяжний конфлікт або постконфліктну трансформацію, свідчить, що сам факт війни не визначає автоматично негативну траєкторію міжнародного образу держави. Вирішальним є те, як країна переосмислює пережитий досвід, які значення йому надає і чи здатна перевести його у нову модель міжнародного сприйняття. В одних випадках воєнний досвід закріплюється як образ травми, що роками визначає зовнішнє ставлення до країни. В інших – він стає відправною точкою для формування нового образу, заснованого на стійкості, відкритості, відновленні та партнерстві. Саме тому звернення до міжнародних прикладів важливе не лише в описовому сенсі, а і як джерело практичних орієнтирів для України (Lokuhetty et al., 2013).

Узагальнення зарубіжного досвіду дає змогу виокремити кілька моделей використання туризму у воєнному та постконфліктному позиціонуванні. Перша модель характерна для країн, у яких безпековий або воєнний контекст тривалий час залишається частиною національного розвитку. У таких випадках ідеться не про повне усунення ризику, а про його інституційне врегулювання та включення в наратив державної стійкості. Міжнародне позиціонування ґрунтується тут на чіткій ідентичності, передбачуваності державної політики, зрозумілій безпековій логіці та довірі до інститутів. Туризм у такій моделі не заперечує складного контексту, а співіснує з ним, демонструючи, що країна здатна функціонувати, приймати відвідувачів і зберігати відкритість навіть за умов постійних викликів. У певному сенсі така логіка простежується, зокрема, в ізраїльському досвіді.

Друга модель пов'язана з успішною післявоєнною репозицією, коли країна поступово переводить міжнародне сприйняття з площини війни у площину

розвитку. У цьому разі туризм, культура, освіта, міжнародні події та символічні простори пам'яті працюють як засоби переходу від образу конфлікту до образу відкритої держави, здатної до відновлення й майбутнього розвитку. Важливо, що така модель не зводиться до рекламування нових туристичних можливостей. Вона передбачає системну роботу над новим міжнародним образом країни, у межах якої туризм поєднується з культурною політикою, просуванням територій, інституційною координацією та комунікацією майбутнього. Саме таку логіку описують дослідження післявоєнного туризму, де підкреслюється, що відновлення туристичного образу держави потребує не лише маркетингових рішень, а спільного бачення ролі туризму у повоєнному розвитку (Lokuhetty et al., 2013). У міжнародній практиці ця модель особливо виразно проявилася в Хорватії, а в іншій конфігурації – у Південній Кореї.

Третя модель пов'язана з домінуванням травматичного наративу. У такому випадку пам'ять про війну, геноцид чи гуманітарну катастрофу стає центральним елементом міжнародного образу країни, але не доповнюється чіткою економічною, культурною чи інституційною перспективою. Такий підхід може забезпечувати моральну підтримку й символічну солідарність, однак значно слабше працює на створення довгострокових партнерств і проєктів розвитку. У сфері туризму це особливо помітно там, де меморіальні практики, туризм пам'яті, музеї війни або місця трагедій стають головним каналом зовнішнього сприйняття держави. Подібні простори можуть виконувати миротворчу, освітню й етичну функцію, однак без продуманої наративної рамки вони закріплюють за територією передусім образ страждання, руйнування і конфлікту (Carbone, 2022). Тому сама по собі пам'ять про війну не є достатньою підставою для успішного постконфліктного позиціонування. Вона має бути включена у ширшу історію відновлення, людської гідності та розвитку.

Окремої уваги заслуговують країни, які зробили акцент на інституційній стійкості як основі свого міжнародного образу. Показовими є Фінляндія та Руанда, хоча їхні історичні обставини й траєкторії розвитку істотно різняться. Спільним для них є те, що пережитий досвід війни або геноциду не залишився лише історією травми. У міжнародному позиціонуванні цих держав він був переосмислений як складне випробування, подолання якого засвідчило спроможність країни до організованого відновлення, інституційного зміцнення та довгострокового розвитку. У таких моделях міжнародна довіра формується не стільки через емоційну комунікацію, скільки через стабільність, передбачуваність і результати. У всіх названих моделях туризм виконує значно ширшу функцію, ніж лише економічну. Його сила полягає в тому, що він працює не тільки з інформацією, а з досвідом. Через подорож, культурні маршрути, локальні історії, символічні простори, людські контакти й цифрові форми присутності туризм створює умови для безпосереднього переживання країни. На відміну від короткострокових медійних ефектів, туристичний досвід здатен формувати глибшу і більш тривалу довіру.

Для України цей міжнародний досвід має не лише аналітичне, а й безпосередньо практичне значення. Повномасштабна війна вже сформувала сильний міжнародний образ України як держави стійкості, моральної

легітимності, свободи та опору. Водночас існує ризик того, що зовнішнє сприйняття України надто звужиться до суто воєнного виміру. За такого сценарію міжнародна увага зосереджуватиметься переважно на руйнуваннях, стражданнях, втратах і безпекових загрозах, тоді як складність української ідентичності, культурна глибина, регіональне різноманіття, історична суб'єктність і потенціал майбутнього розвитку залишатимуться недостатньо проявленими.

Найбільш доречною для України видається комбінована модель, яку умовно можна окреслити як стійкість – відновлення – лідерство. У межах такої логіки туризм слід розглядати не як допоміжний сектор, а як один зі стратегічних інструментів публічної дипломатії. Його функція полягає у створенні платформи для культурної взаємодії, довгострокових міжнародних контактів і подальшого перетворення довіри на партнерства, інвестиції та спільні проєкти. Реалізація такого підходу потребує чіткої управлінської логіки: туризм має бути інтегрований у ширшу систему публічної дипломатії, узгоджений із національними наративами, культурною політикою та планами відбудови.

Отже, міжнародний досвід використання туризму у воєнному та постконфліктному позиціонуванні дає підстави для кількох принципових висновків. Війна сама по собі не визначає негативної траєкторії міжнародного образу держави; вирішальне значення мають інституційна спроможність, стратегічні рішення та якість переходу від травми до майбутнього. Туризм є ефективним інструментом міжнародної комунікації лише тоді, коли він не фіксує країну в межах травматичного минулого, а показує її відкритість, здатність до відновлення, культурну суб'єктність і включеність у глобальні процеси. Саме в такій якості він може стати для України інструментом стратегічного міжнародного позиціонування, здатним забезпечити перехід від символічної солідарності до стійких партнерств, інвестицій і міжнародного лідерства.

Список використаних джерел:

Carbone, F. (2022). "Don't look back in anger": War museums' role in the post conflict tourism-peace nexus. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(2-3), 565-583. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1901909>

Lokuhetty, A., Jayawardena, C., & Mudadeniya, D. (2013). Developing a shared vision for tourism in post-war Sri Lanka. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(5), 486-494. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2013-0030>



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Володимир Пижик

студент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: pyzyk2021yae13@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сідоров М.В.

Персоналізація туристичних послуг є одним із ключових напрямів розвитку сучасної туристичної індустрії. В умовах цифрової трансформації вона перетворюється на стратегічний інструмент конкурентоспроможності туроператорів, дозволяючи формувати унікальний клієнтський досвід на основі індивідуальних уподобань, поведінкових патернів і контекстуальних даних. Теоретичне осмислення феномену персоналізації у туризмі потребує звернення до методологічних засад кількох дисциплін – маркетингу, інформаційних технологій, поведінкової економіки та туризмознавства.

Концептуальні витоки персоналізації у сфері послуг сягають парадигми «економіки вражень», запропонованої Б. Д. Пайном та Дж. Г. Гілмором, які обґрунтували перехід від масового виробництва до кастомізованого споживання, де центральне місце займає унікальний особистісний досвід (Pine & Gilmore, 1999). У туристичному контексті це означає трансформацію від стандартизованих турпакетів до індивідуально сконфігурованих подорожей. Водночас реалізація персоналізації у промисловому масштабі стала можливою лише із виникненням цифрових платформ та інфраструктури великих даних.

Фундаментальний вплив інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на трансформацію туристичної галузі детально проаналізовано у дослідженні Д. Бухаліса та Р. Ло, яке узагальнило двадцятирічну еволюцію е-туризму і визначило ключові напрями зміни ринкових структур, споживчої поведінки та каналів розподілу послуг (Buhalis & Law, 2008). Дослідники показали, що ІКТ оптимізують операційні процеси туристичних компаній, зокрема й кардинально перебудовують відносини між постачальниками послуг і споживачами, надаючи останнім безпрецедентні можливості для самостійного формування подорожей.

Еволюція е-туризму призвела до виникнення концепції «смарт-туризму», яка описує якісно новий рівень інтеграції технологій у туристичний досвід. У. Гретцель, М. Сігала, З. Сян та Ч. Ку визначають смарт-туризм як систему, яка базується на здатності перетворювати масиви різномірних даних на ціннісні пропозиції для туристів та DESTINATION (Gretzel et al., 2015). Технологічну основу смарт-туризму становлять: хмарні обчислення, Інтернет речей, аналіз великих даних та геоінформаційні системи. Саме ця інфраструктура і є необхідною передумовою персоналізації у цифрову епоху.

Методологічно важливим є розуміння природи даних, на основі яких здійснюється персоналізація туристичних послуг. Дж. Лі зі співавторами у систематичному огляді літератури класифікують туристичні великі дані за джерелами походження на три категорії: дані, згенеровані користувачами (тексти відгуків, фотографії, геотеговані публікації); дані пристроїв (GPS-треки, мобільні роумінгові дані); та транзакційні дані (дані бронювань і платіжних систем) (Li et al., 2018). Кожна з цих категорій несе відмінний інформаційний зміст і потребує специфічних аналітичних інструментів, що зумовлює різноманіття методологічних підходів до побудови персоналізованих систем.

Ключовим методологічним інструментом автоматизованої персоналізації є рекомендаційні системи. Ф. Річчі, Л. Рокак та Б. Шапіра виділяють три основні підходи до побудови таких систем: колаборативна фільтрація (на основі схожості поведінки користувачів), контентна фільтрація (на основі характеристик об'єктів) та гібридні методи, що поєднують обидва підходи (Ricci et al., 2022). У туризмі рекомендаційні системи застосовуються для персоналізації пропозицій готелів, авіарейсів, туристичних маршрутів і розважальних програм. Гібридні моделі демонструють найвищу ефективність, оскільки дозволяють подолати відомі обмеження окремих підходів – «холодний старт» і надмірну спеціалізацію.

Важливим аспектом теоретичного осмислення персоналізації є врахування контекстуальних чинників, що впливають на сприйняття туристом якості послуги. Дослідження К. Волчека, Р. Ло, Д. Бухаліса та Г. Сонга показує, що ефективність персоналізації залежить від точності прогнозування уподобань, й від здатності системи враховувати динамічний контекст споживача – його поточний настрій, мету подорожі, соціальне оточення та ситуаційні обставини (Volchek et al., 2020). Це зумовлює необхідність розробки контекстно-залежних моделей персоналізації, що виходять за межі статичного профілювання користувача.

Пандемія COVID-19 стала каталізатором переосмислення теоретичних засад розвитку туризму і водночас суттєво прискорила цифровізацію галузі. М. Сігала обґрунтовує, що пандемія виявила крихкість існуючих туристичних моделей, й відкрила можливості для їх радикального перезавантаження з опорою на цифрові технології, зокрема системи персоналізованого обслуговування, здатні адаптуватися до нових споживчих очікувань щодо безпеки, гнучкості та індивідуалізації (Sigala, 2020). Персоналізація у постпандемічному туризмі набуває нового виміру – вона містить адаптацію продуктових пропозицій, й кастомізацію протоколів безпеки та умов анулювання.

Таким чином, теоретико-методологічні основи персоналізації туристичних послуг у цифрову епоху синтезують концепцію економіки вражень, парадигму е-туризму та смарт-туризму, аналітику великих даних і методи рекомендаційних систем. Персоналізація постає як системний принцип організації клієнтоцентричних туристичних сервісів. Подальший розвиток даного напрямку потребує поглиблення міждисциплінарного діалогу між туризмознавством, інформатикою та поведінковою економікою, а також розробки адаптованих

методологічних рамок для оцінювання ефективності персоналізаційних стратегій у туристичній галузі.

Список використаних джерел:

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S., & Li, L. (2018). Big data in tourism research: A literature review. *Tourism Management*, 68, 301–323. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.009>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Ricci, F., Rokach, L., & Shapira, B. (Eds.). (2022). *Recommender systems handbook* (3rd ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-0716-2197-4>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Volchek, K., Law, R., Buhalis, D., & Song, H. (2020). Exploring ways to improve personalisation: The influence of tourist context on service perception. *e-Review of Tourism Research*, 17(5), 737–752. <https://journals.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/557>



**ТУРИЗМ ЯК ДИПЛОМАТІЯ ВРАЖЕНЬ: М'ЯКА СИЛА У
ФОРМУВАННЯ БРЕНДІВ ДЕСТИНАЦІЙ**

Поліна Подлепіна

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: podlepina@karazin.ua

Сучасний туризм трансформувався з економічного феномену у геополітичний інструмент, здатний формувати міжнародні уявлення та впливати на глобальну репутацію держав. На відміну від традиційних форм дипломатичної взаємодії, туристичний контакт створює безпосередній, чуттєвий досвід зіткнення з іноземною культурою, який важко нейтралізувати засобами пропаганди чи контрнарративів. Саме це робить туризм унікальним каналом «м'якої сили» - здатності держави привертати та переконувати не примусом, а привабливістю (Nye, 2021). Зазначимо, що у сфері туризму м'яка сила проявляється через здатність дестинації викликати інтерес, емоційну прихильність, довіру й бажання повторного контакту. Саме тому туризм можна розглядати як особливу форму дипломатії, у якій головним ресурсом впливу стає не офіційне повідомлення держави, а досвід перебування, взаємодії, смаку, події, пам'яті та емоційного залучення.

У контексті гіперконкурентного глобального ринку DESTИНАЦІЙ традиційні інструменти територіального брендингу дедалі частіше виявляються недостатніми для формування стійкої міжнародної привабливості. Це зумовлює потребу в переосмисленні туристичного досвіду не лише як споживчої практики, а як комунікативного ресурсу публічної дипломатії та м'якої сили (Iriarte et al., 2025). Саме в цьому контексті доцільним є поняття «дипломатія вражень», під яким розуміється стратегія формування міжнародного іміджу держави або регіону через цілеспрямовано сконструйовані туристичні враження, здатні транслювати політичні, культурні та економічні смисли цільовим аудиторіям. На відміну від традиційної публічної дипломатії, що переважно спирається на інституційні канали комунікації, дипломатія вражень ґрунтується на мультисенсорному, емоційно насиченому та особистісно пережитому досвіді, який сприяє формуванню глибших і триваліших зв'язків між відвідувачем і DESTИНАЦІЄЮ (Kaneva & Popescu, 2024).

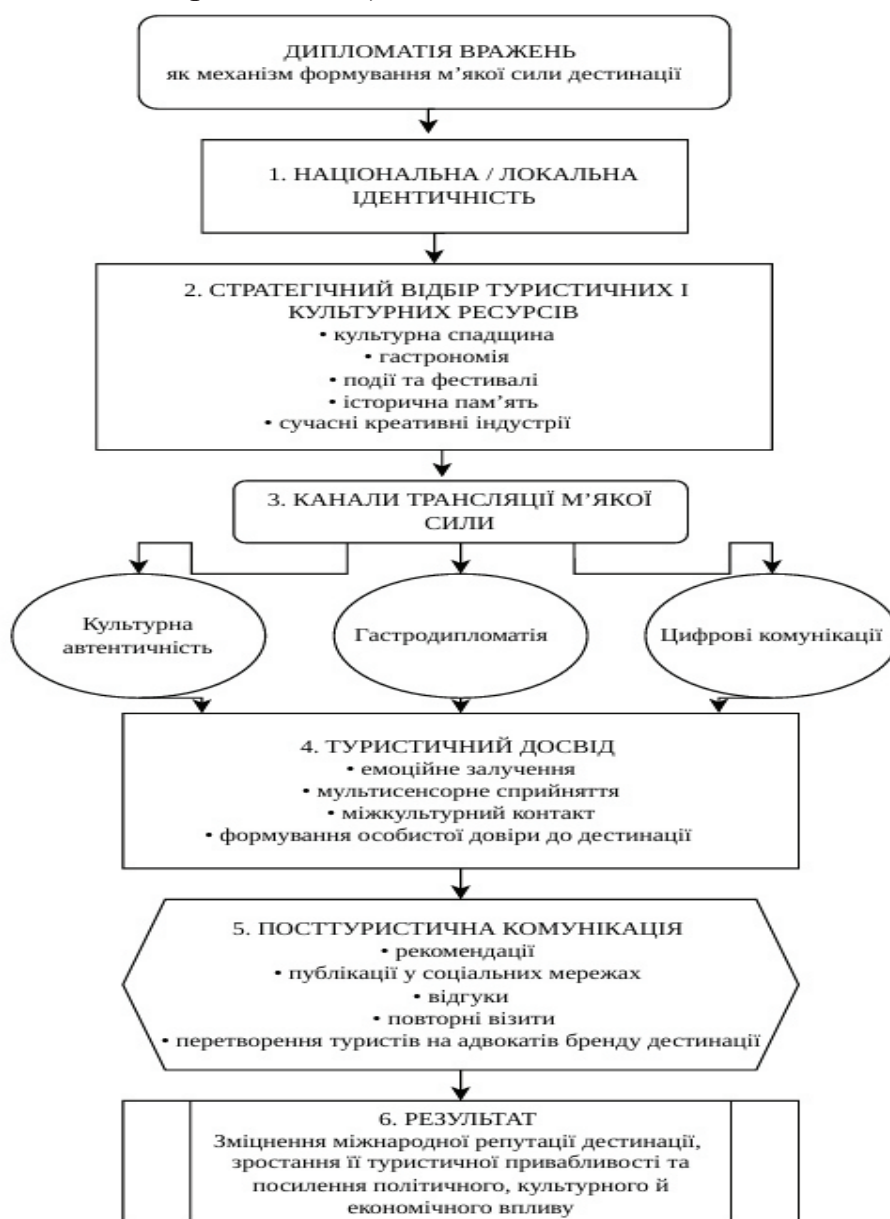


Рис. 1. Концептуальна модель «дипломатії вражень» як механізму формування м'якої сили DESTИНАЦІЇ. Складено автором.

Такий досвід має вищий рівень достовірності та резистентності до маніпулятивних впливів, ніж опосередковані медіарепрезентації. У цьому контексті бренд дестинації є результатом поєднання ідентичності місця, його репутації, символічних ресурсів, матеріальної інфраструктури та емоційного досвіду відвідувача.

Логіку функціонування дипломатії вражень можна представити як послідовний процес трансформації національної або локальної ідентичності в туристичний досвід, який через емоційне залучення, цифрове поширення та міжособистісні рекомендації перетворюється на ресурс міжнародної репутації дестинації. Узагальнено цю модель подано на рис. 1.

Таким чином, концепція «дипломатії вражень» дозволяє переосмислити туризм не як пасивний об'єкт зовнішньополітичного впливу, а як активний інструмент конструювання міжнародного образу держави. Її ефективна реалізація вимагає: по-перше, системної інтеграції туристичної стратегії в зовнішньополітичний порядок денний держави; по-друге, забезпечення узгодженості між задекларованим брендом та реальним досвідом відвідувача; по-третє, цілеспрямованої роботи з цифровими платформами для трансформації туристичного UGC на інструмент публічної дипломатії (Ferreira et al., 2024). Для України, яка перебуває в умовах повномасштабної збройної агресії та одночасно формує новий міжнародний образ, туристичний бренд є стратегічним ресурсом постконфліктного відновлення та публічної дипломатії. Унікальне поєднання культурної спадщини, гастрономічної ідентичності та наративу стійкості й боротьби за цінності свободи формує потужну основу для побудови автентичного бренду, здатного конвертувати міжнародну солідарність у довгостроковий туристичний та дипломатичний капітал.

Список використаних джерел:

Ferreira, H., Costa, R. A., & Moreira, A. C. (2024). The online destination image as portrayed by the user-generated content on social media and its impact on tourists' engagement. *Tourism & Management Studies*, 20(4), 1–15. <https://doi.org/10.18089/tms.20240401>

Iriarte, I., Muñoz-Leiva, F., & Porcu, L. (2025). Place branding as a soft power tool: A systematic review, bibliometric analysis, and integrative framework. *International Review of Management and Marketing*, 15(3). <https://doi.org/10.32479/irmm.18519>

Kaneva, N., & Popescu, D. (2024). Nation branding in the age of populism: Identity, othering, and nationalism. *International Journal of Communication*, 18, 1247–1268.

Nye, J. S. (2021). Soft power: The evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>

РОЛЬ ТУРИСТИЧНИХ МЕГА-ПОДІЙ У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Іван Посохов

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
кандидат історичних наук, доцент

E-mail: ivanposokhov@karazin.ua

Туристичні мега-події в сучасному світі відіграють дедалі вагомішу роль як елемент індустрії туризму, але також і як інструмент зовнішньої політики та публічної дипломатії держав. В умовах глобалізації інформаційного простору такі події здатні охоплювати багатомільярдну аудиторію, формуючи уявлення про країну на міжнародній арені. Показовим є приклад Олімпійських ігор у Токіо 2020 року, трансляції яких переглянули понад 3 млрд осіб (International Olympic Committee, 2024). Таким чином, мега-події перетворюються на потужний канал символічного представлення держави, водночас залишаючись простором для критичного дискурсу, зокрема у контексті явища sportswashing (Grix, 2024).

Теоретичним підґрунтям аналізу виступають концепції «м'якої сили» Дж. Ная та публічної дипломатії, які дозволяють розглядати культурні та туристичні практики як засоби впливу на міжнародне сприйняття держав (Nye, 2004). У цьому контексті туризм постає як соціокультурний механізм, що забезпечує емоційний контакт між країною та іноземною аудиторією, сприяючи формуванню позитивного іміджу (Grix, 2024). В українській науковій традиції відповідні підходи розвиваються у працях А. Парфіненка, О. Чечеля, М. Кириленка та інших дослідників, які підкреслюють роль подієвого туризму у системі міжнародних комунікацій (Парфіненко, 2016; Посохов, 2016; Parfinenko, 2025).

Практичний досвід проведення мега-подій свідчить, що їхній іміджевий ефект є неоднозначним і залежить від багатьох чинників. Зокрема, Олімпійські ігри у Пекіні 2008 року та Лондоні 2012 року стали прикладами успішного використання подій для демонстрації модерності та відкритості держав. Натомість Олімпіада в Сочі 2014 року засвідчила, що навіть масштабні інвестиції та організаційні зусилля не гарантують довготривалого позитивного ефекту у разі загострення геополітичних конфліктів (International Olympic Committee, 2024). Аналогічно, проведення Чемпіонату світу з футболу 2022 року в Катарі супроводжувалося як зростанням позицій країни у Global Soft Power Index, так і критикою з боку міжнародної спільноти, що підкреслює суперечливість таких заходів.

Важливим аспектом туристичних мега-подій є їхня здатність сприяти міжкультурному діалогу. Вони створюють унікальний простір для взаємодії представників різних культур, поєднуючи спортивні, культурні та соціальні

практики. Особливу роль у цьому відіграють супровідні культурні програми, зокрема культурні олімпіади та фестивалі (International Olympic Committee, 2024). Показовим є приклад Олімпійських ігор у Пхьончхані 2018 року, де об'єднана жіноча хокейна команда КНДР і Республіки Корея стала символом тимчасового політичного зближення (Dunbar, 2018). Таким чином, мега-події функціонують не тільки як медійні події, але також і як платформи реальної міжкультурної комунікації.

Поряд зі спортивними заходами, значну роль відіграють культурні фестивалі, які забезпечують більш стабільний та тривалий ефект формування іміджу. Такі події, як карнавал у Ріо-де-Жанейро, Октоберфест у Мюнхені чи Edinburgh Festival Fringe, щороку відтворюють позитивні асоціації з країною, підтримуючи її культурну присутність у глобальному просторі (International Olympic Committee, 2024). На відміну від разових мега-подій, їх вплив базується на регулярності та накопиченні символічного капіталу, що робить їх ефективним інструментом культурної дипломатії.

Комунікаційний потенціал мега-подій реалізується через комплекс механізмів, серед яких мас-медіа, цифрові платформи, церемоніальні практики, брендинг і символіка (Kazakova, 2024). Важливим є узгодження змісту події з ціннісними наративами держави, що дозволяє сформуванню цілісного і переконливого образу країни. У цьому контексті показовими є масштабні культурні програми, пов'язані з Олімпійськими іграми у Парижі 2024 року, які включали десятки тисяч заходів і значно розширили культурну складову події (Посохов, 2016; International Olympic Committee, 2024).

Водночас ефективність туристичних мега-подій не є гарантованою і потребує комплексної оцінки. Досвід різних країн демонструє, що позитивний іміджевий ефект може бути короточасним або нівельованим у разі політичних криз, соціальних конфліктів чи критики щодо порушення прав людини (Grish, 2024; International Olympic Committee, 2024). Приклад Південно-Африканської Республіки після Чемпіонату світу з футболу 2010 року засвідчує, що подія може сприяти зростанню туристичних потоків і підвищенню впізнаваності країни, втім, ці результати потребують подальшого закріплення у довгостроковій стратегії розвитку (Government of South Africa, 2010).

Отже, туристичні мега-події слід розглядати як складний та багатовимірний інструмент публічної дипломатії, який поєднує економічні, культурні та політичні аспекти. Їх успіх визначається не лише масштабом чи ресурсами, а насамперед здатністю держави інтегрувати такі події у ширшу стратегію міжнародного позиціонування. У цьому контексті мега-події можуть стати ефективним засобом формування позитивного іміджу, розвитку міжкультурного діалогу та посилення міжнародної суб'єктності держави, за умови врахування потенційних ризиків і забезпечення узгодженості внутрішньої та зовнішньої політики.

Список використаних джерел:

Парфіненко, А. Ю. (2016). Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу України. *Актуальні проблеми*

Посохов, І. С. (2016). Фестивальна діяльність в контексті розвитку подієвого туризму України: стан, проблеми, перспективи. In О. О. Любіцева et al. (Ed.), *Географія та туризм: Наук. зб.*, 38, 58–70). URL: <http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk38/v387.pdf>

Dunbar, R. (2018). *Olympic Diplomacy on the Korean Peninsula*. USC Center on Public Diplomacy. URL: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/olympic-diplomacy-korean-peninsula>

Government of South Africa. (2010, December 9). *Minister launches results of survey on tourism impact of World Cup*. URL: <https://www.gov.za/news/media-statements/minister-launches-results-survey-tourism-impact-world-cup-09-dec-2010>

Grix, J., & Brannagan, P. M. (2024). *Sports Mega-Events as Foreign Policy: Sport Diplomacy, Soft Power, and «Sportswashing»*. *American Behavioral Scientist*, 68(12), 1532–1552. URL: https://www.researchgate.net/publication/382511952_Sports_Mega-Events_as_Foreign_Policy_Sport_Diplomacy_Soft_Power_and_Sportswashing.

International Olympic Committee. (2024). *Olympic Games impact and legacy progress report 2021-2024*. URL: <https://stillmed.olympics.com/media/Documents/International-Olympic-Committee/Documents/Reports/IOC-Olympic-Games-Impact-and-Legacy-Progress-Report-2021-2024.pdf>

Kazakova, M. (2024). *Major events in cultural diplomacy and international cooperation*. *Home Business Magazine*. URL: <https://homebusinessmag.com/marketing/publicity/major-events-instrument-cultural-diplomacy-international-cooperation/>

Nye, J. S. Jr. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs. URL: <https://www.almendron.com/tribuna/wp-content/uploads/2020/02/joseph-s-nye-jr-soft-power.pdf>

Parfinenko, A. (2025). Freedom of travel and international tourism as components of “détente” diplomacy (to the 50th anniversary of the signing of the helsinki final act). *Вісник: Міжнародні відносини*, 60(1), 36-42. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2292.2025/1-60/36-42>



ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІШОГО ТУРИЗМУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННИХ ЗМІН

Анна Проценко

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: protsenko.anna@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.С.

Післявоєнна реконструкція українських регіонів потребує комплексних підходів, що поєднують відновлення інфраструктури, підтримку місцевих громад та раціональне використання природних ресурсів. У цьому контексті особливої актуальності набуває розвиток екологічно орієнтованих і соціально значущих форм туризму. Піший туризм, як доступний та маловитратний вид рекреаційної діяльності, здатний виконувати не лише оздоровчу, а й важливу соціальну та просторову функцію – сприяти інтеграції постраждалих територій у загальноукраїнський туристичний простір, відновленню довіри до регіону та активізації місцевих громад.

Харківська область володіє значним природно-заповідним фондом, що створює сприятливі передумови для формування різноманітних пішохідних маршрутів. Загальна площа природоохоронних територій становить близько 74 877 га (2,4 % території області), що включає національні природні парки, ландшафтні парки, ботанічні та дендрологічні об'єкти (Харківська обласна державна адміністрація, н.д.).

Ключовим природним ядром є Національний природний парк «Гомільшанські ліси» площею понад 14 тис. га. Його лісові масиви, річкові долини та різноманітні ландшафти створюють оптимальні умови для організації маршрутів природничого та рекреаційного спрямування. Важливими осередками для розвитку пішохідних маршрутів є також Слобожанський (понад 5 244 га) та Дворічанський (понад 3 131 га) ландшафтні парки, що поєднують лісові, степові та балкові екосистеми (Природно-заповідний фонд України, н.д.).

Додатковий потенціал формують ботанічні та дендрологічні парки – Червонокутський, Наталівський, ботанічний сад Харківського університету. Вони можуть бути інтегровані в міські та приміські прогулянкові маршрути, поєднуючи рекреацію з екопросвітою.

До 2022 року туристична сфера Харківщини розвивалася під впливом природних, культурно-історичних та соціально-економічних чинників. Регіон демонстрував стабільне зростання внутрішнього туризму, хоча й залишався територією з недостатньо реалізованим потенціалом. Туристичні потоки характеризувалися сезонністю: влітку переважали природно-рекреаційні подорожі, восени та навесні – екскурсійні маршрути (ДАРТ України, 2021).

Статистичні дані 2000–2020 рр. вказують на нерівномірність розвитку: зростання у 2000–2010 рр., спад у 2015–2016 рр., часткове відновлення у 2017–2019 рр. Структурними проблемами залишалися низький рівень іноземного туризму та домінування виїзних потоків (ДАРТ України, 2021).

Після 2022 року туристична активність у Харківській області практично припинилася. Воєнні дії спричинили руйнування інфраструктури, недоступність природних і культурних об'єктів, скорочення внутрішніх переміщень до коротких локальних поїздок. Падіння податкових надходжень від засобів розміщення у 2022 р. становило 54 %, що є одним із найвищих показників серед регіонів України (ДАРТ України, 2023).

На тлі цього західні області – Львівська, Закарпатська, Рівненська, Чернівецька – навпаки зафіксували зростання туристичного попиту, що свідчить про перерозподіл внутрішніх потоків у бік безпечніших територій. Карпатський регіон зміцнив позиції головного центру внутрішнього відпочинку та гірського пішого туризму.

Попри значні втрати, Харківщина має унікальні можливості для розвитку пішого туризму в післявоєнний період. На відміну від Карпат, де туристичні території частково перевантажені, область володіє великими резервами для створення нових маршрутів у лісостеповій та степовій зонах, на територіях природно-заповідного фонду, а також у місцях, пов'язаних із промисловою, археологічною та меморіальною спадщиною (Кокотюха, 2019).

Піший туризм може стати інструментом:

- просторової реконструкції – відновлення доступності територій, формування нових туристичних коридорів;
- соціальної реабілітації – створення «маршрутів відновлення» для місцевих жителів та ВПО;
- економічної активізації громад – підтримка локальних ініціатив, малих підприємств, екологічних проєктів;
- екопросвіти та збереження природи – популяризація природних територій та відповідального туризму.

Харківська область буде входити у післявоєнний період із суттєвими втратами туристичної інфраструктури та зниженим рівнем туристичної активності. Проте її природно-рекреаційний потенціал, різноманітність ландшафтів і можливість створення нових форматів маршрутів сформують підґрунтя для стратегічного розвитку пішого туризму. На відміну від регіонів із усталеними туристичними практиками, Харківщина має шанс запропонувати інноваційні підходи – від природоорієнтованої реабілітації до тематичних маршрутів, пов'язаних із осмисленням воєнних подій. Таким чином, піший туризм може стати одним із ключових напрямів післявоєнної реконструкції регіону, сприяючи відновленню територій, зміцненню соціальної згуртованості та формуванню нової туристичної ідентичності Харківської області.

З огляду на окреслені передумови та потенціал регіону, доцільним є формування цілісного концептуального підходу до розвитку пішого туризму Харківської області в післявоєнний період. Такий підхід має враховувати не лише наявні природно-рекреаційні ресурси, але й специфіку трансформаційних процесів, пов'язаних із відновленням територій, соціальною реабілітацією населення та економічною активізацією громад.

У цьому контексті піший туризм доцільно розглядати як багатофункціональний інструмент регіонального розвитку, здатний інтегрувати просторові, соціальні, економічні та екологічні аспекти відбудови. Відповідно, виникає потреба у розробці концептуальної моделі, яка системно відображає взаємозв'язки між ресурсною базою, функціональними напрямками, механізмами реалізації та очікуваними результатами розвитку пішого туризму в умовах післявоєнної трансформації.

Запропонована концептуальна модель розвитку пішого туризму є необхідною в умовах післявоєнного відновлення Харківської області, оскільки забезпечує системне бачення ролі туризму як інструменту територіальної реконструкції. Її впровадження дозволяє узгодити використання ресурсного потенціалу регіону з актуальними соціально-економічними викликами, сприяючи не лише відновленню туристичної інфраструктури, але й активізації місцевих громад, формуванню нових економічних можливостей та зміцненню соціальної згуртованості.

**Концептуальна модель розвитку пішого туризму Харківської області в
післявоєнний період**

Компонент моделі	Зміст	Характеристика
Ресурсна база	Природні, культурні та територіальні ресурси	Лісостепові та степові ландшафти, об'єкти ПЗФ, індустриальна та археологічна спадщина, меморіальні локації війни, наявність незавантажених територій
Функціональні напрями	Основні функції пішого туризму	Просторова реконструкція; соціальна реабілітація; економічна активізація; екологічна просвіта
Інструменти реалізації	Практичні механізми впровадження	Розробка та маркування маршрутів; розвиток базової інфраструктури; цифровізація; міжсекторне партнерство; грантове фінансування; тематичні та реабілітаційні маршрути
Джерела фінансування	Фінансове забезпечення розвитку	Державні та регіональні програми відновлення; кошти місцевих бюджетів; міжнародна технічна допомога (EU, UNDP, USAID тощо); грантові програми; приватні інвестиції; механізми державно-приватного партнерства; краудфандинг та соціальне підприємництво
Цільові групи	Основні споживачі туристичного продукту	Місцеве населення; внутрішньо переміщені особи; внутрішні туристи; учасники реабілітаційних програм
Обмеження та виклики	Фактори, що стримують розвиток	Руйнування інфраструктури; безпекові ризики; обмежені ресурси; зниження туристичного попиту
Очікувані результати	Ефекти реалізації моделі	Відновлення туристичної активності; розвиток місцевого бізнесу; формування туристичних кластерів; підвищення привабливості регіону; становлення нової туристичної ідентичності
Стратегічний ефект	Довгостроковий вплив	Сприяння сталому розвитку територій, соціальній згуртованості та інтеграції регіону в національний туристичний простір

Складено автором

Крім того, модель акцентує увагу на інноваційних функціях пішого туризму, зокрема його реабілітаційному та екопросвітньому потенціалі, що є особливо важливим у постконфліктних умовах. У довгостроковій перспективі її реалізація сприятиме формуванню нової туристичної ідентичності Харківської області як регіону сталого, безпечного та соціально орієнтованого туризму, інтегрованого у загальнонаціональний та міжнародний туристичний простір.

Список використаних джерел:

ДАРТ України. (2021) Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців.
<https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>

ДАРТ України. (2021) Звіт за результатами опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон». <https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPX-ZXAUbFh6MX682sYRP48ZQ2/view>

ДАРТ України. (2023) Туристична статистика України: динаміка податкових надходжень по регіонах. <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-ukrayini-dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-regionah>

Кокотюха, О. (2019). Геопросторові аспекти пішохідного туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2(1), 6–17. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.1.2019.173017>

Природно-заповідний фонд України (н.д.). Природно-заповідний фонд Харківської області в розрізі територіальних громад. <https://pzf.land.kiev.ua/pzf-obl-20.php>

Харківська обласна державна адміністрація (н.д.). Проєкт стратегії розвитку Харківської області на 2021-2027 роки. Харківська обласна військова адміністрація. <https://kharkivoda.gov.ua/content/documents/1026/102538/files/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf>

ПРИНЦИП СУВЕРЕННОЇ РІВНОСТІ ДЕРЖАВ В МІЖНАРОДНИХ ІНСТИТУЦІЯХ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ СВІТОВОГО ПОРЯДКУ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Руслана Присяжнюк

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

E-mail: ruslana.prysiazhniuk@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Сідоров М. В.

Принцип суверенної рівності держав є одним із фундаментальних у сучасному міжнародному праві, закріплений у статті 2(1) Статуту ООН 1945 року. Проте в умовах трансформації світового порядку, спровокованої повномасштабним вторгненням Росії в Україну у 2022 році, цей принцип зазнає безпрецедентного випробування. Аналіз реальних кейсів у Генеральній Асамблеї ООН, НАТО та Євросоюзі дозволяє з'ясувати, наскільки декларована рівність суверенів відповідає реальній міжнародній практиці, і яке значення це має для України.

Голосування Генеральної Асамблеї ООН щодо резолюції ES-11/1 «Агресія проти України» 2 березня 2022 року є показовим прикладом формальної реалізації принципу суверенної рівності: 141 держава підтримала засудження агресії, натомість 5 проголосували проти, 35 утрималися. Кожна з 193 держав-членів мала рівно один голос незалежно від розміру, населення чи економічного потенціалу. Формально принцип був дотриманий: Маршаллові Острови з населенням у 50 тисяч осіб мали таку саму вагу, як США чи Китай (United Nations General Assembly, 2022).

Однак за цією процедурною рівністю нівелюється суттєва нерівність по суті. По-перше, резолюції ГА ООН мають лише рекомендаційний характер і не

створюють юридично зобов'язальних наслідків – на відміну від рішень Ради Безпеки за статтею 25 Статуту. Росія, скориставшись правом вето в РБ, заблокувала реакцію головного органу колективної безпеки, і ГА виявилася єдиним доступним, але обмеженим у своїх наслідках майданчиком. По-друге, результати голосування визначалися волевиявленням держав, а також потужним дипломатичним тиском, економічними залежностями та геополітичним позиціонуванням. Рішення 35 держав утриматися відобразило не нейтральність, а складні відносини економічної та безпекової залежності з Росією або країнами Заходу. Для України ця ситуація означає, що навіть широкий консенсус на рівні ГА ООН не забезпечує автоматичного захисту від агресії.

Кейс НАТО – придбання Туреччиною зенітно-ракетних комплексів С-400 у Росії та подальше виключення Анкари з програми F-35 – ілюструє інший вимір суверенної нерівності. Вашингтонський договір 1949 р. гарантує консенсусне прийняття рішень, що формально забезпечує рівне право вето кожного члена. Туреччина використала своє суверенне право на придбання озброєнь, однак США – як провідна держава альянсу, що забезпечує близько 70% сукупних військових витрат, – застосували односторонні санкції (CAATSA, Section 231) та розірвали контракт на постачання F-35 (Karaosmanoğlu, 2022). Жоден інший союзник не наважився заблокувати ці дії або захистити Туреччину. Цей кейс демонструє, що консенсус як процедура рівності може фактично нівелюватись системою ресурсної та технологічної залежності від держави-гегемона.

Для України кейс НАТО має подвійне значення. З одного боку, він підтверджує, що реальна безпека залежить від членства в альянсі, й від позиції ключових союзників. З іншого боку, він свідчить про те, що навіть усередині альянсу держави-члени не є рівними у своїй здатності формувати порядок денний чи захищати власні стратегічні інтереси. Прагнення України до вступу в НАТО є раціональним кроком у напрямі безпекових гарантій, але вимагає усвідомлення ієрархічних реалій всередині організації.

Третій кейс – застосування статті 7 Договору про ЄС проти Польщі (з 2017 р.) та Угорщини (з 2018 р.) – розкриває глибинний парадокс принципу суверенної рівності в наднаціональному контексті. Процедура статті 7 була розроблена як механізм захисту фундаментальних цінностей ЄС – демократії, верховенства права, прав людини. Проте її санкційний механізм передбачає одностайність Європейської Ради, тобто фактичне право вето кожної держави-члена. Угорщина та Польща публічно домовились заблокувати санкції одна проти одної, перетворивши принцип суверенної рівності на інструмент колективного паралічу (Kelemen, 2020). Станом на 2026 р. процедура формально триває, але її практичний ефект є мінімальним.

Для України цей кейс є особливо актуальним у контексті євроінтеграційного курсу. Можливість блокування санкцій однією державою-членом, яка має союзників з аналогічними авторитарними тенденціями, є системним ризиком для ефективності ЄС як ціннісно орієнтованого проекту. Разом з тим ситуація навколо Угорщини й Польщі спонукала ЄС до пошуку альтернативних механізмів – зокрема, Регламенту про умовність верховенства права 2020 р. (Regulation EU 2020/2092), що передбачає призупинення фінансування для

держав-порушників. Ця еволюція свідчить про інституційну адаптивність ЄС і про те, що принцип суверенної рівності не є незмінним, а трансформується під тиском реальних викликів.

Аналіз трьох кейсів дозволяє сформулювати кілька висновків. По-перше, принцип суверенної рівності залишається юридично актуальним: він забезпечує легітимність міжнародних інституцій і надає голос малим державам, які в іншому разі були б повністю маргіналізовані. По-друге, практична реалізація принципу постійно підривається асиметрією ресурсів, залежністю та геополітичними ієрархіями. Держави є рівними де-юре, але нерівними де-факто. По-третє, в умовах трансформації світового порядку, коли Росія відкрито порушує ключові норми міжнародного права, зокрема суверенітет і територіальну цілісність України, стає очевидною необхідність реформування механізмів міжнародних інституцій – зокрема, права вето в РБ ООН і правил однаковості в ЄС.

Для України, яка безпосередньо постраждала від порушення принципу суверенної рівності агресором, ці висновки мають стратегічне значення. Необхідно продовжувати мобілізацію підтримки в ГА ООН як легітимізаційному майданчику, активно працювати над реформою РБ ООН, поглиблювати євроінтеграційний курс та прагнути до членства в НАТО – усвідомлюючи при цьому внутрішні ієрархії цих організацій і будуючи власну стратегічну суб'єктність у межах багатосторонніх форматів.

Список використаних джерел:

Kelemen, R. D. (2020). The European Union's authoritarian equilibrium. *Journal of European Public Policy*, 27(3), 481–499. <https://doi.org/10.1080/13501763.2020.1712455>

Karaosmanoğlu, A. L. (2022). Turkey's S-400 acquisition and its implications for NATO interoperability. *Defence Studies*, 22(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/14702436.2021.2018855>

United Nations General Assembly. (2022, March 2). Resolution ES-11/1: Aggression against Ukraine (A/RES/ES-11/1). <https://undocs.org/A/RES/ES-11/1>

United Nations. (1945). *Charter of the United Nations*. <https://www.un.org/en/about-us/un-charter>

European Parliament. (2018, September 12). Resolution on a proposal calling on the Council to determine, pursuant to Article 7(1) of the Treaty on European Union, the existence of a clear risk of a serious breach by Hungary of the values on which the Union is founded (2017/2131(INL)). https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0340_EN.html

Regulation (EU) 2020/2092 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2020 on a general regime of conditionality for the protection of the Union budget. *Official Journal of the European Union*, L 433I, 1–10. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32020R2092>



РОЛЬ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ ТЕРИТОРІЙ У КОНТЕКСТІ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Ольга Радіонова

доцент кафедри туризму
і готельного господарства,
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: radionovaolga.mail@gmail.com

У сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції між територіями туристичний брендинг набуває стратегічного значення як інструмент формування позитивного міжнародного іміджу держав і регіонів. Туризм у цьому контексті трансформується з економічної діяльності у важливий елемент публічної та культурної дипломатії, сприяючи просуванню національної ідентичності, культурних цінностей і формуванню довготривалих міжнародних комунікацій.

Одним із ключових інструментів туристичного брендингу є івент-заходи, які забезпечують формування унікального емоційного сприйняття дестинації. Наукові дослідження у сфері івент-туризму підкреслюють, що івент-заходи здатні формувати стійкі асоціації з територією, підвищувати її впізнаваність і стимулювати туристичні потоки (Getz et al., 2024). Саме тому івент-заходи розглядаються як ефективний інструмент територіального маркетингу та міжнародного позиціонування.

Функціональна роль івент-заходів у туристичному брендингу проявляється через реалізацію низки взаємопов'язаних функцій:

- комунікаційної, забезпечуючи трансляцію культурних наративів і цінностей через фестивалі, культурні події, міжнародні форуми;
- репрезентативної, формуючи уявлення про територію як про сучасний і відкритий простір;
- ідентифікаційної, сприяючи закріпленню унікальних характеристик дестинації у свідомості цільових аудиторій;
- дипломатичної, виступаючи платформою міжкультурного діалогу та міжнародної співпраці.

Взаємодія івент-маркетингу та туризму формує синергетичний ефект, що підсилює конкурентні позиції дестинацій на глобальному ринку (Mykhailichenko et al., 2020).

Практична реалізація зазначених положень яскраво проявляється на прикладі українських подієвих заходів, які вже виконують функцію брендів територій. Зокрема, Atlas Festival (м. Київ) є одним із найбільших музичних фестивалів України, що об'єднує міжнародних виконавців та формує образ столиці як сучасного культурного центру Східної Європи. Завдяки

мультижанровому формату та широкій аудиторії фестиваль виступає інструментом культурної дипломатії, залучаючи іноземних відвідувачів та сприяючи інтеграції України у глобальний культурний простір.

Іншим прикладом є Leopolis Jazz Fest (м. Львів), який входить до переліку найкращих джазових фестивалів Європи та щорічно збирає виконавців і гостей із різних країн світу. Даний захід формує імідж Львова як культурної столиці України, сприяє розвитку гастрономічного та культурного туризму, а також виступає ефективною платформою міжнародної культурної комунікації.

Важливу роль у формуванні міжнародного іміджу держави відіграють також міжнародні форуми, виставки та ділові події (зокрема ІТ-конференції, туристичні форуми, економічні саміти), які функціонують як інструменти публічної дипломатії. Такі заходи забезпечують взаємодію з іноземною аудиторією, експертним середовищем та інвесторами, формуючи уявлення про країну як відкриту, інноваційну та перспективну для співпраці.

Особливої актуальності івент-заходи набувають у сучасних умовах для України, оскільки вони сприяють репозиціонуванню країни на міжнародній арені, демонструючи її культурний потенціал, стійкість та здатність до розвитку навіть в умовах кризових викликів. Подієвий туризм у цьому контексті виступає інструментом формування нових смислових наративів і зміцнення позитивного іміджу держави.

Визначальним аспектом використання івент-заходів у системі туристичного брендингу територій є особливості управління такими подіями в умовах взаємодії із зовнішнім середовищем. Концепція управління спеціальними подіями у сучасних умовах базується на тому, що івент-проект не існує ізольовано, а формується як результат впливу соціально-економічних, культурних та інституційних процесів, що відбуваються у зовнішньому середовищі території.

У цьому контексті організація івент-заходів для просування територій передбачає наявність чітко визначених цілей, які відображають стратегічні пріоритети туристичного брендингу та іміджевого позиціонування. Досягнення таких цілей є ключовим завданням як організаторів, так і стейкхолдерів події. Управління івент-проектами здійснюється на основі комплексної реалізації функцій планування, організації, мотивації та контролю, що забезпечує узгодженість цілей заходу із загальною стратегією розвитку території.

З позицій проєктного підходу івент-заходи у системі брендингу територій доцільно розглядати як обмежені у часі та ресурсах комплекси взаємопов'язаних дій, спрямованих на досягнення визначених іміджевих і комунікаційних результатів. Ефективність їх реалізації залежить від раціонального використання фінансових, матеріальних, кадрових і інформаційних ресурсів, а також від здатності враховувати ризики та невизначеність зовнішнього середовища.

Комплексний характер організації івент-заходів проявляється у необхідності поєднання різних за змістом та функціональним призначенням елементів, які разом формують цілісну подієву концепцію. Йдеться про синхронізацію організаційних, технічних, креативних та комунікаційних компонентів заходу, що реалізуються через використання сучасного технічного

забезпечення, а також залучення професійних учасників. Високий рівень якості кожного з цих елементів є визначальним чинником формування позитивного образу території. Правильно організований івент-захід це не лише інструмент комунікації, а стратегічно орієнтована діяльність, що здатна впливати на характер міжнародних взаємодій, формування іміджу територій та посилення їх позицій у системі публічної дипломатії.

Таким чином, івент-заходи є не лише складовою туристичного продукту, а й стратегічним інструментом туристичного брендингу територій, який забезпечує реалізацію цілей публічної та культурної дипломатії через формування емоційно насиченого, конкурентоспроможного та впізнаваного міжнародного іміджу. Їх ефективність визначається здатністю інтегруватися у систему стратегічного управління розвитком території та враховувати вплив зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

Getz, D., & Page, S. J. (2024). Event studies: Theory and management for planned events (5th ed.). *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781003374251>

Mykhailichenko, H. I., Kravtsov, S. S., & Zabaldina, Y. B. (2020). The brand event program in tourism development in Ukraine. *Business Inform*, 2, 168–178. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-168-178>



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ ДО НОРВЕГІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ

Ірина Романюк

професор кафедри туризму та економіки,
Криворізький державний педагогічний університет,
доктор економічних наук, професор

E-mail: romaniuk.iryana@ukr.net

Анастасія Кругла

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Криворізький державний педагогічний університет

Туристична діяльність дедалі більше орієнтується не лише на організацію відпочинку, а й на збереження природного середовища, підтримку місцевих громад та відповідальне використання ресурсів. Саме тому важливого значення набуває сталий туризм, який передбачає поєднання економічної ефективності, соціальної відповідальності та екологічної безпеки (Рудзінська, 2025). У цьому контексті особливої актуальності набуває екологічний туризм як форма подорожей, що спрямована на пізнання природи, мінімізацію негативного впливу на довкілля та формування екологічної свідомості туристів.

Однією з перспективних дестинацій для розробки екологічного туристичного маршруту є Норвегія. Ця країна має значний природно-ресурсний

потенціал, представлений фіордами, гірськими ландшафтами, льодовиками, національними парками, узбережжями та арктичними територіями. Крім того, Норвегія вирізняється високим рівнем екологічної культури, розвиненою інфраструктурою та послідовною політикою у сфері охорони довкілля. Це створює сприятливі умови для формування якісного екологічного туристичного продукту.

Екологічний туристичний маршрут до Норвегії доцільно розробляти на засадах сталого туризму. Передусім це передбачає вибір локацій і видів активностей, які не завдають шкоди природному середовищу або мінімізують такий вплив. До маршруту можуть бути включені фіордові регіони, національні парки, екостежки, природоохоронні території, а також невеликі локальні громади, де туристи можуть ознайомитися з особливостями місцевого способу життя та культури. Важливо також передбачити використання екологічно доцільних видів транспорту, проживання в засобах розміщення, що підтримують принципи відповідального господарювання, та інформування туристів щодо правил поведінки в природному середовищі.

Перспективність розробки такого маршруту пояснюється кількома чинниками (Транченко, Чорна, 2025). По-перше, зростає попит на подорожі, які поєднують відпочинок, пізнання природи, активний спосіб життя та екологічну відповідальність. По-друге, Норвегія має позитивний міжнародний імідж країни з високими стандартами екологічної безпеки, що підвищує її привабливість на туристичному ринку. По-третє, екологічний маршрут може бути адаптований до різних категорій туристів: молоді, сімей, прихильників активного відпочинку та туристів, орієнтованих на усвідомлене споживання туристичних послуг.

Важливою перевагою такого туру є можливість поєднання природоорієнтованого відпочинку з пізнавальною та виховною функціями. Подорож до Норвегії може не лише забезпечувати емоційне відновлення та рекреацію, а й сприяти формуванню екологічної культури, ознайомленню з кращими практиками збереження природи та відповідального туризму. У цьому випадку маршрут виконує не лише рекреаційну, а й освітню роль.

Особливу цінність під час розробки такого маршруту має включення до програми об'єктів, що демонструють гармонійне поєднання природних ресурсів і туристичного використання (Романюк, 2025). Це можуть бути фіорди, оглядові майданчики, туристичні стежки, екоцентри, музеї природи та локальні поселення, які працюють у межах принципів сталого розвитку. Такий підхід дає змогу зробити маршрут не лише привабливим для туристів, а й змістовним з точки зору пізнання природної та культурної спадщини Норвегії.

Не менш важливим є й те, що екологічний тур до Норвегії може бути прикладом якісного міжнародного туристичного продукту, орієнтованого на сучасні глобальні тенденції. Сьогодні турист дедалі частіше звертає увагу не лише на комфорт і видовищність подорожі, а й на її зміст, безпечність та відповідність екологічним цінностям. Саме тому розробка таких маршрутів є перспективною не лише з практичної, а й з маркетингової точки зору, оскільки дозволяє запропонувати конкурентоспроможний продукт для вибагливого споживача.

Варто також урахувати, що екологічний маршрут до Норвегії може мати кілька варіантів реалізації залежно від сезону та цільової аудиторії. Наприклад, у літній період акцент може бути зроблений на фіордах, пішохідних маршрутах і природних парках, тоді як у зимовий – на арктичних ландшафтах, спостереженні за північним сяйвом і зимових видах активного відпочинку. Така варіативність розширює можливості туристичного продукту та підвищує його адаптивність до ринкового попиту (Mamotenko, But, 2025).

Крім того, перспективність розробки еко-туру до Норвегії полягає у можливості використання його як зразка для подальшого вдосконалення туристичних маршрутів на засадах сталого розвитку. Досвід формування такого маршруту може бути корисним для розробки аналогічних турів до інших країн або для запозичення окремих елементів у практиці вітчизняного туризму. Таким чином, значення еко-туру до Норвегії виходить за межі одного туристичного продукту і може розглядатися як приклад впровадження сучасних екологічних підходів у туристичну діяльність.

Разом із тим під час розробки еко-туру до Норвегії необхідно враховувати низку практичних аспектів. Насамперед це висока вартість перебування у країні, сезонність окремих маршрутів, логістичні особливості та потреба в ретельному плануванні програми. Важливе значення має також маркетингове позиціонування такого туристичного продукту. Його слід презентувати не лише як подорож до мальовничої країни, а як досвід відповідального мандрівництва, що відповідає сучасним цінностям сталого розвитку (Мандич, 2020).

Отже, розробка екологічного туристичного маршруту до Норвегії є перспективним напрямом у межах розвитку сталого туризму. Норвегія має значний природний, інфраструктурний та іміджевий потенціал для створення еко-туру, який поєднуватиме рекреаційну привабливість, екологічну відповідальність і пізнавальну цінність. Успішність такого маршруту залежить від грамотного проєктування, урахування принципів сталого розвитку, потреб цільової аудиторії та ефективного просування на туристичному ринку.

Список використаних джерел:

Рудзінська, Н. О. (2025). Перспективи розвитку екологічного туризму під час та після війни.

Транченко, Л., & Чорна, Н. (2025). Світовий досвід розвитку екологічного туризму на природоохоронних територіях в умовах сталого розвитку. *Development Service Industry Management*, (3), 222-229.

Романюк, І. А. (2025). Роль брендингу у просуванні туристичних продуктів на національному та міжнародному ринку.

Mamotenko, D., & But, T. (2025). Аналіз екологічного туризму європейського союзу: стратегічні орієнтири розвитку. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 3(33), 10-27.

Мандич, О.В. (2020). Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. *Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р., Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 200-201.*

ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Валерія Савченко

студентка, кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: savchenko2021ut12@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Євтушенко О.В.

В умовах сучасної геополітичної турбулентності та триваючої збройної агресії проти України, питання відновлення національної економіки нерозривно пов'язане з формуванням оновленого міжнародного іміджу держави. Туристична галузь у цьому контексті перестає бути виключно сферою надання послуг і трансформується у дієвий інструмент публічної дипломатії. Використання потенціалу туризму як «м'якої сили» дозволяє транслювати світовій спільноті наративи про стійкість українського суспільства, багатство культурної спадщини та готовність до інтеграції у європейський економічний простір.

Дослідження ринку туристичних послуг України в період 2022–2024 років свідчить про високий рівень адаптивності вітчизняного бізнесу. Попри значні руйнування інфраструктурних об'єктів, галузь демонструє поступову стабілізацію. Зокрема, за офіційними даними Державного агентства розвитку туризму, протягом 2023 року спостерігалось пожвавлення внутрішніх туристичних потоків, а податкові надходження від галузі у першому кварталі 2024 року склали 616 млн грн, що на 61% більше, ніж у 2023 році (383 млн грн) і майже дорівнює показникам довоєнного 2021 року (629 млн грн) (Державне агентство розвитку туризму України, 2024). Це підтверджує тезу про те, що туризм є одним із найбільш динамічних секторів, здатних стати драйвером повоєнного відродження.

Процес формування позитивного іміджу України через туризм має базуватися на стратегічному плануванні та чіткому визначенні пріоритетних векторів розвитку. На основі проведеного аналізу можна виділити кілька ключових напрямів, що мають найбільший дипломатичний потенціал. По-перше, це розвиток меморіального туризму та «маршрутів пам'яті». Створення гідних умов для відвідування місць, що стали символами героїзму та трагедії українського народу, сприятиме поширенню правдивої інформації про події в Україні серед іноземної аудиторії. По-друге, акцент на культурній дипломатії через популяризацію об'єктів ЮНЕСКО та нематеріальної спадщини дозволяє позиціонувати Україну як невід'ємну частину європейської цивілізації.

Основними векторами розвитку українського туристичного ринку в післявоєнний період повинні стати: відбудова туристичної інфраструктури, зростання міжнародного туризму, розвиток спеціалізованого туризму (воєнний

та меморіальний туризм, медичний туризм, екотуризм), а також активна державна підтримка та залучення інвестицій у галузь (рис. 1).



Рис. 1. Вектори розвитку українського туристичного ринку в післявоєнний період

Складено автором

Відбудова туристичної інфраструктури є одним із ключових напрямів повоєнного відновлення України. Значних руйнувань зазнали готельні комплекси, санаторно-курортні заклади, транспортні вузли та туристичні атракції, зокрема у таких містах, як Київ, Харків, Чернігів, Маріуполь. Особливої уваги потребує відновлення об'єктів культурної спадщини, музеїв та історичних пам'яток, які формують туристичну привабливість держави (Носирєв et al., 2022).

Важливим складником є модернізація транспортної інфраструктури, зокрема автомобільних шляхів, залізничних сполучень та аеропортів. Відновлення функціонування міжнародних аеропортів, таких як «Бориспіль» і «Львів», дозволить активізувати в'їзний туризм та розширити географію туристичних потоків (Моца et al., 2022).

Фінансування відбудови туристичної галузі передбачається за рахунок державних програм, а також за участі міжнародних фінансових інституцій, зокрема Світового банку та Європейського банку реконструкції та розвитку, що створює передумови для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури.

Зростання міжнародного туризму визначається одним із пріоритетних напрямів розвитку галузі. Важливу роль у цьому процесі відіграє участь України у провідних міжнародних туристичних виставках, зокрема ITB Berlin 2024, що сприяє просуванню національного туристичного продукту на світовому ринку (Visit Ukraine, 2024). Додатковими інструментами є розширення безвізового режиму та розвиток співпраці з іноземними туроператорами.

Суттєвий потенціал має розвиток медичного та реабілітаційного туризму на базі відомих курортів, таких як Трускавець, Моршин, Хмільник, що спеціалізуються на лікуванні та відновленні здоров'я. Зростання попиту на такі

послуги у повоєнний період сприятиме залученню як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Перспективним напрямом є розвиток екотуризму, зокрема у Карпатському регіоні та на Поліссі, де можливе створення нових природоорієнтованих маршрутів і «зелених» туристичних продуктів, що відповідають сучасним екологічним трендам (Баженова et al., 2022).

Окреме місце посідає спеціалізований туризм, зокрема воєнний і меморіальний. Формування туристичних маршрутів до відбудованих міст, меморіальних комплексів та музеїв війни сприятиме поширенню об'єктивної інформації про події в Україні та підвищенню інтересу іноземних відвідувачів. Подібна практика є поширеною у країнах Європи, зокрема у Франції, Польщі та Німеччині, де об'єкти, пов'язані з подіями Другої світової війни, активно інтегровані у туристичну інфраструктуру (Бойко et al., 2024).

Отже, повоєнне відновлення туристичного ринку України має супроводжуватися активною інформаційною політикою на зовнішніх ринках. Туризм повинен стати містком між Україною та світом, відкриваючи іноземним громадянам нову, сильну та перспективну країну. Синергія державних інституцій, приватного бізнесу та міжнародних партнерів у розвитку туристичного потенціалу стане запорукою успішної реалізації стратегії публічної дипломатії та закріплення позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

Баженова, С., Пологовська, Ю., & Бикова, М. (2022). Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*, 5(23), 168–180. <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/1643/1641>

Бойко, З. В., Горожанкіна, Н. А., & Грушка, В. В. (2024). Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*, (59). <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3343>

Державне агентство розвитку туризму України. (2024, March 27). У 2024 році до держбюджету від туристичної галузі вже надійшло 616 млн грн. <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-roci-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-vzhe-nadiyshlo-616-mln-grn>

Моца, А. А., Шевчук, С. М., & Середа, Н. М. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (41). https://tourlib.net/statti_ukr/moca.htm

Носирев, О., Деділова, Т., & Токар, І. (2022). Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*, 1(26), 55–68. https://tourlib.net/statti_ukr/nosyrjev2.htm

Visit Ukraine. (2024). How ITB Berlin 2024 went: Visit Ukraine team's impressions and history of participation in the fair. Visit Ukraine - How ITB Berlin 2024 went: Visit Ukraine team's impressions and history of participation in the fair



МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ КОНТРОЛЮ ЗА ДОТРИМАННЯМ НОРМ МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО ПРАВА

Вікторія Снігур

студентка IV курсу бакалаврату
спеціальності 293 Міжнародне право,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
E-mail: victoriasnigur76@gmail.com

Науковий керівник: д. н. держ. упр., проф. Грицяк І.А.

У науково-практичній літературі опублікована значна кількість визначень, наближених до поняття «міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм міжнародного гуманітарного права (МГП)», автори яких застосовують різноманітні теоретико-методологічні підходи. Водночас це термінологічне словосполучення потребує уточнення, що зумовлено не лише динамічним розвитком сфер, які регулюються МГП, а й необхідністю узагальнення та систематизації наявних наукових підходів. Перед уточненням зазначеного терміна доцільно, насамперед, розглянути існуючі визначення понять «міжнародно-правові механізми контролю» та «дотримання норм міжнародного гуманітарного права».

Міжнародно-правові механізми контролю – це сукупність інституційних та процедурних засобів (договірні органи, моніторинг, звіти), створених суб'єктами міжнародного права для нагляду за дотриманням державами своїх зобов'язань. Вони включають судовий нагляд (Європейський суд з прав людини), адміністративні процедури та діяльність міжнародних організацій (Організація Об'єднаних Націй, Міжнародне агенство з атомної енергії) (Репецький, Зубарева, 2023).

Дотримання норм Міжнародного гуманітарного права (МГП) є обов'язковим під час збройних конфліктів для захисту жертв війни (цивільних, поранених, полонених) та обмеження методів ведення бойових дій. Основу становлять Женевські конвенції 1949 року та Додаткові протоколи, що регулюють гуманне ставлення, забороняють катування та невідбіркові напади. Дотримання норм міжнародного гуманітарного права (МГП) є юридичним обов'язком усіх сторін збройного конфлікту, спрямованим на обмеження наслідків війни та захист осіб, які не беруть участі у бойових діях (Серватюк, 2024).

Навіть спрощене поєднання (або «злиття») цих двох термінологічних словосполучень дає змогу визначити міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП як сукупність інституційних та процедурних засобів (договірні органи, моніторинг, звіти), створених суб'єктами міжнародного права для нагляду за дотриманням державами своїх зобов'язань під час збройних конфліктів для захисту жертв війни (цивільних, поранених, полонених) та обмеження методів ведення бойових дій.

Міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП функціонують у різних формах, основними з яких є: договірний контроль, який здійснюється спеціальними органами, створеними на основі міжнародних договорів (наприклад, комітети ООН з прав людини); інформаційний контроль, зокрема у вигляді моніторингу, збору інформації та звітності (наприклад, діяльність МАГАТЕ); судовий контроль, який полягає в розгляді справ у міжнародних судових інстанціях, таких як ЄСПЛ, що зобов'язує держави змінювати національне законодавство; адміністративний та корективний контроль, за якого здійснюються процедури, спрямовані на виправлення порушень, включно з політичним тиском (Войтенко, Єлігулашвілі, Козорог, Короткий, Потапова, Стокоз, Хендель, 2021, с.108-110).

Серед інструментів, за допомогою яких здійснюється міжнародно-правовий контроль за дотриманням норм МГП, виокремлюють: розгляд періодичних доповідей, в рамках яких держави регулярно звітують про законодавчі та адміністративні заходи, вжиті для виконання договору; інспекції та нагляд, які проводять перевірки на місцях (наприклад, інспекції МАГАТЕ або місії ОБСЄ); розгляд індивідуальних скарг, зокрема через процедуру, за якою фізичні особи можуть звертатися до міжнародних органів зі скаргами на порушення їхніх прав державою; моніторинг, який передбачає постійне спостереження за ситуацією в певній країні або сфері.

Також міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП включають в себе певні органи, до яких належать: статутні органи ООН (Рада з прав людини, Спеціальні процедури); договірні органи (наприклад комітети «Комітет з прав людини», «Комітет проти катувань» тощо); Міжнародні суди, зокрема ЄСПЛ, Міжнародний Суд ООН. Крім офіційних міждержавних структур, важливу роль у контролі відіграють міжнародні організації, які проводять дослідження та надають рекомендації (наприклад, Економічна і соціальна рада ООН (ЕКОСОП) та неурядові організації (НУО).

Міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП поділяються за декількома ознаками, пріоритетною з яких є сфера дії. Функціонуючи за цією сферою, міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП виступають як універсальні, тобто такі, що діють у межах глобальних організацій, насамперед ООН (прикладами є Рада з прав людини та спеціальні комітети, створені на основі міжнародних договорів), та регіональні, які функціонують у межах конкретних географічних систем, таких як Рада Європи, Організація американських держав чи Африканський союз. За другою ознакою, якою є інституційна природа, міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП поділяються на: договірні органи, а саме такі, як Комітети незалежних експертів, створені для контролю за виконанням конкретного договору (наприклад, Комітет проти катувань); статутні органи, створені на підставі статуту міжнародної організації (наприклад, органи ООН); міжнародні судові органи, тобто суди, чії рішення є обов'язковими для виконання сторонами (Міжнародний Суд ООН, ЄСПЛ) (Марков, Свистунова, 2021).

Ще однією ознакою є ступінь контролю (згідно з судовою практикою), за якою міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм МГП поділяються на такі, що здійснюють: ефективний контроль, який потребує доведення того, що держава керувала кожною конкретною операцією, яка призвела до правопорушення; загальний контроль, який передбачає загальне керівництво та координацію діяльності групи без детального управління кожною дією.

У підсумку можна зробити висновок про те, що вищезазначені механізми діють на основі принципів міжнародного права та доповнюють національні системи захисту, забезпечуючи виконання зобов'язань державами-учасниками.

Характеризуючи поняття «дотримання норм МГП» (як другу частину розглядуваного нами термінологічного словосполучення «міжнародно-правові механізми контролю за дотриманням норм Міжнародного гуманітарного права»), важливо зауважити, що воно включає в себе кілька аспектів, закріплених міжнародно-правовими нормами. Йдеться, зокрема, про захист цивільних осіб, який включає заборону нападів на мирне населення та цивільні об'єкти (школи, лікарні), забезпечення гуманітарних коридорів; поводження з військовополоненими, яке має забезпечити дотримання прав згідно з III Женевською конвенцією, включаючи заборону жорстокого поводження; відповідальність, в рамках якої держави зобов'язані притягувати до відповідальності осіб, які вчинили воєнні злочини, порушуючи норми МГП; застосування зброї, яке передбачає обмеження використання автономних систем озброєнь та новітніх технологій, що не дозволяють відрізнити комбатантів від цивільних.

Також необхідно зазначити, що основна мета дотримання МГП полягає в гуманізації методів ведення війни, захист цивільного населення та полегшення страждань жертв конфлікту, що було започатковано, як свідчить історія становлення міжнародного гуманітарного права як галузі міжнародного публічного права.

Для підвищення рівня дотримання норм МГП в Україні поряд з іншими ратифікованими міжнародними договорами та законами України важливу роль відіграє, також, Інструкція про порядок виконання норм МГП у Збройних Силах (наказ № 164 Міністерства оборони України від 23.03.2017 р.), що є практичним забезпеченням виконання норм міжнародного гуманітарного права у військовій сфері.

Отже, міжнародно-правові механізми контролю відіграють ключову роль у забезпеченні належного виконання норм МГП, поєднуючи міжнародні та національні інструменти впливу. Їх ефективність значною мірою залежить від узгодженості інституційних форм контролю, практичної імплементації норм та реальної відповідальності за їх порушення. В умовах сучасних збройних конфліктів особливого значення набуває не лише розвиток таких механізмів, а й їхнє дієве застосування на практиці.

Список використаних джерел:

Репецький, В. М., Зубарева, А. Є. (2023). Механізм міжнародного контролю за дією міжнародних договорів. *Юридичний науковий електронний журнал*, (2), 738–741. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-2/166>

Женевські конвенції про захист жертв війни від 12.08.1949 р. *Офіційний портал Верховної Ради України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_154#Text

Серватюк Л.В. (2024). Сучасні проблеми дотримання норм міжнародного гуманітарного права - удосконалення норм міжнародного гуманітарного права. *Навчально-науковий гуманітарний інститут Національної академії Служби безпеки України м. Київ, Україна*, 408-412. <https://doi.org/10.36059/978-966-397-452-1-109>

Вивчаючи міжнародне гуманітарне право : навчально-методичний посібник. Друге видання / О. Войтенко, М. Єлігулашвілі, О. Козороз, Т. Короткий, В. Потапова, О. Стокоз, Н. Хендель ; за заг. ред. радника президента Товариства Червоного Хреста України з міжнародного гуманітарного права, к.ю.н. Т. Короткого. – Київ, УГСПЛ; Одеса : Фенікс, 2021. – 268с. https://www.helsinki.org.ua/wp-content/uploads/2021/09/MGP_4_3.pdf

Марков К.А., Свистунова А.В. (2021). Захист поранених, військовополонених і цивільного населення під час збройних конфліктів. *Юридичний науковий електронний журнал*, (12), 411-414. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2021-12/108>

Про затвердження Інструкції про порядок виконання норм міжнародного гуманітарного права у Збройних Силах України. Міністерство оборони України. Наказ №164 від 23.03.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0704-17#Text>



ІННОВАЦІЇ, ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ КУРС У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЄС: ВИКЛИКИ ТА ОРІЄНТИРИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Єлизавета Сокирко

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: sokyрко.yelyzaveta@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

Для країн ЄС міжнародний туризм є однією з ключових галузей економіки, що сприяє збільшенню робочих місць, подоланню бідності і криз. Половина усіх міжнародних подорожей належала ЄС у 2019 році, що показує привабливість регіону для нових відвідувачів. Однак пандемія COVID-19 продемонструвала вразливість туристичної індустрії до карантинів та глобальних проблем. Вона унеможливила подорожі та негативно вплинула на економіку. Тому важливою задачею стало адаптування до таких подій, через впровадження інноваційних заходів (European Commission, 2022).

Інновації в туризмі – це системні кроки, що призводять до позитивних змін, які забезпечують сталий розвиток туристичної індустрії. Важливим зрушенням стала цифровізація туристичного сектору. Послуги стали спрощеними, підвищуючи конкурентоспроможність країн Європейського Союзу. Цифрові

технології збирають та аналізують дані про поїздки, бронювання, пошукові запити, щоб потім персоналізувати пропозиції під конкретних клієнтів. До того ж, воно дає змогу легше оцінити скільки людей відвідає локацію, що дозволяє завчасно заохочувати людей побувати в менш популярних місцях. Проте проблемою є те, що дані часто контролюються великими онлайн-сервісами. Отже, необхідним кроком є налагодження обміну інформацією між державними органами та туристичними компаніями. Крім того, цифровий перехід має зробити доступнішою та достовірнішою інформацію про сталий туризм та права туристів. Наразі багато культурної спадщини ЄС перебуває під загрозою, тож актуальними стають послуги віртуальної реальності, що дозволяють відвідувати тури не виходячи з дому та фізично не контактувати з об'єктами. Прикладом є Лувр (Париж, Франція), у якому проводяться віртуальні екскурсії з показом численних витворів мистецтва (Долинська et al., 2023).

Одним із найглобальніших сучасних викликів є зміна клімату, спричинена викидами надмірної кількості вуглекислого газу CO₂. Вже зараз середня температура стрімко зростає, що призводить до посух, втрати біорізноманіття та масової міграції населення. З 2019 року реалізується Європейська зелена угода, яка має на меті зробити Європу кліматично нейтральною до 2050 року. Цих змін має дотримуватися і туристична сфера, серед яких :

- ✓ інвестиції в зелений пасажирський транспорт задля чистіших міст та скорочення викидів;
- ✓ раціональне використання природних ресурсів та відновлення біорізноманіття;
- ✓ перехід до відновлювальних джерел;
- ✓ готелі мають зменшувати харчові відходи та економно використовувати воду;
- ✓ туризм при узбережжі повинен зберігати моря і природу.

Перехід до зеленого курсу регулює вплив туризму на навколишнє середовище, передбачаючи перехід на відновлювальну енергію та збереження чистої природи (European Commission, 2019).

Інноваційні заходи, що активно застосовуються у туристичній сфері ЄС у межах цифровізації та зеленого курсу, сприяють створенню більш стійкої та більш спроможною конкурувати індустрії. У зв'язку з цим значно зростає роль концепції сталого розвитку туризму. Як зазначає у своїй роботі Кавара В.: «Сталий туризм означає відповідальне управління ресурсами для задоволення як поточних, так і майбутніх потреб мандрівників» (Кавара, 2025). Запровадження ідей сталого розвитку сформувало нові напрямки у туристичній галузі, зокрема екологічний та зелений туризм, що передбачає раціональне використання ресурсів та охорону культурно-історичних об'єктів, задля зменшення негативного впливу на довкілля. Держави-члени Європейського Союзу приділяють увагу екологічно безпечному туризму, який не завдасть сильної шкоди екосистемі ні зараз, ні у майбутньому. Це передбачає гармонію між охороною довкілля, соціальними потребами та економічним розвитком. Дотримання цього балансу забезпечить отримання економічного зростання та задоволення потреб туристів, при цьому не нашкодивши клімату (Єрко, 2023).

Водночас для України, яка прагне інтеграції до європейського простору, досвід ЄС у впровадженні інноваційних та сталих підходів у туризмі є надзвичайно актуальним. Попри значні втрати туристичної інфраструктури внаслідок війни, туристична галузь України має суттєвий потенціал для відновлення та трансформації на засадах цифровізації та сталого розвитку.

В Україні вже здійснюються конкретні кроки у напрямі впровадження принципів сталого розвитку та екологізації туристичної галузі відповідно до вимог Європейського зеленого курсу. Зокрема, на державному рівні ухвалено Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка передбачає інтеграцію принципів сталого туризму, раціонального використання природних ресурсів та збереження культурної спадщини. Також Україна приєдналася до міжнародних ініціатив у сфері кліматичної політики, зокрема Паризької кліматичної угоди, що визначає загальний вектор на декарбонізацію економіки, включаючи туристичний сектор.

На практичному рівні активно розвиваються проекти екологічного та сільського туризму, особливо в Карпатському регіоні, де впроваджуються енергоефективні технології у готельній інфраструктурі, використання відновлюваних джерел енергії та практики сортування відходів. Окрему увагу приділено розвитку природоохоронних територій: національні природні парки України поступово впроваджують принципи сталого управління туристичними потоками, екологічної освіти та мінімізації антропогенного навантаження.

Крім того, в Україні розвивається цифровізація туристичної сфери, що також відповідає європейським підходам. Зокрема, впроваджуються електронні туристичні сервіси, цифрові маршрути, онлайн-платформи бронювання та інформаційні ресурси, які підвищують доступність туристичних послуг і сприяють прозорості ринку. Важливим є і розвиток інклюзивного туризму, що відповідає соціальній складовій сталого розвитку та стандартам ЄС щодо доступності туристичних послуг для різних категорій населення.

Таким чином, Україна вже демонструє поступовий перехід до сталих моделей розвитку туризму, адаптуючи європейський досвід до національних умов, що створює передумови для ефективної інтеграції у спільний туристичний простір ЄС у майбутньому.

Список використаних джерел:

Долинська, О., Шоробура, І., & Біницька, О. (2023). Інновації в туризмі. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*, 55(2), 58–64. <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.2.7>

Єрмо, І. В. (2023). Сталий та безпечний розвиток туризму як один із критеріїв трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. *Підприємництво та інновації*, 29, 7–13. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/29.1>

Кавара, В. (2025). Сталий розвиток у туристичній сфері: сучасні тенденції та виклики. У *Актуальні проблеми та стратегії розвитку підприємництва, торгівлі і маркетингу в умовах сучасного ринку* (с. 185–187). <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/48518/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%2C%202025.pdf#page=185>

European Commission. (2019). *Communication from the Commission: The European Green Deal*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52019DC0640>

European Commission. (2022). *Transition pathway for tourism*. Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/404a8144-8892-11ec-8c40-01aa75ed71a1>

World Tourism Organization. (n.d.). *UN Tourism*. <https://www.unwto.org/>

ФЕНОМЕН НАРКОТУРИЗМУ У МІЖНАРОДНОМУ ПРАВІ

Юлія Ставраті

студентка кафедри міжнародного права,
європейської та євроатлантичної інтеграції,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

E- mail: yvstavrati.fpmv22@gmail.com

Науковий керівник: д. н. держ. упр., проф. Грицяк І.А

У науковій та міжнародно-правовій літературі феномен наркотиризму дедалі частіше стає предметом комплексного аналізу, однак сам термін «наркотиризм» не має офіційного закріплення в системі міжнародного права як самостійна категорія. Це зумовлено тим, що відповідні відносини охоплюються ширшим режимом міжнародного контролю за наркотичними засобами та зобов'язаннями держав щодо протидії їх незаконному обігу. Водночас зростання масштабів цього явища та його транснаціональний характер потребують уточнення змісту поняття й осмислення його місця в сучасній міжнародно-правовій системі.

Наркотиризм визначається як подорожі з метою споживання або придбання наркотичних речовин у країнах із ліберальним законодавством (наприклад, Нідерланди, Чехія), що загалом суперечить міжнародним конвенціям ООН. Водночас термін «наркотиризм» у міжнародному праві не має офіційного закріплення як окрема категорія, проте він тісно пов'язаний із режимом міжнародного контролю за наркотиками та зобов'язаннями держав щодо протидії їх незаконному обігу. З огляду на міжнародне право, це явище регулюється через систему конвенцій ООН, які зобов'язують держави обмежувати використання наркотичних речовин виключно медичними та науковими цілями.

Наркотиризм дедалі частіше розглядається як окремий прояв транснаціональної мобільності, в межах якої переміщення осіб пов'язується не лише з рекреаційною, культурною чи економічною метою, а й з пошуком юрисдикцій із м'якшим режимом контролю за наркотичними засобами, толерантнішою практикою їх споживання або доступнішою інфраструктурою нелегального ринку. У такому ракурсі наркотиризм виходить за межі суто девіантної поведінки окремого споживача і перетворюється на явище, що виникає на стику міжнародного права, туристичної мобільності, публічного здоров'я та транскордонної безпеки. Т. Перейра наркотиризм тлумачить як сегмент туристичної динаміки, що формується довкола практик споживання наркотиків, насамперед канабісу, та закріплюється в тих дестинаціях, де

правовий режим або практика його застосування створюють для цього відносно сприятливе середовище (Pereira, 2020). На цьому тлі проблема набуває міжнародно-правового значення, оскільки йдеться не лише про внутрішнє регулювання обігу наркотиків, а й про перетин кордонів, колізію правових режимів і наслідки для інших держав, громадяни яких долучаються до таких практик.

Міжнародно-правові засади регулювання наркотиризму ґрунтуються на трьох ключових документах: Єдиній конвенції про наркотичні засоби 1961 року, яка встановлює загальні рамки контролю та забороняє використання наркотиків у рекреаційних цілях; Конвенції про психотропні речовини 1971 року, що розширює контроль на синтетичні препарати (зокрема ЛСД, МДМА); та Конвенції ООН про боротьбу проти незаконного обігу наркотичних засобів і психотропних речовин 1988 року, яка зобов'язує держави криміналізувати всі аспекти незаконного обігу, включаючи зберігання для особистого вживання. Зазначені акти формують нормативну базу міжнародного контролю, відповідно до якої держави зобов'язані боротися з обігом наркотиків. Контроль у цій сфері здійснюється, зокрема, Міжнародним комітетом з контролю за наркотиками (МККН), який контролює дотримання обмежень щодо виробництва та розповсюдження наркотичних речовин.

Водночас розвиток наркотиризму значною мірою зумовлений проблемою розбіжностей у національному законодавстві. Наркотиризм виникає через різницю в підходах держав до криміналізації, адміністративного контролю та фактичної толерантності до споживання наркотиків. Деякі країни, такі як Нідерланди, Чехія та Португалія, декриміналізували володіння невеликою кількістю наркотиків або застосовують політику «непереслідування». Формально це не порушує міжнародні конвенції, якщо речовини залишаються під заборобою, однак створює так звані «сірі зони», які приваблюють іноземних споживачів. Водночас інші держави зберігають сувору кримінальну відповідальність за аналогічні дії, що посилює правову асиметрію.

Міжнародне право реагує на це явище не через окрему універсальну категорію «наркотиризм», а через ширшу систему протидії незаконному обігу наркотичних засобів, координацію кримінально-правових підходів, механізми співробітництва держав і баланс між охороною здоров'я та безпекою. Т. Л. Сироїд визначає, що в межах Європейського Союзу сформовано механізм протидії наркотикам, який охоплює криміналізацію відповідних діянь, стратегічні документи та інструменти, спрямовані одночасно на зменшення попиту, скорочення пропозиції і захист громадського здоров'я (Сироїд, 2024). Для аналізу наркотиризму цей підхід є показовим, оскільки демонструє: міжнародно-правова відповідь не обмежується каральною складовою, а включає й профілактичний, медико-соціальний та координаційний елементи. Через це наркотиризм виявляється проблемою не лише прикордонного чи поліцейського контролю, а й проблемою узгодженості політики, коли надмірно ліберальна або, навпаки, надмірно фрагментована практика однієї держави впливає на стан безпеки та здоров'я в ширшому регіоні.

Разом з тим міжнародно-правова оцінка наркотуризму потребує врахування транснаціональної природи самого наркоринку. В. Я. Конопельський наголошує, що сучасні організовані групи, пов'язані з незаконним обігом наркотичних засобів, діють одразу в кількох державах: сировина може вирощуватися в одній країні, перероблятися в другій, транспортуватися через третю, а збуватися вже в четвертій. Така структура означає, що переміщення туриста до «зручної» юрисдикції не є ізольованим побутовим актом, а включається в ширші канали незаконного ринку. М. М. Ігошин і А. В. Данько, у свою чергу, простежують історію становлення міжнародного співробітництва у боротьбі з незаконним обігом наркотичних речовин і показують, що розвиток цієї системи був відповіддю саме на вихід проблеми за межі окремої держави. На цьому тлі наркотуризм постає як одна з нових форм прояву старішої міжнародної проблеми: відмінності у внутрішньому регулюванні більше не залишаються внутрішньою справою держави, коли вони стимулюють транскордонний попит, тіньову логістику і вторинні ризики для суміжних правопорядків (Конопельський, 2024; Ігошин, Данько, 2025).

Таким чином, наркотуризм у міжнародному праві доцільно тлумачити як наслідок поєднання трьох процесів: глобальної мобільності, нерівномірності національного правового регулювання та транснаціоналізації наркоринку. Безпосередня складність полягає в тому, що міжнародне право поки що не виробило спеціального режиму саме для наркотуризму, однак уже сформувало інструменти, через які це явище може бути охоплене: координацію кримінально-правових підходів, обмін інформацією, спільну політику ЄС у сфері наркотиків, а також механізми захисту громадського здоров'я. Відтак при науковому аналізі наркотуризму не варто зводити до сенсаційної характеристики окремих туристичних локацій. Набагато продуктивніше варто розглядати його як індикатор того, наскільки міжнародно-правова система здатна реагувати на мобільні форми попиту, що використовують прогалини між національними юрисдикціями та підривають послідовність антинаркотичної політики в регіональному й глобальному вимірі.

Список використаних джерел:

Ігошин, М. М., Данько, А. В. (2025). Становлення міжнародного співробітництва у боротьбі з незаконним обігом наркотичних речовин. *Правова позиція*, 1(46), 67-72. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/xmlui/handle/123456789/7828>

Коломієць, А. М. (2020). Практика Європейського Союзу щодо незаконного публічного вживання наркотичних засобів у місцях масового перебування громадян. *Публічне урядування*, 3(9), 150-155. DOI: 10.32689/2617-9660-2020-3(9)-150-155.

Конопельський, В. Я. (2024). Міжнародна практика запобігання незаконному обігу наркотичних засобів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*, 81(2). DOI: 10.24144/2307-3322.2024.81.2.44.

Сироїд, Т. Л. (2024). Механізм Європейського Союзу у протидії наркотикам як складова забезпечення громадського здоров'я. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*, 84(4), 345-359. DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.84.4.48>



БРЕНДИ УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ ТА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

Софія Старцева

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: к. політ. н., доц. Безрук О.О.

Світова практика нації-брендингу незмінно засвідчує: комерційні бренди здатні формувати міжнародний образ держави з ефективністю, недосяжною для жодної офіційної дипломатичної кампанії. Одним із найпереконливіших прикладів є стратегія Turkish Airlines, авіаперевізника, що перетворив Туреччину з транзитного пункту на один із найбільш впізнаваних туристичних брендів світу: завдяки масштабному спонсорству спортивних подій, присутності на 340 напрямках та слогану «Widen Your World» країна почала асоціюватись у свідомості мільйонів мандрівників з доступністю, комфортом і відкритістю до світу задовго до того, як вони взагалі замислились про поїздку до Стамбула (Kotler та Gertner, 2002). Схожу функцію виконує Emirates для Об'єднаних Арабських Еміратів: авіакомпанія з характерним золотисто-червоним брендингом стала живим посольством ОАЕ у кожному міжнародному аеропорту, де вона присутня, а Дубай перетворився на один із найпопулярніших туристичних напрямків світу саме завдяки тому, що образ країни десятиліттями будувався через цей бренд. Не менш показовий приклад Mercedes-Benz: автомобільний концерн зробив для репутації Німеччини більше, ніж будь-яка туристична реклама, закріпивши у глобальній свідомості образ країни як уособлення інженерної досконалості та надійності. Навіть американський долар як глобальний фінансовий інструмент є свого роду брендом держави, що вже сім десятиліть транслює образ США як стабільної, провідної та впливової сили незалежно від того, що відбувається на рівні офіційної зовнішньої політики (Nye, 2011). Ці приклади об'єднує спільна закономірність: бренд, що досягає глобальної впізнаваності, починає працювати як посол держави, формуючи асоціації, збуджуючи інтерес і генеруючи туристичний та економічний капітал для країни свого походження (Anholt, 2007).

Однак бренди не завжди мають корпоративне обличчя. Публічні особи, що ідентифікують себе зі своєю країною на міжнародній арені, функціонують за тією самою логікою, а іноді навіть потужніше, оскільки апелюють не до раціональних, а до емоційних рішень аудиторії. Саме у цьому контексті варто розглядати феномен Олександра Усика, абсолютного чемпіона світу з боксу у

важкій вазі. Коли у травні 2024 року він переміг Тайсона Ф'юрі і на його плечах перед мільярдною аудиторією з'явився прапор України, ця мить стала для більшості глядачів у Латинській Америці, Азії та Африці першим емоційно значущим контактом з образом країни: не через зведення з фронту, не через гуманітарні заклики, а через тріумф конкретної людини, яка відкрито і гордо ідентифікує себе з Україною. Усик давно функціонує не просто як боксер, а як живий бренд своєї держави, то він говорить про Україну на прес-конференціях перед світовими медіа, а його ім'я у пошукових запитах супроводжується назвою країни мільйони разів на рік. У цьому сенсі він є прямим аналогом Turkish Airlines чи Emirates, але з набагато глибшим емоційним резонансом: за ним стоять не корпоративні цінності, а людська історія, яку неможливо ігнорувати (Dinnie, 2008).

У теорії туристичного брендингу та формування іміджу держави давно усталилось розуміння того, що країна конкурує на глобальному ринку уваги так само, як конкурують товари і послуги: вона або присутня у свідомості потенційних туристів, інвесторів та партнерів як жива і приваблива реальність, або її просто немає. Цей образ формується через сукупність сигналів: архітектуру, кухню, культуру, спортивних героїв, музику, кіно і через продукти вітчизняних виробників, що з'являються у глобальному медіапросторі (Kavaratzis та Ashworth, 2005). В умовах війни цей механізм набуває особливого значення, оскільки традиційний туристичний імідж країни тимчасово заблокований: люди не їдуть, конференції переносяться, виставки скасовуються. Натомість бренди, публічні особи та культурні продукти продовжують рухатися через кордони і нести образ України туди, куди в мирний час долетів би туристичний буклет.

Показовим прикладом такого органічного проникнення українського бренду у глобальний культурний простір став кейс, зафіксований у медіапросторі у березні 2026 році. Під час фотосесії для корейського видання журналу ELLE зірка К-поп гурту Stray Kids Хьонджін позував із цукерками українського виробника Roshen, розкладеними як реквізит. Публікація ELLE Korea швидко розійшлась у фанспільноті, де почалось активне обговорення: що це за цукерки і звідки вони. Офіційний Instagram-акаунт Roshen Ukraine своєчасно відреагував, поширивши матеріали та долучившись до розмови з глобальною аудиторією в англомовному просторі. Серед коментарів, які зібрала ця хвиля, були характерні висловлювання: «мені подобається, як ця стрічка говорить про Хьонджіна, Roshen і Україну» або «навіть якщо він не знав, що це українські цукерки на зніманнях, то після усього шуму точно про це дізнається» (Горlach, 2026). Примітним є й те, що фани почали фантазувати про можливу колаборацію артиста з брендом, пропонуючи ідею кулону у формі цукерки «Молочна крапля» у білому золоті. Ситуація, яка розпочалась як випадковий збіг у реквізиті фотосесії, перетворилась на вірусний культурний момент, у центрі якого опинилась Україна.

Обидва наведені приклади, і Усик, і Roshen, об'єднує спільна логіка, що споріднює їх із механізмом Turkish Airlines або Emirates: найбільш ефективна форма туристичного брендингу та іміджевої роботи відбувається не через

офіційні кампанії, а через точки емоційного контакту, де Україна з'являється як щось живе, конкретне і близьке. Для молодшої аудиторії у Сеулі, Бангкоку чи Сан-Паулу цукерки улюбленого виконавця або перемога боксера, якого вони почали шукати у пошукових системах, є значно потужнішим входом в образ країни, ніж будь-яка туристична реклама. Ця логіка підтверджується дослідженнями у сфері нації-брендингу: довіра до образу країни формується не через пряме повідомлення, а через асоціації, збудовані навколо людей, продуктів і культурних об'єктів, що вже мають власний кредит довіри в аудиторії (Dinnie, 2008). Алгоритми цифрових платформ у цьому процесі відіграють роль безкоштовного дистриб'ютора: вірусний контент поширює образ України в охопленнях, недосяжних для жодного рекламного бюджету. Попри наявні органічні успіхи, Україна ще не перетворила цей потенціал на системну стратегію туристичного брендингу та іміджевої роботи.

Таким чином, бренди України, спортивні та культурні особистості, а також вітчизняні виробники є повноцінними акторами туристичного брендингу та формування міжнародного іміджу держави, особливо в умовах, коли традиційні туристичні інструменти тимчасово недоступні через збройний конфлікт. Перемога О. Усика, яку дивився весь світ, і цукерки Roshen у руках корейської поп-зірки відрізняються за масштабом, але не за механізмом: так само, як Mercedes формує образ Німеччини через кожен проданий автомобіль, а Emirates перетворює ОАЕ на точку на карті мрій мільйонів мандрівників, українські бренди та особистості крок за кроком роблять Україну впізнаваною і привабливою для тих, до кого офіційна дипломатія просто не дістається.

Список використаних джерел:

- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230627727>
- Dinnie, K. J. (2008). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Butterworth-Heinemann.
- Горлач, П. (2026). Українські цукерки в рекламі Cartier: меми й жарти про Хьонджіна зі Stray Kids. *Суспільне Культура*. <https://suspilne.media/culture/1277472-ukrainski-cukerki-v-reklami-cartier-memi-j-zarti-pro-hondzina-zi-stray-kids/>
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), 506–514. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2005.00482.x>
- Nye, J. S. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.



ДОСВІД ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТУРЕЧЧИНИ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ В УКРАЇНІ

Василь Стецький

доцент кафедри туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
кандидат географічних наук, доцент
E-mail: Stetskyigeo@gmail.com

Катерина Ониськів

студентка спеціальності 242 «туризм»,
Львівський національний університет імені Івана Франка
E-mail: onsk.ketryn@gmail.com

Сучасний туризм Туреччини – це високоприбутковий сектор національної економіки країни, що забезпечує близько 12% ВВП країни, стимулює розвиток понад 20 суміжних її галузей (Єремія Г. 2013).

Запропоновані нами наукові дослідження присвячені аналізу сучасного стану розвитку туристичної галузі Туреччини, виявлені особливостей реалізації державної туристичної політики країни, використанні туристичних ресурсів держави, організаційної структури управління туристичною сферою та інструментів державного регулювання розвитку туризму. На нашу думку, саме ці практичні державно-політичні та організаційно-економічні впровадження у туристичну сферу є рушійними у розвитку галузі й мають позитивне значення для відродження туристичного бізнесу в Україні у післявоєнний час.

Ми вважаємо, що Туреччина належить до провідних туристичних держав світу завдяки вигідному географічному положенню, сприятливим природно-кліматичним умовам, значному історико-культурному потенціалу та розвиненій туристичній інфраструктурі. Важливу роль у розвитку туристичної галузі відіграє державна підтримка туризму як стратегічно важливої сфери національної економіки.

У системі державного управління туристичною діяльністю, ключову роль відіграє Міністерство культури і туризму Туреччини, Воно забезпечує формування та реалізацію державної туристичної політики, координацію діяльності туристичних підприємств, розробку програм розвитку галузі та просування туристичного продукту країни на міжнародному ринку (Юрченко С.О., Батрак П.В, 2018).

На нашу думку важливим елементом успіху туристичної галузі Туреччини є сформований комплексний підхід держави до управління туризмом. Він передбачає реалізацію стратегічних програм розвитку галузі, залучення інвестицій, модернізацію транспортної інфраструктури та активне міжнародне просування туристичного продукту.

Серед визначальних напрямків державної туристичної політики Туреччини є диверсифікація туристичних послуг, що передбачає розвиток культурно-пізнавального, екологічного, гастрономічного, лікувально-оздоровчого, та спортивного туризму. Такий підхід дозволяє зменшити сезонність туристичних потоків та забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі протягом року.

Отримані нами результати показують, що ефективність розвитку туристичної галузі Туреччини значною мірою визначається послідовною державною політикою, спрямованою на розвиток інфраструктури, підтримку туристичного бізнесу та формування позитивного міжнародного туристичного іміджу держави через участь у міжнародних туристичних виставках, проведення рекламних кампаній та використання сучасних цифрових технологій просування туристичних послуг.

Як наслідок дослідження державної туристичної політики Туреччини та визначення позитивних тенденцій динаміка розвитку послуг її туристичного ринку дозволили нам визначити напрямки використання досвіду для відновлення туристичної активності в Україні у воєнний та післявоєнний час.

В сучасних умовах після Covid-ного періоду і наслідків сьогоденної російської агресії в Україні країна потребує відновлення туристичної активності. На нашу думку, ключовими елементами запровадження досвіду турецької політики мають стати переосмислення системи фінансово-податкових стимулів туристичного ринку, покращення через відновлення й розбудову нової туристичної інфраструктури та агресивний державний менеджмент й маркетинг на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках (Tourism Strategy of Turkey Action Plan. 2023).

Вони повністю відповідають державній стратегії розвитку туризму та курортів України до 2030 року. Пріоритетними кроками для відновлення туристичної галузі та бізнесу України на нашу думку можуть стати:

- впровадження програм безпечного туризму для відновлення довіри для учасників внутрішніх турів та іноземних гостей. Подібні програми реалізовувались у Туреччині під час пандемії і сприяли частковій стабілізації та швидкому відновленню ринку туристичних послуг;
- надання податковий пільг новоствореним туристичним організації (національними операторам, туристичним підприємствам, що працюють на внутрішньому і міжнародних туристичних ринках) для сплати корпоративного податку та на прибуток протягом перших 3 років роботи. Надання дотацій, пільгових позик та інвестиційних стимулів для відбудови та будівництва нових комплексів гостинності;
- перехід від аналізу кількісних показників надходжень споживачів туристичного ринку країни до розрахунків «середнього чека», який показує скільки коштів в середньому витрачає потенційний турист на одне замовлення або покупку туристичного продукту. В Україні такі розрахунки матимуть актуальність запровадження для лікувально-оздоровчого, ділового (MICE) та культурно-пізнавального туризму;

- виділення бюджетних коштів та створення актуальних програмних заходів для просування національних туристичних продуктів на міжнародних виставках та через цифрові платформи;
- створення регіональних моделей управління туристичним бізнесом на основі міжсекторальної співпраці з метою досягнення спільних інтересів і вигод регіональної й місцевої влади, бізнесу та громад;
- використання досвіду Туреччини у створенні цифрової інфраструктури та віртуальних туристичних продуктів для збереження інтересу до дестинацій у поствоєнний період (Державна стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року, 2021).

Використання зазначених напрямів сприятиме для відновлення туристичної активності України, підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі та формуванню ефективної державної туристичної політики в умовах післявоєнного відновлення економіки.

Список використаних джерел:

Державна стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року. (2021) Київ : ДАРТ, 2021.

Державне агентство розвитку туризму України: офіційний інформаційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua>

Єремія Г. (2013), Особливості розвитку туризму в Туреччині. *Вісник Львівського університету. Серія географічна.* 2013, Випуск 43, С. 34-38. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/geography/article/viewFile/1677/1737>

Юрченко С.О., Батрак П.В. (2018). Державне регулювання розвитку туристичної діяльності в Туреччині: досвід для України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Карамзіна Серія «Міжнародні відносини, Економіка, країнознавство, Туризм».* Вип.8., 2018. С.172-180.

Tourism Strategy of Turkey. Action Plan. (2023). Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism.



ТРАНСФОРМАЦІЯ БЕЗПЕКОВОЇ ПОЛІТИКИ АВСТРІЇ В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ТА СТРАТЕГІЧНОГО КОМПАСУ ЄС

Вікторія Стовбун

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: stovbun2021uk12@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.і.н., доц. Парфіненко А.Ю.

Повномасштабна агресія росії проти України та загальне погіршення міжнародного безпекового середовища стали важливим поштовхом до перегляду підходів Європейського Союзу у сфері безпеки й оборони. Поряд із війною в Європі, на цей процес вплинули посилення гібридних загроз, зростання нестабільності в сусідніх регіонах та загострення боротьби за контроль над новими просторами, зокрема кіберпростором і морськими комунікаціями. За таких умов традиційні інструменти ЄС виявилися недостатніми, що зумовило потребу у виробленні нової узгодженої стратегії.

У березні 2022 р. Європейський Союз затвердив Стратегічний компас як новий рамковий документ у сфері безпеки та оборони. Документ визначає спільні орієнтири розвитку європейської безпекової політики до 2030 р. та, на відміну від попередніх стратегій, зокрема Глобальної стратегії ЄС 2016 р., передбачає конкретні механізми їх реалізації (European External Action Service, 2022). Його підготовці передувала комплексна оцінка безпекового середовища, здійснена за участі держав-членів, яка засвідчила, що повернення війни до Європи та поширення гібридних загроз потребують нового підходу до безпеки (Simonet, 2021). Ще на етапі підготовки Компаса австрійське керівництво розглядало його як основу для перегляду власної безпекової політики. У листопаді 2021 р. міністерка оборони Клаудія Таннер назвала його ключовим інструментом протидії гібридним загрозам і раннього реагування на кризи (Der Offizier, 2021).

Після 2022 р. ці підходи набули практичного виміру. В Австрії активізувалися дискусії щодо необхідності посилення оборонних спроможностей, модернізації федеральних збройних сил та розширення участі у спільних механізмах ЄС. Уряд оголосив про збільшення оборонних витратів, інвестиції у протиповітряну оборону, кібербезпеку та захист критичної інфраструктури (Крупка, 2025; Federal Chancellery Republic of Austria, 2025). Подальшим продовженням цього курсу стала програма модернізації «Bundesheer 2032+», у межах якої передбачено поступове збільшення оборонних витрат до 2 % ВВП до 2032 р. Для Австрії, яка ще у 2024 р. витрачала на оборону близько 1 % ВВП, це означає суттєвий перегляд попереднього підходу до безпеки (Бондарєва, 2025). Практичним підтвердженням цього стало збільшення

бюджету Міністерства оборони на 18% у 2025 р. та ще на 8% у 2026 р. (International Trade Administration).

Ці зміни були закріплені й у нових австрійських документах у сфері безпеки. Зокрема, Національна доповідь про безпекову ситуацію Австрії за 2025 р. визначає російсько-українську війну, енергетичну нестабільність, кібератаки та можливе послаблення трансатлантичних гарантій як основні виклики для держави. У документі підкреслюється, що безпека країни дедалі більше залежить від стійкості Європейського Союзу та здатності Австрії брати участь у спільних механізмах реагування. Водночас зовнішньополітична стратегія Австрії на 2025 р. виходить із необхідності поєднання нейтралітету з активнішою участю в політиці ЄС, підтримкою України та розвитком власних оборонних спроможностей (Federal Chancellery Republic of Austria, 2025).

Роль Австрії у формуванні та реалізації Стратегічного компаса є специфічною, оскільки її участь у європейській оборонній інтеграції поєднується зі збереженням нейтрального статусу. Саме тому її участь у процесах європейської оборонної інтеграції супроводжується певними труднощами. У науковій літературі країну навіть називають однією з найбільш проблемних нейтральних держав для перспективи формування Європейського оборонного союзу (Cramer, 2021). Водночас вона не залишається пасивною, а прагне поєднати нові можливості безпекової інтеграції зі збереженням основних принципів нейтралітету. Саме тому участь країни у підготовці Стратегічного компаса була обмеженою, але цілеспрямованою.

Після ухвалення Стратегічного компаса участь Австрії перейшла від декларативної підтримки до практичного внеску у нові механізми безпеки ЄС. Показовим кроком стало приєднання до європейської системи протиповітряної оборони Sky Shield, спрямованої на спільний захист повітряного простору та координацію оборонних спроможностей держав-учасниць (Die Presse, 2024). Логічним продовженням цього стала участь у Силах швидкого розгортання ЄС, які офіційно стали функціональними у 2025 р. і мають налічувати до 5 тис. військовослужбовців. Австрія заявила про готовність направити до їх складу кілька сотень військових, переважно у логістичних та допоміжних підрозділах (Укрінформ, 2024).

Для Австрії принципове значення має те, що питання співвідношення між європейською оборонною інтеграцією та НАТО залишається відкритим. Тому держава підтримує таку модель співпраці між ЄС і Альянсом, яка враховувала б потреби нейтральних країн і не ставила під сумнів специфіку їхньої безпекової політики. Водночас важливу роль для Австрії зберігає ООН, тому країна прагне реалізовувати свою участь у межах Стратегічного компаса переважно через дипломатичні та посередницькі формати. На тлі дискусій щодо можливого скорочення участі США в НАТО Відень дедалі активніше підтримує розвиток власних спроможностей ЄС, розглядаючи їх як доповнення, а не альтернативу Альянсу (Dowell, 2025; Simonet, 2021).

У цьому контексті російсько-українська війна стала не лише зовнішнім викликом, а й чинником переосмислення австрійської безпекової політики. У сучасній науковій літературі дії росії характеризуються як прояв ревізіонізму,

спрямованого на трансформацію післявоєнного міжнародного порядку та підтримки чинної системи європейської безпеки (Parfinenko, 2023). За таких умов підтримка України для Австрії поступово набула значення не лише гуманітарного чи політичного жесту, а одного з елементів ширшої стратегії збереження стабільності та безпеки в Європі.

Зберігаючи відмову від постачання летальної зброї, країна водночас активно використовує інші форми підтримки. Станом на 2025 р. загальний обсяг допомоги перевищив 3 млрд євро і включає гуманітарну, фінансову та інфраструктурну підтримку, допомогу українським біженцям, участь у розмінуванні та розслідуванні воєнних злочинів. Важливим напрямом стала також підтримка енергетичної інфраструктури, цивільного захисту та відбудови. Крім того, Австрія послідовно підтримує санкційну політику ЄС щодо росії та виступає за подальшу політичну й економічну підтримку України (Austrian Development Agency; ORF, 2025).

Отже, російсько-українська війна та реалізація Стратегічного компаса ЄС стали головними чинниками трансформації безпекової політики Австрії. Зберігаючи нейтральний статус і відмову від участі у військових союзах, держава водночас посилює оборонні спроможності, збільшує військові витрати, долучається до нових механізмів ЄС та розширює підтримку України. У результаті австрійський нейтралітет поступово трансформується у модель вибіркової безпекової інтеграції, що поєднує військову неучасть із активною політичною та інституційною залученістю.

Список використаних джерел:

- Австрія направить кількасот військових до складу сил швидкого реагування ЄС. (2024). *Укрінформ*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3881518-avstria-napravit-kilkasot-vijskovih-do-skladu-sil-svidkogo-reaguvanna-es.html>
- Бондарєва, Х. (2025). Нейтральність не захищає: як в Австрії вперше порушили питання членства у НАТО. *Європейська правда*. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2025/08/7/7217432/>
- Крупка, А. (2025). Політична битва за австрійський нейтралітет. *Український Тиждень*. <https://tyzhden.ua/politychna-bytva-za-avstrijskyj-nejtralitet/>
- A Strategic Compass for Security and Defence. (2022). *European External Action Service*. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/strategic_compass_en3_web.pdf
- Austria aerospace and defence growth. (2025). *International Trade Administration*. <https://www.trade.gov/market-intelligence/austria-aerospace-and-defense-growth>
- Austrian National Situation Report for 2025. *Federal Chancellery Republic of Austria*. https://www.bundeskanzleramt.gv.at/dam/jcr:1422d08a-7362-4d63-942a-db41851e6687/austrian_national_situation_report%202025_abridged%20version_en.pdf
- Contribution to UNHCR's Response in Ukraine in 2026. *Austrian Development Agency*. <https://www.entwicklung.at/projekte/detail/contribution-to-unhcrs-response-in-ukraine-in-2026>
- Cramer, C.S. (2021) Ambiguous Alliance: Neutrality, Opt-outs, and European Defence. *European Council on Foreign Relations*. <https://ecfr.eu/publication/ambiguous-alliance-neutrality-opt-outs-and-european-defence/>
- Der Strategische Kompass als Grundlage für künftige Sicherheit. (2021). *Der Offizier. TARGET GROUP Publishing GmbH. Issuu*. https://issuu.com/zielgruppenverlag.at/docs/der_offizier_magazin_2112/s/14246164
- Der Strategische Kompass der Europäischen Union. Ziele, Perspektiven und Chancen für Österreich. (2021). *Bundesministerium für Landesverteidigung*

https://www.aspr.ac.at/fileadmin/Downloads/Publikationen/Publikationen_ab_2015/strategischer_kompass.pdf

Dowell, S. Analysis: Austria's neutrality taboo is broken, but NATO remains a distant prospect. TVP World. 2025. <https://tvpworld.com/88062165/analysis-austria-questions-neutrality-but-nato-still-far-off>

Österreich mit ein paar hundert Soldaten bei EU-Eingreiftruppe dabei. *Die Presse*. <https://www.diepresse.com/18628274/oesterreich-mit-ein-paar-hundert-soldaten-bei-eu-ingreiftruppe-dabei>

Österreich unterstützte Kiew mit rund drei Milliarden Euro. (2025) ORF. <https://orf.at/stories/3390701/>

Parfinenko, A. (2023). Russian Revisionism as a Challenge to the International Order. *Actual Problems of International Relations*, (154), 18–33. DOI:10.17721/apmv.2023.1.154.18-33

Simonet, L. (2021). The EU Strategic Compass: Challenges and Opportunities for Austria: State of Play at the Time of its Presentation to the Member States. *Austrian Institute for International Politics*. <https://surl.li/epsqgl>



БАГАТОСТОРОННЯ ДИПЛОМАТІЯ АВСТРІЇ В МЕЖАХ ООН

Вікторія Стовбун

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: stovbun2021uk12@student.karazin.ua

Науковий керівник: д.е.н., проф. Оболенцева Л.В.

Австрія розглядає багатосторонню дипломатію як один із ключових напрямів зовнішньої політики. Після відновлення незалежності та підписання Державного договору 1955 р. країна стала 70-м членом ООН, а участь у діяльності організації перетворилася на важливий елемент її міжнародної ідентичності. Особливе значення для Австрії має статус Відня як одного з чотирьох головних центрів ООН. У 1979 р., через 24 роки після вступу Австрії до організації, Відень став третьою штаб-квартирою ООН після Нью-Йорка і Женеви (Austria at the UN). Значну роль у цьому відіграв канцлер Бруно Крайський, який розглядав розміщення установ ООН у Відні як спосіб зміцнення міжнародного авторитету Австрії (70 Years of UN Membership). У місті діють понад 40 міжнародних організацій і близько 130 дипломатичних представництв, а секретаріат UNOV (United Nations Office at Vienna) щороку забезпечує проведення понад 2 000 міжнародних конференцій і засідань (Austrian Priorities).

Австрія прагне не лише надавати територію для міжнародних організацій, а й формувати дипломатичне середовище. Це підтверджує спільний проєкт австрійського МЗС та UNITAR, у межах якого в листопаді 2024 р. у Відні відбувся дводенний брифінг для дипломатів, акредитованих при установах ООН. Його метою було ознайомлення учасників зі структурою системи ООН, особливостями дипломатичного протоколу та практиками багатосторонньої взаємодії.

Важливу роль у формуванні міжнародного авторитету Австрії відіграє її участь у структурах і керівних органах ООН. Австрійські дипломати неодноразово обіймали високі посади в системі організації. Найвідомішим прикладом є діяльність Курта Вальдгайма, який у 1972-1981 рр. був Генеральним секретарем ООН. Після нього найвищу посаду в системі ООН серед австрійських дипломатів обійняв Фолькер Тюрк, який із 2022 р. є Верховним комісаром ООН з прав людини. Австрія також регулярно обиралася до різних органів системи організації, зокрема до Комісії з прав людини та інших спеціалізованих структур. Відень послідовно підтримує зміцнення міжнародного права, розвиток механізмів захисту прав людини, політику нерозповсюдження зброї, контроль над озброєннями та боротьбу з транснаціональною злочинністю. Саме ці напрями вважаються пріоритетними для австрійської дипломатії в межах ООН (70 Years of UN Membership).

Окремим напрямом багатосторонньої діяльності Австрії є миротворчість. Австрія послідовно поєднує принцип військового нейтралітету з активною участю в операціях із підтримання миру під егідою ООН. Починаючи з 1960 р. австрійські військові беруть участь у міжнародних місіях. Загалом, за різними офіційними оцінками, від 50 000 до понад 100 000 австрійців служили у понад 50-70 миротворчих місіях по всьому світу - як військовослужбовці, спостерігачі, поліцейські та цивільні експерти. Австрія традиційно належить до числа держав, які надають найбільшу кількість особового складу для миротворчих операцій ООН серед нейтральних країн (Austria at the UN).

Серед найважливіших місій, у яких брала участь Австрія, можна назвати операцію ООН у Конго в 1960-х рр., миротворчу місію на Кіпрі, контингент на Голанських висотах, а також участь у стабілізаційних операціях на Балканах (Höfler, 2006). Найбільшим австрійським контингентом тривалий час залишалася участь у KFOR у Косові, де було розгорнуто понад 500 військовослужбовців. Австрійські підрозділи також брали участь у EUFOR у Боснії і Герцеговині, а на Голанських висотах діяли спільно зі словацькими військовими. Такі місії розглядаються Австрією не лише як інструмент підтримання миру, а й як важливий спосіб практичного втілення принципів багатосторонності та міжнародної солідарності (Ensätze im Ausland; Höfler, 2006).

Участь у миротворчих операціях вплинула й на внутрішню трансформацію австрійської безпекової політики. Сучасні місії вимагали розвитку багатонаціональної взаємосумісності, володіння іноземними мовами, удосконалення логістики та механізмів швидкого розгортання сил. Особливе значення почала відігравати співпраця з іншими державами та використання спільних міжнародних структур. У відповідь Австрія створила окреме командування міжнародних операцій і розвинула власну систему підготовки миротворчих контингентів (Außen- und Europapolitischer Bericht, 2024).

У сучасних умовах Австрія прагне посилити свою роль у системі ООН. Одним із головних зовнішньополітичних пріоритетів країни стала кандидатура на непостійне місце в Раді Безпеки ООН на 2027-2028 рр. Австрія вже тричі була членом Ради Безпеки, а саме: у 1973-1974, 1991-1992 та 2009-2010 рр., і тепер

прагне отримати четвертий мандат. Центральною ідеєю нинішньої кампанії є гасло «Partnership. Dialogue. Trust.», що відображає основні принципи австрійської дипломатії: партнерство, діалог і довіру як основу міжнародної співпраці (Austria for United Nations Security Council).

У програмному документі кандидатури Австрія визначає своїми пріоритетами зміцнення довіри до міжнародних інституцій та підвищення здатності ООН реагувати на сучасні кризи. Основна увага приділяється міжнародному праву, захисту цивільного населення, ролі жінок у процесах миру й безпеки, кліматичній безпеці, контролю над озброєннями та нерозповсюдженню зброї масового знищення. Водночас Австрія виступає за реформування миротворчих операцій ООН через тіснішу співпрацю з регіональними організаціями, зокрема Африканським Союзом (Austria for United Nations Security Council).

У 2025 р. австрійське керівництво ще раз підтвердило цей курс. Під час прийому дипломатичного корпусу у Федеральній канцелярії федеральний канцлер Крістіан Штокер наголосив, що Австрія залишається послідовним прихильником багатосторонньої співпраці, міжнародного права та принципів Статуту ООН. Міністерка закордонних справ Беате Майнль-Райзінгер підкреслила, що Австрія прагне, аби у міжнародних відносинах діяло не «право сильнішого», а «сила права», і саме тому країна подала кандидатуру до Ради Безпеки ООН на 2027-2028 рр. (Empfang des Diplomatischen Corps, 2025).

Отже, багатостороння дипломатія в межах ООН стала для Австрії одним із головних способів реалізації її зовнішньополітичної стратегії після 1955 р. Австрія поєднала нейтралітет із активною участю в міжнародних організаціях, миротворчих місіях і роботі керівних органів ООН, перетворивши Відень на один із ключових центрів глобальної дипломатії. Завдяки цьому країна змогла закріпити за собою репутацію посередника, прихильника міжнародного права та надійного партнера у сфері підтримання миру і безпеки. Сучасна політика Австрії в межах ООН свідчить, що вона прагне не лише зберігати наявний міжнародний порядок, а й активно впливати на його розвиток. Кандидатура до Ради Безпеки ООН на 2027-2028 рр. демонструє прагнення Австрії посилити свою роль у вирішенні глобальних проблем, спираючись на принципи партнерства, діалогу та довіри. Саме ці принципи сьогодні визначають місце Австрії в системі багатосторонньої дипломатії.

Список використаних джерел:

Bundeskanzleramt Österreich. (2025). *Empfang des Diplomatischen Corps sowie Vertreterinnen und Vertreter der Internationalen Organisationen im Bundeskanzleramt*. <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/bundeskanzleramt/nachrichten-der-bundesregierung/2025/06/empfang-des-diplomatischen-corps.html>

Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten. (2024). *Außen- und europapolitischer Bericht* 2023. https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user_upload/Zentrale/Publikationen/AEPB/Aussen-_und_Europapolitischer_Bericht_2023.pdf

Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten. (2025). *Partnership. Dialogue. Trust. Austria for United Nations Security Council 2027-2028*.

https://www.bmeia.gv.at/fileadmin/user_upload/Vertretungen/OEV_Genf/Dokumente/Partnership_Dialogue_Trust_-_Austria_for_United_Nations_Security_Council_2027-2028.pdf

Bundesministerium für Landesverteidigung. (n.d.). *Chronik der Auslandseinsätze. Bundesheer Österreich*. Retrieved April 14, 2026, from <https://www.bundesheer.at/einsaetze/einsaetze-im-ausland/chronik-der-auslandseinsaetze>

Höfler, G. (2006). *Austria's participation in peacekeeping and peace support missions*. Bundesministerium für Landesverteidigung. https://www.bmlv.gv.at/pdf_pool/publikationen/19_pkf_140_hoefler.pdf

Permanent Mission of Austria to the United Nations in New York. (n.d.). *Austrian priorities: Serving the international community*. Federal Ministry for European and International Affairs. Retrieved April 14, 2026, from <https://www.bmeia.gv.at/oev-new-york/austria-in-the-un/austrian-priorities>

Permanent Mission of Austria to the United Nations in Vienna. (n.d.). *Austria at the UN*. Federal Ministry for European and International Affairs. Retrieved April 14, 2026, from <https://www.bmeia.gv.at/oev-wien/austria-at-the-un>

ПРИНЦИПИ КОНЦЕПЦІЇ ЕКО-ГОТЕЛІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Аліна Тероняк

студентка кафедри географії
та менеджменту туризму,

Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича

E-mail: teroniak.alina@chnu.edu.ua

Жанна Бучко

доцент кафедри географії та менеджменту туризму,
Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича,
доктор географічних наук, доцент

E-mail: zh.buchko@chnu.edu.ua

В умовах зростання екологічної свідомості споживачів та посилення вимог до корпоративної соціальної відповідальності підприємств готельна індустрія опинилась перед необхідністю кардинального переосмислення своїх стандартів діяльності. Концепція еко-готелю є логічним продовженням ідей сталого туризму та екологічно відповідального бізнесу.

Еко-готель (екологічний готель) – це заклад розміщення, що у своїй діяльності дотримується принципів мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище, раціонального використання природних ресурсів, застосування відновлюваних джерел енергії та підтримки місцевих екосистем і громад (Замула&Кирилюк, 2023; Ільницька-Гикавчук, 2024). Принципово важливо відрізнити справжні еко-готелі від так званого «грінвошингу» (англ. *greenwashing*) – маркетингової практики, за якої готелі декларують екологічність без реального впровадження відповідних стандартів (Sarma&Baruah, 2024).

У науковій літературі виокремлюють кілька підходів до визначення еко-готелю. Перший підхід – ресурсний – акцентує увагу на ефективному використанні природних ресурсів: скороченні споживання води та енергії, мінімізації відходів, переході на відновлювані джерела енергії. Другий підхід – екосистемний – розглядає еко-готель як елемент місцевої екосистеми, що функціонує в гармонії з природним середовищем, не порушуючи його цілісності. Третій підхід – соціально-економічний – підкреслює роль еко-готелю у підтримці місцевих громад, збереженні культурної спадщини та забезпеченні справедливого розподілу економічних вигод від туризму (Ruban et al., 2025).

Концепція еко-готелю базується на системі ключових принципів, які в сукупності формують його філософію та операційні стандарти: екологічна мінімалізація, енергетична ефективність, локальність (місцеві ресурси), екологічна освіта, підтримка громад, автентичність (регіональна ідентичність) та міжнародна сертифікація.

Принцип екологічної мінімізації передбачає, що еко-готель прагне до максимального скорочення свого «екологічного сліду» на всіх етапах діяльності – від проєктування та будівництва до щоденної експлуатації. Це включає використання місцевих та екологічно чистих будівельних матеріалів, пасивні архітектурні рішення для природного опалення та охолодження, системи збору та рециркуляції дощової води (Терещук та ін., 2023).

Принцип енергетичної ефективності та відновлюваності означає орієнтацію на мінімізацію споживання викопного палива та перехід на альтернативні джерела енергії. Сонячні панелі, вітрові генератори, геотермальні системи опалення, біогазові установки – усі ці технології активно впроваджуються в практику еко-готелів у різних регіонах світу. Дослідження засвідчують, що правильно спроєктований еко-готель може скоротити споживання енергії на 20-50 % порівняно зі стандартним готелем аналогічної місткості (Ruban et al., 2025).

Принцип локальності вимагає максимального використання місцевих ресурсів – продуктів харчування від місцевих виробників, будівельних матеріалів з регіону, залучення місцевого персоналу. Це не лише скорочує «вуглецевий слід» від транспортування, а й підтримує місцеву економіку та зберігає автентичність туристичного досвіду (Kyrylov et al., 2021).

Принцип екологічної освіти передбачає, що еко-готель є не лише місцем відпочинку, а й простором екологічного просвітництва. Гості отримують інформацію про місцеві екосистеми, правила поведінки в природному середовищі, екологічні ініціативи готелю.

Принцип підтримки місцевих громад вимагає, щоб еко-готель функціонував як активний учасник соціально-економічного розвитку прилеглої території – підтримував місцевих ремісників, фермерів, гідів, брав участь у природоохоронних ініціативах, сплачував справедливую заробітну плату місцевому персоналу.

Принцип автентичності передбачає, що архітектура, дизайн інтер'єрів, кухня та культурна програма еко-готелю органічно вписуються в місцевий контекст і відображають регіональну ідентичність.

Важливим інструментом підтвердження екологічності готелів є система міжнародних екологічних сертифікацій. Серед найвідоміших – *Green Key* (Данія), *EarthCheck* (Австралія), *LEED* (США), *EU Ecolabel* (Європейський Союз), *Green Globe*. Наявність відповідного сертифіката є для споживача надійним індикатором того, що готель дійсно відповідає задекларованим екологічним стандартам. Дослідження свідчать, що готелі з екологічною сертифікацією демонструють вищі показники завантаженості та лояльності клієнтів, оскільки екологічно свідомі мандрівники все частіше обирають сертифіковані заклади (Sarma&Baruah, 2024).

З точки зору архітектурних рішень, еко-готелі демонструють надзвичайну різноманітність форм. Це можуть бути будиночки на деревах, підземні споруди з мінімальним порушенням ландшафту, будівлі з місцевого каменю або дерева, плавучі готелі на воді, глиняні споруди в традиційному стилі. Спільним для всіх є прагнення до гармонії з оточуючим природним середовищем та мінімізації будівельного впливу на екосистему (Zinchenko et al, 2025).

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що сучасна концепція еко-готелю є багатогранною моделлю сталого бізнесу, яка базується на синергії ресурсного, екосистемного та соціально-економічного підходів. Впровадження принципів екологічної мінімізації, енергоефективності та локальності дозволяє закладам розміщення суттєво зменшити антропогенний вплив на довкілля, одночасно зміцнюючи зв'язки з місцевими громадами та зберігаючи регіональну автентичність. Використання міжнародної екологічної сертифікації виступає не лише дієвим інструментом боротьби з «грінвошингом», а й стратегічною конкурентною перевагою, що забезпечує зростання лояльності екосвідомих споживачів. Таким чином, трансформація готельної індустрії в напрямі екологізації є не просто відповіддю на сучасні виклики, а необхідною умовою формування гармонійного та відповідального туристичного простору майбутнього.

Список використаних джерел:

Замула, І.В., Кирилюк, Д.Р. (2023). Розвиток екологічного туризму в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці*. № 3, 47-55.

Ільницька-Гикавчук, Г. (2024). Сучасний стан та перспективи розвитку еко-готелів в Україні. *Механізм регулювання економіки*. № 2 (104), 42-45. <https://doi.org/10.32782/mer.2024.104.05>.

Терещук, Н.В., Транченко, Л.В., Транченко, О.М., Шашеро, А.М. (2023). Екологізація готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*. № 1 (42), 105-114.

Kyrylov, Y., Hranovska, V., Kolokolchikova, I., Sakun, A., Nikitenko, K. (2021). Regional Diversification of Rural Territories with Limited Spatial Location of Green Tourism Objects. *Journal of Environmental Accounting and Management*. Vol. 8, № 4, 351-363. <https://doi.org/10.5890/JEAM.2020.012.004>.

Ruban, D.A. et al. (2025). Environmental Initiatives in the Hotel Business: Ukraine's Experience and Future Steps. *ResearchGate Preprint*. <https://www.researchgate.net/publication/392013476>

Sarma, S.&Baruah, S. (2024). Developing a Sustainable Model: The Role of Renewable Energy in Eco-Hotels. *Journal of Applied Optics*. 237-247. <https://appliedopticsjournal.net/index.php/JAO/article/view/103>



ВІД «БЕЗПЕЧНОЇ ГАВАНІ» ДО ЗОНИ РИЗИКУ: ДЕКОНСТРУКЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ДУБАЯ У НОВИХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЯХ

Леоніла Ткачук

доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну,
кандидат географічних наук, доцент

E-mail: inohodez@ukr.net

Протягом останнього десятиліття Дубай позиціонувався як еталонна модель успішного розвитку туристичної дестинації. Ефективність якої базується на стратегії гіпермасштабування, створенні умов тотальної безпеки в турбулентному регіоні та технологічному домінуванні забезпеченому політикою залучення професіоналів з усього світу. Однак військова ескаляція на Близькому Сході навесні 2026 р, виявила високий рівень вразливості цієї моделі до впливу екзогенних чинників.

Сектор туризму і обслуговуючих галузей згенерував у 2025 р. 257,3 млрд. дирхамів (US\$ 70,1 млрд.) доходу, що становить 13% ВВП Об'єднаних Арабських Еміратів. При цьому показник на 26% перевищив рівень доковідного максимуму у 2019 р. Одночасно галузь забезпечує більш ніж 925 тис. робочих місць (WTTC, 2025). За даними Dubai Department of Economy and Tourism, у 2023 р. Дубай прийняв 17,15 млн міжнародних відвідувачів, у 2024 р. – 18,72 млн, у 2025 р. – рекордні 19,59 млн. І хоча у 2025 р. спостерігалось уповільнення темпів щорічного приросту до 5 % проти 9.2% у 2024 р та 19.3% у 2023 р/ перспективи на 2026 р. виглядали більш ніж оптимістично (Tourism Analytics. Dubai, 2026). Однак стабільність цієї моделі, опинилася під загрозою у 2026 р. через збіг геополітичних, економічних та екологічних факторів, що критично впливають на прийняття рішень глобальними мандрівниками та інвесторами.

Однією з ключових переваг Дубая є його географічне розташування як вузлового центру на шляхах між Сходом і Заходом. Її реалізація у ХХІ столітті сприяла перетворенню міста на провідний авіаційний хаб, а згодом і одну із найвідвідуваніших дестинацій у світі. Проте розгортання масштабного збройного протистояння між США і Ізраїлем та Іраном навесні 2026 рр. продемонстрували «крихкість» цієї переваги. У ході військових дій уже 1 березня 2026 року стався перший авіаудар по території аеропорту. Міжнародний аеропорт Дубая (DXB) – найбільший хаб світу з пасажиропотоком 95,2 млн осіб

(2025 р.) – зупинився, як зрештою і інші аеропорти регіону. Масово скасовувалися рейси. 30 найбільших перевізників серед яких Emirates, Etihad, Qatar Airways, flydubai, Air Arabia, British Airways. Lufthansa, Air France кардинально переглянули політики у галузі безпеки після того як 16 березня дрон вразив паливний резервуар на території аеропорту. Призупинення рейсів, їх відкладення та скасування стали масовими, що спричинило падіння пасажиропотоку, що для міста-хаба є критичним фактором деградації всієї туристичної екосистеми. Заповнюваність готелів, серед яких домінують заклади люкс-сегменту, яка останні роки трималася на дуже високому рівні у 81%, впала за місяць військового конфлікту до критичного показника у менш ніж 20% (Hashmi, S., 2026).

Ескалація (перехід до збройної фази) конфлікту між Ізраїлем і США та Іраном, а також активність хуситів у Червоному морі сформували зону стратегічної нестабільності навколо Ормузької протоки. Це перетворило Дубай з «безпечної гавані» на зону потенційного ризику. ОАЕ зазнавали неодноразових атак, причому Дубай став однією з ключових цілей військової відповіді Ірану після ударів здійснених США та Ізраїлем. Офіційні джерела повідомляють, що в бік ОАЕ уже було запущено понад 2400 ракет і безпілотників, спрямованих на аеропорти, порти і цивільні райони, включаючи готелі та житлові будинки. За повідомленнями посадовців, понад 90% з них було перехоплено та знищено, однак загроза населенню, туристам, економіці емірату та, зокрема, і глобальному цивільному авіасполученню лишається реальною. Згідно зі звітами IATA, будь-яке закриття повітряного простору над Перською затокою призводить до зростання операційних витрат на 15-20% через подовження маршрутів, до того ж через блокування Ормузької протоки відчувається брак авіаційного палива, що вже спричинило його суттєве подорожчання, майже вдвічі (Hashmi, S., 2026).

Туристи від'їжджають, а кількість новоприбулих скорочується, більшість міжнародних заходів, що планувалися на квітень, вже скасовані. Аналітична компанія AirDNA повідомила, що за перший місяць з початку війни (з 28 лютого по 29 березня) було відхилено 226 500 короткострокових бронювань (Hashmi, S., 2026). Готелі відреагували значними знижками, особливо в період Ід-байраму, намагаючись залучити внутрішніх відвідувачів. Деякі розкішні готелі, зокрема і на Пальмі Джумейра, найпрестижнішому районі міста, знизили ціни вдвічі. Інші готельні мережі тимчасово закрили заклади, або окремі секції, на запланований ремонт – крок, який зазвичай спостерігається в низький сезон у літні місяці.

Однак найважливішим негативним наслідком стає скорочення заробітної плати, неоплачувані відпустки і зрештою звільнення персоналу ресторанів і працівників готелів, які складають основу індустрії гостинності Дубая. І хоча галузь вже мала справу з подібними проблемами у пандемію, її здатність до швидкого відновлення цього разу важко оцінити з огляду на відсутність сподівань на швидке залагодження конфлікту та високу вірогідність фізичного руйнування інфраструктури та об'єктів основного фонду підприємств HOREKA.

Важливо зрозуміти, що криза туристичної індустрії Дубая у 2026 р. є комплексною і не може бути пояснена лише впливом воєнних дій. Війна стала детонатором, який оголив глибинні системні проблеми. Одна з головних – це

надмірна залежність від імпорту ресурсів (води, продовольства) та логістичних ланцюгів. Екстремальні природні умови регіону, у яких, ціною величезних ресурсів та за допомогою найновіших технологічних рішень, було створено індустрію гостинності, раз у раз, нагадують про себе. Функціонування величезного міста зчиняє вплив на природу, зокрема величезні викиди шкідливих речовин у повітря на океан. Регіон наближається до критичної позначки температури «вологого термометра» (35°C), за якої перебування людини на відкритому повітрі стає фізично неможливим. Це скорочує туристичний сезон та робить модель відкритого курортного міста нежиттєздатною в довгостроковій перспективі. Все помітнішою стає невідповідність між маркетинговим образом «ідеального міста» та реальною інфраструктурною стійкістю. Повінь у квітні 2024 року виявила системні прорахунки в інженерному плануванні. Відсутність повноцінної зливної каналізації у місті, де інвестуються трильйони в «фасадні» об'єкти, призвела до паралічу транспортної мережі та репутаційних втрат. Під час війни інженерні прорахунки можуть виявитися фатальними. Особливо гостро ця проблема постає на тлі перенасичення ринку нерухомості (планове введення 120 тис. одиниць житла у 2026 році) та відтоку через здороження життя (оренди, освіти, медицини) кваліфікованого персоналу, зокрема із з сектору гостинності, що знижує якість сервісу — головної конкурентної переваги Емірату.

Військовий конфлікт на Близькому Сході спричиняє суттєві збитки туристичному сектору Дубай і одночасно відіграє роль каталізатора, який прискорює прояв прихованих проблем: екстремальної залежності від імпорту та глобальної логістики, вразливості перед кліматичними умовами, перегрівом ринку нерухомості та інфляційним тиском. Для збереження позицій Дубай має трансформуватися з моделі «міста-декорації» у модель «стійкого поліса», що вимагає радикального перегляду стратегій безпеки та екологічного планування.

Список використаних джерел:

- Hashmi, S. (2026, April 2). *Dubai's tourism industry reels from 'brutal' impact of war*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/articles/W5HgJiCkZA0>
- Tourism Analytics. Dubai. (2026). <https://tourismanalytics.com/dubai-statistics.html>
- World Travel & Tourism Council [WTTC]. (2024). *Economic impact research: United Arab Emirates 2024*. [Annual Country Report]. <https://wttc.org/research/economic-impact>

ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІВНІЧНОЇ МАКЕДОНІЇ

Вероніка Тригуб

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail : tryhub.veronika@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шамара І.М.

Європейська інтеграція залишається одним із ключових напрямів розвитку сучасних міжнародних відносин, відповідаючи за трансформацію політичних та економічних сфер в Європі. Особливе місце в цьому процесі займають держави Західних Балкан, в тому числі і Північна Македонія, для якої вступ до Європейського Союзу є стратегічною метою. Водночас процес її інтеграції супроводжується доволі суттєвими викликами.

Євроінтеграція Північної Македонії почалась з 2004 року, коли вона подала заявку на членство, через тринадцять років її незалежності від Югославії. Статус кандидата отримала у 2005-му, а до першої міжурядової конференції між Скоп'є та Брюсселем дійшло лише через 17 років – у липні 2022-го. Таким чином, попри тривалий і складний процес європейської інтеграції Північна Македонія, повноправне членства в Європейський Союз все ще залишається відкладеним, і це було спричинено подальшими викликами.

Одним з перших викликів для Північної Македонії була суперечка з Грецією щодо назви македонської держави. Її тривалість призвела до затримки переговорів про вступ держави до Європейського Союзу, які тривалий час не розпочиналися. Греко-македонська суперечка «про назву держави» тривала від моменту проголошення незалежності Македонії. В 1995 р. Македонія була змушена змінити свої національні символи, зображені на прапорі. Через напруження у відносинах Греція заблокувала вступ колишньої югославської республіки до НАТО (Koźbiał, 2020; BBC News Україна, n.d.). В цілому можна виділити декілька причини греко-македонського конфлікту:

- різне трактування подій античного періоду (зокрема постаті Олександра Македонського);
- привласнення Греції назви «Македонія»; відсутність згоди Греції на використання Північна Македонія окремих символів;
- відмова Греції визнавати слов'янськомовні меншини на півночі країни як македонців;
- також суперечливий проєкт «Скоп'є 2014», реалізований урядом Північної Македонії, де вшанування Олександра Македонського викликало невдоволення Греції, яка вважає його частиною своєї історії.

Влада в Афінх заперечувала використання терміну «Македонія» своїм північним сусідом, а згодом погодилася на назву «Північна Македонія». Республіка Македонія офіційно змінила назву на Республіка Північна Македонія 12 лютого 2019 року. Це рішення стало результатом Преспанської угоди з Грецією, що завершила 27-річну суперечку та відкрила шлях до вступу країни в НАТО та ЄС (Koźbiał, 2020; BBC News Україна, n.d.).

Другим викликом на шляху до Європейського Союзу для Північної Македонії стало мовне питання, що виникло у відносинах із Болгарією та вплинуло на весь переговорний процес. В цілому, Болгарія була перша держава, яка підтримала суверенітет і територіальну цілісність Північної Македонії, 15 січня 1992 року. Не зважаючи на це, чимало впливових болгарських політиків, істориків, лінгвістів дотримуються думки, що ніякої македонської мови не існує, і свого сусіда класифікують як штучно створену державу (Радіо Свобода, 2020). Так, наприклад, Болгарська академія наук стверджує, що македонська мова є письмово-регіональним стандартом болгарської мови. Болгарія вважає, що македонська мова була штучно створена (кодифікована) після Другої світової війни для відділення македонців від болгарського коріння. Болгарія наполягає на терміні "офіційна мова Республіки Північна Македонія" в документах ЄС замість "македонська мова".

Скоп'є наполягає на тому, що македонська мова є самостійною, має свою унікальну історію, літературну норму та право на міжнародне визнання. Це є ключовим елементом їхньої національної ідентичності.

Узагальнюючи інституційні вимоги процесу розширення ЄС, слід зазначити, що остаточне схвалення переговорних рамок потребує одностайної підтримки всіх держав-членів Європейського Союзу. Це робить процес вступу значною мірою залежним не лише від реформ країни-кандидата, але й від політичних позицій окремих держав-членів.

У березні 2020 року ЄС ухвалив рішення про початок переговорів щодо вступу Північної Македонії. Однак практична реалізація цього рішення була ускладнена новими політичними перешкодами. Зокрема, Болгарія заблокувала переговорний процес, висунувши вимоги щодо конституційного визнання болгарської меншини, а також врегулювання історико-культурних суперечностей між країнами. Позиція Болгарії підкреслила важливість двосторонніх відносин у контексті євроінтеграції. Як зазначав німецький міністр з питань Європи Міхаель Рот, вирішення цих розбіжностей є передумовою для подальшого просування переговорного процесу (Радіо Свобода, 2020).

Важливий прорив було досягнуто у липні 2022 року за посередництва Франції, коли сторони погодили так званий «французький компроміс». У його межах Північна Македонія погодилася розпочати переговорний процес та процедуру скринінгу – комплексної оцінки відповідності національного законодавства праву ЄС. Водночас країна взяла на себе зобов'язання внести зміни до Конституції, зокрема щодо включення болгар до переліку державотворчих націй. Також передбачалося активізувати роботу над вирішенням історичних питань, переглядом освітніх матеріалів і протидією мові ворожнечі.

Станом на кінець 2023 року Північна Македонія завершила скринінг за всіма шістьма кластерами права ЄС, що свідчить про суттєвий технічний прогрес у підготовці до членства. Проте відкриття переговорних кластерів залишалося заблокованим через відсутність необхідної парламентської більшості для ухвалення конституційних змін.

Подальшим ускладненням процесу стало рішення ЄС у 2024 році щодо фактичного «роз'єднання» переговорних треків Північної Македонії та Албанії, що дозволило останній просуватися в переговорному процесі швидшими темпами. Це рішення відображає прагматичний підхід ЄС до політики розширення, водночас підкреслюючи зростаючу диференціацію між країнами-кандидатами залежно від їхнього реформаторського поступу та політичних обставин (Солов'ян, 2025).

Таким чином, євроінтеграція Північної Македонії несе з собою багато складних викликів і процесів, включаючи мовне питання, історичні суперечки з державами сусідами та необхідністю проведення внутрішніх реформ. Подолання цих перешкод є ключовою умовою подальшої євроінтеграції Північної Македонії.

Список використаних джерел:

BBC News Україна. (n.d.). *Македонія і Греція: чому країни 27 років сперечалися через назву*. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-46989552>

Європейська правда. (2022). *Болгарія і Північна Македонія підписали протокол, який має розблокувати рух Скоп'є до ЄС*. <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/07/17/7143353/>

Koźbiał, K. (2020). The Greek-Macedonian conflict and its impact on the European integration process in the Balkans. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*, 48, 55–64. <https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/b9521b3d-025d-4609-818e-591bafa0a305/content>

Радіо Свобода. (2020). *Мова – камінь спотикання між Болгарією й Північною Македонією на шляху останньої до ЄС*. <https://www.radiosvoboda.org/a/bolhariya-blokuye-vstup-makedoniyi-do-eu-cherez-movne-pytannya/30957064.html>

Солов'ян, В. (2025). *Євроінтеграція Західних Балкан: поточний стан, виклики та актуальний досвід для України*. https://analytics.intsecurity.org/wp-content/uploads/2025/10/Solovian_Western_Balkans_UKR.pdf



ТУРЕЧЧИНА ЯК ВАЖЛИВИЙ АКТОР ЧОРНОМОРСЬКОГО БАСЕЙНУ

Оксана Тулай

завідувачка кафедри міжнародних відносин та дипломатії,
Західноукраїнський національний університет
доктор економічних наук, професор

E-mail: o.tulai@wunu.edu.ua

Вікторія Коваленко

магістрантка освітньої програми «Міжнародні відносини»,
Західноукраїнський національний університет

Геополітична архітектура Чорноморського регіону в ХХІ столітті зазнала трансформацій, перетворившись в епіцентр стратегічного суперництва великих держав. У цьому контексті Турецька Республіка утвердилася як центральний актор, чия дипломатична місія визначається поєднанням географічного розташування, правових інструментів моніторингу та багатовекторного зовнішньополітичного курсу. Туреччина є лідером у регіональній політиці Чорноморського басейну, оскільки володіє морськими протоками (Босфор та Дарданелла), а також є медіатором, енергетичним хабом та гарантом регіональної стабільності. Сучасна турецька дипломатія в Чорному морі базується на принципі «регіональної власності», що передбачає пріоритетну відповідальність прибережних держав за безпеку регіону та прагнення обмежити втручання позарегіональних акторів, включаючи союзників по НАТО, для запобігання надмірній ескалації (Çelikpala, M. & Erşen, E., 2018).

Згідно з положеннями Конвенції Монтре, Туреччина має суверенне право контролювати транзит військових кораблів, встановлюючи обмеження для держав, що не мають виходу до Чорного моря. Зауважимо, що загальний тоннаж кораблів нечорноморських країн у басейні не може перевищувати 45000 тонн, а термін їх перебування обмежений 21 днем (Petrova, P., 2026). Ці обмеження (закриття протоки для військових кораблів воюючих країн) сприяють турецькій концепції збереження Чорного моря як зони стабільності. Щодо військово-морської стратегії та безпеки, то у 2026 р. відбувся масштабний перехід Туреччини до активного лідерства в «морському компоненті» безпеки Чорного моря. За даними Міністерства торгівлі, у 2025 році експорт Туреччини досяг історичного максимуму у 396 млрд дол. США, а експорт оборонного сектору перевищив 10 млрд дол. США у 2025 році, продемонструвавши сорокакратне зростання порівняно з 2002 р. (Petrova, 2026; Focus Business Türkiye, 2025). У січні 2026 р. Туреччина офіційно прийняла командування Протимінною військово-морською групою (MCM Black Sea) від Румунії, розпочавши восьму активацію групи для очищення морських шляхів від мінної загрози. Проведення масштабних навчань «Блакитна батьківщина – 2026» (Mavi Vatan-26) є

демонстрацією сили та готовності до стримування будь-яких загроз у трьох морях одночасно.

Економічний вимір участі Туреччини реалізується через активне використання інституційних механізмів, насамперед Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), яка стала першою масштабною спробою регіональної інтеграції (Tillaiev, 2025). Туреччина залишається найбільшим контрибутором організації, приймаючи її Постійний міжнародний секретаріат у Стамбулі. Протягом 2023–2025 років особлива увага була приділена модернізації «Економічного порядку денного ОЧЕС», впровадженню стратегій спрощення процедур торгівлі та відновлення Фонду розвитку проєктів (Tillaiev, 2025). Щодо регіональних форматів, то у лютому 2026 року в Баку відбулася десята тристороння зустріч голів комітетів із закордонних справ парламентів Туреччини, Азербайджану та Грузії, де обговорювалося посилення енергетичної взаємодії та розвиток «Середнього коридору». Водночас Туреччина нарощує експорт до Румунії (7,78 млрд дол. США у 2024 році), Болгарії (5,15 млрд дол. США) та України (3,54 млрд дол. США), виступаючи важливим постачальником промислового обладнання, автомобілів та продуктів харчування (Turkey. Exports, Imports, and Trade Partners, 2026).

Експерти вважають, що 2026 рік буде складним, враховуючи ризики, які пов'язані з конфліктом на Близькому Сході (Focus Business Türkiye, 2025). Пріоритети політико-економічного розвитку Туреччини: по-перше, у 2026 році зростання економіки, ймовірно, залишиться динамічним завдяки стимулюючій політиці та розвитку цифрових технологій – принаймні, якщо війна з Іраном виявиться короткочасною. Чим довшим і масштабнішим буде конфлікт, тим більшими будуть потреби у зовнішньому фінансуванні. По-друге, загострення напруги на Близькому Сході підкреслило необхідність зваженості внутрішньої економічної політики. Залежно від тривалості та глибини впливу війни, у короткостроковій перспективі очікується обмежене пом'якшення монетарної політики та помірна фіскальна підтримка.

По-третє, турецька економіка у 2025 році зросла на 3,6% і продовжується процес дезінфляції, хоча вищі ціни на енергоносії можуть уповільнити темпи покращення. Уряд зберігає прогноз інфляції на кінець 2026 року на рівні 25% та ключової ставки на рівні 32% з урахуванням зростаючих ризиків підвищення цих показників. По-четверте, вищі ціни на енергоносії, нестабільні зовнішні умови, а також ризики для торгівлі та туризму впливають на платіжний баланс. Зниження резервів і потенційна доларизація можуть додатково створювати тиск на національну валюту. Щодо динаміки турецького фондового ринку у 2026 році, то дохідність грошових ринкових фондів знизиться до приблизно 40% у номінальному вираженні (близько 13% у реальному), порівняно з ~55% номінальних та 18% реальних у 2025 році (Turkey Strategy: 2026, 2026; Focus Business Türkiye, 2025; Turkey Trade, 2026). Це зменшить альтернативну вартість інвестицій в акції.

Підсумуємо, що стратегія «розрахованої гнучкості» Туреччини дає змогу балансувати між членством у НАТО та статусом важливого медіатора у великих

конфліктах. Туреччина як «держава-хаб» вміло використовує географічне положення та правовий режим Конвенції Монтре для зміцнення своєї ролі як важливого актора європейського та євразійського простору безпеки.

Список використаних джерел:

Çelikpala, M. & Erşen, E. (2018). Turkey's Black Sea Predicament: Challenging or Accommodating. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/549667>

Petrova, P. (2026). Türkiye Takes Over Command of Black Sea Mine Countermeasures Naval Group. URL: <https://www.bta.bg/en/news/balkans/1039424-turkiye-takes-over-command-of-black-sea-mine-countermeasures-naval-group>

Turkey Strategy: 2026. (2026). Outlook Improving trajectory; *Cautious optimism*. URL: https://www.unluco.com/media/aupnnjkt/unlu_strategy_jan2026.pdf

Focus Business Türkiye. (2025). URL: <https://www.trade.gov.tr/data/6960b39513b8762ee8546ce0/FBT%20December%202025.pdf>

Tillaiev, K. (2025). Türkiye and the Organization of the Black Sea Economic Cooperation. URL: <https://mspc.mk.ua/index.php/journal/article/view/138>

Turkey. Exports, Imports, and Trade Partners. (2026). URL: <https://oec.world/en/profile/country/tur>

Turkey Trade. (2026). URL: <https://wits.worldbank.org/CountrySnapshot/en/TUR>



ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ФЕНОМЕНУ ВИГОРЯННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ЗАПИТУ НА РЕТРИТ-ТУРИЗМ СЕРЕД УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Марія Усатова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: mar.marzzzipan@gmail.com

Науковий керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І.

Сучасна молодь покоління Z функціонує в умовах подвійного тиску. З одного боку, глобальне суспільство досягнень продукує імператив перманентної успішності та самооптимізації. З іншого боку – українські реалії повномасштабної війни додають хронічний стрес, втрату безпеки та необхідність постійної адаптації. Результатом такого поєднання стає масштабне психологічне вигоряння, яке набуває рис системної кризи. У цьому контексті ретрит-туризм постає не як розважальна практика, а як структурований інструмент відновлення психоемоційного балансу, соціальної згуртованості та повоєнної реабілітації громад.

Теоретичне осмислення феномену вигоряння потребує звернення до ключових філософсько-психологічних концепцій. Мішель Фуко в праці “Discipline and Punish” (1975) показав, що модерне суспільство функціонує через інституційне дисциплінування, створюючи слухняне тіло, яке піддається контролю та вдосконаленню. Пізніше Бьон-Чхоль Хан у “Суспільстві втоми” (2015) діагностував перехід від дисциплінарного суспільства до суспільства

досягнень, де зовнішній примус замінюється внутрішньою самоексплуатацією. Суб'єкт досягнень добровільно спрямовує себе на максимізацію продуктивності, що призводить до хронічного виснаження та депресивних станів. Еріх Фромм у “Escape from Freedom” (1965) додав до цієї картини екзистенційний вимір: звільнившись від зовнішніх авторитетів, сучасна людина не витримує тягара самотності та обирає втечу в нові форми залежності. Ева Іллуз у дослідженнях емоційного капіталізму показала, як психологічний дискурс перетворюється на товар, а відповідальність за благополуччя перекладається на індивіда (Illouz, 2008; Cabanas & Illouz, 2019).

Окреслені теоретичні рамки набувають конкретного емпіричного наповнення в дослідженнях покоління Z. За даними дослідження McKinsey “What is Gen Z”? (2024), представники цього покоління є цифровими аборигенами, чиє дорослішання відбувалося в умовах тотального поширення інтернету та соціальних мереж. Всесвітня організація охорони здоров'я (2025) фіксує, що дизайнові механізми платформ (нескінченна прокрутка, push-сповіщення, системи нагород) формують підвищені вимоги з боку однолітків та сприяють розвитку залежної поведінки. Наслідком стає нейробіологічне виснаження, спричинене надмірною стимуляцією дофамінової системи. Постійне отримання легких винагород призводить до зниження чутливості дофамінових рецепторів, що робить природні джерела задоволення (прогулянка, живе спілкування) недостатньо інтенсивними для підтримання емоційного тону (Lembke, 2021). Дослідження фіксують, що 79% молодих американців віком 18-29 років повідомляють про зниження працездатності через стрес, а 66% зазначають, що стрес заважає зосередитися (NORC, 2025). Глобальне дослідження АХА (2025) підтверджує, що рівень тривоги та депресії серед молоді 18–34 років зростає найшвидшими темпами, а дві третини представників покоління Z готові використовувати ІІІ-терапевтів для підтримки ментального здоров'я.

Український контекст додає до цих глобальних тенденцій якісно інший вимір. Повномасштабна війна трансформує тривогу з реакції на окрему подію в базовий стан повсякденного існування. За даними загальнонаціонального дослідження, проведеного соціологічною групою “Рейтинг” на замовлення Міністерства молоді та спорту України (2025), лише 35% молоді віком 14-35 років, що перебуває в Україні, ніколи не стикалися з надмірною психологічною тривогою, тоді як 18% переживають подібний стан часто або дуже часто. Серед молоді, що виїхала за кордон, відповідні показники є ще більш тривожними: лише 18% не мають такого досвіду, а 32% переживають його регулярно. При цьому 54% молоді за кордоном відчують самотність або дефіцит значущого спілкування, тоді як в Україні цей показник становить лише 17%. Внутрішньо переміщені особи, молодь із прифронтових територій та ветерани демонструють специфічні патерни дистресу, пов'язані з втратою соціальних зв'язків, житловими проблемами та труднощами реінтеграції.

Саме в цьому контексті формується запит на ретрит-туризм. Ретрит (від англ. retreat – відступ, притулок) визначається Global Wellness Institute як “занурення у світ оздоровлення” – досвід, покликаний створити простір для

відновлення душевної, емоційної, фізичної та духовної цілісності. На відміну від деструктивних стратегій уникнення (імпульсивні покупки, компульсивне споживання контенту, геймінг), ретрит пропонує структуровану паузу з елементом трансформації. Соціокультурні детермінанти вибору ретрит-туризму включають: нейробіологічне виснаження, що потребує сенсорного розвантаження; кризу тілесної ідентичності, спричинену соціальними мережами (Caravelli, Henriksen & Blashill, 2025); парадоксальну самотність в умовах цифрової гіперпов'язаності (JRC, 2025); а також потребу в автентичному соціальному зв'язку, який неможливо відтворити віртуально.

В українських умовах функціональне значення паузи зміщується від статусної практики (характерної для західного дискурсу добробуту) до соціально необхідного ресурсу. Ретрит-туризм виступає практикою підтримання психічного здоров'я, що виходить за межі індивідуального саморозвитку. Дослідження фіксують, що обмеження використання соціальних мереж знижує рівні самотності та депресивних проявів (Hunt, Marx, Lipson & Young, 2018). Ретрит-простір, що передбачає тимчасове усунення від цифрового шуму та візуальних стимулів, які провокують соціальне порівняння, виконує функцію нейропсихічного відновлення і водночас сприяє поверненню тілесності у площину відчуття, а не зовнішнього вигляду. Спільні практики, узгодженість дій і тілесна співприсутність формують умови для виникнення автентичного соціального зв'язку, недосяжного в цифровому середовищі. Для молоді з прифронтових територій, внутрішньо переміщених осіб та ветеранів ретрит може стати безпечним середовищем для відновлення соціальної взаємодії та базового відчуття безпеки.

Таким чином, ретрит-туризм постає як ефективний інструмент соціальної згуртованості та психологічного відновлення в умовах повоєнного періоду. Він відповідає на потреби, які не задовольняються ані традиційними формами відпочинку, ані деструктивними стратегіями уникнення. Інтеграція ретрит-програм до державної туристичної політики України, а також до міжнародних програм підтримки ментального здоров'я (за участю UNDP, WHO тощо) може стати важливим чинником повоєнної реабілітації громад. Подальші дослідження мають зосередитися на розробці конкретних моделей ретрит-туризму, адаптованих до різних категорій населення (ветерани, ВПО, молодь прифронтових територій), а також на оцінці їхньої довгострокової ефективності.

Список використаних джерел:

- Cabanas, E., & Illouz, E. (2019). *Manufacturing happy citizens: How the science and industry of happiness control our lives*. Wiley.
- Caravelli, N. S., Henriksen, H. A., & Blashill, A. J. (2025). Associations between TikTok facial filter use and body image variables. *Body Image*, 53, 101877. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2025.101877>
- Foucault, M. (1995). *Discipline and punish: The birth of the prison* (2nd ed.). Vintage Books.
- Fromm, E. (1994). *Escape from freedom*. H. Holt.
- Global Wellness Institute. (n.d.). *Immersion Initiative – Past initiative*. <https://globalwellnessinstitute.org/initiatives/immersion-initiative/>
- Gradus Research. (n.d.). *Що українці відчують на 4-му році війни і як дають собі раду*. <https://gradus.app/uk/open-reports/how-ukrainians-feel-4th-year-war-and-how-they-cope/>

- Han, B.-C. (2015). *The burnout society* (E. Butler, Trans.). Stanford University Press.
- University of California Press. (2008). *Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help*. University of California Press.
- Lembke, A. (2021). *Dopamine nation: Why our addiction to pleasure is causing us pain*. Headline.
- McKinsey & Company. (2024). *What is Gen Z?* <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/mckinsey%20explainers/what%20is%20gen%20z/what-is-gen-z.pdf>
- Humankind. (2025). *Quality of life trend report*. <https://static1.squarespace.com/static/678fdf767a76ad45ae51f981/t/69004d80e876dd54da9319f0/1761627520874/Humankind+2025+Quality+of+Life+Trend+Report+FINAL.pdf>
- Porpulit, O. O. (2025). Медійна буттєвість і тривожність підлітків в умовах війни: Цифрова вразливість покоління Z. *Scientific Notes of Lviv State University of Life Safety. Pedagogy and Psychology*, 1(5), 207–212. <https://doi.org/10.32782/3041-1297/2025-1-28>
- Borysov, R., et al. (2025). *Vplyv viiny na molod v Ukraini – 2025* [The impact of war on youth in Ukraine – 2025]. UNDP Ukraine. <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/vplyv-viyny-na-molod-v-ukrayini-2025>
- World Health Organization. Regional Office for Europe. (2025). *Addressing the digital determinants of youth mental health and well-being: Policy brief*. <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2025-12187-51959-79685>



РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНИ

Зарема Фатхуллоєва

студентка кафедри туризму
та готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну
E-mail: fathulloevazarema@gmail.com

Науковий керівник: к.г.н., доц. Ткачук Л.

Актуальність дослідження зумовлена безпрецедентним впливом повномасштабної збройної агресії на всі сектори національної економіки, серед яких туристична галузь зазнала чи не найбільших структурних деформацій. В умовах воєнного стану туризм перестав бути виключно сферою дозвілля та перетворився на важливий інструмент соціально-психологічної реабілітації та підтримки економічної стійкості громад.

Сучасні наукові розвідки дозволяють стверджувати, що попри критичні виклики, галузь демонструє високий ступінь адаптивності та здатності до функціонування в умовах постійних безпекових ризиків (Павлюк, 2025).

Економічний вимір поточної кризи характеризується значними інфраструктурними втратами та докорінним руйнуванням логістичних ланцюгів. Прямі збитки туристичної індустрії станом на початок 2024 року оцінюються у понад 3,1 мільярда доларів США, що призвело до різкого падіння частки туризму у структурі валового внутрішнього продукту з довоєнних 4,2% до 1,1% у 2023 році. Туристичні потоки також скоротилися з 14,7 млн осіб до 5,3 млн осіб за два роки війни. Спостерігається двократне скорочення кількості робочих місць та значний відтік кваліфікованих кадрів з галузі.

Попри загальну депресію ринку, внутрішній туризм демонструє динаміку відновлення в окремих регіонах через кардинальну зміну географії попиту.

Протягом 2024 року податкові надходження від діяльності туристичних підприємств склали 2938 мільйонів гривень, що на 43,4% перевищує показники попереднього року.

Це пояснюється концентрацією туристичних потоків у відносно безпечних західних та центральних областях України. Основними реципієнтами збору стали громади Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської області.

Водночас у південних та східних регіонах спостерігається фактична зупинка рекреаційної діяльності через мінування територій та постійні обстріли. Нерівномірність цього розвитку наочно демонструють статистичні показники надходжень туристичного збору за ключовими регіонами.

Таблиця 1.

Динаміка надходжень туристичного збору до бюджетів громад України
(2021–2024 рр.)

Область	2021 р., млн грн	2022 р., млн грн	2023 р., млн грн	2024 р., млн грн	2024 р. у % до 2021 р.	2024 р. у % до 2023 р.
Львівська	215,4	273,8	345,5	440,0	204,3	127,4
Київська	125,4	163,9	239,0	284,1	226,6	118,9
Івано- Франківська	132,0	159,7	138,8	248,5	188,3	179,0
Закарпатська	59,5	72,4	94,2	130,4	219,2	138,4
Черкаська	23,0	17,4	20,7	34,2	148,7	165,2
Харківська	104,8	38,9	49,6	47,7	45,5	96,2
Херсонська	58,7	10,4	1,7	3,0	5,1	176,5
Луганська	9,2	1,9	0,5	0,2	2,2	40,0

Складено за: (Павлюк, 2025)

Трансформація споживчої поведінки стала визначальним фактором виживання бізнесу. Сучасний український турист надає перевагу короткостроковому плануванню поїздок, а головними критеріями вибору локації стали безпека, наявність облаштованих укриттів та енергетична автономність закладів розміщення. Зміна мотивації поїздок призвела до появи специфічних видів туризму, зокрема солідарного або волонтерського, що передбачає подорожі з метою допомоги у відбудові інфраструктури (Чорна та Антонюк, 2024). Паралельно формується фундамент для меморіального туризму, орієнтованого на відвідування місць-символів героїзму та трагедії, а також рекреаційно-оздоровчого напрямку, який трансформувався у систему психологічної реабілітації для ветеранів та цивільних осіб (Павлюк, 2025).

Перспективна динаміка трансформації туристичного сектору безпосередньо корелює зі спроможністю суб'єктів господарювання нівелювати критичні деструктивні чинники, зокрема гострий дефіцит кваліфікованого

людського капіталу та високу енергетичну вразливість матеріально-технічної бази. Аналіз ретроспективного досвіду країн, що проходили етап постконфліктної реконструкції (зокрема Хорватії, Боснії і Герцеговини, а також безпекових протоколів Ізраїлю), засвідчує, що фундаментальними детермінантами успішної реабілітації депресивних ринків є:

1. меморіалізація історичних подій: переосмислення трагічного досвіду через створення меморіальних комплексів та об'єктів «темного туризму»;
2. інституціоналізація безпекових стандартів: швидка імплементація інноваційних систем захисту та цивільної безпеки, що стають невід'ємною частиною сервісної моделі (Паньків та Мельник, 2025).

Для вітчизняної індустрії гостинності пріоритетним стає перехід до моделі сталого розвитку, що базується на засадах адаптації туристичної інфраструктури до потреб маломобільних груп населення та ветеранів, що є вимогою не лише соціальної етики, а й ринкової доцільності. Важливим напрямом є комплексна екологічна реабілітація рекреаційних зон, передусім у Північному Причорномор'ї та Приазов'ї, що є передумовою повернення регіонів до економічного обігу. А інтеграція штучного інтелекту та блокчейн-технологій дозволить оптимізувати операційні процеси та підвищити прозорість ринку.

Державна стратегія майбутнього розвитку має ґрунтуватися на синергії принципів гарантованої безпеки та безбар'єрності. Це дозволить конвертувати унікальний досвід адаптивності України у воєнний період у формування ексклюзивного, конкурентоспроможного на глобальному ринку туристичного продукту, здатного задовольнити попит на безпечний та змістовний відпочинок.

Список використаних джерел:

Павлюк, С. І. (2025). Стан розвитку галузі туризму в умовах війни та перспективи відновлення. *Економіка та суспільство*, (72). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-169>

Паньків, Н., & Мельник, С. (2025). Розвиток внутрішнього туризму в умовах сучасних викликів: аналіз світового досвіду та перспективи для України в період війни та поствоєнного відновлення. *Scientific journal*, (344), 681–689. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-344-4-98>

Чорна, Н. М., & Антонюк, К. Г. (2024). Трансформація внутрішнього туризму України під час війни: прогнозування перспективних видів туризму. *SWorld Journal*, (24), 52–60. <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2024-24-00-052>



ТУРИСТИЧНА ДИПЛОМАТІЯ І РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР СВІТОВОГО МІЖНАРОДНО- ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Вячеслав Ціватий

доцент кафедри міжнародних організацій
та дипломатичної служби,
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
кандидат історичних наук, доцент,
Заслужений працівник освіти України

E-mail: tsivatyi@gmail.com

Туризм відіграє важливу роль у системі багатосторонньої дипломатії та сучасного світового порядку. Релігійний туризм і туристична дипломатія в умовах сучасного поліцентричного світоустрою – це інституціональні креативні напрями, які найбільш динамічно розвиваються у сфері публічної дипломатії, туристичної діяльності, сфері гостинності та туризму (Durán-Sánchez, 2018).

Релігійна дипломатія – це частина публічної дипломатії, вона дозволяє державам та регіонам формувати позитивний імідж на міжнародній арені, демонструючи відкритість, толерантність та багатство своєї міжнародно-політичної історії. В умовах глобалізації це стає ефективним засобом збереження культурної ідентичності при одночасному включенні регіону у світові економічні, геополітичні та інформаційні процеси.

Дослідники цього напрямку виділяють у класифікації туризму такі концепти як: концепт «релігійний туризм», концепт «сакральний туризм», концепт «паломницький туризм» та концепт «духовний туризм». Кожен із зазначених видів може бути як самостійною дефініцією, так і частиною одного із зазначених концептів. Сучасний релігійний туризм – це потужна, інституціонально розгалужена світова індустрія, що охоплює різні сфери діяльності людини, один із найбільш швидко зростаючих сегментів туристичної індустрії. У зарубіжних країнах, і в Україні туристичні релігійно зумовлені поїздки стали особливо поширеними та популяризованими в останні кілька десятиліть, займаючи значний сегмент міжнародного туризму. Абсолютне та пропорційне зростання цієї частки туристичного ринку є провідним трендом у сучасній туристичній галузі.

У світових релігіях паломницькі подорожі зазвичай поділяються на два види: внутрішні та зарубіжні. Із розвитком сучасних засобів комунікації закордонні паломництва стають повсюдним суспільним і соціокультурним явищем, до яких залучається все дедалі більше індивідуумів. Релігійний туризм – це трансформаційна сила, що руйнує культурні бар'єри та зводить інституціональні мости між людьми, спільнотами та індивідуумами. Саме тому

питання релігійного туризму дедалі більше актуалізується та привертає увагу науковців (Циватий, 2020).

У світовій літературі описано безліч різноманітних практик організації турів із релігійною тематикою до найрізноманітніших точок планети. Усе це є найбагатшою науково-методологічною основою для будь-якого регіону, який планує розвивати релігійний туризм як одну з галузей спеціалізації своєї сфери туризму та гостинності. В умовах сьогодення поняття «гостинність» має високу міжнародно-політичну, політико-дипломатичну, туристичну і соціальну значимість. Концепт «гостинність» особливо актуалізується у сфері публічної та культурної дипломатії, публічному інформаційному просторі, міжкультурному спілкуванні та міжкультурній комунікації (Collins-Kreiner, 2018).

Феномен гостинності можливо охарактеризувати як гостинність яка являє собою універсально поширений громадський інститут, що забезпечує гостю (гостеві) прийом, увагу та турботу (Циватий, 2026). Гостинність – феномен кроскультурний, кроскультуральний і історико-регіональний. Концепт «гостинність» та концепт «ритуал зустрічі гостей» характеризуються особливостями інституціоналізації та їх особливою інституціональною історією (Stausberg, 2011). Соціальна мобільність, розвиток ресторанного бізнесу, розвиток готельного бізнесу та туризму – це не лише тенденції сучасності, а й явища, що підтверджують онтологічну вкоріненість соціального інституту гостинності (Циватий, 2022).

Традиційно релігійний туризм розглядають як відвідування священних місць тієї чи іншої релігії, пов'язаних із виконанням певних релігійних обрядів (богослужіння, релігійні зібрання та святкування подій). Той самий змістовий контент, як і релігійний туризм, включає паломницький туризм – подорож або відвідування священного місця у той час, коли там відбувається певна релігійна подія. Паломництво вважається частиною релігійного туризму. Одним із інноваційних підходів на сьогодні є поява таких термінів як духовний туризм і духовна дипломатія (Raj, 2015).

Загалом цей інституційний напрям у сфері туризму включає як традиційні форми релігійного туризму та паломництво, так і нетривалі місіонерські поїздки, наукові експедиції, відвідування конференцій, присвячених тематиці релігійного туризму або пошуку духовного буття, тощо. На сьогоднішній день загально визнаним є факт, що релігійний туризм – це подорож виключно або частково з релігійними цілями. Серед трендів релігійного туризму сьогодні найчіткіше простежуються такі: стрімке зростання та набуття характеристик окремої індустрії; нішева диференціація; секуляризація окремих підвидів, у тому числі зарахування до релігійного туризму так званої світської прощі; розширення меж поняття релігійного туризму; зростання сегменту *luxury*-класу в організації релігійних турів; залучення дедалі більшої кількості об'єктів, які, зачасти, до релігійної сфери початково не відносилися; поява нових географічних центрів тяжіння релігійних туристів; проникнення технологій «економіки вражень»; гейміфікація; розвиток мережі тематичних розважальних релігійних парків; суперечки з приводу можливості використання діючих культових об'єктів у туристичних цілях і т.д. (Циватий, 2025).

У низці держав світу практикується як інституціональний розвиток традиційних релігійно-пізнавальних маршрутів, так і створення релігійно-пізнавальних центрів. Такі центри створюються повсюдно як у традиційних релігійних туристських напрямках, і нових – наприклад, країни Центральної Азії або держави АТР. Одним із незвичайних форматів репрезентації релігійної тематики стали тематичні релігійні парки. Це яскравий приклад тренду на гейміфікацію, голівудизацію цієї сфери – залучення технологій «економіки вражень». Наприклад, біблійний парк «Події на Святій Землі» (Holy Land Experience) у Флориді у США, тематичний комплекс «Свята земля» у Буенос-Айресі, тематичний парк історії ісламської цивілізації в Малайзії та ін. Набирають популярності й релігійні (у т.ч. паломницькі) круїзи. Найбільш затребуваними серед таких є круїзи Карибським морем, до Аляски, Середземним морем, а також річками. Щорічно з'являються кілька нових маршрутів, у багатьох із яких бере участь велика кількість релігійних організацій і представників різних конфесій. Ці напрями й форми релігійного і паломницького туризму теж набувають свого поширення та практичної реалізації (Парфіненко, 2023).

Отже, релігійний туризм сьогодні виходить далеко за межі звичайного паломництва, перетворюючись на потужний інструмент публічної дипломатії та м'якої сили. релігійний туризм можливо назвати одним із способів інституціонального розвитку регіональних територій, що постраждали від будь-яких глобальних катаклізмів, а також засобом усунення та попередження можливих проблем соціальних та комунікаційних у суспільстві в цілому. Релігійний туризм і релігійна дипломатія є складовою публічної дипломатії – та є вагомими чинниками соціокультурного розвитку суспільства в умовах глобалізації XXI століття.

Список використаних джерел:

- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., de la Cruz del Río-Rama, M., Oliveira, C. (2018). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview. *Religions*. Iss. 9. P. 249.
- Ціватий, В.Г. (2020). Історико-культурний туризм і туристична дипломатія: світовий та український інституціональний досвід. *Інноваційні технології бізнесу, природокористування і туризму*. Чернівці: ЧНТУ, 208–210.
- Collins-Kreiner, N. (2018). Pilgrimage-Tourism: Common Themes in Different Religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. Vol. 6. Iss. 1, 8-17.
- Ціватий, В.Г. (2026). Концепт «дипломатична гурманістика» як інноваційна складова інституціональної моделі державного і дипломатичного протоколу, церемоніалу та етикету міжнародної ввічливості: креативний і теоретико-методологічний аспекти. *Креативний простір: Науковий журнал*. Харків: СГ НТМ Новий курс. Випуск 37, 36-46.
- Stausberg, M. (2011). Religion and Tourism: Crossroads, destinations and encounters. Abingdon: Routledge.
- Ціватий, В.Г. (2022). Туристична дипломатія, міжкультурна комунікація та концепт «історико-культурний туризм» в сучасних міжнародних відносинах: інституціональний і регіональний дискурси. *Історико-культурний туризм: український та світовий досвід: Зб. наукових статей*. К.: Ліра-К, 161-170.

Raj, R., Griffin, K., Blackwell, R. (2015). Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events. *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. Wallingford: Cabi, 103–117.

Циватий, В.Г. (2025). *Публічна дипломатія в Україні та світі: соціально-гуманітарний, міжнародно-політичний і практичний виміри зовнішньої політики у сфері культури (1991-2025 рр.)*. Соціально-гуманітарні відносини в сучасній Україні: виклики та перспективи: колективна монографія. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 73-88.

Парфіненко, А. (2023). Міжнародний туризм як складова частина ліберального світового порядку. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, (2(16)), 33–51.



ОЦІНКА СТІЙКОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ганна Чепурда

професор кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет,
доктор історичних наук, професор

E-mail: anna_chepurda@ukr.net

Євгеній Адаменко

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Черкаський державний технологічний університет

E-mail: ye.s.adamenko.asp23@chdtu.edu.ua

У сучасних умовах трансформації туристичної індустрії питання забезпечення стійкості інноваційного розвитку туристичних підприємств набуває особливої актуальності. Динамічні зміни зовнішнього середовища, зумовлені цифровізацією, глобальною конкуренцією та кризовими явищами, зокрема наслідками пандемії COVID-19 і безпековими викликами, вимагають від підприємств не лише впровадження інновацій, а й здатності підтримувати їх результативність у довгостроковій перспективі. Практика провідних міжнародних компаній, таких як TUI Group та Expedia Group, свідчить, що поєднання цифрових рішень із гнучкими управлінськими підходами дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту, трансформувати туристичні продукти та забезпечувати стабільність розвитку навіть у періоди ринкової нестабільності (UNWTO, 2020).

Для туристичних підприємств України проблема стійкості інноваційного розвитку є ще більш складною, оскільки вона поєднує необхідність швидкої адаптації до цифрових змін із функціонуванням в умовах економічної невизначеності та трансформації туристичних потоків. У цьому контексті особливого значення набуває формування науково обґрунтованих підходів до оцінки стійкості інноваційного розвитку, які дозволяють визначити здатність підприємства не лише генерувати інновації, але й забезпечувати їх ефективну та безперервну реалізацію. Це зумовлює необхідність поглиблення методичних

підходів до оцінювання результативності інноваційного розвитку туристичних підприємств та підтверджує актуальність обраної тематики дослідження.

Теоретичне осмислення стійкості інноваційного розвитку туристичних підприємств базується на поєднанні концепцій інноваційного менеджменту, сталого розвитку та адаптивного управління. У науковій площині стійкість інноваційного розвитку доцільно розглядати як здатність підприємства не лише генерувати та впроваджувати інновації, але й забезпечувати їх безперервність, результативність і узгодженість із довгостроковими цілями функціонування. Такий підхід виходить за межі традиційного трактування інноваційного потенціалу як сукупності ресурсів і акцентує увагу на динамічних властивостях системи, зокрема її здатності до відновлення, адаптації та трансформації в умовах змін (Szabó-Szentgróti, G., Végvári, B., & Varga, J., 2021).

У сфері туризму стійкість інноваційного розвитку проявляється через здатність підприємств підтримувати стабільний рівень інноваційної активності навіть за умов коливань попиту та зовнішніх обмежень. Це підтверджується практикою провідних європейських туроператорів, зокрема TUI Group, які у відповідь на кризові явища активно впроваджують цифрові рішення, диверсифікують туристичні продукти та перебудовують операційні моделі. Водночас важливою складовою є не лише впровадження інновацій, а й здатність інтегрувати їх у бізнес-процеси таким чином, щоб забезпечити стабільність фінансових результатів і збереження конкурентних позицій.

З позицій системного підходу стійкість інноваційного розвитку формується під впливом взаємодії ресурсних і функціональних компонентів, серед яких ключову роль відіграють людський капітал, рівень цифровізації, організаційна гнучкість та ефективність управлінських рішень. Саме узгодженість цих елементів визначає здатність підприємства трансформувати інноваційні можливості у стабільні результати. У цьому контексті стійкість виступає інтегруючою характеристикою інноваційного потенціалу, що відображає не лише його наявність, а й ефективність реалізації в умовах динамічного зовнішнього середовища (Василук, С., Шафієва, Л., 2021).

Формування системи показників оцінки стійкості інноваційного розвитку туристичного підприємства передбачає перехід від фрагментарного аналізу окремих характеристик до комплексного вимірювання здатності підприємства підтримувати безперервність інноваційної діяльності. Така система має відображати не лише результати впровадження інновацій, але й процесні аспекти їх реалізації, включаючи швидкість адаптації до змін, ефективність використання ресурсів та здатність до відновлення після зовнішніх шоків. У цьому контексті ключовим є забезпечення збалансованості між кількісними та якісними параметрами оцінки, що дозволяє отримати об'єктивне уявлення про реальний рівень стійкості інноваційного розвитку.

У практиці туристичного бізнесу така оцінка дедалі частіше ґрунтується на інтеграції показників, що характеризують інтенсивність оновлення туристичних продуктів, рівень цифровізації сервісів, стабільність фінансових результатів та ефективність управління клієнтським досвідом. Зокрема, досвід Expedia Group демонструє, що системне використання аналітики даних і цифрових

інструментів дозволяє не лише підвищити точність прогнозування попиту, але й забезпечити гнучке реагування на його зміни, що безпосередньо впливає на стійкість інноваційного розвитку.

Важливою характеристикою сформованої системи показників є її здатність відображати динаміку змін, а не лише фіксувати статичний стан підприємства. Це означає, що оцінювання має здійснюватися з урахуванням темпів впровадження інновацій, швидкості трансформації бізнес-процесів та рівня адаптації персоналу до нових умов. Такий підхід дозволяє ідентифікувати не тільки поточний рівень стійкості, але й потенційні ризики її зниження, що є критично важливим для забезпечення довгострокової ефективності інноваційного розвитку туристичних підприємств (Torres-Delgado, A., Saarinen, J., 2014).

Методичний підхід до оцінки стійкості інноваційного розвитку туристичних підприємств доцільно формувати на засадах інтеграції кількісних та якісних характеристик, що відображають як результати інноваційної діяльності, так і здатність підприємства забезпечувати їх стабільність у часі. Основою такого підходу є побудова інтегрального показника, який узагальнює вплив ключових факторів стійкості та дозволяє отримати комплексну оцінку рівня інноваційного розвитку з урахуванням динаміки змін зовнішнього середовища.

Процедура оцінювання передбачає попереднє нормування відібраних показників, що забезпечує їх зіставність незалежно від одиниць виміру та масштабів діяльності підприємства. Подальшим етапом є визначення вагових коефіцієнтів, які відображають значущість окремих складових у формуванні стійкості інноваційного розвитку. Узагальнення показників доцільно здійснювати за допомогою адитивної моделі інтегрування, що дозволяє врахувати внесок кожного фактора у загальний результат.

Отримане значення індексу дозволяє не лише визначити поточний рівень стійкості, але й простежити його зміну у динаміці, що є особливо важливим для прийняття управлінських рішень. Практика застосування подібних підходів у діяльності великих туристичних компаній, зокрема TUI Group, свідчить про ефективність використання комплексних аналітичних моделей для оцінювання результативності інновацій та підвищення гнучкості управління.

Таким чином, запропонований методичний підхід забезпечує можливість переходу від описового аналізу інноваційної діяльності до формалізованого оцінювання її стійкості, що створює основу для підвищення обґрунтованості управлінських рішень та забезпечення довгострокового інноваційного розвитку туристичних підприємств.

Практичне значення оцінки стійкості інноваційного розвитку туристичних підприємств полягає у можливості переходу від інтуїтивного управління інноваціями до обґрунтованого прийняття рішень на основі аналітичних даних. Отримані результати оцінювання дозволяють визначити реальний рівень здатності підприємства підтримувати безперервність інноваційної діяльності, виявити внутрішні обмеження та своєчасно реагувати на ризики, пов'язані зі змінами ринкового середовища. У практичній площині це створює основу для

коригування стратегій розвитку, оптимізації ресурсного забезпечення та підвищення ефективності впровадження нових рішень.

Особливого значення така оцінка набуває в умовах цифровізації туристичних послуг і зростання ролі клієнтоорієнтованих підходів. Досвід міжнародних компаній, зокрема Tripadvisor, демонструє, що системне використання інструментів аналізу відгуків і поведінкових даних клієнтів дозволяє не лише вдосконалювати туристичні продукти, але й підтримувати стабільність їх конкурентних позицій через швидке реагування на зміну споживчих запитів. Це підтверджує, що оцінка стійкості інноваційного розвитку має безпосередній вплив на якість управлінських рішень і здатність підприємства адаптуватися до нових умов функціонування (Сімків, Л. ., Шейдаї Т., 2025).

Для туристичних підприємств України результати такої оцінки можуть бути використані як інструмент підвищення ефективності внутрішніх бізнес-процесів, розвитку цифрових каналів взаємодії з клієнтами та формування більш гнучкої моделі управління. Це особливо важливо в умовах нестабільності, коли здатність швидко трансформувати інноваційні рішення у практичні результати стає ключовою передумовою збереження конкурентоспроможності. Таким чином, оцінка стійкості інноваційного розвитку набуває не лише аналітичного, але й прикладного значення, забезпечуючи підґрунтя для довгострокового ефективного функціонування туристичних підприємств.

Узагальнення результатів дослідження дає підстави стверджувати, що стійкість інноваційного розвитку є ключовою характеристикою ефективного функціонування туристичних підприємств у сучасних умовах. Її сутність полягає не лише у здатності генерувати інновації, але й у забезпеченні їх безперервної реалізації, адаптації до змін середовища та досягнення стабільних результатів у довгостроковій перспективі. Запропонований підхід до оцінки дозволяє розглядати інноваційний розвиток як динамічний процес, у межах якого важливим є не тільки наявність ресурсів, але й ефективність їх трансформації у практичні результати.

Розроблена система показників і методичний підхід до інтегральної оцінки створюють можливість отримання комплексної характеристики рівня стійкості інноваційного розвитку, що підвищує обґрунтованість управлінських рішень. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання результатів оцінювання для виявлення слабких місць у функціонуванні підприємства, оптимізації бізнес-процесів та підвищення гнучкості управління. Досвід міжнародних компаній, зокрема TUI Group, підтверджує, що саме поєднання інноваційності та здатності до стабільного функціонування забезпечує конкурентні переваги на глобальному ринку (Araújo, C. S., Moreira, A. C., 2020).

Таким чином, оцінка стійкості інноваційного розвитку виступає важливим інструментом управління туристичними підприємствами, що дозволяє забезпечити їх адаптивність, підвищити ефективність інноваційної діяльності та сформувати передумови для довгострокового конкурентоспроможного розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

United Nations Specialized Agency New Data Shows Impact of COVID-19 on Tourism as UNWTO Calls for Responsible Restart of the Sector URL: <https://www.untourism.int/news/new-data-shows-impact-of-covid-19-on-tourism> (дата звернення: 04.04.2026)

Szabó-Szentgróti, G., Végvári, B., & Varga, J. (2021). Impact of Industry 4.0 and Digitization on Labor Market for 2030-Verification of Keynes' Prediction. *Sustainability*, 13(14), 7703. URL: <https://doi.org/10.3390/su13147703> (дата звернення: 06.04.2026)

Василюк, С., & Шафієва, Л. (2021). Детермінанти економічної політики в системі сталого розвитку регіону. *Економіка та суспільство*, (27). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-31> (дата звернення: 10.04.2026)

Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31–47. URL: <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530> (дата звернення: 10.04.2026)

Сімків, Л. ., & Шейдаї Т. (2025). Цифрова трансформація туристичної галузі України: виклики, можливості та перспективи розвитку. *Grail of Science*, (53), 217–224. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.20.06.2025.024> (дата звернення: 12.04.2026)

Araújo, C. S. & Moreira, A. C. (2020). Sustainable Innovation: Challenges in the Tourism Industry. In B. Hernández-Sánchez, J. Sánchez-García, & A. Moreira (Eds.), *Building an Entrepreneurial and Sustainable Society* (pp. 219-245). IGI Global Scientific Publishing. URL: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2704-7.ch011> (дата звернення: 18.04.2026)



ПОЛІТИКА БАЛАНСУВАННЯ ТУРЕЧЧИНИ В ЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІСЛЯ АНЕКСІЇ КРИМУ

Анастасія Чорнобай

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

E-mail: chornobai2021uk12@student.karazin.ua

Науковий керівник: д.і.н., проф. Лиман С.І.

Чорноморський регіон є одним із стратегічно важливих геополітичних просторів Європи. Після анексії Криму Росією безпекове середовище зазнало суттєвої трансформації: посилилася військова присутність, зріс контроль над морськими комунікаціями та активізувалися гібридні загрози. Подальша ескалація, пов'язана з повномасштабним вторгненням Росії в Україну, суттєво поглибила ці процеси та сформувала новий рівень викликів для регіональної стабільності.

За таких умов Туреччина відіграє ключову роль серед чорноморських держав завдяки своєму географічному положенню, контролю над протоками та потужному військово-політичному потенціалу, що впливає на баланс сил у регіоні. Анкара як і раніше спирається на Конвенцію Монтре у своїй політиці безпеки, що регламентує проходження військових кораблів через протоки

Босфор і Дарданелли. Важливою складовою цієї стратегії є обмеження присутності військово-морських сил країн, які не входять до регіону, зокрема й тих, що представляють НАТО. Одночасно Анкара активно зміцнює власні військово-морські потужності та підтримує співпрацю з чорноморськими державами (Габер, 2024).

Такий підхід має двозначний характер. З одного боку, він обмежує розширення військової активності Альянсу в Чорному морі, що, своєю чергою, знижує можливості України у протидії російській агресії. З іншого боку, зміцнення позицій Російської Федерації в регіоні та її активна участь у конфліктах по сусідству створюють потенційні загрози й для самої Туреччини, що змушує її вживати заходів для стримування (Габер, 2024). Саме ця суперечливість значною мірою визначає політику безпеки Туреччини, що ґрунтується на балансуванні інтересів, прагматичному підході та вибірковій співпраці з іншими державами.

Після анексії Криму Росією у 2014 році Анкара послідовно наголошує, що Крим відповідно до норм міжнародного права є частиною України, та здійснює дипломатичні кроки для захисту прав кримських татар, водночас активно порушуючи це питання на міжнародних майданчиках. Утім, така позиція періодично спричиняє напруження у відносинах із Росією, особливо з огляду на членство Туреччини в НАТО та зміну безпекових динамік у Чорноморському регіоні, що, своєю чергою, змушує Анкару поєднувати політику підтримки територіальної цілісності України та захисту кримськотатарського населення з прагненням зберегти регіональну стабільність (Sarı, 2024).

Ця складна дипломатична рівновага стала ще більш відчутною після 2022 року, коли новий етап агресії Росії проти України докорінно змінив регіональний контекст і поставив перед Туреччиною нові виклики. Туреччина ухвалила обережну стратегію і прийняла активну дипломатичну роль, спрямовану на завершення конфлікту між сторонами. Слід зауважити, що Туреччина змогла зберегти відкритими канали діалогу між учасниками конфлікту (Çavuşoğlu, 2022). Разом із західними союзниками Туреччина, наголошувала на важливості збереження територіальної цілісності та суверенітету України і критикувала дії Росії, проте уникала жорстких санкцій, зберігаючи економічні й енергетичні зв'язки з нею (Güney, 2025).

27 лютого 2022 року Турецька республіка офіційно визнала конфлікт війною та, відповідно до положень Конвенції Монтре 1936 року, закрила чорноморські протоки для проходження військових кораблів сторін конфлікту. Водночас Анкара поширила ці обмеження і на військові судна держав, що не мають виходу до Чорного моря, прагнучи запобігти подальшій ескалації в регіоні. Зокрема, було заблоковано передачу Україні мінних тральщиків із Великої Британії. Міністр оборони Туреччини Яшар Гюлер наголосив, що держава й надалі дотримуватиметься цієї політики (Güney, 2025).

Туреччина активно сприяла налагодженню діалогу між сторонами та намагалася виконувати роль посередника. Показовим прикладом цього є її участь у врегулюванні глобальної зернової кризи. Унаслідок бойових дій було суттєво порушено експорт українського зерна через Чорне море. У липні 2022

року за посередництва Туреччини та ООН було досягнуто домовленості про створення безпечного морського коридору для транспортування зерна. «Чорноморська зернова ініціатива» функціонувала доки РФ не вийшла з угоди у 2023 р. (Dellal, 2023).

Посередницькі зусилля Туреччини продовжувалися протягом усього процесу, в ході якого було проведено численні важливі зустрічі. Під егідою Туреччини відбулися зустрічі розвідувальних служб, омбудсменів та багато інших менш масштабних зустрічей. На цих зустрічах розглядалися важливі питання, зокрема ризики застосування ядерної зброї, а також обмін полоненими, стан поранених, доля зниклих безвісти осіб та евакуація тіл з поля бою (Demir, 2025).

Туреччина діяла не лише на дипломатичному рівні - вона досить рано почала розвивати оборонну співпрацю з Україною. З часом це партнерство стало стратегічним, результатом чого стали поставки безпілотників Bayraktar TB2.

Підтримка миру та безпеки в Чорноморському регіоні є важливою не лише для України, а й для всіх країн, що мають вихід до моря. Одним із важливих кроків стало підписання у 2022 році в Стамбулі угоди між Болгарією, Румунією та Туреччиною про створення Чорноморської групи з протимінних заходів (MCM Black Sea). Цю ініціативу започаткували для посилення морської безпеки та забезпечення стабільності в регіоні, який зазнає військових і гібридних загроз (RFE/RL, 2025).

У 2025 році Туреччина активізувала дипломатичну діяльність, організовуючи обговорення щодо врегулювання регіональних конфліктів і зміцнення безпеки в Чорному морі. Анкара підтвердила своє прагнення не допустити перетворення Чорного моря на зону конфлікту, наголошуючи на важливості безпечного судноплавства та співпраці між прибережними державами (RFE/RL, 2025).

Попри відсутність швидких результатів більшості мирних ініціатив, Туреччині вдалося сприяти пришвидшенню процесів звільнення військовополонених, організації гуманітарних коридорів і реалізації зернової угоди, що зміцнило її репутацію як нейтрального та ефективного посередника.

Отже, політика Туреччини в Чорноморському регіоні після анексії Криму характеризується прагненням зберігати баланс між безпековими інтересами, міжнародними зобов'язаннями та власними стратегічними пріоритетами. Вона поєднує підтримку територіальної цілісності України з обережним підходом до взаємодії з Росією, що дозволяє Анкарі зберігати вплив у регіоні. Водночас така стратегія сприяє посиленню її ролі як посередника та важливого гравця у забезпеченні стабільності в Чорному морі.

Список використаних джерел:

Габер, Є. (2024) Моделювання зміни Туреччиною політики в Чорноморському регіоні в умовах перебігу і завершення повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Центр міжнародної безпеки. <https://surl.li/ovrkrp>

Çavuşoğlu, M. (2022). Türkiye Rusya-Ukrayna krizinde başından beri net bir tutum sergilemiştir. Etki Haber. <https://surl.li/wwtnmy>

- Dellal, İ. (2023). Tahıl koridoru ve önemi. Ankara Üniversitesi. <https://yillik.kizilayakademi.org.tr/tahil-koridoru-ve-onemi/>
- Demir, G. (2025). Ukrayna-Rusya savaşı'nda Türkiye'nin rolü. Türkiye Araştırmaları Merkezi. <https://surl.li/macurs>
- Güney, Y. (2025). Milenyum sonrası dönemde Türkiye'nin Karadeniz havzası'ndaki savunmacı realist anlayışı, 58-76. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/4441468>
- Romania, Bulgaria, Turkey Sign Memorandum On Black Sea Demining Operation (2025). RFE/RL's Romanian Service. <https://surl.li/nwksbg>
- Sarı, L. (2024). 1856'dan 21. yüzyıla Türk jeopolitiğinde Kırım'ın yeri: Tarihsel süreç ve güncel dinamikler. TUDPAM. <https://surl.li/mzwzhi>



ІНСТРУМЕНТИ EXPORT DEVELOPMENT CANADA У ФІНАНСУВАННІ ВІДБУДОВИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ

Ірина Шамара

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат економічних наук, доцент
E-mail: shamara@karazin.ua

Анна Волкова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: volkova.anna@student.karazin.ua

Канада є стратегічним партнером України з 2 грудня 1991 року – відтоді, як однією з перших визнала її незалежність. А зараз ця держава допомагає Україні ще активніше, підтверджуючи статус надійного партнера. Допомогу Канади можна відчувати в економічній, військовій, гуманітарній сферах, сфері розвитку, безпеки, стабілізації та імміграції (з загальною сумою близько 22 мільярдів доларів США), яку Канада надала Україні, починаючи з 24 лютого 2022 року. Коли в 2025 році наблизилась зима, а росія почала активно бити по енергетиці України, намагаючись залишити нас без світла, опалення та води, Канада прискорила виплату останньої частини свого внеску в розмірі 70 мільйонів канадських доларів до Фонду енергетичної підтримки України (Government of Canada, 2025; Міністерство енергетики України, n.d.).

Export Development Canada (EDC) – це державна фінансова корпорація Канади, яка підтримує розвиток національного бізнесу як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Вона надає канадським компаніям фінансові інструменти та експертні знання, необхідні для виходу на нові ринки, зниження фінансових ризиків і масштабування діяльності від локального до глобального рівня (Export Development Canada, 2024).

У контексті підтримки України EDC, як офіційний представник агентства експортного кредитування (ЕКА) Канади, активно співпрацює з міжнародними партнерами, урядом Канади та бізнес-асоціаціями з метою пошуку ефективних механізмів допомоги. Зокрема, у червні 2024 року EDC підписала багатосторонній Меморандум про взаєморозуміння щодо співпраці задля підтримки України. До цієї ініціативи також приєдналися представники дванадцяти інших експортно-кредитних агентств з різних країн світу. Згідно цього меморандуму бізнес-лідери та політичні лідери, зобов'язалися надати додаткову підтримку Україні та зосередитися на підготовці основи для торгівлі та інвестицій для просування відбудови нашої держави. На Конференції з питань відновлення України Тодд Вінтерхальт, старший віце-президент з міжнародних ринків та керівник відділу комунікацій та зв'язків з громадськістю EDC заявив, що корпорація готова підтримати Україну та канадські компанії, які постачатимуть нам товари та послуги, необхідні нашій державі, не лише в цей складний час, але й під час відбудови (Export Development Canada, 2024; Export Development Canada, 2025).

Щоб заохотити канадських бізнесменів налагоджувати торгівлю з Україною, EDC взяла на себе повне відшкодування у разі неспроможності покупця заплатити через випадки, пов'язані з війною. Також для інвесторів EDC пропонує пряме кредитування, фінансування боргу при придбанні або стовідсоткові гарантії міжнародним та канадським банкам, що надають кредитні лінії. Особлива увага приділятиметься енергетичному сектору України, агропромисловості, легкій промисловості, та інфраструктурі. Що не менш важливо, EDC інформує бізнесменів та інвесторів стосовно конкретних ризиків пов'язаних з Україною на офіційних сайтах, що робить умови більш прозорими та зрозумілими (Ukraine Donor Platform, 2025a, 2025b).

Другою головною сферою співпраці України з EDC та урядом Канади є відновлення енергетичної інфраструктури України, розвиток атомної енергетики та відновлюваних джерел енергії, партнерство в нафтогазовому секторі, енергоефективність, також зміцнення партнерських відносин між компаніями обох країн для реалізації проєктів та обміну досвідом і технологіями. Так, наприклад, уряд Канади інвестував 14 мільйонів канадських доларів у проєкт з чистих технологій та видобутку критично важливих корисних копалин разом з канадською компанією Focus Graphite, що займається гірничодобувними технологіями, до складу якого входить українська інженерна компанія (Government of Canada, 2025).

Отже, діяльність Export Development Canada у контексті підтримки України свідчить про системний і довгостроковий підхід Канади до відбудови української економіки, зокрема її критично важливої енергетичної інфраструктури. Використання інструментів експортного кредитування, страхування воєнних ризиків, гарантій та прямого фінансування дозволяє мінімізувати ризики для міжнародних інвесторів і водночас стимулює залучення приватного капіталу до процесів відновлення.

Крім того, надання страхового покриття від воєнних ризиків є одним із ключових факторів активізації інвестиційної діяльності, оскільки саме високий

рівень ризиків залишається головним стримуючим чинником для іноземних інвесторів. У цьому контексті роль EDC є стратегічною, адже вона створює передумови для відновлення довіри до українського ринку.

Таким чином, інструменти EDC не лише забезпечують короткострокову фінансову підтримку України в умовах війни, але й формують основу для довгострокового економічного зростання, модернізації енергетичної інфраструктури та інтеграції України у глобальні економічні та енергетичні системи. Перспективи подальшої співпраці пов'язані з розширенням інвестиційних програм, поглибленням партнерства між українськими та канадськими компаніями, а також активізацією участі України у міжнародних фінансових ініціативах відбудови.

Список використаних джерел:

Export Development Canada. (2024, June 12). *Memorandum of understanding signed at the Ukraine Recovery Conference in Berlin*. <https://www.edc.ca/en/about-us/news/edc-mou-ukraine.html>

Export Development Canada. (2025). *Corporate plan summary 2025–2029*. <https://www.edc.ca/content/dam/edc/en/corporate/corporate-plan-summaries/corporate-plan-summary-2025-2029.pdf>

Government of Canada. (2025). *Canada provides support to Ukraine's energy infrastructure*. <https://www.canada.ca/en/global-affairs/news/2025/10/canada-provides-support-to-ukraines-energy-infrastructure.html>

Міністерство енергетики України. (n.d.). *Canada provides CAD 10 million to restore and protect Ukraine's energy infrastructure ahead of winter*. <https://mev.gov.ua/en/news/canada-provides-cad-10-million-restore-and-protect-ukraines-energy-infrastructure-ahead-winter>

Ukraine Donor Platform. (2025a). *Risk mitigation support for the private sector*. <https://ukrainedonorplatform.com/wp-content/uploads/2025/07/Derisking-offline-version-July.pdf>

Ukraine Donor Platform. (2025b). *Support to private sector actors in G7 and EU member states interested in engaging in Ukraine*. https://ukrainedonorplatform.com/wp-content/uploads/2025/02/DonorSupportPlatform_xl_Feb2025-v3.pdf



ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ВЕКТОР РЕАЛІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Ірина Шамара

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: shamara@karazin.ua

Марія Тектілова

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: mariia.tekhtilova@student.karazin.ua

Політика сучасних держав вимагає різних підходів до ведення дипломатії та налагодження зв'язків. Зокрема, одним з найдієвіших є застосування м'якої сили, одним з елементів якої є культурна дипломатія. Вплив культури не можна недооцінювати, оскільки вона має можливість представляти країну на міжнародному рівні без прямого застосування дипломатії і, що важливіше, вона шляхом поширення культури та традицій просуває цінності і погляди.

Попри те, що поняття дипломатії традиційно асоціюють із зовнішньою політикою чи міжнародним правом, вона також охоплює сферу культури і мистецтва (Стасевська & Маланчук, 2021). Завдяки цьому культурна дипломатія стає цінним інструментом міжнародних відносин, який має довгостроковий і ефективний вплив через м'яку силу, є гнучким і підтримує національну ідентичність та імідж (Марченко, 2024).

Часто з метою ведення культурної дипломатії залучають туризм, оскільки він дозволяє продемонструвати мистецтво, традиції та широкий спектр напрямків культурного надбання країни загалом: живопис, скульптуру, театр, кінематограф, музику, літературу, освіту. Завдяки туризму держава може продемонструвати пам'ятки і музейні експозиції, представити гостям з інших країн свій театр, а також адаптувати під іноземних відвідувачів бібліотеки і перекладати літературу, історичну документацію, тексти народних пісень і національних авторів на інші мови. Також важливим аспектом є залучення молоді з-за кордону на програми академічного обміну, такі, як CIS, Erasmus+, GSK. Вони позитивно інтерпретуються міжнародною спільнотою і легко розповсюджують імідж держави серед активної аудиторії (Стасевська & Маланчук, 2021).

У сучасному світі культурна дипломатія дедалі частіше розглядається як компонент публічної дипломатії, де туризм відіграє роль не лише культурного, а й стратегічного ресурсу. Йдеться про ті аспекти, коли мандрівки громадян до інших країн, а також залучення іноземних туристів, стають інструментами м'якої

сили, здатними впливати на зовнішньополітичні процеси (Желяскова, 2025). У Японії феноменальній популяризації країни за її межами дали назву «Cool Japan». У Європі щорічно проводять виставки із залученням Міністерства економіки і промисловості й Агентства з туризму, на яких демонструють досягнення японської поп-культури. А до самої Японії щорічно приїжджають від 30 до 42 мільйонів туристів, яких приваблюють традиції, кухня і знакові пам'ятки, а також більш нові – сучасна мода, аніме, косплей, фанатська атрибутика.

Також туризм може виступати і як індикатор зовнішньополітичної стабільності країни. Жвавий потік іноземних відвідувачів країни з метою відпочинку чи розваг свідчить про рівень безпеки у державі і її цікаве культурне надбання. Наприклад, Сінгапур привертає увагу туристів масштабними подіями на кшталт «Формули-1» чи «Сінгапурського гран-прі». Країна співпрацює з туристичними агентствами та дипломатичними установами для забезпечення оптимальності туристичних маршрутів і зміцнення зв'язків з іншими країнами (Желяскова, 2025).

Головна мета культурної дипломатії полягає в тому, щоб розвинути міжкультурний діалог, забезпечити взаєморозуміння між національностями і сприяти стабільному мирному співіснуванню і співпраці (Желяскова, 2025).

Також політика застосування туризму може допомогти країні в разі виникнення економічних криз, оскільки у разі кризових ситуацій або міжнародних конфліктів держави, що активно працюють над формуванням свого позитивного іміджу через туризм, здатні швидше відновлювати репутацію і залучати міжнародну увагу.

Культурна дипломатія має різний статус у системі зовнішньої політики кожної держави. Прикладом можна навести Францію, де це найстаріший і найефективніший пріоритетний інструмент ведення зовнішньої політики. Вона досі активно користується туристичним напрямком для підтримки економіки і розповсюдження культури. Однак, варто згадати, що більшість держав-суб'єктів міжнародних відносин більшою мірою зацікавлені у використанні культурної дипломатії задля утвердження позитивного і привабливого образу своєї країни на світовій арені (Сербіна & Кучмій, 2011).

Отже, хоча зовнішня політика держав традиційно і асоціюється з офіційними перемовинами, угодами, дипломатичними місіями. Проте в умовах глобалізації ефективність такої політики все більше залежить від іміджу країни, її культурної привабливості та здатності викликати довіру серед іноземного населення. Завдяки туристичній діяльності держава може популяризувати свою культурну ідентичність, зміцнювати міжнародну впізнаваність і створювати позитивний імідж серед іноземної аудиторії.

Список використаних джерел:

Марченко, А. (2024). Культурна дипломатія: поняття та механізми реалізації. Економіка та суспільство, (70). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-150>

Павлюх, М. В., & Кушней, С. Р. (2023). Публічна дипломатія як тренд у сучасних політичних відносинах: процеси трансформації. Політичне життя, 122–127. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.4.14>

Сербіна, Н. Ф., & Кучмій, О. П. (2011). Культурна дипломатія як інструмент зовнішньої політики сучасної європейської держави. *Actual Problems of International Relations*, 1(100). <https://doi.org/10.17721/apmv.2011.100.1>

Стасевська, О. А., & Маланчук, І. І. (2021). Культурна дипломатія: симбіоз культурного та правового потенціалу. *Право та інновації*, 1(33). <https://openarchive.nure.ua/handle/document/19046>

Желяскова, Т. (2025). Міжнародний туризм як інструмент культурної дипломатії та його вплив на зовнішню політику держав. *Соціально-політичні студії*, (9). <https://dspace.onu.edu.ua/handle/123456789/42291>

РОЛЬ СВІТОВОГО БАНКУ У ФОРМУВАННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ

Ірина Шамара

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат економічних наук, доцент
E-mail: shamara@karazin.ua

Гералій Самусенко

студент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: samusenko.heralii@student.karazin.ua

Світовий банк є однією з міжнародних фінансових інституцій, що активно використовує туризм як інструмент економічного розвитку з 1960-х років. Залучення до туристичної сфери розпочалося з фінансування перших туристичних проєктів у Марокко та Тунісі у 1966 році, а згодом було створено спеціальний підрозділ задля вдосконалення проєктів. Згодом діяльність банку, адаптуючись під нові виклики, еволюціонувала від підтримки великих курортних проєктів до системних програм розвитку культурного, екологічного та сталого туризму, спрямованих на становлення основи підприємств економіки (World Bank, 2026).

Побудова туристичної політики є складним процесом, котрий формується під впливом комплексу економічних, соціальних, політичних та технологічних чинників. В умовах сучасності туристична політика держави залежить від внутрішніх ресурсів і від глобальних напрямів розвитку світового туризму. Важливу роль відіграють економічний стан країни, рівень інфраструктури, культурно-історичний потенціал, географічне положення, державна підтримка та розвиток малого і середнього бізнесу у сфері туризму (Папп & Бошота, 2024).

Світовий банк впливає на формування туристичної політики через глобальні та регіональні дослідження, технічну допомогу та аналітичні публікації у сфері туризму. За останнє десятиліття підготовлено понад 110 публікацій, спрямованих на аналіз туристичних даних, збереження культурної

спадщини, розвиток сталого туризму та попиту на туристичні послуги. Значна увага приділяється моніторингу туристичних тенденцій, підготовці тематичних звітів і поширенню знань через міжнародні дослідницькі платформи, що сприяє формуванню ефективної туристичної політики на глобальному та регіональному рівнях (World Bank, 2026).

Сучасні споживчі вподобання демонструють прагнення туристів до самовипробування в екстремальних умовах та віддаленості від цивілізації. Паралельно з цим актуалізуються технологічні види туризму: космічний, підводний та повітряний. Поява цих ніш створює нові типи викликів і ризиків для галузі (Кривега & Сухарева, 2023).

Світовий банк вибудовує стратегічний курс розвитку туризму на основі «теорії змін», яка визначає взаємозв'язок між проблемами розвитку, проєктною діяльністю та довгостроковими результатами. До основних бар'єрів, що стримують потенціал країн, належать:

- обмежений доступ до фінансування та землі;
- нестача ринкових даних;
- слабкі туристичні інституції;
- недостатній рівень навичок і можливостей⁴
- низька якість інфраструктури;
- погана транспортна доступність.

Для подолання цих перешкод Світовий банк пропонує комплексні рішення:

- покращення інвестиційного середовища дестинацій;
- залучення приватного капіталу;
- розвиток малого і середнього бізнесу;
- удосконалення маркетингу та збору туристичних даних;
- зміцнення державних інституцій;
- розвиток інфраструктури;
- захист природних і культурних ресурсів дестинацій (World Bank et al., 2014).

Пріоритетними напрямками майбутньої туристичної політики є клієнтоорієнтованість, міжвідомча співпраця, стратегічні інвестиції та впровадження принципів сталого розвитку. Створення єдиної системи моніторингу результатів дозволить підвищити ефективність проєктів, забезпечуючи створення робочих місць і стабільне економічне зростання дестинацій (World Bank, 2026).

Отже, Світовий банк відіграє домінуючу роль у формуванні глобального туристичного порядку денного. Завдяки поєднанню фінансових інструментів та аналітичної підтримки, інституція сприяє подоланню інституційних бар'єрів та підвищенню конкурентоспроможності галузі. Курс Світового Банку, орієнтований на інновації та стійкість, забезпечує довгостроковий розвиток світового туризму в умовах глобальних трансформацій.

Список використаних джерел:

Кривега, Л., & Сухарева, К. (2023). Сучасний туризм: Філософія змін, проблеми та виклики. *Філософія*, 94(17), 22–29. <https://doi.org/10.32782/hst-2023-17-94-03>

Папп, В. В., & Бошота, Н. В. (2024). *Туристична політика: Навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня освіти спеціальності 242 «Туризм і рекреація»*. МДУ. http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/11530/1/Tourism_policy_a_study_guide_for_students_of_the_second.pdf

World Bank. (2026). *Tourism for development: Lessons learned from a decade of World Bank experience*. <http://hdl.handle.net/10986/44275>

World Bank, Global Facility for Disaster Reduction and Recovery, & United Nations Development Programme. (2014). *Post-disaster needs assessment guidelines: Volume B - Tourism*. ReliefWeb. <https://reliefweb.int/report/world/pdna-guidelines-volume-b-tourism>



АМБАСАДОРИ ГЕОТУРИЗМУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК УПРАВЛІННЯ ГЕОСПАДЩИНОЮ В УКРАЇНІ

Оксана Шевчук

фахівець навчально-виробничої лабораторії

«Навчальна туристична агенція»,

географічний факультет,

Львівський національний університет імені Івана Франка

e-mail: oksana.shevchuk@lnu.edu.ua

Альбертина Бучинська

завідувач Мінералогічного музею імені Євгена Лазаренка,

геологічний факультет,

Львівський національний університет імені Івана Франка

e-mail: albertyna.buchynska@lnu.edu.ua

Катерина Бурбан

завідувач Лабораторії мінералого-петрологічних досліджень,

геологічний факультет,

Львівський національний університет імені Івана Франка

e-mail: kateryna.burban@lnu.edu.ua

Уже багато десятиліть серед подорожуючих спостерігаємо інтерес до абіотичних елементів ландшафту відвідуваних ними територій. Якщо раніше для туристів достатньо було помилуватися незвичними краєвидами і окремими естетично привабливими об'єктами неживої природи, то зараз більшість з них з цікавістю пізнає геологічну будову і дізнається про причини та умови утворення рельєфу й окремих його елементів. Такий інтерес до наук про Землю, зокрема, геологію і геоморфологію, дуже активізує дослідників, які активніше працюють над збереженням і популяризацією геоспащини, створюють доступне для розуміння пересічних людей інформаційно-освітнє забезпечення для окремих

об'єктів і територій. Цей вид туризму також надзвичайно корисний для багатьох регіонів з привабливими ландшафтами, об'єктами геологічної спадщини, давніми традиціями видобутку корисних копалин та іншою діяльністю, пов'язаною з геологічною будовою і рельєфом. Тут організація геотуристичних мандрівок та різноманітних геотуристичних занять дає змогу забезпечити стабільність економічного розвитку на принципах сталого (зрівноваженого) господарювання. У багатьох країнах світу геотуризм активно розвивають і просувають регіональні геотуристичні продукти як на внутрішніх, так і на міжнародному туристичних ринках.

Термін «геотуризм» (англ. *geotourism*) вперше вжив британський вчений Томас Хосе (Hose, 2012) і визначив його як певний спосіб дії: *«надання такого освітнього забезпечення і послуг, щоб окрім отримання звичайних естетичних вражень, уможливити туристам розуміння геології і геоморфології місця (включаючи його роль у розвитку наук про Землю)»*. Пізніше з'явилися інші подібні дефініції геотуризму, але суть та визначальні ознаки цього виду туризму залишилися однаковою – потужне інформаційно-освітнє забезпечення, спеціальна інфраструктура за необхідності, розрахований на широке коло споживачів.

Геотуризм активно і успішно розвивається в різних країнах світу, він досить тісно пов'язаний з природоохоронною діяльністю, а для деяких регіонів і заповідних територій є визначальним. Найвдалішою формою реалізації геотуристичних ініціатив та перетворення цього виду туризму на пріоритетний у регіонах є створення геопарків. За визначенням ЮНЕСКО (UNESCO Global Geoparks, 2026), геопарк – це територія з цінними, рідкісними (чи унікальними) геолого-геоморфологічними об'єктами і ландшафтами, якою управляють відповідно до загальної цілісної концепції охорони, освіти та сталого (зрівноваженого) розвитку. Окрім об'єктів, що репрезентують геолого-геоморфологічну спадщину, в межах геопарків захищають також інші природні, археологічні, екологічні, історичні та культурні цінності. Геопарки за своїм значенням поділяються на *локальні (регіональні), національні та глобальні*. Однією з головних цілей, які ставлять перед собою усі геопарки, є поліпшення і розширення способів охорони, облаштування і популяризації геологічних і геоморфологічних об'єктів, що є на їхніх територіях. Для цього геопарки постійно експериментують, розвивають і поліпшують методи діяльності та підтримують наукові дослідження у різних напрямках галузі наук про Землю, а також об'єднуються у мережі геопарків для полегшення виконання цих завдань. Під егідою ЮНЕСКО на території Європи сформована і активно діє Європейська мережа геопарків (EGN), яка станом на 2025 рік налічувала 113 глобальних геопарків ЮНЕСКО у 28 країнах, що працюють разом з 2000 року (European Geoparks Network, 2026). Усі європейські геопарки є членами Глобальної мережі геопарків, яка охоплює усі наявні геопарки високого рангу у різних країнах світу.

В Україні подорожі до місць з естетично привабливими ландшафтами та цікавими природними утвореннями чи пам'ятками давнього гірництва користуються популярністю віддавна. Але власне геотуристичними об'єктами їх робить фахове інформаційно-освітнє забезпечення та мета подорожі. На

законодавчому рівні в нашій країні геотуризм не визнано окремим видом туризму, як і в багатьох інших країнах. Проте просуванням цього виду туризму займається ціла низка зацікавлених наукових і виробничих організацій, освітніх закладів різного рівня, природоохоронних установ, локальних і регіональних організаторів туризму та інших. Вони досліджують потенційні геотуристичні об'єкти та фахово створюють їх інформаційно-освітнє забезпечення, формують плани і програми розвитку геотуризму на локальному і регіональному рівні, реалізують проєкти щодо різних аспектів геотуризму – від облаштування геооб'єктів до створення геотуристичних стежок і шляхів, видання геотуристичних путівників та іншої продукції геотуристичного спрямування.

Про наукове забезпечення розвитку геотуризму можна довідатися з наукових статей та матеріалів конференцій, про реалізацію локальних і регіональних ініціатив – на сайтах регіональних туристичних управлінь, окремих громад, міжнародних програм, які надавали фінансування на реалізацію таких проєктів, а також на окремих спеціально створених сайтах цих геотуристичних ініціатив та в широкому спектрі регіональних засобів масової інформації.

Однією з найпотужніших платформ з обміну досвідом у сфері геотуризму стала Міжнародна науково-практична конференція «Геотуризм: практика і досвід», яка вперше розпочала свою роботу у 2014 році як один із заходів міжнародного польсько-українського проєкту «Гео-Карпати – створення польсько-українського туристичного шляху», реалізованого в рамках Програми добросусідства Польща-Білорусь-Україна у 2013-2015 роках. Його розробниками і реалізаторами стали навчальні заклади в Польщі та Україні: Державна Вища професійна Школа імені Станіслава Пігоня у Кросно (Республіка Польща) та Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна), а саме геологічний та географічний факультети. Проєкт мав на меті розвиток туристичної привабливості й зростання конкурентноздатності польсько-українського транскордонного регіону через створення спільного геотуристичного шляху та умов для розвитку туристичної інфраструктури. Його результатом стало опрацювання концепції та облаштування транскордонного геотуристичного шляху довжиною понад 700 км, який пролягає гірськими масивами Кросненського та Перемишльського підрегіонів Польщі та Львівщини і Івано-Франківщини України. У межах цього шляху розміщено 28 інформаційних таблиць з описом найважливіших геотуристичних атракцій. В якості об'єктів геоспадщини було обрано певні типи об'єктів: геологічні відслонення з документацією етапів геологічного розвитку та катастрофічних процесів минулих років, унікальні скельні та долинні форми рельєфу, сліди прояву і давні розробки нафти і газу, місця знаходження важливих палеонтологічних знахідок. Одні з цих об'єктів мали вже тривалу історію туристичного використання, а інші були відомі тільки фахівцям-геологам та освітнім групам. Важливими складовими впровадження транскордонного шляху «Гео-Карпати» були розробка путівника та геотуристичних карт шляху, а також підготовка провідників по розбудованому шляху.

Після закінчення проєкту у травні 2015 р. створено геотуристичну спільноту «Geoattractions» (Geoattractions: геотуристична спільнота, 2026), якою на базі вже

існуючого геотуристичного шляху та з поступовим розширенням території і видів діяльності, було розроблено і впроваджено у співпраці із туристичними та освітніми групами Львова низку геотуристичних продуктів, які мають попит у населення. Геотуристична спільнота «Geoattractions» популяризує геотуризм через:

- *Проведення геотуристичних екскурсій.* На даний момент розроблено приблизно 25 геотуристичних маршрутів різної тривалості (від одноденних і дводенних до тижневих), дальності (по Львівщині, в сусідніх областях, далекі виїзні по Україні та закордонні – Польща, Литва, Кіпр, Словаччина);
- *Поїздки на мінералогічні виставки,* де можна не лише ознайомитися з мінералогічними цікавинками з усього світу, але й легально придбати зразки для власних мінералогічних колекцій;
- *Участь у міських подіях Львова:* «Інноваційна весна», «Наукові пікніки», «Книжкові форуми», «Ярмарок професій» та інших;
- *Заняття з дітьми* – геологічний гурток, майстер-класи, уроки та дитячі екскурсії;
- *Проведення науково-популярних лекцій,* спрямованих на поширення геологічних знань серед зацікавлених любителів геології та, як доводить наш досвід, доволі популярні.

«Geoattractions» відкриті для співпраці як із спеціалістами-геологами, так і туристичними фірмами, клубами, гуртками тощо. Власне за безпрецедентної підтримки «Geoattractions», геологічного і географічного факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка Міжнародна науково-практична конференція «Геотуризм: практика і досвід» (Геотуризм: практика і досвід, 2014, 2016, 2018, 2020, 2022, 2024, 2026) стала популярним майданчиком для зустрічі вітчизняних та зарубіжних амбасадорів геотуризму, де вони можуть представити свої ідеї чи реалізовані проекти. Щиро запрошуємо усіх зацікавлених до співпраці!

Список використаних джерел:

Геотуризм: практика і досвід (2014). Матеріали міжнародної наукової конференції / Ред. Л.З. Скакун, І.М. Бубняк. Львів: НВФ «Карти і атласи», 152 с.

Геотуризм: практика і досвід (2016). Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції (5–7 травня 2016, Львів). Львів: НВФ «Карти і Атласи», 168 с.

Геотуризм: практика і досвід (2018). Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (26–28 квітня 2018, Львів). Львів: Каменяр, 256 с.

Геотуризм: практика і досвід (2020). Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (22–24 жовтня 2020, Львів). Львів: Каменяр, 188 с.

Геотуризм: практика і досвід (2022). Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (20–22 жовтня 2022, Львів). Львів: Каменяр, 124 с.

Геотуризм: практика і досвід (2024). Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (25–28 квітня 2024, Львів). Львів: Каменяр, 172 с.

Геотуризм: практика і досвід (2026). Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (16–19 квітня 2026, Львів). Львів: Каменяр, 180 с.

Скакун Л., Зінько Ю., Бучинська А., Внук Я., Райхель Р. (2012). Українсько-польських геотуристичний шлях «Гео-Карпати». *Вісник Львівського університету. Сер. міжнародні відносини*, 29 (2), 269–274.

European Geoparks Network (2026). *Facebook* <https://www.facebook.com/europeangeoparks/>

Geoattractions: геотуристична спільнота (2026). *Facebook*
<https://www.facebook.com/geoattractions>
Hose T. A. (2012) Editorial: Geotourism and Geoconservation. *Geoheritage*, Vol. 4, 1–5.
<https://doi.org/10.1007/s12371-012-0059-z>.
UNESCO Global Geoparks / Earth Sciences / UNESCO (2026).
<http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>



ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ ТАЙВАНЮ

Арсеній Шкурко

студент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
E-mail: arsenii.shkurko@student.karazin.ua

Максим Онацький

доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
кандидат історичних наук, доцент
E-mail: m.j.onatskij@karazin.ua

Сучасна туристична галузь характеризується інтенсивним впровадженням інноваційних технологій. Одним із лідерів у цій сфері є Тайвань. Країна є одним із провідних виробників високих технологій і активно впроваджує їх у різних сферах економіки. Однією з таких сфер є туризм. Уряд Тайваню поставив амбітну мету – до 2030 р. створити потужну туристичну індустрію вартістю в трильйон доларів (The American Chamber of Commerce in Taiwan [AmCham], 2025).

В 2023 р. було ухвалено оновлений план T2025 2.0. Цей документ передбачає розвиток сталих (т. зв. «розумних») мальовничих зон та модернізацію системи діджитал-управління (The Legal 500, n.d.). Реалізація плану T2025 2.0. сприяла збільшенню напливу іноземних туристів: у 2025 р. їх кількість становила близько 8.5 млн. осіб, що наблизилось до показників 2019 р. (~11.8 млн. осіб) (Tourism Administration, n.d.-b).

Ключовим елементом процесу цифровізації туристичного сектору Тайваню стало створення спеціального сервісу – туристичної бази даних. Ця платформа призначена для розроблення інформаційних панелей, що забезпечують наочну візуалізацію статистичних даних у сфері туризму. Вона має забезпечити доступ до баз даних для державних установ, приватних підприємств, а також розробників туристичного контенту (Tourism Administration, 2024).

У 2024 р. в Тайвані розпочалась реалізація стратегії «Smart Scenic Area Transformation», яка фокусується на цифровій трансформації в трьох напрямках: «розумне управління», «розумні сервіси» та «розумний маркетинг».

Перший напрям реалізується через впровадження штучного інтелекту. Для ідентифікації місцезнаходження відвідувачів та їх попередження в разі небезпеки на Тайвані запроваджено систему відеоспостереження «AI-zip».

Другий напрям пов'язаний із персоналізацією контенту для клієнта. Створення веб-додатків та використання аудіогідів дозволяє туристам отримати уявлення щодо маршрутів, які їх цікавлять.

Третій напрям включає розвиток локальних брендів та об'єднання комерційних послуг в єдиний цифровий інтерфейс. Окремої уваги заслуговує проєкт «Vike Metaverse», який дозволяє велосипедистам з усього світу віртуально приймати участь у змаганнях, що проводяться на Тайвані (Tourism Administration, 2024).

Мобільна система країни забезпечує надання інформації про можливості здійснення поїздок маршрутами острова. Так, додаток «Go! Taipei Metro» дозволяє планувати маршрути в метро; «Bus+ Taiwan» в реальному часі відстежує рух автобусів на Тайвані; «T Express» надає дані про залізничну інфраструктуру та доступ до швидкісного транспорту; «YouBike 2.0» надає можливість орендувати міські велосипеди; «Tripool» – додаток для міжміських чартерних поїздок.

Окремо слід охарактеризувати цифрові платіжні системи Тайваню. Серед них особливу позицію займає LINE Pay, якою користуються як великі мережі, так і малий та середній бізнес. Додаток Easy Wallet став цифровим продовженням карти EasyCard, дозволяючи користувачам слідкувати за станом рахунку та здійснювати оплату через смартфон.

Важливою складовою туристичного сектору є готельна сфера. Найбільшим готельним оператором Тайваню є компанія Dnqian. Вона є лідером у впровадженні сервісних роботизованих систем, використання яких дозволяє вирішувати проблему дефіциту робочої сили, особливо під час нічних змін. Операційні дані свідчать про те, що один робот-кур'єр може здійснювати до 200 доставок на вихідні дні (Taiwanderers, n.d.).

Інноваційна модернізація туристичної галузі на Тайвані відбувається також і через застосування AI та VR-технології. Так, використання AI технологій дозволяє впроваджувати перекладачі в аеропортах та туристичних центрах, що забезпечує безперешкодний зв'язок на 5 мовах, включаючи діалекти, що значно покращує інклюзивність сервісу (Tourism Administration, 2024).

На Тайвані застосування цифрових технологій більш помітне в найбільших містах острова. Так, Гаосюн реалізує проєкт «Smart Lighthouse AI», інтегруючи телеком-сервіси з візуально-мовними моделями Nvidia для здійснення екологічного моніторингу. В Таюані запроваджено AI-контрольовані світлофори, що розташовані на дорогах з високою щільністю руху. Тайбей запровадив систему цифрових токенів через Mobile Payment App, що стимулює мешканців міста та туристів до більш дбайливого ставлення до навколишнього середовища (Taiwan Business Topics, 2025).

Слід зазначити, що разом із беззаперечними перевагами стрімка цифровізація несе в собі також і значні ризики, які влада Тайваню намагається зменшити шляхом ухвалення та впровадження відповідних законів. Так, у

листопаді 2025 р. були прийняті поправки до Закону про захист персональних даних, які значно наблизили тайванське законодавство до європейського. Також було створено Комісію із захисту персональних даних, яка буде здійснювати нагляд та проводити інспекції. За недотримання заходів безпеки або приховування фактів витоку даних передбачені штрафи на суму до 15 мільйонів тайванських доларів. Компанії зобов'язані негайно інформувати як регулятора, так і постраждалих осіб про інциденти, пов'язані з витоком персональних даних (The Legal 500, n.d.).

Не дивлячись на значні виклики в сфері кібербезпеки, Тайвань перетворюється на одного з провідних розробників нових технологічних рішень у сфері туризму. Тайвань успішно демонструє, як технологічна нація може використовувати свій ІТ-потенціал для трансформації одного з найбільших секторів економіки, роблячи його більш сучасним, безпечним та привабливим. Ідея створення потужної туристичної індустрії до 2030 року виглядає цілком досяжною метою за умови збереження теперішніх темпів впровадження інновацій та ефективного балансування між технологічним прогресом і захистом прав споживачів.

Список використаних джерел:

AI in Taiwan: A Tale of Three Smart Cities. (2025, October). *Taiwan Business Topics*. <https://topics.amcham.com.tw/2025/10/a-tale-of-three-smart-cities/>

Taiwan: Data Protection & Cybersecurity. In *Country Comparative Guides | The Legal 500*. <https://www.legal500.com/guides/chapter/taiwan-data-protection-cybersecurity/>

Digital Transformation | Annual Report on Tourism 2024 Taiwan, Republic of China. (2024). *Tourism Administration, Ministry of Transportation and Communications*. https://admin.taiwan.net.tw/upload/contentFile/auser/b/annual_2024_hm/en/05_Smart_Scenic_Area.html

Statistics Release-Tourism Administration, M.O.T.C. Republic of China. *Tourism Administration, Ministry of Transportation and Communications*. <https://admin.taiwan.net.tw/english/info/News?a=1329>

Taiwan Apps – 25 Best Taiwan Free Phone Apps for Travellers. *Taiwanderers*. <https://taiwanderers.com/taiwan-phone-apps/>

The Tourism Administration's Future Tourism Policies and Key Governance Points. *Tourism Administration, Ministry of Transportation and Communications*. <https://admin.taiwan.net.tw>

Travel & Tourism Committee 2025. White Paper Issues. (2025, June). *The American Chamber of Commerce in Taiwan*. <https://amcham.com.tw/2025/06/2025-travel-tourism/>

ГОСПОДАР АГРОСАДИБИ ЯК МЕДІАТОР ВЕЛНЕС-ДОСВІДУ: ПОВЕДІНКОВИЙ АНАЛІЗ ЗА Л. КРОНБАХОМ

Галина Щука

професор кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II,
доктор педагогічних наук, професор

E-mail: galina_shchuka@ukr.net

Сучасний сільський туризм перебуває на етапі трансформації, що пов'язана зі зміщенням акцентів від традиційних рекреаційних функцій до формування комплексного досвідо-орієнтованого продукту (Pine & Gilmore, 2013). Зростає увага до питань регенерації територій, підвищення якості життя місцевих громад, трансформаційного та оздоровчого потенціалу туристичного досвіду (European Committee of the Regions, 2024). У цьому контексті розвиток велнес-парадигми (Shchuka et al, 2026) сприяє інтеграції оздоровчих практик у сільські простори, формуючи передумови для становлення агровелнес-туризму (Ekonomou et al, 2023).

Водночас емпіричні спостереження та наукові дослідження засвідчують, що ефективність функціонування агровелнес-локацій не обмежується матеріальною інфраструктурою чи стандартами сервісу. Натомість ключового значення набувають нематеріальні чинники, зокрема ціннісні орієнтири, етичні практики та специфіка взаємодії між господарем і відвідувачем (Naderi et al., 2019; Wiguna & Triana, 2025). У цьому контексті концепт «місцевої мудрості» розглядається як сукупність культурно зумовлених знань і практик, що формують унікальний соціально-психологічний мікроклімат дестинації.

Особливу роль у цьому процесі відіграє господар агросадоби, функції якого виходять за межі традиційного управління та сервісного обслуговування. Він виступає як медіатор туристичного досвіду, забезпечуючи узгодження між простором, практиками та очікуваннями відвідувача. Саме через таку медіацію відбувається трансформація агросадоби з об'єкта розміщення у середовище з терапевтичним потенціалом, де поєднуються рекреаційні, культурні та відновлювальні функції.

Для пояснення механізмів впливу господаря агросадоби на психоемоційний стан і поведінку гостя доцільним є використання поведінкової моделі, що базується на семи компонентах за Л. Кронбахом (Cronbach, 1972). Інтеграція цих компонентів у трирівневу структуру агровелнес-взаємодії дозволяє системно описати динаміку туристичного досвіду як послідовний процес змін – від початкового наміру до формування стійкого емоційного зв'язку з дестинацією. У такій моделі господар агросадоби виступає не лише організатором послуг, а медіатором, який координує когнітивні, емоційні та поведінкові реакції гостя на кожному етапі (Таблиця 1).

Таблиця 1.

Операціоналізація трирівневої моделі агровелнес-взаємодії (на основі компонентів поведінки за Л. Кронбахом)

Етап	Компоненти поведінки	Зміст етапу	Роль господаря	Індикатори / метрики
I. Рекреація (базовий рівень)	Ціль, готовність, обставини	Формування мотивації відвідувача, первинна стабілізація психоемоційного стану, адаптація до середовища	Узгодження очікувань гостя з умовами агросадиби	Рівень стресу (самооцінка, шкала 1–10); чіткість мотивації (шкала Лайкерта); відповідність очікувань (%); індекс сприйнятої безпеки
II. Розвиток (рівень активної взаємодії)	Інтерпретація, взаємодія	Сенсорне сприйняття середовища, емоційне залучення, участь у діяльності, формування досвіду	Фасилітатор досвіду; стимулювання активної участі та залученості туриста	Рівень залученості (%); тривалість участі (год/день); кількість активностей (од. на візит); емоційний стан (самовідчуття)
III. Стан цілісності (екзистенційна єдність)	Наслідок, реакція на розчарування	Інтеграція досвіду, формування відчуття цілісності, оцінка автентичності та задоволеності	Медіатор автентичності; забезпечення узгодженості та «щирості» досвіду	Рівень задоволеності (%); індекс готовності рекомендувати; намір повторного відвідування (%); рівень сприйнятої автентичності

Початковий етап – рекреація – пов’язаний з потребою туриста у відновленні та зниженні рівня стресу (Smith, 2024). Водночас важливу роль відіграє його готовність (психологічна, мотиваційна та фінансова), яка визначає ступінь відкритості до досвіду (Chanwanakul, 2026) та фізичне й соціальне середовище агросадиби, яке має відповідати очікуванням туриста і створювати відчуття безпеки (Sangnak, 2024). На цьому рівні господар виконує функцію первинної селекції та узгодження: він співвідносить мотивацію гостя з можливостями простору, фактично здійснюючи роль «етичного фільтра» і забезпечуючи відповідність між очікуваннями та реальністю.

Другий етап – Розвиток – характеризується переходом від пасивного сприйняття до діяльнісної участі (робота на землі, майстер-класи, догляд за тваринами), що сприяє набуттю нових навичок і формуванню адаптивних стратегій (Schlinger, 2003; Chanwanakul, 2026). Гість починає інтерпретувати середовище не лише раціонально, а й через сенсорний та інтуїтивний досвід: сприйняття запахів, звуків, ритмів фермерського життя, що формує відчуття автентичності (Huang & Rust, 2018). У цій фазі господар виступає фасилітатором досвіду: він скеровує інтерпретацію середовища, задає контекст діяльності та стимулює перехід від спостереження до залученості.

Фінальний етап – Стан цілісності (екзистенційна єдність) – відображає інтеграцію отриманого досвіду та його закріплення у свідомості туриста. Це

формування цілісного переживання, яке може досягати стану гармонізації з природним середовищем або так званої «впливової автентичності» (Ivanovich & Saayman, 2015). Водночас важливим індикатором якості досвіду є реакція на можливе розчарування: у випадку невідповідності між очікуваннями та реальністю відбувається блокування трансформаційного ефекту, тоді як позитивний досвід підвищує ймовірність повторних візитів і формування лояльності (Chanwanakul, 2026). На цьому етапі господар забезпечує когерентність і «щирість» досвіду, мінімізуючи ризики розриву між заявленою та реальною цінністю агровелнес-продукту.

Таким чином, запропонована модель демонструє, що ефективність агровелнес-дестинації визначається не лише якістю інфраструктури, а передусім здатністю господаря управляти поведінковою динамікою гостя через послідовне поєднання цілей, середовища, досвіду та результатів. Це дозволяє розглядати агросадибу як інтегровану систему, де взаємодія людини і простору набуває трансформаційного характеру.

Список використаних джерел:

Sangnak, D., Poo-Udom, A., Tamnanwan, P., Kongduang, T., & Chanthothai, S. (2024). Agritourism as a catalyst for sustainable rural development: Innovations, challenges, and policy perspectives in the post-COVID-19 era. *Journal of Human, Earth, and Future*, 5(3), 427–438. <https://doi.org/10.24294/jipd11185>

Chanwanakul, S. (2026). The Behavior of Thai Tourists in Wellness Tourism at Khung Bangkachao, Samut Prakan, Thailand. *Journal of Contemporary Social Sciences and Humanities*, 13(1), 37–49. <https://doi.org/10.59796/jcsh.v13i1.37-49>

Cronbach, L.J. (1972). The dependability of behavioral measurements. *Theory of Generalizability for Scores and Profiles*, 12(5), 1–33.

Ekonomou, G., Kallioras, D., Menegaki, A. N., & Alvarez, S. (2023). Tourist Preferences for Revitalizing Wellness Products and Reversing Depopulation in Rural Destinations. *Sustainability*, 15(24), 16736. <https://doi.org/10.3390/su152416736>

European Committee of the Regions (2024). *Tourism and rural development. Commission for Natural Resources*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2863/099682> (Accessed on 20.03.2026)

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155–172. DOI: 10.1177/1094670517752459

Ivanovich, K., & Saayman, M. (2015). Authentic economy and the transmodern tourism experience. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 21(sup-1), 11–26.

Naderi, A., Nasrolahi Vosta, L., Ebrahimi, A., Jalilvand, MR. (2019). The contributions of social entrepreneurship and transformational leadership to performance: Insights from rural tourism in Iran. *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 39 No. 9-10 pp. 719–737, doi: <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2019-0124>

Pine, B.J., II, & Gilmore, J.H. (2013). The experience economy: Past, present and future. In Sundbo, J. & Sørensen, F. (Eds.) *Handbook on the experience economy*. Edward Elgar Publishing, 21–44. <https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007>

Schlinger, Henry D. (2003). *The Myth of Intelligence*. The Psycho- logical Record, 53 (1), 15–32.

Shchuka, H. P., Khanas, U. Y., & Nestoryshen, I. V. (2026). The genesis and evolution of the Wellness Concept in Scientific Discourse. *Acta Academiae Beregsiensis: Geographica et Recreatio*, (1), 47–56. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2026-1-10>

Smith, M. K. (2024). New Trends in Wellness Tourism: Restoration and Regeneration. In Morrison, A. M. and Buhalis, D. (eds) *Routledge Handbook of Trends and Issues in Global Tourism Supply and Demand*.

Wiguna, I. G. B. A., & Triana, D. S. (2025). Balinese local wisdom in wellness tourism: A study of traditional healing practices in Ubud. *Sibatik Journal*, 5(1), 99–108. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v5i1.4214>



ОСНОВНІ НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ «М'ЯКОЇ СИЛИ» КИТАЮ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Марина Яценко

студентка кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

E-mail: yatsenko.maryna@student.karazin.ua

Науковий керівник: к.е.н. Шамара І.М.

В умовах сучасної трансформації світового порядку країни світу забезпечують собі гідне місце у ньому все частіше на підставі м'яких методів, відмовляючись від військового чи економічного примусу. Сукупністю ненасильницьких засобів впливу є «м'яка сила» (“soft power”), концепція якої була висловлена американським політологом Джозефом Наєм у 1990 році. Інструменти цієї концепції формують позитивний імідж країни на міжнародній арені, роблять її привабливою в очах громадян інших держав. Напрямами м'якої сили держави у зовнішній політиці є, перш за все, публічна дипломатія – демонструє політичну ідеологію та стратегію країни, формує громадську думку щодо держави. Культурна, як складова публічної, – просуває національну мову, традиції, мистецтво. Окремо варто виділити економічні інструменти, які сприяють гармонійній взаємодії акторів міжнародних відносин у торгівлі та інвестиціях (Дорош & Яблонська, 2021).

Китайська Народна Республіка не є виключенням і активно використовує засоби непрямого впливу задля зміцнення своїх позицій на міжнародній арені. «М'яка сила» Китаю втілюється переважно за допомогою самого уряду, який паралельно, як підкреслює О. Заболотна: “провадить антидемократичну зовнішню політику і підтримує авторитарні режими”, що ставить під сумнів чистоту намірів (Заболотна, 2023).

Для формування громадської думки, у межах публічної дипломатії китайський уряд використовує державні медіа. Наприклад, інформаційна агенція “Xinhua” та мережа телеканалів China Global Television Network – поширюють новини та розважальні програми декількома мовами, транслюють погляд Китаю на міжнародні події. Водночас інформація суворо контролюється та цензурується Комуністичною партією Китаю. Це дозволяє владі поширювати лише вигідні для себе наративи, наприклад, ставити економічне зростання вище за демократичні цінності. Через це китайські медіа часто втрачають авторитет за

кордоном, і замість покращення іміджу Китаю вони отримують протилежний ефект. Однак населення країн, що розвиваються, часто не має змоги критично фільтрувати пропаганду. Саме тому Китай робить ставку на ідеологізацію цих регіонів, надаючи дешевий, порівняно з конкурентами, ресурс для отримання інформації. Країни ж Заходу заважають приховувати або виправдовувати неприпустимі подробиці китайської політики, зокрема порушення прав національних меншин (уйгурів) та дискредитацію уряду Тайваню, активно звітуючи у власних медіаресурсах, що помітно дратує Пекін (Дорош & Яблонська, 2021; Chandra & Sinha, 2024).

Першорядним інструментом втілення культурної дипломатії Китаю є мережа Інститутів Конфуція (з 2004 р.) – понад 500 освітніх закладів по всьому світу, що орієнтовані на популяризацію китайської мови і культури, та працюють у складі закордонних університетів. Перший ІК в Україні був заснований у Харківському національному університеті ім. В. Н. Каразіна у 2008 році. Діяльність ІК охоплює освітній напрям – курси з китайської мови, організація стажувань у Китаї, підготовка кадрів. Проте, політика ІК змушує приймаючі установи та закордонних співробітників кооперувати з китайською цензурою, що обмежує академічну свободу. Для зменшення напруги, у 2020 р. керуючу ІК урядову штаб-квартиру ХаньБань було формально реформовано до громадської організації, однак, критики не відмовилися від своїх підозр щодо сутності Інститутів Конфуція як осередку пропаганди та завербовування молоді на підтримку потенційно небезпечних політичних ініціатив КНР (Заболотна, 2023; Мателешко, 2022).

Варто згадати про такий стратегічний інструмент несилового впливу, як ініціатива «Один пояс, один шлях». Ця програма, запущена Китаєм у 2013 році, передбачає масштабну розбудову транспортної та логістичної інфраструктури між Азією, Африкою та Європою. Значні фінансові ресурси дозволяють КНР інвестувати у розвиток торговельних шляхів, що зміцнює зв'язки з країнами-учасниками. З одного боку, Китай позиціонує себе як вигідного економічного партнера, що сприяє спрощенню експорту й імпорту та стимулює міжнародну співпрацю. З іншого – він поступово нарощує свою присутність у регіонах, що створює ризики для економічного суверенітету держав-партнерів (Chandra & Sinha, 2024).

Сьогодні Китайська Народна Республіка активно працює над посиленням свого «м'якого» впливу в політичному, культурному та економічному вимірах. Використовуючи пропаганду культурних досягнень та економічних успіхів, Пекін намагається змістити акценти у світовому медіапросторі та сформувати лояльне ставлення до своєї політики серед міжнародної спільноти. Проте така стратегія часто викликає критику та серйозний осуд з боку демократичних держав, які вбачають у цьому загрозу міжнародним нормам і правам людини.

Отже, сучасна стратегія «м'якої сили» Китаю є унікальним синтезом культурної дипломатії, масштабних інвестицій та жорсткого інформаційного контролю. На відміну від західної моделі, де «м'яка сила» часто формується громадянським суспільством та культурою незалежно від держави, китайський підхід має чітко централізований, урядовий характер. Пекін успішно

використовує економічну привабливість та освітні мережі для просування власного політичного наративу, проте стикається з серйозним репутаційним опором через ідеологічну цензуру та звинувачення в порушенні прав людини. У підсумку ефективність китайської «м'якої сили» залишається вищою у країнах Глобального Півдня, тоді як у демократичному світі вона все частіше сприймається не як інструмент привабливості, а як засіб стратегічного тиску або «гострої сили» (sharp power).

Список використаних джерел:

- Дорош, Л., & Яблонська, М. (2021). «М'яка сила» Китаю: оцінка ефективності та реакція на сучасні виклики. *Гуманітарні візії*, 7(2), 22–27. <https://doi.org/10.23939/shv2021.02.022>
- Заболотна, О. (2023). Інститут Конфуція як освітній інструмент м'якої сили і його зв'язок із державною політикою КНР. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*, 4, 52–59. <https://doi.org/10.31499/2307-4906.4.2023.292339>
- Мателешко, Ю. П. (2022). Особливості інститутів Конфуція як інструментів «м'якого» впливу Китаю. У *Китайська цивілізація: традиції та сучасність: матеріали XVI міжнародної наукової конференції* (с. 114–117). <https://doi.org/10.36059/978-966-397-284-8-28>
- Chandra, R., & Sinha, M. (2024). China's soft power diplomacy in international politics: Strategies, means and implications. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), 1974–1988. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.2045>

Перелік закладів вищої освіти, державних та наукових установ України, представники яких приймали участь у конференції

1. Державне агентство розвитку туризму України
2. Державний торговельно-економічний університет
3. Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II
4. Західноукраїнський національний університет
5. Київський національний університет імені Тараса Шевченка
6. Київський національний університет технологій та дизайну
7. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
8. Криворізький національний університет
9. Криворізький державний педагогічний університет
10. Львівський національний університет імені Івана Франка
11. Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького
12. Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
13. Національний літературно-меморіальний музей Г.С. Сковороди
14. Національний університет «Одеська політехніка»
15. Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин
16. Обласний комунальний заклад «Харківський організаційно-методичний центр туризму»
17. Полтавський університет економіки та торгівлі
18. Харківська державна академія дизайну і мистецтв
19. Харківський академічний драматичний театр
20. Харківський історичний музей імені М.Ф. Сумцова
21. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
22. Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
23. Центр Східноєвропейських досліджень Варшавського університету
24. Черкаський державний технологічний університет
25. Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича
26. Чорноморський національний університет імені Петра Могили
27. Академія Замойська (Польща)
28. The Mieroszewski Centre (Poland)



Конференція зареєстрована в державній науковій установі
«Український інститут науково-технічної експертизи та інформації»,
посвідчення № 953 від 10 грудня 2025 р.

Адреса оргкомітету

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»,
кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу,
ауд. 366, майдан Свободи, 6, Харків, 61022

diplomacy@karazin.ua

ЕЛЕКТРОННЕ НАУКОВЕ ВИДАННЯ КОМБІНОВАНОГО ВИКОРИСТАННЯ
МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ В ЛОКАЛЬНОМУ ТА МЕРЕЖНОМУ РЕЖИМАХ

ТУРИЗМ ТА ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ

МАТЕРІАЛИ

ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З НАГОДИ МІЖНАРОДНОГО ДНЯ БАГАТОСТОРОННОСТІ І ДИПЛОМАТІЇ
В ІМ'Я МИРУ

1 травня 2026 року, м. Харків, Україна

Матеріали подаються в авторській редакції

Макет обкладинки М.В. Сідоров

Формат . Гарнітура Таймс.
Обл.-вид. арк. 11,98. Умовн. друк. арк. 9,58. Замовлення № 370/26

Системні вимоги:
Процесор Pentium-класу; ОС Windows 7/10; AcrobatReader 10.
Об'єм даних 4,1 Мб.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
м. Харків, 61022, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009 р.