

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм
Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньо-професійної
програми

_____ Валентина ДЕМКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

«16» вересня 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Лариса БОЛТЯНСЬКА
(підпис) (ім'я та прізвище)

«18» вересня 2024 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
на підготовку кваліфікаційної роботи для здобувачів
ступеня вищої освіти «Бакалавр»**

здобувача вищої освіти

Корнєвої Дар'ї
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Світові тренди розвитку туризму: досвід ЄС для України»

керівник роботи _____ к.е.н., доцент Наталія Почерніна
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «13» вересня 2024 року №418-С

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 12 червня 2025 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: науково-теоретична література; статистичні дані України; статистичні дані області; статистична звітність суб'єкта господарювання

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ.

Розділ 1. Імперативи поступу туризму у XXI столітті

Розділ 2. Успішні стратегії розвитку сталого туризму в ЄС

Розділ 3. Перспективи відновлення туристичного бізнесу в Україні
Висновки.
Список використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу: 12 рисунків, 13 таблиць

6. Дата видачі завдання «18» вересня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
1	Затвердження плану роботи	30.09.2024 р.	
2	Розділ 1 Імперативи поступу туризму у XXI столітті	28.03.2025 р.	
3	Розділ 2 Успішні стратегії розвитку сталого туризму в ЄС	24.04.2025 р.	
4	Розділ 3 Перспективи відновлення туристичного бізнесу в Україні	30.05.2025 р.	
5	Висновки, список використаних джерел	14.06.2025 р.	
6	Перевірка на плагіат	13.06.2025 р.	

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Дар`я КОРНЄВА
(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис)

Наталія ПОЧЕРНІНА
(ім'я та прізвище)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм
Спеціалізація (за наявності) _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

(підпис) Лариса БОЛТЯНСЬКА
(ім'я та прізвище)

« 19 » червня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему «Світові тренди розвитку туризму: досвід ЄС для України»

Здобувач вищої освіти: _____
(підпис)

Дар'я КОРНЄВА
(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник: _____
(підпис)

к.е.н., доцент Наталія ПОЧЕРНІНА
(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2025 р.

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ 1 Імперативи поступу туризму у ХХІ столітті	8
1.1 Глобалізація як чинник міжнародного туризму	8
1.2 Сталий розвиток як фактор трансформації туристичної сфери	14
Розділ 2 Успішні стратегії розвитку сталого туризму в ЄС	22
2.1 Особливості туристичної політики країн ЄС	22
2.2 Практики зеленого старт-туризму в європейському просторі	31
Розділ 3 Перспективи відновлення туристичного бізнесу в Україні	40
3.1 Технологічні інновації у сфері туризму	40
3.2 Організаційно-економічні фактори сприяння відновленню	50
Висновки	62
Список використаних джерел	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм як галузь економіки, що динамічно розвивається, відіграє важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку країни. В умовах глобалізації, економічних потрясінь та технологічних трансформацій міжнародний туризм переживає значні зміни. Це обумовлює підвищений інтерес до наукових розвідок у цій сфері. Зокрема, розвиток сталого туризму, впровадження інноваційних технологій, а також адаптація туристичних політик до сучасних реалій є актуальними аспектами, що потребують глибокого дослідження. Крім того, пандемія COVID-19, а також початок повномасштабної війни в Україні внесли корективи в туристичні процеси, вимагаючи пошуку нових підходів до відновлення та розвитку цієї галузі.

Наукова думка приділяє значну увагу аналізу сучасних світових трендів у розвитку туризму. Зокрема, цій темі присвячені статті Алієвої А., Павліхи Н. [2], Атаманчук З. [18], Кіш Г. [29], Крупіци І., Євтушок О., Киричук В. [32], Кукліної Т., Цвілого С., Журавльової С. [33] та інших.

Реалізація європейського та євроатлантичного курсу України зумовлює підвищений інтерес до вивчення позитивного досвіду країн-партнерів у сфері подорожей і туризму. Особливо важливим є дослідження практик сталого туризму у країнах ЄС, який може стати ефективною моделлю для відновлення туристичного бізнесу в Україні. Враховуючи специфіку розвитку туристичної інфраструктури та необхідність інтеграції сучасних технологічних та організаційних інновацій, це дослідження має вагоме значення для практики туризму в Україні, надаючи нові методи, підходи та рекомендації для організації відновлення туристичної сфери. Цим аспектам присвячені праці Шевченко Г., Петрушенко М., Буркинського Б., Хумарової Н., Коджебаш А. [10], Цвілого С., Оглобліної В., Демко В., Павлюка А., Пісецького М. [12], Заячківської Г., Вовк С., Церклевич В. [28], Миронова Ю. [34], Омельчак Г. [36], Почерніної Н. [42] та інших.

Метою даного дослідження є вивчення сучасних глобальних тенденцій розвитку туризму та досвіду країн Європейського Союзу реагування на них для виявлення перспективних напрямів відродження туристичної активності у повоєнній Україні.

Завдання дослідження

1. Дослідити роль глобалізації як чинника, що визначає міжнародний туризм у XXI столітті.
2. Охарактеризувати вплив концепції сталого розвитку на трансформацію туристичної сфери.
3. Виявити особливості європейської туристичної політики
4. Проаналізувати практики розвитку сталого туризму в країнах ЄС.
5. Виявити технологічні інновації, які доцільно використати для розвитку туристичної сфери в Україні.
6. Охарактеризувати організаційно-економічні фактори, що сприятимуть відновленню туристичного бізнесу в Україні у повоєнний період.

Об'єктом дослідження є сучасні глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму.

Предметом дослідження є досвід країн ЄС у відновленні туристичного бізнесу в постпандемічний період для його успішного використання в практиці повоєнного відродження України.

Методи дослідження. В роботі були використані монографічний аналіз при ознайомленні з науковими розробками по темі українських та іноземних вчених у підрозділі 1.1; статистичний (табличний та графічний) аналіз при описі глобальних трендів та результатів туристичних практик в ЄС в підрозділі 1.2 та розділі 2; логічний та аналітичні методи при формуванні пропозицій щодо імплементації позитивного досвіду країн ЄС в практику повоєнного відновлення туризму в Україні у розділі 3; метод узагальнень при формуванні висновків до кожного розділу та до кваліфікаційної роботи в цілому.

Елементи наукової значимості одержаних результатів. Наукова новизна дослідження полягає в системному аналізі глобальних туристичних

трендів та порівнянні практик сталого туризму, застосовуваних у Європейському Союзі, з позицій можливості їх впровадження у відновленні туристичного бізнесу в Україні на національному, регіональному та місцевому рівнях.

Теоретична значущість роботи полягає в узагальненні теоретичних та прикладних аспектів міжнародного туризму, сталого та інноваційного розвитку туристичної сфери країн ЄС, що дозволить розширити наукове розуміння інтеграції сучасних технологій у розвиток туристичного бізнесу.

Практична значущість роботи полягає в обґрунтуванні основних підходів для адаптації міжнародних практик до умов України, що може бути корисним для органів місцевої влади, туристичних компаній та інших стейкхолдерів при розробці стратегій повоєнного відновлення та розвитку туристичного бізнесу. Дослідження також містить пропозиції щодо впровадження технологічних інновацій та адаптації європейських практик сталого туризму до вітчизняних реалій.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел. Загальний обсяг роботи 73 сторінки. Робота ілюстрована 13 таблицями та 12 рисунками. Список літератури включає 62 джерела.

Ключові слова: глобальні туристичні тренди, концепція сталого туризму, зелений туризм, позитивні туристичні практики ЄС.

РОЗДІЛ 1.

ІМПЕРАТИВИ ПОСТУПУ ТУРИЗМУ У ХХІ СТОЛІТТІ

1.1 Глобалізація як чинник міжнародного туризму

Глобалізація, як складне і багатовимірне явище сучасності, визначає основні вектори розвитку не лише світової економіки та політики, але й соціокультурних процесів, до яких належить і міжнародний туризм. Сучасний світ є взаємозалежним, тому для усіх країн різних за рівнем розвитку та розташуванням існують спільні проблеми, для подолання яких необхідні спільні зусилля. На рисунку 1 відображені глобальні ризики, визначені Міжнародним економічним форумом у 2024 році для коротко- та довгострокового періодів.



Рис. 1.1 Глобальні ризики, ранжовані за спупенем серйозності в короткостроковій і довгостроковій перспективі

Джерело: [49, С. 8]

Рисунок 1 привертає увагу до домінуючих ризиків у часових проміжках 2 та 10 років. Так, у короткостроковій перспективі найбільшої ваги набувають технологічні ризики, на другому місці екологічні, на третьому – соціальні ризики. Проявляють себе також геополітичні та економічні ризики. А от у довгостроковій перспективі економічні та геополітичні ризики не відграють

значної ролі. Основі ризики представлені тріадою: 1 місце – екологічні, 2 – технологічні, 3 – соціальні ризики.

Такі відмінності прослідковуються і у сфері міжнародного туризму. Зокрема, у звіті Міжнародної туристичної організації « UNWTO World Tourism Barometer» 2020 року наголошувалось на короткострокових наслідках порушення технології наукових досліджень для міжнародного туризму: «Світ зіткнувся з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією в галузі охорони здоров'я, соціальної та економічної ситуації через пандемію COVID-19. Подорожі та туризм є одними з найбільш постраждалих секторів» [5, С. 1]. Однак, туристична сфера довела свою високу здатність додати короткострокові ризики. У статті Т. Кукліна Т., С. Цвілого, та С. Журавльової наголошується, що сектор подорожей розпочав упевнене відновлення у січні 2022 року [33, С. 14]. А уже у 2023 році міжнародний туризм за даними WTO завершив рік на рівні 88% від допандемічного по кількості міжнародних прибуттів [6].

Багато країн показали успішний приклад подолання викликів воєнного конфлікту. Л. Божко та В. Холодок звертають увагу на те, що «популярними туристичними країнами, що в недалекому минулому пережили воєнні дії на своїй території, є, наприклад, Кіпр, Єгипет, Ізраїль, Герцоговина, Боснія, Хорватія тощо» [21, С. 58]. Та навіть Україна у воєнний період демонструє факти стійкості туристичного сектору. Так, у публікації «Економічної правди» наголошується на тому, що «податкові надходження від засобів розміщення туристів у січні-березні 2023 року зросли в 10 регіонах України» [40]. А. Зарубіна, Е. Сіра, Л. Демчук підкреслюють активізацію внутрішнього туризму в умовно-безпечних регіонах (Львівщина, Івано-Франківщина та Закарпаття) та підвищення інтересу до екскурсій Київщиною та Полтавщиною [27]. Отже, туристичний сектор цілком здатен долати і геополітичні ризики у короткостроковому періоді.

Однак, довгостроковий розвиток галузі залежить від того, як вона готова реагувати на глобальні виклики сучасності. Передусім, слід взяти до уваги

глобальний тренд, пов'язаний з бурхливим розвитком сфери послуг, що на думку З. Атаманчук є наслідком формування економіки нового типу, у зв'язку з чим «для багатьох країн світу пріоритетною сферою економіки сьогодні стає саме міжнародний туризм» [18, С. 26].

Інші глобальні тренди відображають реагування галузі на довгострокові ризики, описані вище. Авторське бачення цього взаємозв'язку наведене на рисунку 1.2



Рис. 1.2 Глобальні туристичні тренди як вектори протидії глобальним ризикам

Джерело: побудовано автором на основі [9]

Домінування ідеї сталого туризму не викликає сумніву. На думку публіцистів, «“Сталість довкілля” вже не просто гасло, але насущна потреба» [22]. У звіті Організації економічного співробітництва OECD Tourism Trends and Policies 2024 першим ключовим пріоритетом політики туризму названо сприяння скоординованим діям для реалізації перспективної програми сталого туризму [9, С. 13]. Цей пріоритет зорієнтований на підвищення ролі туризму в боротьбі зі зміною клімату, на сприяння кращому управлінню потоками відвідувачів, диверсифікації туристичної пропозиції та розвитку критично важливої інфраструктури. У цьому контексті туристична інфраструктура постає не як ізольована система, що функціонує локально, а як інтегрований елемент глобального простору, що зазнає безперервного впливу транснаціональних процесів, трансформацій ринкових структур і новітніх технологічних трендів.

Одним із ключових чинників, що демонструє вплив глобалізації на туристичну інфраструктуру, є уніфікація та стандартизація сервісів на міжнародному рівні. Так, у сфері транспорту відбувається модернізація аеропортів з перетворенням їх на повноцінний мультифункціональний центр з урахуванням глобальних стандартів безпеки, зручності, інклюзивності та екологічної сталості. Модернізація залізничного сполучення, особливо в межах Європи та Азії, сприяла тому, що високошвидкісні поїзди стали конкурентоспроможною альтернативою авіаперельотам. Морські круїзні лайнери стали не лише засобом пересування, але й мобільними центрами відпочинку, обладнаними за найвищими стандартами готельного сервісу. Порти, що приймають такі судна, перебудовують свою інфраструктуру відповідно до глобальних вимог, впроваджуючи сучасні логістичні, безпекові та сервісні системи.

Наступним виміром інфраструктурної трансформації під впливом глобалізації є розвиток готельного господарства. У світі активно функціонують великі транснаціональні мережі готелів, які забезпечують стандартизоване обслуговування, пропонуючи уніфіковану якість, що відповідає очікуванням глобального споживача.

Глобалізація також сприяла виникненню інноваційних форм туристичної інфраструктури, таких як смарт-міста, орієнтовані на сталий розвиток туризму. У таких містах впроваджуються цифрові системи управління потоками туристів, моніторинг екологічного навантаження, електронні туристичні карти, автоматизовані системи обліку та статистики. Це дозволяє не лише оптимізувати функціонування туристичної сфери, але й забезпечити більш глибоку інтеграцію локальних територій у глобальний туристичний простір.

Глобалізоване середовище стимулює появу різноманітних форм туризму, які відповідають постмодерним уявленням про самореалізацію, автентичність, екзотичність, екологічність і мобільність. Ці нові практики є

наслідком інтеграції культурних цінностей, глобальних медіа, доступу до новітніх технологій та змін у стилі життя сучасної людини.

Однією з ключових тенденцій є переорієнтація туризму з масового на індивідуалізований. Сучасний турист дедалі частіше прагне унікального досвіду, що відповідає його особистим уявленням про комфорт, інтереси та цінності. Цей перехід супроводжується активною сегментацією туристичного ринку: з'являються такі напрями, як еко-туризм, гастрономічний туризм, wellness-туризм, культурний туризм, цифровий номадизм, і навіть так званий «темний туризм» (відвідування місць трагедій чи катастроф). Усі ці форми є прикладом того, як глобалізація розширює спектр можливостей для самовираження через подорож. Люди подорожують для духовного збагачення, медитації, творчого натхнення, пошуку автентичних взаємодій з культурою «іншого». Внаслідок цього нові туристичні практики стають частиною особистісного розвитку індивіда, складовою його соціального буття.

Глобалізація також стимулює формування нових стилів споживання у сфері туризму. У цьому контексті важливо говорити не лише про зміст подорожі, а й про спосіб її організації. Поширення цифрових технологій, платформ шерингової економіки (як-от Airbnb, Couchsurfing, BlaBlaCar) та мобільних додатків для планування маршрутів дало змогу мандрівникам самостійно контролювати всі аспекти поїздки. Це призводить до зростання ролі «просунутого споживача» – людини, яка активно формує свій туристичний продукт, а не пасивно споживає стандартні послуги туроператорів.

У сфері споживчих практик особливо помітним стає тренд на усталеність та екосвідомість. Під впливом глобального дискурсу про зміну клімату та відповідальне споживання багато туристів починають свідомо обирати менш шкідливі варіанти подорожей. Це стимулює розвиток сталого туризму, включаючи подорожі поїздами замість авіа, проживання в «зелених» готелях, волонтерські поїздки, або навіть відмову від подорожі задля

зменшення вуглецевого сліду (феномен «flight shame»). Таким чином, нові туристичні практики переплітаються з етичними виборами.

Водночас глобалізація зумовила комерціалізацію вражень – важливим стає не стільки сам факт подорожі, скільки її презентація. Соціальні мережі стимулюють розвиток так званого інстаграмного туризму, де вибір локації ґрунтується на її «фотогенічності» чи популярності в мережі. Це впливає на архітектуру, маркетинг, ландшафтну політику туристичних міст, оскільки вони прагнуть стати привабливими не лише у фізичному просторі, а й у цифровому вимірі. Турист сьогодні водночас є і споживачем, і контент-мейкером [3, с.433].

Нижче представлено порівняльну таблицю стилів туристичного споживання в добу до і після глобалізації, яка ілюструє характерні зміни у ставленні до подорожей.

Таблиця 1.1.

Порівняння традиційних і новітніх туристичних практик у контексті глобалізації

Критерій	Традиційний туризм (до глобалізації)	Туризм у добу глобалізації
Мотивація	Відпочинок, престиж	Самореалізація, духовний розвиток
Тривалість	Короткострокова (1–2 тижні)	Довготривала, гнучка
Тип подорожі	Масовий, організований тур	Індивідуальний, кастомізований
Роль туриста	Пасивний споживач	Активний творець досвіду
Інфраструктура	Готелі, туроператори	Airbnb, коворкінги, мобільні застосунки
Технології	Мінімальне застосування	Цифровізація, онлайн-сервіси, VR/AR
Культурна взаємодія	Обмежена, поверхнева	Глибока, автентична
Екологічний фактор	Відсутній	Урахування сталого розвитку
Презентація подорожі	Особисті спогади	Публічний цифровий контент

Джерело: складено автором

Представлена таблиця систематизує відмінності між традиційною моделлю туристичного споживання та її глобалізованими трансформаціями. Вона демонструє, що сучасний туризм перестає бути лише економічним явищем і перетворюється на комплексне соціокультурне середовище, в якому

формується також новий образ туриста як учасника глобального громадянства, що мислить категоріями планетарної єдності, прав людини, етичного споживання, екології.

1.2 Сталий розвиток як фактор трансформації туристичної сфери

За сучасних умов концепція сталого розвитку відіграє ключову роль як стратегічна основа, яка поступово трансформується з глобальної ідеї в операційну модель управління туристичними процесами. Її вплив на туристичну сферу зумовлений не лише необхідністю збереження довкілля, а й потребою у соціальній рівновазі, міжкультурному діалозі, справедливому розподілі ресурсів і збереженні культурної спадщини.

Концепція сталого туризму у сфері туризму означає гармонізацію трьох основних складових: економічної прибутковості, соціокультурної сталості та екологічної відповідальності [14]. Такий триєдиний підхід унеможливорює домінування однієї з компонентів на шкоду іншим, а отже, формує довготривалу перспективу розвитку індустрії.

Туризм як економічна діяльність має потужний мультиплікативний ефект, стимулюючи розвиток суміжних галузей - транспорту, готельного господарства, харчування, розваг, ремесел [24, С. 103]. Проте його безконтрольне зростання може призводити до надмірного антропогенного тиску на природні екосистеми, деградації довкілля, комерціалізації культури, нерівності у доступі до ресурсів. Саме в цьому контексті сталий розвиток стає критично необхідною парадигмою, яка врівноважує економічну вигоду з етичними та екологічними міркуваннями. Він вимагає від усіх учасників туристичного ринку - держави, бізнесу, туристів, громад - спільної відповідальності за наслідки своїх дій [10, с.95-96].

Економічна компонента сталого туризму не означає відмову від прибутку, а радше передбачає його досягнення за рахунок довготривалих, етичних і екологічно безпечних інвестицій. Такий підхід створює стійкі робочі місця, підтримує місцеву економіку, мінімізує витік капіталу за межі регіону.

Сталий підхід передбачає, що туристичні дестинації формують замкнені ланцюги вартості, в яких максимальна частка доходу залишається у регіоні, сприяючи довготривалому розвитку території. Ми погоджуємося з думкою Зайцевої В. та співавторів про те, що за сучасних умов «відбувся перехід від форми обміну факторами виробництва туристичних продуктів до форми обміну послугами з відновлення об'єктів туристичних напрямків за допомогою іноземних інвестицій» [13, С. 56].

Економічна стійкість у туризмі проявляється у здатності ефективно управляти ресурсами, інвестувати у довготривалі рішення, підтримувати локальні економіки та зменшувати залежність від зовнішніх факторів, зокрема сезонності, міжнародної мобільності чи геополітичних ризиків. Одним із важливих елементів є диверсифікація туристичних продуктів і послуг: поєднання рекреаційного, культурного, освітнього, гастрономічного, спортивного, сільського, медичного, екотуризму сприяє зниженню ризиків та розширенню аудиторій [32, С. 27; 35; 38; 46]. Крім того, економічна сталість передбачає високий рівень адаптивності бізнесу. У часи пандемії COVID-19, наприклад, найбільш стійкими виявилися саме ті підприємства, які мали змогу швидко цифровізувати сервіси [41], перейти до внутрішнього туризму [44], сформувати нові партнерства та інтегрувати принципи стійкого управління [45, С. 57-59]. Відтак, інноваційність, цифрова трансформація та екологічне мислення - ключові умови для підтримки конкурентної переваги в новій реальності.

Не менш важливим чинником є прозорість та ефективне управління. На цьому тлі формуються міжнародні рейтинги сталості, такі як Global Destination Sustainability Index. Індекс GDS 2024 року складається з 76 показників, які оцінюють туристичні дестинації за чотирма ключовими напрямками: екологічні показники, соціальні показники, продуктивність постачальників та ефективність управління дестинаціями. GDS-Index оприлюднив свій рейтинг 40 найкращих екологічно чистих напрямків з усього світу. Ці дестинації демонструють тверду відданість сталому туризму (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Індекс економічної стійкості туристичних дестинацій 2024, %

Дестинація	Індекс	Дестинація	Індекс
Гельсінкі, Фінляндія	92,43	Корк, Ірландія	77,18
Гетеборг, Швеція	90,83	Вікторія, Канада	77,17
Копенгаген, Данія	88,19	Тампере, Фінляндія	76,96
Берген, Норвегія	86,49	Мельбурн, Австралія	76,61
Орхус, Данія	85,68	Голуей, Ірландія	76,06
Бордо, Франція	83,37	Берлін, Німеччина	75,92
Сінгапур, Сінгапур	83,37	Тіроль, Австрія	75,8
Осло, Норвегія	83,26	Клер, Ірландія	75,77
Белфаст, Велика Британія	83,14	Дублін, Ірландія	75,69
Сідней, Австралія	83,13	Стокгольм, Швеція	75,57
Ольборг, Данія	82,98	Барселона, Іспанія	75,57
Глазго, Велика Британія	81,88	Свендборг, Данія	75,52
Цюрих, Швейцарія	81,08	Брісбен, Австралія	75,23
Більбао, Іспанія	80,27	Сонгкхла, Таїланд	74,89
Ліон, Франція	80,16	Фарерські острови	74,88
Коян, Південна Корея	78,9	Монреаль, Канада	74,77
Рейк'явік, Ісландія	78,28	Квебек, Канада	73,74
Міддelfарт, Данія	77,8	Лімерик, Ірландія	73,51
Керрі, Ірландія	77,65	Хорсенс, Данія	73,06
Париж, Франція	77,24	Оденсе, Данія	72,87

Джерело: складно автором за даними [50]

Гельсінкі залишається лідером у північноєвропейському регіоні, відомим своїми новаторськими ініціативами у сфері сталого розвитку. У Центральній та Південній Європі лідирує Бордо. У Північній Америці Вікторія цього року обігнала Монреаль. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні кілька напрямків різко потрапили до топ-40 рейтингу (Сінгапур та Сідней). Найвищі показники демонструють країни, які інтегрували принципи сталого розвитку у всі складові туристичної економіки: від продукту до управління. Ці країни обрали модель, в якій туризм не розглядається як ізольований сектор, а інтегрується у національні стратегії сталого розвитку, зеленого переходу та цифрової трансформації.

Отже, економічна стійкість туристичного сектору - це не лише про рентабельність, а про здатність створювати системну, довготривалу і

розподілену цінність. У фокусі має бути не просто зростання ВВП за рахунок туризму, а його інтегрованість у соціальну, культурну, екологічну тканину території.

У контексті глобальних змін клімату, виснаження природних ресурсів, зростання урбанізаційного тиску на природні ландшафти та збільшення вуглецевого сліду людської діяльності туристична сфера змушена адаптувати свої моделі функціонування до екологічних викликів сучасності. Однією з головних передумов цієї трансформації є усвідомлення деструктивного впливу туризму на екосистеми. Масовий туризм, особливо вразливих регіонів (гірські масиви, узбережжя, національні парки), часто призводить до порушення балансу природних біоценозів, ерозії ґрунтів, деградації ландшафтів, споживання значної кількості водних ресурсів та забруднення повітря. Окрім того, високий рівень авіаційних перевезень туристів генерує велику кількість викидів CO₂, що значно ускладнює завдання досягнення кліматичної нейтральності. У відповідь на ці загрози, сучасна туристична політика та індустрія активно впроваджують практики екологізації. Це включає розвиток екотуризму як окремого сегмента, перехід до низьковуглецевого транспорту (використання електротранспорту, велосипедів, пішохідних маршрутів), запровадження систем енергоефективного менеджменту у готельному секторі, зменшення використання одноразових матеріалів, впровадження циркулярної економіки та політики «нульових відходів». Також зростає роль сертифікацій та екомаркування, які дозволяють туристам і туроператорам приймати обґрунтовані рішення.

Не менш значущою у концепції сталого туризму є соціальна складова. Якщо екологізація забезпечує збереження природних систем, то соціальна відповідальність спрямована на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, владою та місцевими громадами. Туризм, заснований на соціальній справедливості, передбачає не лише відмову від експлуатації культурних ресурсів, а й створення умов для активної участі місцевого

населення в усіх етапах туристичного циклу - від планування до отримання вигод [37, С. 19]. Локальні громади є носіями унікальних культурних практик, мов, релігій, гастрономії, традиційних знань та звичаїв, які часто становлять основний ресурс для туристичної привабливості регіону. Проте у разі відсутності механізмів соціальної відповідальності туристична діяльність може призвести до втрати ідентичності, соціального розшарування або навіть конфліктів. Саме тому збереження та розвиток локальних культур є базовою вимогою соціально відповідального туризму. Сталий туризм передбачає, що доходи від туристичної діяльності повинні залишатися в регіоні, стимулюючи розвиток малого підприємництва, зайнятість, покращення інфраструктури, освіти та охорони здоров'я. Це можливо лише за умови створення ефективних механізмів підтримки локального бізнесу, ремісництва, фермерства та культури.

Соціально відповідальний туризм вимагає дотримання принципу участі. Це означає, що місцеві мешканці мають бути не лише об'єктами впливу туризму, але й суб'єктами прийняття рішень. Планування туристичних маршрутів, розвиток інфраструктури, ціноутворення та регламентація туристичного навантаження мають враховувати думку громади.

Окрема проблема, що виникає за масового туризму, - це феномен овертуризму. Надмірна кількість відвідувачів призводить до зростання цін на житло, перевантаження транспортної інфраструктури, шуму, забруднення, зменшення доступу місцевого населення до культурних об'єктів. У таких умовах зростає напруження між жителями та туристами, формується негативне сприйняття індустрії в цілому. Щоб цього уникнути, сталий туризм пропонує інструменти регуляції потоку туристів, підтримки туризму поза піковими сезонами, розвитку альтернативних маршрутів та інтеграції локального населення у туристичні ланцюги створення цінності, зокрема сільського зеленого туризму [48]

Ще одним важливим аспектом є захист прав вразливих груп населення. У туристичних регіонах, особливо в країнах, що розвиваються, туристична

активність іноді супроводжується гендерною дискримінацією, експлуатацією дитячої праці, торгівлею людьми, нерівністю в оплаті праці тощо. Сталий туризм не може існувати без дотримання прав людини, тому соціальна відповідальність включає гендерну рівність, дотримання трудових стандартів, недискримінацію та прозорість трудових відносин, інклюзію. Туризм має бути доступним не лише для споживачів із високим рівнем доходів, але й для різних соціальних категорій - людей з інвалідністю, осіб похилого віку, національних меншин [2, С. 47]. Це вимагає переосмислення архітектурних рішень, інтерфейсів онлайн-сервісів, транспортних маршрутів та систем обслуговування. Інклюзивний туризм - не лише про етичність, а й про конкурентоспроможність: суспільство з ширшою участю має більший потенціал для стійкого розвитку.

Значну роль у цьому процесі відіграє інституціональна підтримка з боку держави та громадських організацій. Впровадження програм соціального ліцензування туризму, створення консультативних рад при муніципалітетах, мікрофінансування локальних ініціатив, податкові пільги для малих підприємств, освітні програми для мешканців - усе це формує нову модель взаємодії між туризмом і громадою. Важливими є також ініціативи з розвитку соціального підприємництва в туризмі, коли туристичні послуги поєднуються з соціальними місіями.

Особливої уваги потребує сфера культури як соціального ресурсу. Сталий туризм повинен сприяти не лише збереженню матеріальної культурної спадщини (архітектури, пам'яток), але й нематеріальної - мови, пісень, танців, ремесел. Підтримка локальних мистецьких ініціатив, створення культурних центрів, майстер-класів, фестивалів, інтерактивних музеїв забезпечує живу трансляцію культурного досвіду й зміцнює соціальні зв'язки. Глобалізація й масовий туризм часто знецінюють унікальність культурних проявів, перетворюючи їх на товар для розваг. Принцип сталості передбачає взаємоповагу, діалог і автентичність.

Невід'ємною частиною соціальної відповідальності є також просвіта туристів. Туристи повинні усвідомлювати, що їхні дії мають вплив на місцеве населення, економіку, культуру. Освітні кампанії, коди етики, інформаційні стенди, цифрові додатки - усе це сприяє формуванню нової етики подорожей, що базується на повазі, взаєморозумінні та взаємному збагаченні.

Зрештою, соціальна відповідальність у туризмі - це не просто набір правил, а цілісна філософія взаємодії, яка ґрунтується на принципах справедливості, поваги, солідарності та гідності. Вона формує фундамент для довгострокового розвитку територій, зміцнення соціального капіталу та підвищення стійкості спільнот до зовнішніх викликів.

Особливістю концепції сталого туризму є її системний характер. Це принцип, який повинен бути інтегрований у всі форми та рівні туристичної діяльності. Таким чином, кожен туристичний продукт або послуга може (і повинен) бути реалізований за принципами сталості. Це вимагає глибокої інституційної перебудови - від оновлення нормативно-правової бази до реорганізації бізнес-моделей та туристичних практик.

На нормативному рівні ключову роль відіграє створення чітких стандартів сталості. Йдеться про міжнародні сертифікаційні програми (Green Globe, EarthCheck, Travelife тощо) [1; 14] та стандарти (Nature-based Solutions) [7], які визначають критерії відповідального ведення туристичної діяльності. Вони охоплюють широкий спектр параметрів: енергоефективність, управління відходами, скорочення викидів, використання місцевих ресурсів, залучення місцевих працівників, підтримка культурної автентичності. Уряди країн, які прагнуть інтегрувати сталий розвиток у туристичну політику, також розробляють національні стратегії, плани дій та індикатори для оцінювання поступу [8].

Окрему увагу слід приділити концепту «пропускну́ї здатності» (carrying capacity) туристичних дестинацій - тобто максимальної кількості туристів, яку територія може витримати без шкоди для екологічного та соціального середовища. Цей підхід дозволяє планувати туризм на основі наукового

аналізу, уникаючи перевантаження інфраструктури, виснаження природних ресурсів і конфліктів з місцевим населенням.

Сталий туризм також вимагає зміни парадигми споживання. Традиційна модель - масовий, «все включено» туризм, орієнтований на максимальне задоволення за короткий термін - все більше поступається місцем свідомому, етичному, автентичному туризму. У цьому контексті турист перестає бути лише споживачем послуг, натомість стає активним агентом змін. Його вибір - на користь місцевих виробників, екологічних готелів, культурних ініціатив - стає чинником перетворення всієї системи.

Зрештою, сталий розвиток у туризмі є не лише технічною або управлінською категорією, а насамперед світоглядною зміною. Він передбачає переосмислення ролі туризму в суспільстві - від джерела розваг до інструменту екологічної рівноваги, соціальної справедливості та культурного діалогу. Це вимагає міждисциплінарного підходу, інтеграції з іншими політиками - містобудування, транспорту, енергетики, освіти. Ми поділяємо думку Атаманчук З. та Тимчишин Ю. про те, що розвиток туризму сприяє й покращенню безпеки, зміцненню миру, порозумінню та примиренню [19, С.14].

Отже, концепція сталого розвитку в туризмі - це не просто модна тенденція, а невідворотна еволюція у відповідь на виклики сучасного світу, розглянуті у розділі 1. Її втілення вимагає спільної відповідальності, системної роботи, освіченості та готовності до змін на всіх рівнях - від глобальних інституцій до окремого мандрівника. Ознайомлення з успішними практиками реалізації цих завдань в інших країнах також є одним із шляхів підвищення сталості національного туризму.

РОЗДІЛ 2.

УСПІШНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ЄС

2.1 Особливості туристичної політики країн ЄС

Проевропейський стратегічний вибір України об'єктивно обумовлює інтерес до економічної політики країн Європейського Союзу, у тому числі й у сфері туризму. Крім того, ЄС має досить міцні позиції у розвитку галузі туризму. Так, за даними Євростату у 2023 році частка населення, що брала участь у туризмі, становила 64,9% від населення віком 15 років та старше. Причому, найвищий показник демонструвала Франція на рівні 84,6%, найнижчий – Румунія на рівні 26,8%. В цілому громадянами ЄС старше 15 років за 2023 рік було здійснено 1143077 тис. поїздок, з яких 645 762 тисяч були короткостроковими (1-3 ночі), а 497 314 тисяч були довгостроковими (4 ночі або більше), тобто 56 та 44% відповідно. Середня кількість ночей, проведених за кордоном, на одного мешканця ЄС віком 15 років і старше у 2023 році становила в середньому 6,4. Причому для жителів Люксембурга цей показник становив 37,9 ночей (найбільше значення), для Румунії 0,8 (найменше значення). Динаміка ночей, проведених у туристичних закладах ЄС за період 2010-2023 рр. наведена на рис. 2.1

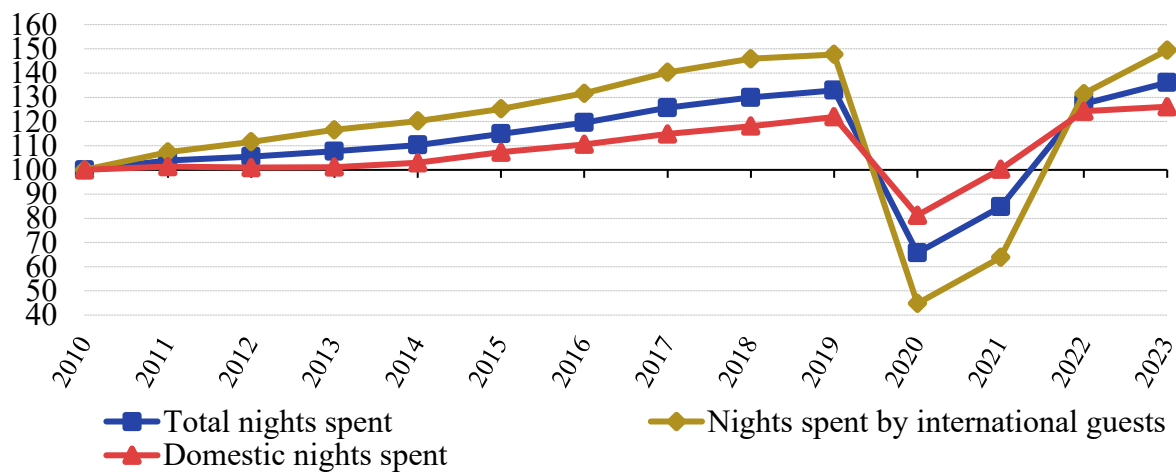


Рис. 2.1 Динаміка ночей, проведених у туристичних закладах ЄС у % до 2010 року

Джерело: [51]

Дані рисунка свідчать, що до 2019 року туризм в ЄС мав зростаючу тенденція як по внутрішньому, так і по міжнародному сегментам. Спад туристичної активності, обумовлений пандемією, у 2023 році подолано.

Кількість закладів розміщення туристів становила по ЄС 636 308 із загальною кількістю ліжок 29 205 тисяч у 2023 році. Найбільшу кількість іноземних туристів прийняли на ночівлю Іспанія (22%), Італія (17%) та Франція (10%). Кількість ночей, проведених вітчизняними та іноземними гостями у туристичних закладах на одного мешканця по ЄС в цілому становила у 2023 році 6,6 з найбільшим показником для Греції 24 та найменшим для кандидата в ЄС Північна Македонія – 1,1. Надходження та витрати на подорожі в платіжному балансі країн ЄС наведені у таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Надходження та витрати на подорожі в платіжному балансі країн ЄС

	Надходження				Витрати				Баланс
	млн. євро			до ВВП 2022 (%)	млн. євро			до ВВП 2022 (%)	млн. євро 2023
	2010	2015	2023		2010	2015	2023		
EU	96 200	136 062	180 796	1,1	80 421	94 807	129 786	0,8	51 010
Belgium	8 620	7 090	8 233	1,4	14 313	12 311	21 372	3,6	-13 139
Bulgaria	2 574	2 815	3 820	4,0	626	1 016	1 635	1,7	2 185
Czechia	5 419	5 465	7 190	2,3	3 216	4 304	6 902	2,2	288
Denmark	4 420	6 068	9 022	2,4	6 674	8 065	9 847	2,6	-825
Germany	26 159	33 265	34 993	0,8	58 934	69 859	106 767	2,6	-71 774
Estonia	824	1 343	1 377	3,6	481	922	1 245	3,3	132
Ireland	3 106	5 018	6 981	1,4	5 358	5 340	12 219	2,4	-5 238
Greece	9 611	14 126	20 593	9,1	2 156	2 038	2 431	1,1	18 162
Spain	44 375	56 310	85 075	5,7	12 788	15 724	26 320	1,8	58 755
France	43 040	50 079	65 858	2,3	29 016	37 465	51 768	1,8	14 090
Croatia	5 576	7 219	14 598	18,7	629	681	1 798	2,3	12 801
Italy	29 257	35 555	51 687	2,4	20 415	22 013	31 586	1,5	20 102
Cyprus	1 636	2 279	3 323	10,6	999	973	1 690	5,4	1 633
Latvia	484	807	1 180	3,0	490	557	1 167	3,0	12
Lithuania	729	1 041	1 572	2,1	644	857	1 537	2,1	36
Luxembourg	4 286	5 049	6 128	7,6	1 847	2 056	4 694	5,8	1 434
Hungary	4 315	4 797	7 289	3,7	1 821	1 649	3 427	1,7	3 862
Malta	814	1 246	1 982	9,6	234	332	553	2,7	1 429
Netherlands	8 850	13 184	19 131	1,8	15 184	17 239	22 952	2,1	-3 821
Austria	14 027	16 435	22 836	4,8	7 717	8 408	14 084	3,0	8 752
Poland	7 146	9 277	13 900	1,9	6 345	6 949	9 563	1,3	4 337
Portugal	7 600	11 618	25 420	9,5	2 953	3 332	6 305	2,4	19 117
Romania	861	1 659	4 972	1,5	1 445	2 014	8 667	2,7	-3 694
Slovenia	1 991	2 162	3 271	5,1	1 125	1 109	2 435	3,8	837
Slovakia	1 684	2 192	1 480	1,2	1 471	1 917	2 147	1,7	-667
Finland	2 291	2 684	3 759	1,4	3 252	4 325	5 360	2,0	-1 601
Sweden	6 324	7 551	9 134	1,7	9 172	11 796	12 684	2,3	-3 550
Iceland	430	1 470	2 903	10,0	462	869	1 511	5,2	1 392

Norway	:	:	6 219	:	:	:	15 889	:	-9 670
Switzerland	11 197	15 251	18 959	4,2	8 940	15 518	20 828	4,7	-1 870

Джерело: [51]

Як демонструють дані таблиці туристичний сектор ЄС формував позитивне сальдо в платіжному балансу 2023 року на суму 51 010 млн. євро за рахунок перевищення надходжень від подорожей над витратами. Цей є сумарною величиною позитивне сальдо 19 країн з 27 учасниць. Найбільший внесок забезпечили Іспанія, Італія, Португалія, Греція, Франція.

Внесок Європейського Союзу у розвиток туризму відображається у в прогнозах відновлення галузі у післяпандемічний період. Глобальні прогнози Tourism Economics щодо подорожей наведено в таблиці 2.2 для в'їзних та виїзних видів туризму. Це результати моделі Global Travel Service (GTS), яка детально оновлюється тричі на рік.

Таблиця 2.2

Прогнози зростання відвідувачів GTS, % зміна у річному обчисленні

	В'їзний					Виїзний				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
Світ	13,7	102,6	36,9	13,3	12,9	12,4	106,3	37,9	13,7	13,1
Америка	17,4	90,0	27,3	8,2	9,2	17,6	96,1	32,5	9,1	8,7
Європа	27,4	91,8	19,1	8,8	10,0	24,2	99,4	20,2	9,3	10,7
у т.ч. EU 27	17,7	106,5	19,1	8,0	8,7	19,3	109,6	18,9	8,1	9,0
Азія та Океанія	-55,1	233,9	173,5	32,6	22,3	-51,4	199,2	177,9	34,6	22,6
Африка	26,6	89,3	37,1	13,8	12,1	5,2	99,5	41,8	15,1	14,5
Ближній Схід	18,9	157,8	39,3	8,6	14,1	50,6	130,8	29,3	3,3	13,5

Примітки:

В'їзний обсяг розраховується на основі суми туристів, що прибули в країну з ночівлею, та включає внутрішньорегіональні потоки.

Виїзний обсяг розраховується на основі суми відвідувань усіх напрямків.

Джерело: складено автором на основі [4, С. 13]

Дані таблиці свідчать, що Європейський Союз хоч і втратив домінування у зростанні як по в'їзному, так і по виїзному туризму порівняно з 2021 роком, але є цілком конкурентоспроможним щодо нарощування темпів приросту відвідувань у 2025 році в межах 8-9%.

Країни ЄвроСоюзу займають високі позиції в рейтингу за індексом розвитку подорожей та туризму, на чому наголошує З. Атаманчук [20, С.196]. За даними Світового Економічного форуму у 2024 році Іспанія займає другу

сходінку за індексом TTDI (The Travel & Tourism Development Index) з індексом 5,18, Франція – четверту сходинку (5,07), Німеччина – шосту (5.0). До ТОП-10 країн також входять Італія та Швейцарія [53, С. 11].

Країни Європейського Союзу демонстрували виявлені конкурентні переваги у сфері організованого виїзного туризму з України у допандемічний період [42]. В свою чергу, проведений Почерніною Н.В. аналіз індексу виявлених конкурентних переваг для в'їзних туристичних потоків із країн ЄС до України на протязі 2006–2017 рр. підтверджує усталеність туристичних інтересів [43]. Це є підтвердженням значної ролі ЄС у формуванні туристичних потоків України.

Європа посіла лідируюче місце в глобальних рейтингах електронної репутації в четвертому кварталі 2024 року, маючи щонайменше на 6 балів більше, ніж усі інші регіони світу (рис. 2.2).

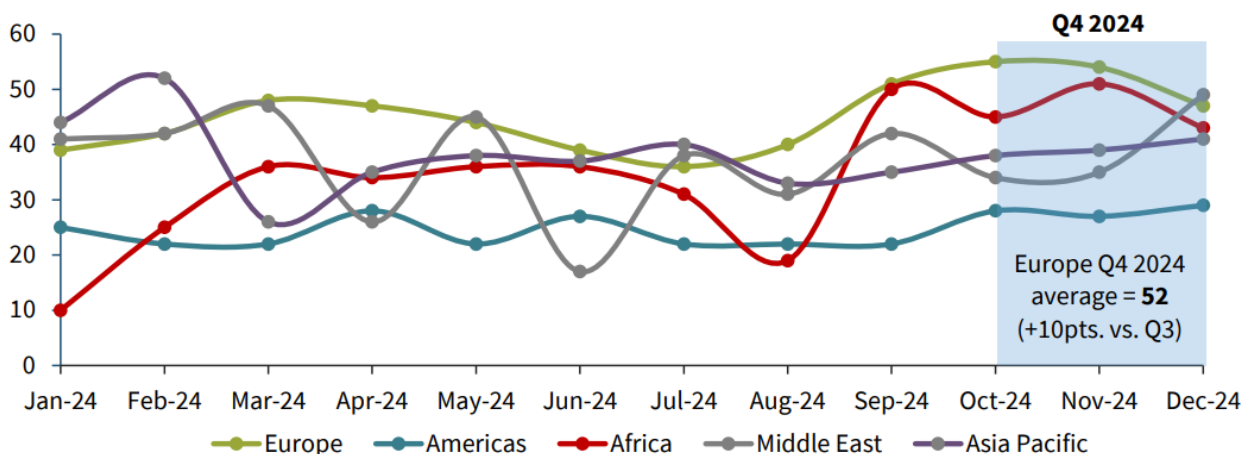


Рис. 2.2 Чистий рейтинг настроїв щодо подорожей за регіонами світу
Джерело: [4, С.25]

Представлена на рисунку динаміка електронної репутації ґрунтується на індексі настроїв TRAVELSAT, розробленого MMGY TCI Research. Він є показником соціального моніторингу для оцінки сприйняття напрямків в Інтернеті. У ньому використовується інформація, якою обмінюються різні ЗМІ, споживачі, компанії тощо на веб-сайтах, форумах, блогах та в соціальних мережах. «Чисті оцінки настроїв, що варіюються від -100 до +100, вимірюють баланс між позитивними та негативними настроями для оцінки сприятливості

напрямку» [4, С.25]. Тож, середні значення для Європи на рівні 52 пунктів демонструє прихильність споживачів до даного напрямку.

Ключовим інструментом природоохоронної політики ЄС є еко-інновації, під якими розуміються «будь-які інновації, які зменшують вплив на навколишнє середовище, підвищують стійкість до екологічного тиску або використовують природні ресурси більш ефективно» [55]. Атаманчук З. підкреслює важливу роль оцінювання активності країн в за допомогою Європейського індексу еко-інновацій (IEI), який вимірює рівень застосування та розвитку еко-інноваційних технологій і зеленої енергії [20, С.197]. IEI – це інтегральний показник, що базується на п'яти складових: вхідні ресурси; діяльність в галузі екоінновацій; результати екоінновацій; результати ресурсоефективності; соціально-економічні результати.

На рисунку 2.3 представлено бали за індексом екологічних інновацій для країн-членів ЄС у 2024 році. На рівні ЄС показники еко-інновацій зросли на 28 пунктів за останнє десятиліття. Майже всі країни-члени покращили свої показники з 2014 року, за винятком Румунії, де спостерігалось незначне погіршення.

За рейтингом на основі ЕІІ держави-члени ЄС належать до таких категорій ефективності:

1) наздоганяючі країни: з них Мальта, Словаччина, Кіпр, Хорватія, Греція та Болгарія, демонструють значне покращення порівняно з результатами 2014 року, але їхні загальні показники або відстають, або дуже близькі до середніх показників ЄС у 2014 році. Решта країн-членів у цій групі показників відстають, причому Польща та Угорщина покращили свої показники, а Румунія зазнала незначного зниження.

2) Країни з середніми показниками екоінновацій: Іспанія та Чехія мають показники, ближчі до показників ЄС за 2024 рік. Трохи відстають від них Словенія та Ірландія. Для інших країні в цій групі відносно схожі показники: Естонія, Латвія, Литва, Португалія, Бельгія.



Рис. 2.3 Індекс екологічних інновацій для країн-членів ЄС у 2014 та 2024 роках

Джерело: [56, С. 8]

3) Лідери екоінновацій: Фінляндія, Данія, Австрія та Люксембург перевершили показники ЄС. Інші країни-члени цієї групи мають дещо нижчі показники, але залишаються вищими за середнє значення по ЄС: Швеція, Італія, Франція, Німеччина та Нідерланди.

Перераховані нами доводи вагомої ролі ЄС в розвитку туристичної сфери привертає увагу до політики сприяння туризму, реалізованою ЄвроСоюзом. Вітчизняні науковці визначають туристичну політику як систему “принципів, методів, рішень, впливів і заходів, які здійснюються уповноваженими на те суб'єктами (парламентами, урядами, державними та приватними інституціями) у зв'язку із свідомим та цілеспрямованим управлінням та регулюванням туризму і створенням умов для його розвитку” [26, С. 9]

Загалом туристична політика Європейського Союзу має складну та багаторівневу структуру, яка охоплює різноманітні інституції, органи, стратегії та програми. Важливою особливістю є те, що ЄС прагне до інтеграції туристичної діяльності у свою загальну політику щодо економічного розвитку, сталого розвитку та соціальної інтеграції. Туристична політика ЄС не лише займається питаннями розвитку економіки, але й охоплює аспекти культурного обміну, екологічної стійкості та забезпечення прав туристів.

Європейська комісія є головним органом, що визначає стратегічні напрямки політики туризму в Європейському Союзі. У її компетенцію входить ініціювання, розробка та впровадження програм і ініціатив, спрямованих на розвиток туристичної галузі. Зокрема, Європейська комісія є ініціатором таких важливих стратегій, як Європейський зелений курс та Цифрова європейська програма, які мають значний вплив на туристичну сферу. Один із важливих підрозділів Європейської комісії є Генеральний директорат з внутрішнього ринку, промисловості, підприємництва та малих і середніх підприємств (DG GROW). Цей підрозділ відповідає за інтеграцію туристичних підприємств у єдиний ринок ЄС, просування європейських туристичних брендів, захист прав споживачів та стимулювання інвестицій у туристичну інфраструктуру. В рамках цієї структури також функціонує Програма підтримки конкурентоспроможності підприємств і малих та середніх підприємств (COSME), яка надає фінансову підтримку для розвитку малих і середніх підприємств у туристичній галузі, зокрема для стартапів та інноваційних проєктів [26, с.119].

Європейський парламент здійснює функцію контролю за діяльністю Європейської комісії та інших інституцій, а також бере участь у розробці та ухваленні законодавства в галузі туризму. Особлива увага приділяється зеленим ініціативам, екологічним стандартам для туристичних підприємств, стимулюванню інновацій, цифровізації туризму та спільним європейським стандартам для туристичних послуг, зокрема в межах Єдиного цифрового ринку ЄС.

Рада Європейського Союзу, сформована з представників урядів країн-членів ЄС, хоча і не розробляє конкретні стратегії туризму, але є важливим органом для ухвалення ключових рішень, які можуть стосуватися цієї сфери. Країни-члени ЄС регулярно обговорюють питання, пов'язані з регулюванням екологічного туризму, стратегії сталого розвитку, а також туристичної мобільності в межах Європи. Рада ЄС також схвалює бюджети для фінансування проєктів, спрямованих на розвиток туристичної інфраструктури, зокрема у віддалених та сільських регіонах Європи.

Європейська туристична комісія (ЕТС) є важливим органом, що об'єднує національні туристичні організації європейських країн. Вона не є офіційною установою ЄС, однак активно співпрацює з Європейською комісією та іншими інституціями ЄС. Метою ЕТС є промоція туризму в Європі, створення спільних рекламних кампаній та забезпечення високого рівня туристичних послуг на європейському ринку. ЕТС допомагає державам-членам створювати туристичні бренди, розвивати маркетингові стратегії та покращувати інформаційні ресурси для туристів. Важливими ініціативами є кампанії на підтримку культурного туризму, зеленого туризму та інші програми, що відповідають вимогам сталого розвитку та екологічної відповідальності.

Однією з основних інструментів впровадження туристичної політики ЄС є фінансування з європейських фондів. Такі програми як Horizon 2020, COSME, Erasmus+ та Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF) надають значні кошти для реалізації інноваційних проєктів у туризмі, сприяючи сталому розвитку цієї галузі. Також значну роль відіграють програми, які підтримують розвиток регіонального туризму, зокрема у віддалених або сільських районах, через фонди, як LEADER та INTERREG. Ці програми сприяють розвитку малих підприємств та відновленню культурних і природних пам'яток, що допомагає підвищити привабливість регіонів для туристів. Як підкреслюють Збарський зі співавторами "державна підтримка туристичних субрегіональних кластерів зосереджена на місцевих

(регіональних) групах підприємств. Акцент робиться не на великому, а на малому та середньому бізнесі, використовуючи внутрішні ресурси, а також потенціал регіональної промисловості та послуг” [15, С. 140]

Значну роль для розвитку туризму в Європі відіграють громадські організації (рис. 2.4)



Рис. 2.4 Система громадських організацій у сфері туризму ЄС

Джерело: побудовано автором на основі [39]

Таке поєднання зусиль державних та недержавних інститутів сприяє активному розвитку туристичної сфери та ефективній реалізації туристичної політики при виконанні наступних функцій:

- 1) удосконалення нормативно-правових засад розвитку туристичної діяльності [4, С. 100];
- 2) впровадження найкращих природохоронних практик [34];
- 3) впровадження інструментів цифровізації відповідно до бачення Європейської комісії (2021 рік) «Цифрове десятиліття Європи», яке передбачало розвиток чотирьох сфер, а саме: навчання та підвищення

кваліфікації; безпечні та стійкі цифрові інфраструктури; цифрова трансформація бізнесу; цифровізація державних послуг [54, С. 17].

ЄС поставив перед собою амбітну мету - зробити туризм не лише економічно вигідним, але й екологічно сталим, зберігаючи природні та культурні ресурси для майбутніх поколінь. Європейський Союз виступає одним із лідерів у просуванні інноваційних моделей розвитку зеленого туризму, активно підтримуючи сталий розвиток та використання передових технологій у цій галузі. Інноваційні моделі зеленого туризму в ЄС включають в себе різноманітні стратегії, технології та практики, що орієнтовані на оптимізацію використання природних ресурсів, зменшення впливу на навколишнє середовище та сприяння розвитку місцевих економік через екологічно відповідальний туризм.

2.2 Практики зеленого смарт-туризму в європейському просторі

Зелений смарт-туризм стає одним із найважливіших напрямків у розвитку туристичної індустрії Європейського Союзу, зокрема завдяки поєднанню екологічних принципів та інноваційних технологій. Це концепція, що ґрунтується на принципах сталого розвитку, покликаних мінімізувати негативний вплив туризму на навколишнє середовище, одночасно інтегруючи в туристичний процес цифрові технології для поліпшення якості обслуговування туристів та підвищення ефективності галузі.

технології	сталий розвиток	доступність	культурна спадщина
додатки, датчики, аналітика даних та цифрові платформи	екологічно чисті практики, відповідальний туризм	• створення туристичних напрямків, які задовольняють потреби всіх мандрівників	збереження, просування та підтримка місцевої культури та спадщини

Рис. 2.5 Змістове наповнення поняття «смарт-туризм»

Джерело: складено автором

Позитивною практикою Євросоюзу є активна участь в Міжнародній мережі обсерваторій сталого туризму ООН у сфері туризму (INSTO). Вони здійснюють моніторинг економічного, екологічного та соціального впливу туризму на рівні туристичних DESTИНАЦІЙ. Рис. 2.6 дає уявлення про щільність розміщення таких обсерваторій в Європі.

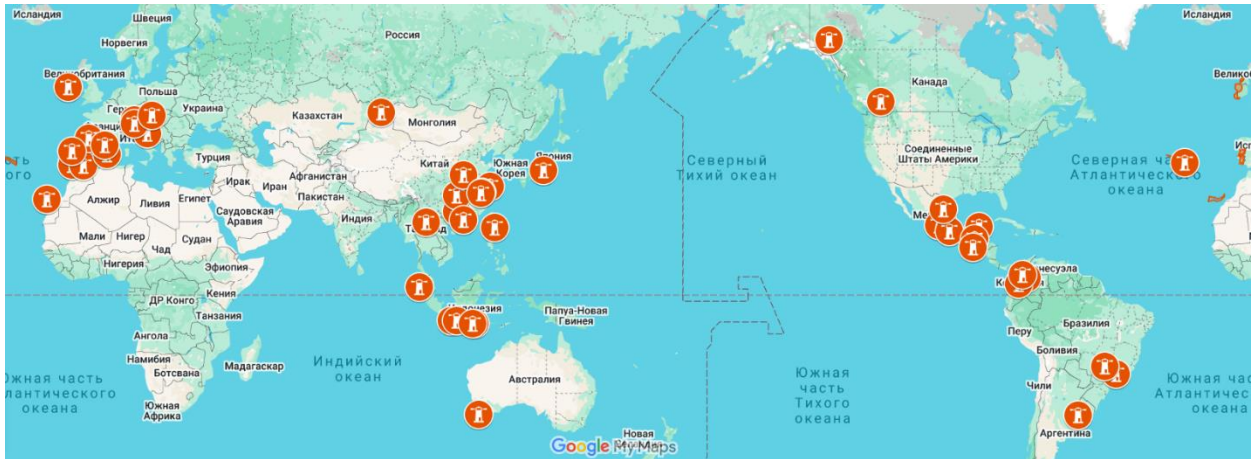


Рис. 2.6 Карта розміщення мережі обсерваторій сталого туризму у світі

Джерело: [52]

Міжнародна мережа обсерваторій сталого туризму ООН у сфері туризму (INSTO) була створена у 2004 році. Вони регулярно моніторить економічний, екологічний та соціальний вплив туризму з метою підвищення ефективності прийняття рішень на рівні DESTИНАЦІЙ на основі фактичних даних, сприяючи розвитку практик сталого туризму на місцевому та глобальному рівнях. Завдяки систематичному моніторингу, оцінки та управління інформацією ініціатива надає політикам, менеджерам туризму та іншим зацікавленим сторонам ключові інструменти для зміцнення інституційного потенціалу та впровадження політики сталого туризму.

До європейських INSTO входять: The Croatian Sustainable Tourism Observatory (2016) - Прибережна зона Хорватії; The Sustainable Tourism Observatory of South Tyrol (2018) - Південний Тіроль, Італія; The Alentejo Sustainable Tourism Observatory (2018) - Алентежу, Португалія; Navarre Tourism Observatory (2019) - Наварра, Іспанія; Algarve Sustainable Tourism Observatory (2020) - Алгарве, Португалія; Azores Tourism Observatory (2020) -

Азорські острови, Португалія; Tourism Observatory of the Canary Islands (2020) - Канарські острови, Іспанія; Sustainable Tourism Observatory of Mallorca (2021) - Майорка, Іспанія; Tourism Observatory (2022) - Барселона, Іспанія; Biscay Tourism Intelligence System (2022) - Біскайя, Іспанія; Sustainable Tourism Observatory of Málaga (2022) - Малага, Іспанія; Barcelona Atlantic Sustainable Tourism Observatory (2023) - узбережжя Атлантичного моря (Ірландія); Centro de Portugal Sustainable Tourism Observatory (2023) - Регіон Центральної Португалії, Португалія; The Tyrolean Sustainable Tourism Observatory (2024) - Тіроль, Австрія; Vienna Sustainable Tourism Observatory (2025) - Відень, Австрія [51].

Активна діяльність обсерваторій сталого туризму дає свої позитивні плоди: влітку 2023 року половина готельних мереж відчували себе готовими до зеленого переходу проти 40% незалежних готелів; 70% готельних мереж були впевнені у своїй здатності впровадити цифрову трансформацію, порівняно з 59% незалежних готелів [57, С. 7]

Один з ключових аспектів зеленого смарт-туризму - це інтеграція цифрових технологій для ефективного управління туристичними потоками та зниження навантаження на природні ресурси. Завдяки використанню інформаційних технологій туристичний бізнес більш ефективно використовує інфраструктуру та уникає переповнення туристичних місць, завдяки чому знижується вплив масового туризму на довкілля та культурні об'єкти. Сучасні технології дозволяють туристам вибирати найкращі еко-маршрути, підтримувати безперервне відстеження їхнього пересування і забезпечувати раціональне використання ресурсів під час подорожей.

Цифровізація послуг, яка охоплює всі етапи взаємодії туриста з індустрією - від планування подорожі до повернення додому – є одним з найбільших досягнень ЄС в туризмі. Застосування смарт-карт та мобільних технологій для доступу до об'єктів туристичної інфраструктури стало важливим етапом в розвитку туризму ЄС. Системи безконтактних карток та мобільних додатків дозволяють туристам легко отримати доступ до музеїв,

туристичних пам'яток, заходів та інших об'єктів без необхідності використовувати традиційні квитки чи паперові документи. Це не лише підвищує рівень комфорту, але й дозволяє значно зменшити використання паперу та інших ресурсів. Великою перевагою смарт-туризму є те, що він дозволяє туристам отримувати персоналізовані рекомендації на основі великих даних, що допомагає створювати індивідуалізовані туристичні пакети. Аналіз великих обсягів даних дозволяє туристичним компаніям передбачити тенденції споживання, а також оптимізувати пропозиції для туристів. Це дозволяє компаніям підвищити ефективність обслуговування, а також зменшити витрати на непотрібні рекламні кампанії.

Застосування блокчейн-технологій у туризмі забезпечує більшу прозорість і безпеку фінансових операцій. Завдяки блокчейну можна мінімізувати ризики шахрайства, полегшити процес перевірки ідентичності туристів і операторів, а також забезпечити автоматизацію процесів бронювання та взаєморозрахунків через смарт-контракти. Ці технології також допомагають знижувати витрати на адміністративні процеси, що особливо актуально для малих та середніх підприємств у туристичному секторі.

Таблиця 2.3.

Використання інноваційних технологій у туристичній індустрії ЄС

Технологія	Опис використання в туризмі	Вплив на галузь	Приклади впровадження
Цифрові платформи	Бронювання, пошук інформації, надання рекомендацій	Підвищення зручності і доступності для туристів	Booking.com, AirBnB
Інтернет речей (IoT)	Смарт-системи управління енергоспоживанням	Оптимізація використання ресурсів, зниження витрат	Smart hotels, смарт-системи в готелях
Віртуальна та доповнена реальність	Інтерактивні тури та додаткова інформація	Збагачення досвіду туристів	Віртуальні музеї, AR-навігатори
Блокчейн	Безпека фінансових операцій, смарт-контракти	Зниження ризиків шахрайства, автоматизація процесів	Тур. платформи з блокчейн-платежами
Мобільні технології	Планування подорожей, бронювання, надання рекомендацій	Спрощення процесу взаємодії туриста з індустрією	Мобільні додатки для туризму

Джерело: складено автором

Окремим напрямком є інтеграція відновлюваних джерел енергії в туристичну інфраструктуру. Європейські країни активно підтримують використання сонячної, вітрової та геотермальної енергії в туристичних об'єктах. Багато готелів, курортів та екологічних центрів ЄС впроваджують панелі сонячних батарей для забезпечення енергетичних потреб. Наприклад, у Франції та Іспанії активно використовуються геліосистеми для гарячого водопостачання, що значно знижує споживання традиційних енергетичних ресурсів та зменшує викиди CO₂. Активно застосовуються системи управління енергоспоживанням у туристичних об'єктах шляхом встановлення розумних датчиків для контролю температури, вологості, освітленості та енергоспоживання. Ці системи автоматизованого управління дозволяють підвищити енергоефективність, регулюючи використання ресурсів залежно від попиту, що, в свою чергу, сприяє сталому розвитку туризму та збереженню природних ресурсів.

Важливою частиною смарт-туризму є зелена сертифікація. У ЄС існують численні сертифікаційні програми, такі як Green Key та EU Ecolabel, що заохочують туристичні підприємства до застосування екологічних практик. Впровадження зелених стандартів у готелях, ресторанах і на туристичних об'єктах дозволяє підвищити їхню привабливість для свідомих туристів, які надають перевагу екологічно відповідальному та безпечному відпочинку. Наприклад, у Португалії готелі, ресторани, туристичні комплекси, турфірми та контори мають можливість отримати безкоштовний річний сертифікат Clean & Safe, який підтверджує, що заклад дотримується усіх необхідних вимог щодо запобігання поширенню COVID-19 [29, С.29]

Європейські країни також активно працюють над розвитком зелених смарт-туристичних маршрутів. Це туристичні напрямки, які спеціально розроблені для збереження природних територій і сприяють екологічно чистому способу подорожей. До таких маршрутів відносяться туристичні траси в горах, національні парки, екологічно чисті сільські райони, де природні ресурси зберігаються за допомогою низькоінтенсивного туризму,

який не шкодить навколишньому середовищу. Прикладом позитивного досвіду у цьому напрямку є функціонування Національної федерації «Gîtes de France» («Гостьові будиночки Франції»), яка об'єднує майже п'ятдесят тисяч власників сільських садиб [46]

Ще однією інновацією є застосування цифрових технологій для управління транспортом, зокрема через інтеграцію розумних транспортних систем (ITS). Ці технології дозволяють ефективно керувати рухом транспорту, уникати заторів і скорочувати час на подорожі. Транспортні мережі, обладнані розумними системами, знижують рівень забруднення, забезпечують більшу зручність для туристів, зменшують витрати на паливо та енергоспоживання. У ЄС також активно працюють над розвитком інфраструктури для електричних транспортних засобів, що є важливим аспектом стратегії сталого туризму. Активно впроваджуються електричні автобуси та велосипедні маршрути, що дозволяє знизити викиди шкідливих газів і зменшити шумове забруднення. Міста ЄС активно підтримують використання електричних скутерів та велосипедів, створюючи спеціальні зони для їх використання, що сприяє зменшенню заторів і знижує екологічний слід. Розширення мережі зарядних станцій для електромобілів і електричних велосипедів на туристичних маршрутах дозволяє знизити екологічний слід туризму, забезпечуючи можливості для безпечних і комфортних подорожей.

Таблиця 2.4

Практики зеленого смарт-туризму в країнах ЄС

Країна	Зелені ініціативи та програми	Цифрові технології в туризмі	Типи екологічного транспорту
Німеччина	Програма "Green Key" для готелів	Мобільні додатки для планування еко-маршрутів	Електричні автобуси, велосипедні маршрути
Франція	Національні парки та екологічні маршрути	Онлайн-платформи для бронювання сталих подорожей	Електричні скутери, велопрокат
Іспанія	Зелений туризм у сільських районах	Платформи для сталого туризму	Велосипедні тури, електричні автомобілі
Італія	Програми підтримки зелених готелів і еко-туризму	Смарт-системи для управління туристичними потоками	Електричні автобуси, гібридні транспортні засоби

Нідерланди	Інвестування в еко-туризм та природні резервати	Мобільні додатки для планування екологічних маршрутів	Електричні велосипеди, велосипеди на прокат
------------	---	---	---

Джерело: складено автором

Важливою складовою зеленого смарт-туризму є геоінформаційні системи (ГІС). Вони допомагають створювати інтерактивні карти для туристів, на яких позначено не лише популярні туристичні об'єкти, але й екологічно чисті зони для відпочинку, альтернативні маршрути та можливості для екологічного транспорту. ГІС дають змогу точно планувати туристичні маршрути, враховуючи екологічні вимоги, що дозволяє зменшити навантаження на найбільш вразливі екосистеми.

У сфері зеленого туризму також активно використовуються системи відновлення та збереження біорізноманіття за допомогою новітніх біотехнологій. Технології, що дозволяють відстежувати стан екосистем у реальному часі, допомагають туристичним компаніям у своєму управлінні екологічними маршрутами. Це дає можливість оперативно реагувати на негативні зміни в природних зонах та впроваджувати заходи з відновлення біорізноманіття відповідно до Конвенції ООН про охорону біологічного різноманіття від 1992 року [30]

Таблиця 2.5

Основні інноваційні моделі розвитку зеленого туризму в ЄС

Модель розвитку	Опис	Приклади застосування
Екологічні сертифікації	Сертифікація екологічно чистих туристичних об'єктів, що підтверджує їх відповідність екологічним стандартам	Green Key, Ecolabel, EarthCheck
Зелені смарт-мережі	Впровадження інтелектуальних мереж для оптимізації споживання ресурсів в туристичній інфраструктурі	Смарт-мережі в Німеччині
Відновлювані джерела енергії	Використання поновлюваних джерел енергії для забезпечення енергетичних потреб туристичних об'єктів	Сонячні батареї в Іспанії, геотермальні системи у Франції
Екологічно сталий транспорт	Використання електричних транспортних засобів для зменшення викидів CO ₂ та забруднення повітря	Електричні автобуси в Нідерландах, каршерінг у Швеції
Розумні міста	Впровадження інтелектуальних систем управління для зменшення забруднення та оптимізації ресурсів	Системи управління у Барселоні, Амстердамі

Джерело: складено автором

Один із основних принципів, що лежить в основі зеленого смарт-туризму, це активна співпраця між державними та приватними ініціативами. У ЄС створено численні державні програми та ініціативи, що сприяють розвитку сталого туризму. Наприклад, програма Horizon 2020, що фінансується Європейським Союзом, включає численні проекти, спрямовані на покращення екологічної стійкості туризму, інвестування в інновації та розвиток нових технологій у туристичній сфері. Окрім того, державні органи активно підтримують приватний сектор через надання грантів та субсидій для реалізації проектів збереження навколишнього середовища.

Соціальний компонент зеленого туризму передбачає активне залучення місцевих громад до процесу розвитку туристичної інфраструктури. Це включає в себе підтримку місцевих підприємств, розвиток сільського туризму та інтеграцію традиційних ремесел у туристичний процес. Важливою частиною цього процесу є підтримка місцевих продуктів і послуг, що сприяє не лише економічному розвитку, але й підвищенню рівня культури та соціального благополуччя. Наприклад, у таких країнах, як Італія та Франція, сільські туристичні напрямки активно використовують місцеві продукти та ремесла для створення унікальних туристичних продуктів, що дає можливість не тільки зберегти культурну спадщину, а й підвищити якість життя місцевих мешканців.

Необхідність врахування соціальних аспектів при розробці туристичних стратегій також включає у себе увагу до справедливості та інклюзивності. Забезпечення доступу до туристичних можливостей для усіх груп населення, включаючи малозабезпечені верстви та людей з обмеженими можливостями, є важливою частиною сталого розвитку туризму. У країнах ЄС, таких як Німеччина, активно впроваджуються програми підтримки інклюзивного туризму, що сприяє залученню широких соціальних груп до туристичних потоків і дозволяє знижувати соціальну нерівність.

Європейські країни, зокрема Іспанія та Португалія, активно використовують концепцію культурного ландшафту, яка поєднує природні, культурні та соціальні елементи в єдину систему управління територією. Це дає змогу зберігати не лише природні ресурси, а й підтримувати традиційний спосіб життя місцевих жителів. Такі моделі дозволяють ефективно поєднувати розвиток туризму з охороною навколишнього середовища та збереженням культурної спадщини, що робить їх дуже ефективними для сталого розвитку (таблиця 2.6)

Таблиця 2.6

Інтеграція соціальних і культурних аспектів у розвиток зеленого туризму в ЄС

Фактор	Стратегії інтеграції	Приклади реалізації в країнах ЄС
Соціальна відповідальність	Створення локальних робочих місць у зеленому туризмі, підтримка місцевих підприємців	Іспанія (Канарські острови): підтримка місцевих фермерських господарств та екологічного туризму.
Збереження культурної спадщини	Проведення культурно-освітніх програм, підтримка традиційних ремесел і свят	Італія (Тоскана): програми для туристів, які знайомлять з місцевими традиціями виноробства.
Підвищення екологічної обізнаності	Проведення еко-турів, освітні програми для туристів щодо збереження природи та культурних пам'яток	Франція (Прованс): еко-тури, спрямовані на знайомство з традиціями екологічного землеробства.
Стимулювання культурної взаємодії	Організація фестивалів, культурних заходів для взаємодії туристів з місцевими громадами	Австрія (Зальцбург): культурні заходи, що поєднують екологічний туризм і місцеву музику та мистецтво.

Джерело: складено автором

Підводячи підсумок по розділу 2, можна узагальнити, що використання передових технологій у практику зеленого смарт-туризму є важливим аспектом для забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії ЄС, оскільки дозволяє не лише зберігати природні ресурси, але й підвищувати якість надання туристичних послуг та підтримувати соціально-культурний розвиток місцевих громад. Вивчення цього позитивного досвіду може бути дуже корисним для повоєнного відновлення туристичного сектору України.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1 Технологічні інновації у сфері туризму

Виклики, які постали перед туристичною сферою України внаслідок пандемії та воєнної агресії, вимагають рішучих дій задля відновлення бізнес-процесів в галузі на основі інноваційних підходів. Інновації вже давно стали важливим чинником у розвитку туристичної галузі, а для України, що прагне відновити та розвинути свій туристичний потенціал після значних економічних і соціальних змін, технологічні інновації є критично значимими для конкурентоспроможності. Тож вивчення та впровадження найкращого досвіду країн ЄС у цьому напрямку є необхідністю вітчизняної туристичної політики національного та регіонального рівня.

Ми поділяємо думку З. Герасимів та Н. Островської про те, що «інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну, що й приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування й розвиток галузі в регіоні» [58, С. 184]. Системність інновацій в туризмі демонструє рис. 3.1

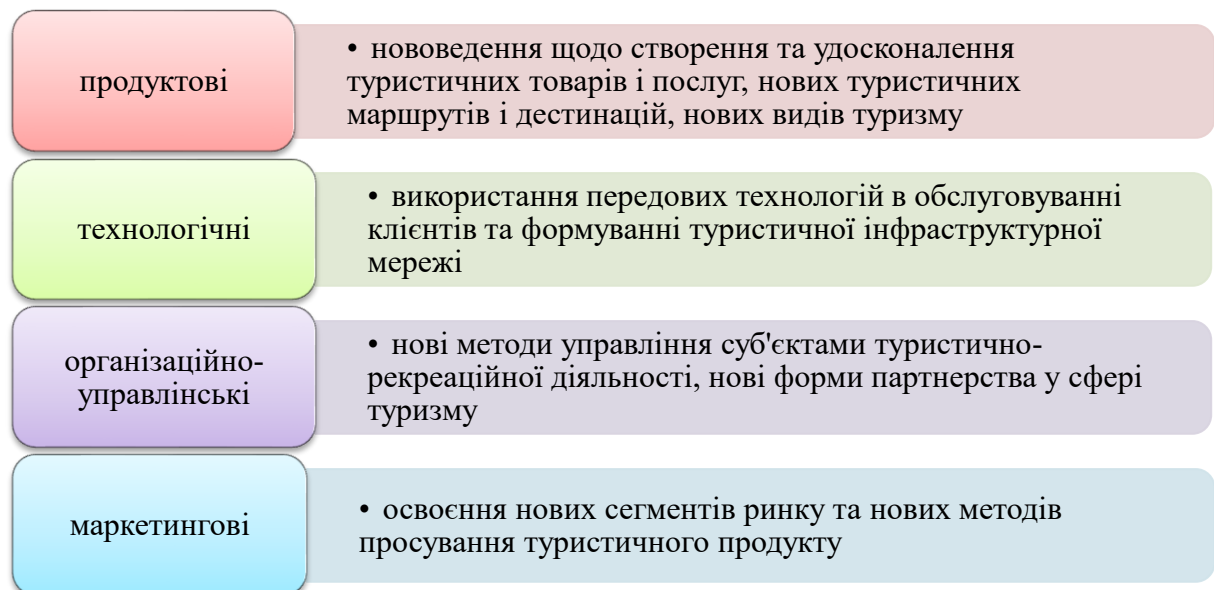


Рис. 3.1 Види інновацій в туризмі

Джерело: складено автором

Особливістю технологічних інновацій є використання нової техніки та технологій у туристичному, рекреаційному і готельно-ресторанному бізнесі. Основними векторами технологічних інновацій за сучасних умов є екологізація та цифровізація туризму, уособлені в понятті «розумний туризм».

Першим трендом технологічних інновацій в туризмі є застосування доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) у туристичні послуги. Ці інноваційні технології мають значний потенціал для розвитку туристичної індустрії в Україні, оскільки вони не лише змінюють спосіб взаємодії з туристами, а й сприяють розвитку нових форм туризму, що поєднують фізичну та віртуальну реальність. Віртуальна реальність дозволяє туристам отримати досвід подорожей без необхідності фактично перебувати в певному місці. За допомогою VR-технологій можна здійснити віртуальні екскурсії до знаменитих архітектурних пам'яток, національних парків, музеїв або навіть до віддалених куточків країни. Ці технології дозволяють збільшити залучення туристів до місць, які важко або неможливо відвідати в реальному житті.

У багатьох європейських країнах ці технології вже активно використовуються для створення нових форм туризму. Наприклад, туристичні оператори в деяких країнах організовують віртуальні екскурсії по музейних колекціях, культурних пам'ятках або археологічних зонах, що дозволяє розширити можливості для навчання та ознайомлення з культурною спадщиною без необхідності подорожувати. Цінним є досвід Португалії, де Група з шести бізнес-асоціацій створила інноваційну платформу «VIP360: «Цифровий TGV внутрішніх районів», метою якої є трансформація способів дослідження та просування туризму у внутрішній частині Португалії. Ця платформа забезпечує миттєве відвідування 200 туристичних пам'яток та 500 компаній, пропонуючи 1500 віртуальних оглядів на 360° та 4200 3D-зображень з їх описом чотирма мовами: португальською, англійською, французькою та іспанською. Провідне гасло проекту: «Немає потреби купувати квиток, просто сідайте у вагон «TGV Digital» відділу туризму» [52].

Завдяки використанню VR, туристи можуть заздалегідь "відвідати" визначні місця, готелі або туристичні об'єкти, перш ніж здійснити реальний візит. Це допомагає їм краще орієнтуватися у виборі місця для відпочинку, приймати більш обґрунтовані рішення щодо маршруту подорожі, а також забезпечує високий рівень задоволення від обраного варіанту. Віртуальні тури можуть також використовуватися для демонстрації місцевих звичаїв, традицій, кулінарних особливостей та інших аспектів культури, що дозволяє створити більш глибоке та емоційне сприйняття потенційного туристичного досвіду.

Варто також зазначити, що віртуальна реальність може бути важливим інструментом для навчання персоналу в туристичній галузі. Технології VR дозволяють проводити тренінги для гідів, працівників готелів, адміністраторів туристичних послуг, що значно підвищує їх професійну підготовку. З допомогою віртуальних тренувань можна моделювати різні ситуації обслуговування клієнтів, що дозволяє покращити якість сервісу без необхідності витрачати ресурси на реальні навчальні заходи. Це уже зараз може бути корисним для України у сфері підготовки кадрів для туризму.

Впровадження доповненої реальності в туризм також має значний потенціал. AR дозволяє накладати додаткові інформаційні шари на реальний світ, забезпечуючи інтерактивний досвід для туристів. Наприклад, туристи можуть використовувати мобільні пристрої, щоб отримувати додаткову інформацію про об'єкти під час прогулянок, розглядаючи архітектурні пам'ятки, природні ландшафти або інші туристичні об'єкти через спеціалізовані додатки. Це не тільки збільшує цікавість до відвідуваних місць, а й надає можливість краще зрозуміти історичний контекст або культурну значущість об'єкта.

Для України, як країни з багатою історичною та культурною спадщиною, можливості AR можуть мати особливе значення, адже це дозволяє створювати інтерактивні карти, туристичні додатки та експозиції, що дають змогу глибше занурюватися в атмосферу обраних місць. Це також

відкриває нові можливості для розвитку гібридних форм туризму, де фізичний досвід доповнюється віртуальними елементами, що дозволяє залучити більшу аудиторію туристів.

На основі використання технологій VR та AR також можна розвивати інноваційні форми гейміфікації, що дають змогу залучати молодшу аудиторію до туристичних об'єктів. Створення інтерактивних турів з елементами гри, участь у віртуальних змаганнях або вирішення завдань під час екскурсій може зробити подорожі більш захоплюючими та незабутніми для молодих туристів, що є важливим аспектом для сучасного ринку туризму. Гейміфікація в туризмі може бути різноманітною: гейміфікація туристичних турів, тематичні ігри в парках, ігри в транспортних засобах під час поїздки, ігри в закладах розміщення або музеях. Ігри на об'єктах культурної чи історичної спадщини за допомогою VR та AR допомагають «оживити» історичні події або спонукати туристів через участь у віртуальних квестах досліджувати музеї, фортеці чи інші архітектурні пам'ятки. Гейміфікація заохочує туристів через нагородження значками, нагородами, систему набору очок, віртуальну валюту, сувеніри, дошку пошани на власних веб-сайтах тощо. Ігровий механізм сприяє активній взаємодії туристів з цифровими платформами та реальними об'єктами, що покращує загальний досвід подорожей.

Вважаємо, що Україні доцільно також використовувати сторітеллінг - мистецтво захоплюючої розповіді з метою впливу на емоційну, мотиваційну, когнітивну сфери слухача тощо, особливо при створенні туристичного продукту на воєнну тематику. Це допоможе туристам глибше зануритись в історію та стати учасниками буремних подій, а не просто споживати інформацію. На наш погляд, це важливо і в контексті патріотичного виховання.

Інтеграція віртуальних і доповнених технологій у туристичний бізнес може також стимулювати розвиток нових нішевих ринків. Наприклад, віртуальні подорожі можуть бути корисними для людей з обмеженими можливостями або тих, хто не може фізично подорожувати через вікові чи

інші обмеження. Це дозволяє розширити доступність туристичних послуг для всіх верств населення і забезпечити рівні можливості для отримання культурного досвіду. Наприклад, у Київському національному музеї історії України використовуються VR-технології для віртуальних екскурсій, що дозволяє туристам без фізичного відвідування знайомитися з музеєм. За смартфона є можливість погуляти музеєм Михайла Грушевського у Львові, оглянути будинок та зазирнути до кімнат його мешканців, для цього потрібно завантажити додаток DMH Lviv AR і мати спеціальні листівки. Це є прикладом того, як технології дозволяють зменшити фізичні обмеження та залучати більшу аудиторію.

Наступним напрямом технологічних туристичних інновацій є сервіс, що поєднує зручність та безпеку. Г. Омельчак підкреслює, що «особливістю розвитку туризму в Україні має стати саме побудова найсучасніших опцій, таких як безконтактна реєстрація клієнтів, безконтактне замовлення їжі, напоїв, безконтактне замовлення відвідування туристичних об'єктів, тощо» [36, С. 108]. В Україні, зокрема, цифровізація туристичних послуг вже активно розвивається завдяки цифровим платформам (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Використання цифрових платформ для туристичних послуг в Україні

Цифрова платформа	Основні функції	Країни використання	Застосування в Україні
<i>Visit Ukraine</i>	Онлайн-бронювання, інформаційна підтримка, маркетинг	Україна	Платформа для популяризації туризму в Україні, збирання інформації про туризм
<i>Booking.com</i>	Бронювання готелів та апартаментів, відгуки, ціни	Міжнародне використання	Широко використовується в Україні для бронювання готелів, апартаментів і туристичних послуг
<i>Airbnb</i>	Оренда квартир, апартаментів, проживання у місцевих жителів	Міжнародне використання	Розвиток у містах України, популярність серед іноземних туристів

Джерело: складено автором

Необхідно продовжувати цю позитивну за досвідом іншим країн. Такі платформи, як Tujiа, HomeAway пропонують туристам унікальне проживання

в приватних будинках. Uber, Grab та DiDi пропонують спільні поїздки. Vayable пропонує персоналізовані тури для автентичного місцевого досвіду. EatWith пропонує домашні страви, тоді як Wingly пропонує доступні варіанти подорожей. Marriott International впровадила мобільний додаток для покращення обслуговування клієнтів, надаючи їм доступ до своїх номерів. Expedia Group використовує аналітику великих даних для персоналізації пошуку та рекомендацій на основі уподобань клієнта. Airbnb використовує технологію блокчейн для зберігання та управління оцінками та відгуками гостей. Європейська туристична компанія TUI Group використовує цифрові ініціативи для покращення обслуговування клієнтів [<https://www.digitransformationsummit.com/blogs/impact-of-tourism-on-digital-transformation/>].

На регіональному рівні в Україні варто запозичити досвід іспанського міста Малага, яке розробило різноманітні додатки для туристичного бізнесу. Прикладами є транспортний додаток EMT, який є національним еталоном та спрощує планування поїздок по всьому місту. Додаток «Alertcops» дозволяє будь-якому туристу зв'язатися безпосередньо з поліцією у разі надзвичайної ситуації. У додатку «Málaga Cruise Shop» можна знайти магазини з годинами роботи, а додаток «Playas de Málaga» істить інформацію про погоду та пляжні розваги, такі як типові місцеві пляжні вечірки під назвою «Moragas». Додаток «Málaga Pass» дозволяє своїм користувачам користуватися перевагами входу до основних туристичних та розважальних пам'яток з пільговим доступом та значними знижками [52]. Вважаємо, що такий комплексний підхід значно підвищив би ефективність туристичних послуг в будь-якому регіоні.

Цифрові технології також позитивно впливають на маркетинг та просування туристичних послуг. Соціальні медіа, блоги, інфлюенсери та контент-маркетинг стали основними інструментами для залучення туристів. Проте важливою проблемою для України є недостатнє використання даних для персоналізації рекламних кампаній. Дослідження показують, що туристичні компанії в Україні значно відстають у використанні аналітичних

інструментів для збору інформації про поведінку своїх клієнтів і їхні уподобання. У той час, як у більш розвинутих країнах ЄС це є стандартною практикою, в Україні бізнеси тільки починають впроваджувати інструменти для збору великих даних (Big Data).

Аналіз великих даних також дозволяє туристичним компаніям більш ефективно взаємодіяти з клієнтами. Завдяки інструментам аналізу даних можна створювати персоналізовані пропозиції для клієнтів на основі їх попередніх уподобань. Вони можуть враховувати індивідуальні переваги користувача, створюючи персоналізовані рекомендації для кожного туриста. Наприклад, на основі даних про попередні подорожі або вподобання, додатки можуть пропонувати різні маршрути, місця для відвідування, ресторани або місцеві заходи. Це дозволяє значно підвищити рівень задоволення від подорожі та зробити її більш комфортною та пам'ятною.

Збір та аналіз даних також важливі для моніторингу ефективності рекламних кампаній. Наприклад, завдяки інтеграції з платформами соціальних мереж і медіа-каналами, компанії можуть отримати повну картину того, як реагують потенційні туристи на їхні маркетингові зусилля. Це дозволяє коригувати рекламні стратегії в реальному часі, що є важливим для зростання популярності туристичних послуг, особливо для молодих підприємств і стартапів у галузі (табл. 3.2)

Таблиця 3.2.

Приклад використання великих даних для розвитку туризму в Україні

Інструмент	Функція	Застосування в Україні
Аналітика соціальних мереж	Вивчення поведінки та уподобань туристів через соціальні платформи	Аналіз даних для маркетингу туристичних послуг, створення персоналізованих пропозицій
Системи динамічного ціноутворення	Регулювання цін в залежності від попиту та ситуації на ринку	Використання в готелях та туроператорами для оптимізації ціноутворення
Платформи для збору відгуків	Збір та аналіз відгуків для покращення якості послуг	Платформи типу TripAdvisor для аналізу відгуків і вдосконалення послуг

Джерело: складено автором

Також варто зазначити, що великі дані дають змогу покращити безпеку туристів. Аналіз даних про місця, в яких відбуваються аварії або інші

надзвичайні події, дозволяє виявляти потенційно небезпечні локації та своєчасно інформувати про них туристів. Це не тільки знижує ризики для відпочивальників, але й сприяє формуванню більш безпечного туристичного середовища загалом.

Ще однією важливою перевагою використання великих даних є розвиток інноваційних туристичних продуктів. За допомогою аналізу даних можна виявити нові тренди та ніші, що згодом можуть стати популярними серед туристів. Це дозволяє створювати індивідуальні продукти, що точно відповідають вимогам ринку і запитам туристів, наприклад, еко-туризм або інноваційні маршрути для молоді.

Атлантична обсерваторія сталого туризму в Ірландії розробила онлайн-інструменти для дослідження, щоб полегшити ефективніший спосіб збору даних. Наприклад, для полегшення пошуку відвідувачів на атракціях у форматі «honeypot» було розроблено та розміщено плакати та наліпки, кожен з яких мав певний QR-код (рис. 3.2).



Рис. 3.2 QR-коди як інструмент збору даних в Ірландії

Джерело: сформовано автором на основі [52]

Прикладом застосування подібної інновації в Україні є туристичний маршрут "Вперше у Львові", розроблений Львівською міською радою та мобільним оператором Vodafone Україна. Родзинкою маршруту є те, що гідом є спеціальні QR коди та стрілочки, що розміщені на вулицях міста. Туристу потрібен лише смартфон та інтернет, щоб відсканувати коди та прочитати інформацію на табличках. Кожна табличка має свій номер, а початок маршруту

бере від фонтану Нептуна на площі Ринок. Сканування відвідувачами QR-кодів дозволяє ефективніше збирати дані про кількість та періодичність відвідувань.

Не менш важливим аспектом технологічних інновацій в туризмі є інтеграція інструментів штучного інтелекту в аналіз великих даних. Інтеграція AI (artificial intelligence) в цю галузь не лише спрощує багато операцій, а й покращує прийняття рішень. Туристи можуть використовувати додатки з AI-перекладачами або цілодобово отримувати відповіді на запитання через інтегровані віртуальні платформи. Це економить час та підвищує рівень обслуговування. AI-системи автоматично обробляють тисячі відгуків, визначаючи основні проблеми та переваги закладів, що дозволяє швидко покращувати послуги. Готелі все частіше впроваджують голосові пристрої на базі штучного інтелекту, такі як Amazon Alexa, щоб надати гостям можливість керувати функціями номера, запитувати послуги або отримувати інформацію без людської участі.

Європа залишається на передовій туристичних інновацій на основі AI, особливо в галузі сталого розвитку, розумного туризму та культурного досвіду. Murmuration (Франція) використовує AI для моніторингу навколишнього середовища, відстеження якості повітря та біорізноманіття. Twistic (Іспанія) та Hoomvip (Іспанія) використовують AI для покращення маркетингу та управління гостями. Travaux (Ізраїль) створює персоналізовані маршрути для доступних подорожей, обслуговуючи мандрівників з особливими потребами. Green Urban Data (Іспанія) використовує AI для міської стійкості, оптимізуючи використання ресурсів та зменшуючи вплив на навколишнє середовище. В Lab Gastronomic (Іспанія) використовує AI для надання персоналізованого кулінарного туристичного досвіду, а Jooks (Франція) збагачує дослідження міст аудіогідами та інтерактивними маршрутами на базі AI. Ці компанії стимулюють інновації, оптимізують ресурси та сприяють сталому розвитку та інклюзивності [59]. Тож Україні варто ретельно вивчати та переймати цей досвід.

До сучасних технологічних інновацій у туризмі відноситься також інтеграція мобільних додатків з технологіями GPS-навігації, що дозволяє туристам орієнтуватися в незнайомих місцях та знаходити найближчі об'єкти, що їх цікавлять. Це особливо важливо для туристів, які подорожують по Україні, де часто відсутня достатня кількість інформаційних знаків або путівників. За допомогою таких додатків туристи можуть не лише знайти цікавий об'єкт, а й отримати додаткову інформацію про нього, його історичне значення чи культурну цінність. Сучасні туристичні навігатори мають ряд переваг: працюють без інтернету, дають точне визначення місцезнаходження за допомогою супутника (GPS, GLONASS, Galileo), підтримують карти з рельєфом, маршрутами, точками POI, витримують до 16–20 годин автономної роботи (а деякі — до 35+), працюють із супутниковими месенджерами (як-от модель Garmin inReach mini) [<https://techrate.com.ua/yak-vibrati-turistichniy-navigator/>]. Вважаємо доцільним рекомендувати суб'єктам вітчизняного туристичного бізнесу включати пристрої GPS-навігації в набір сервісних послуг для активних туристів.

Цифрові технології можуть бути корисними і для просвітницької діяльності. Для місцевої громади це може служити додатковим інструментом підтримки місцевого бізнесу та місцевої культури. Прикладом такого позитивного досвіду є Проєкт Terragust, що був створений для просування сталого розвитку, знань про місцеві продукти та циркулярної економіки Майорки (Іспанія). Цей вебсайт пропонує екскурсії з гідом, присвячені культурам Майорки, а також продає делікатеси, фрукти та овочі, виготовлені майорчанами – продукти «нульового кілометра» (Km0). Terragust популяризує методи сталого сільського господарства, такі як інтегроване виробництво. У Terragust пропонується прогулянка полями разом з гідом, який пояснить процеси посадки, обробки, догляду та збору врожаю. Він розповість про особливості автохтонних сортів фруктів та овочів – це місцеві, корінні сорти, які історично вирощуються і розвиваються в конкретному географічному регіоні. Під час прогулянки можна збирати фрукти та овочі безпосередньо з

рослин у стані оптимальної зрілості, а також дізнатися, що таке сільське господарство km0. Після прогулянки туристи можуть насолодитися дегустаційним меню за столом, розташованим у неповторному природному оточенні. Шеф-кухар використавши сезонні продукти приготує вишукані страви, в яких підкреслить натуральні смаки. Під час дегустації розкажується про місцеву компанію Terracor, яка використовує інтегровану систему виробництва. Вона займається вирощуванням фруктів, овочів та ароматичних трав під гаслом: забезпечити, щоб усе натуральне зберігало своє походження, смак та аромат («Щоб помідор мав смак і запах помідора»). Інтегрована система виробництва - це метод виробництва, що поєднує органічні та традиційні технології і дозволяє обробляти культури лише речовинами, які не шкодять ґрунту. Вважаємо, що така практика може бути дуже корисною в Україні для розвитку місцевого, відпочинкового та пізнавального туризму.

3.2 Організаційно-економічні фактори сприяння відновленню

Відновлення туристичної сфери України у повоєнний період вимагає консолідованих зусиль, сконцентрованих на завданнях, визначеного Планом відновлення, розробленого у 2022 році. Основні завдання цього плану представлені на рис. 3.3

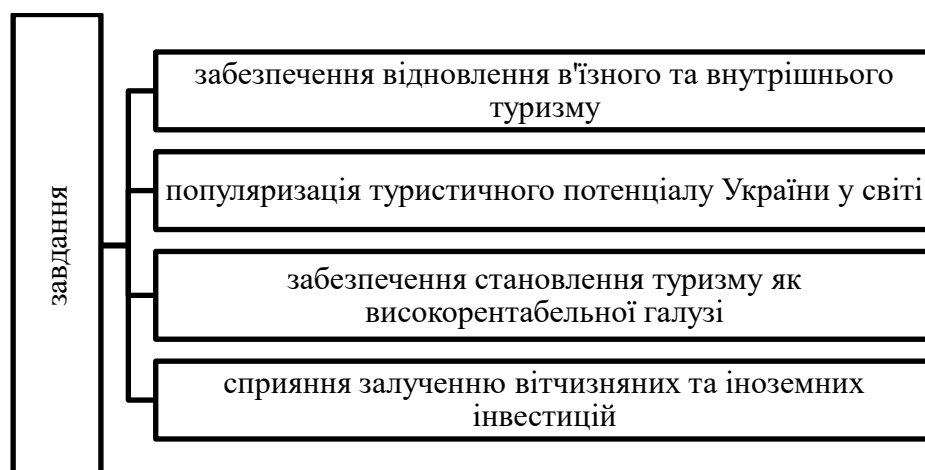


Рис. 3.3 Пріоритетні завдання Плану повоєнного відновлення України для сфери «туризм і курорти»

Джерело: побудова автором за даними [62, С. 4]

Успішна реалізація цих завдань передусім залежить від правильної організації діяльності щодо відновлення на усіх рівнях: національному, регіональному, місцевому з урахуванням загальносвітових туристичних трендів, розглянутих у попередніх розділах. Авторське бачення розподілу завдань за рівнями регулювання наведено у таблиці 3.3

Таблиця 3.3

Завдання відновлення туристичної сфери за рівнями регулювання

<i>Національний рівень</i>
Забезпечення формування нормативно-правової бази
Залучення іноземних програм з економічної допомоги Україні
Розробка якісних освітніх програм в галузі туризму
Розробка та впровадження системи туристичної орієнтаційно-навігаційної системи
Інформаційна кампанія Ukraine NOW та Мандруй Україною (онлайн та офлайн)
Створення мережі туристично-інформаційних центрів;
Створення інформаційного порталу та єдиного контенту для туристів, що цікавляться місцями активних бойових дій;
Створення національного конференц-бюро для залучення та підтримки великих міжнародних подій в Україні;
Проведення щорічних опитувань внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів відповідно до рекомендацій UNWTO;
Отримання туристичної Big Data;
Пільгове/спрощене кредитування на відбудову зруйнованої інфраструктури;
Створення механізмів фінансування галузі через туристичні фонди, та інші інструменти для залучення інвестицій;
Вдосконалення Єдиного туристичного реєстру та туристичної сертифікації
Відбудова туристичної інфраструктури
<i>Регіональний рівень</i>
Проведення аудиту та цифрового збору даних щодо стану руйнувань туристичних об'єктів у кожній області
Відновлення туристичних локацій
Проведення грантової підтримки малого та середнього туристичного бізнесу
Створення «Маршрутів пам'яті війни»
Створення легкої туристичної інфраструктури для мандрівок по Україні;
Програма оздоровлення та реабілітації осіб, які постраждали від воєнних дій в Україні (військовослужбовці, їх сім'ї, тимчасово переміщені особи, жінки та діти з окупованих/деокупованих територій тощо)
<i>Місцевий рівень</i>
Створення місцевих програм розвитку туризму та цільових фондів туризму на місцевому рівні, куди перенаправлятиметься туристичний збір
Формування конкурентоспроможних туристичних продуктів; регулярні промокампанії туристичних продуктів для цільових сегментів
Виготовлення промоконтенту (відео, фото, графічні матеріали, рекламні тексти тощо) та розміщення реклами промо постів (соціальні мережі, телебачення, спеціалізовані інтернет майданчики, зовнішня реклама тощо)
Створення архіву пам'яті війни;
Застосування європейських стандартів якості в туризмі

В умовах повномасштабної війни, що триває в Україні, консолідація зусиль набуває особливого значення. Війна принесла не лише руйнування інфраструктури та економічні труднощі, але й суттєво змінює структуру туристичного ринку. Однак, відновлення можливе. Це підтверджує досвід Албанії, Боснії, Хорватії та інших країн, які відновили туризм після війни. Так. Хорватія за 14 років забезпечила зростання галузі туризму вдвічі [61]. Варто також взяти до уваги приклад Іспанії у туристичному відродженні провінції Біскайя, що входять до складу Країни Басків. Бренд Більбао – це світовий приклад міської регенерації. Зараз воно залишило позаду минуле, пов'язане із занепадом сталеливарної промисловості, і стало міжнародним символом космополітичного дизайнерського міста. Зміна стала можливою завдяки реалізації місцевою владою низки важливих проектів щодо мобільності та транспортної інфраструктури [52].

Відновлення туристичної сфери важливе і для міжнародного статусу України. Ми погоджуємось з думкою Цвілого М. та соавторів про те, що «структурні глобалізаційні зміни посилюють необхідність відновлення туристичної галузі в Україні як каталізатора розвитку потенціалу міжнародного співробітництва в геоekonomічному просторі» [12, С. 952]. Виклики війни створюють передумови і для вдосконалення механізму податкової підтримки економічної активності [11], і для розвитку транскордонного співробітництва [16], і для нових підходів у політиці зайнятості та підготовки кадрів [28, С. 16], і для впровадження сучасних бізнес-моделей [17] для реагування на зміни в поведінці споживачів. Цілком слушним є твердження Омельчак Г. про те, що руйнування під час війни застарілої та несучасної інфраструктури має бути стимулюючим фактором для її відбудови та сучасними екологічними стандартами [36, С. 108]. Герасимів З. та Островська Н. наголошують на впровадженні інновацій та сучасних

технологій в туристичну сферу [58], а Г. Кіш акцентує увагу на безпекових трендах, а також на зростанні внутрішнього та індивідуального туризму [29]. В. та Ю. Костинець підкреслюють зміни маркетингових стратегій у напрямку розробки віртуальних турів [31]. Усі ці пропозиції щодо організаційних змін в туристичній політиці є слушними і важливими. Однак, ми не можемо не погодитись з думкою багатьох вітчизняних вчених [23, 26, 39, 42, 45, 46, 61], що ці зміни можливі лише за ефективної державної підтримки.

За інформацією наданою на території країни зруйновано або пошкоджено 452 заклади розміщення. Найбільша кількість пошкоджених об'єктів зафіксована в Донецькій (78 об'єктів), Харківській (55 об'єктів), Київській (38 об'єктів), Луганській (33 об'єкти) та Чернігівській (17 об'єктів), в Запорізькій та Сумській (по 12 об'єктів), Одеській та Миколаївській (по 8), Херсонській (6), Житомирській (3), Вінницькій (2), а також у Дніпровській (1) та Львівській (1) областях [25]. За даними Національної туристичної організації України загальна потребу у фінансуванні в туристичному секторі оцінюється в понад 5 мільярдів доларів США [60, С. 19].

У зв'язку з цим Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності» передбачила наступні шляхи доступу малого та середнього бізнесу (МСБ) до фінансування (табл. 3.4)

Таблиця 3.4.

Основні фінансові програми підтримки туристичних підприємств в умовах війни в Україні

Тип підтримки	Зміст	Очікуваний результат
Державні субсидії; безповоротні мікрогранти в два транші: перший – для покриття нагальних потреб для функціонування бізнесу, другий – в разі створення нових робочих місць.	Фінансова допомога для відновлення інфраструктури, реконструкції пошкоджених об'єктів.	Збереження існуючих підприємств, стимулювання відновлення об'єктів
Податкові пільги	Зниження податків для підприємств у зонах відновлення, зокрема для МСБ в туристичному секторі	Зменшення податкового навантаження, стимулювання розвитку МСБ

Пільгові кредити та гарантії. Впровадження платформи електронного кредитування, використання альтернативних даних для прийняття кредитних рішень, електронне виставлення рахунків, електронний факторинг і фінансування ланцюга поставок	Надання пільгових кредитів на відновлення та розвиток туристичної інфраструктури	Доступність фінансування для підприємств, стимулювання інвестицій
Інвестиційні гранти. Розширення програми доступу до дешевого боргового капіталу. Запровадження механізмів спільного фінансування розвиткових проєктів на основі моделей публічно-приватного та міжмуніципального партнерства тощо.	Гранти для розвитку інноваційних туристичних продуктів і нових напрямків в туризмі	Розвиток інфраструктури, інноваційних проєктів, нових туристичних маршрутів

Джерело: складено автором на основі [60, С. 21]

Інвестиційні механізми є важливою складовою державної підтримки туристичної індустрії в умовах війни. В Україні потрібно створити спеціальні програми залучення іноземних інвестицій для відновлення ключових інфраструктурних об'єктів, таких як дороги, готелі, культурні та природні пам'ятки. Важливо також забезпечити сприятливі умови для створення туристичних кластерів, які б об'єднували туристичні підприємства та організації для спільного розвитку регіонів, пошуку нових джерел доходу та просування внутрішнього туризму. Завдяки такій моделі бізнес може взаємодіяти з органами місцевої влади, а також з міжнародними партнерами.

Важливо також зосередитися на інфраструктурі для екологічного та доступного туризму. Україні вкрай важливо розвивати туризм для людей з інвалідністю, особливо для тих, хто проходить реабілітацію після поранень. Позитивний приклад показує Львів, яке адаптує простір до потреб людей у кріслах колісних і з протезами – на площі Ринок і на популярних туристичних маршрутах переклали бруківку, зробивши її зручною та безбар'єрною. Але така практика не є поширеною в Україні. У Публічному звіті ДАРТ за 2024 рік неведено цифри, що «лише 19% закладів розміщення мають на вході сходи, облаштовані пандусом, 28% оснащені ліфтами, з яких лише 2% мають сигнали звукового супроводу та дублювання позначень поверхів шрифтом Брайля.

Тільки в 23% закладах розміщення, які взяли участь в опитуванні, є номери, облаштовані для осіб з інвалідністю, і в 26% наявні облаштовані універсальні вбиральні. 16% закладів зазначили, що мають доступні шляхи евакуації для осіб з інвалідністю. 24% вказали, що використовують міжнародні символи доступності» [25]. Ці показники є тривожними, отже необхідно, щоб аспекти інклюзивності закладались в плани розвитку туризму на усіх рівнях.

На національному рівні Державне агентство розвитку туризму України разом із громадською організацією «ЛУН Місто» та Асоціацією готелів і курортів України (UHRA) розробили електронну туристичну мапу безбар'єрності України, яка уже зараз містить 998 об'єктів з 15 регіонів країни, серед яких 243 належать до сегмента HoReCa [61].

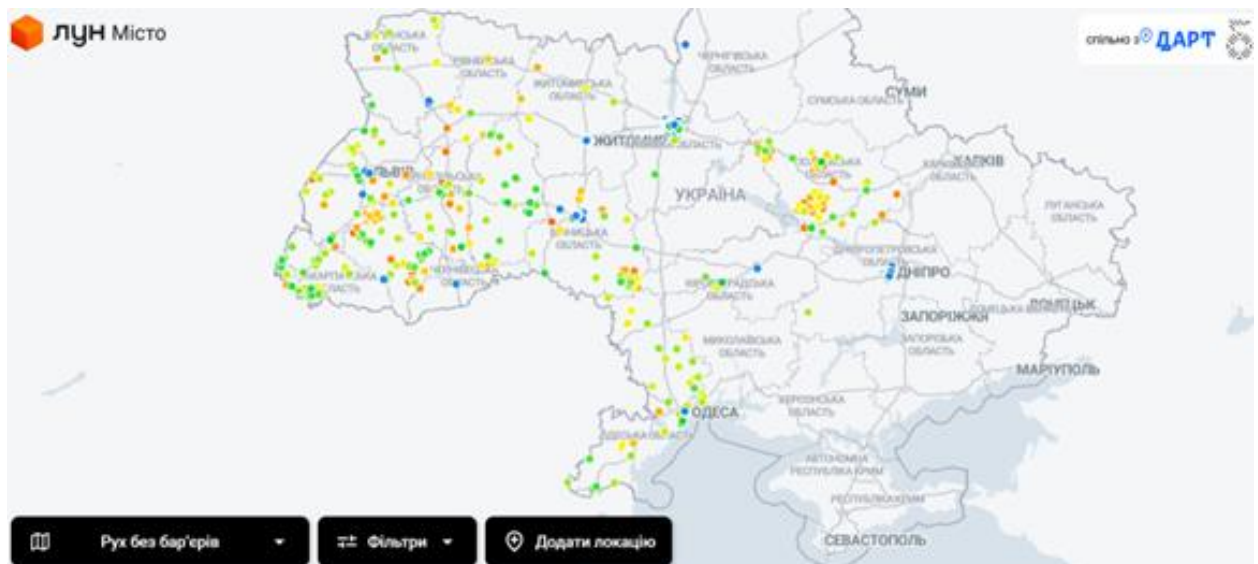


Рис. 3.4 Мапа безбар'єрності України

Джерело: [https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-viklik-novi-napryamki-ta-perspektivi]

Доступність та інклюзія стали ключовими напрямками діяльності багатьох країн, які прагнуть просувати потенційні можливості туризму для інклюзивного зростання з метою покращення доступності для людей з інвалідністю, забезпечення доступу для вразливих груп за рівнем доходу, а також просування гендерної рівності. Наприклад, Греція запровадила знаки якості «Доступний туристичний напрямок» та «Доступне туристичне підприємство», В Італії було створено Фонд доступності туризму для

сприяння соціальній інтеграції та диверсифікації туристичної пропозиції [4, С. 38]. Тож Україні треба вивчати та активно переймати досвід інклюзивної практики в туризмі від інших країн.

Фінансова підтримка має бути інтегрованою частиною загальної державної стратегії відновлення. Необхідно створити комплексний підхід до підтримки туризму, який включатиме не лише фінансові інструменти, а й програму з розвитку національного бренду України, просування нових туристичних продуктів, а також стимулювання місцевих підприємств до співпраці та взаємодії для створення конкурентоспроможних туристичних пропозицій. Організаційно-економічними засобами реалізації цього завдання є: створення національної мережі туристичних брендів України, що має містити бренди області, районів, міст, територіальних громад, курортів, інших туристичних територій; чітке визначення завдань брендів у кожному конкретному випадку (зміна сприйняття, підвищення присутності, підвищення сили або статусу бренда тощо); розроблення правових засад для використання бізнесом туристичних брендів та заходів підтримки брендів [60, С. 22]. Місцеві органи влади повинні активно працювати над формуванням та просуванням туристичних брендів, що відображають унікальні особливості регіонів. Це може включати як культурні аспекти, так і природні пам'ятки, що можуть стати основою для розвитку екологічного, сільського та гастрономічного туризму.

Одним із ключових аспектів відновлення туристичного бізнесу в Україні є активна роль місцевих органів влади та громад у процесах відбудови та трансформації туристичної інфраструктури. Місцева влада, яка має безпосередній вплив на регіональні економічні та соціальні процеси, відіграє важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку туризму в поствоєнний період. У цьому контексті важливою є синергія між державними інститутами та органами місцевого самоврядування для розробки та реалізації програм відновлення та підтримки туристичних ініціатив.

На рівні місцевих органів влади значну роль відіграють планування і стратегічне управління розвитком туристичної інфраструктури. Одним із основних завдань є розробка стратегічних планів, які включатимуть інфраструктурні проекти, покращення умов для інвесторів і підприємців, а також сприяння розвитку інноваційних технологій у сфері туризму. Інші функції місцевих органів влади у проведенні туристичної політики наведені у таблиці 3.5

Таблиця 3.5.

Роль місцевих органів влади в розвитку туристичної сфери

Ініціатива	Зміст	Очікувані результати
Розвиток місцевих туристичних кластерів	Об'єднання туристичних підприємств та організацій для спільного розвитку регіонів	Створення стійкої туристичної інфраструктури, залучення інвестицій
Підтримка внутрішнього туризму	Програми, спрямовані на розвиток внутрішнього туризму через інфраструктурні проекти та культурні ініціативи	Стимулювання попиту на внутрішній туризм, розвиток місцевої економіки
Підвищення якості послуг	Стандартизація туристичних послуг, навчання кадрів, підвищення рівня гостинності	Підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств та покращення сервісу

Джерело: складено автором

Створення туристичних кластерів та розвиток внутрішнього туризму можуть стати ефективними інструментами для відновлення економіки, зокрема в постраждалих від війни регіонах. Підвищення якості послуг на місцевому рівні дозволить не лише підвищити рівень туристичного досвіду, але й забезпечити стійкість туристичної індустрії в умовах зміненої економічної ситуації в Україні.

На регіональному та місцевому рівнях дуже важливою є екологічна складова відновлення туризму. Місцева влада повинна активніше впроваджувати принципи сталого розвитку в організацію туристичних послуг. Це включає розвиток екологічно чистих транспортних засобів, модернізацію інфраструктури для збереження природних ресурсів, а також інвестування в

зелені ініціативи для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Необхідно наслідувати позитивний прикладом Майорки (Іспанія) у реалізації ініціатив циркулярної економіки:

- Спільні ініціативи, розроблені Cooperativas Agroalimentarias (агропродовольчими кооперативами) та Асоціацією готельних мереж, для просування циркулярної економіки шляхом продажу якісної сільськогосподарської продукції із сертифікатами походження готельним ресторанам.

- Спільна ініціатива, реалізована TIRME та різними готельними мережами, в рамках якої компост виготовляється з органічних відходів, зібраних з готелів, а потім використовується для удобрення сільськогосподарських ділянок членів Cooperativas Agroalimentarias [52].

Одним з основних інструментів для залучення інвестицій у відновлення туристичної інфраструктури є публічно-приватне партнерство (PPP). В умовах обмеженого фінансування з державного бюджету саме цей механізм може стати ефективним для створення необхідної інфраструктури. Публічно-приватне партнерство дозволяє поєднувати ресурси держави і приватних інвесторів, що забезпечує більш високу ефективність використання фінансових та технологічних ресурсів. Важливо зазначити, що саме в умовах післявоєнної відбудови приватні інвестори можуть сприяти не лише відновленню, але й модернізації туризму, використовуючи інноваційні технології та екологічно чисті підходи до розвитку. За даними Міністерства економіки в Україні з 22 договорів, укладених на умовах ДПП, які реалізувались станом на 01.01.2025, чотири відносились до сфери туризму, рекреації, відпочинку, культури та спорту [<https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9fc90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnennia>]. Тому цю практику треба поширювати у майбутньому.

Особливо важливою є підтримка молодих підприємців та стартапів у туристичній сфері, що можуть стати основою для нових видів туризму, таких як екологічний, гастрономічний, культурний та медичний туризм. Це вимагає створення спеціальних умов для старту бізнесу, надання податкових пільг та субсидій, а також забезпечення навчальних програм для розвитку підприємницьких навичок серед молоді. Україні варто залучити досвід Франції, яка заохочувала туристичні компанії інтегрувати цифрові технології в ланцюжок створення вартості в туризмі, підтримуючи стартапи, засновані на таких технологічних елементах як штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей та 5G. В Естонії Дорожня карта «Цифрове наставництво в туризмі поряд із цифровізацією» спрямована на підвищення цифрової грамотності в туристичних підприємствах. Вона вимагає від підприємств внести 10% вартості наставництва протягом п'ятимісячного періоду для того, щоб потім протягом трирічного періоду отримувати послуги навчання з управління цифровими ресурсами та дорожню карту, адаптовану до бізнес-потреб підприємства. Німецький Центр туризму Mittelstand-Digital надає практично орієнтовані знання про цифрові технології, системи даних та інші цифрові рішення для малих та середніх підприємств по всьому ланцюжку створення вартості в туризмі [4, С. 40-41]. Стратегічна дорожня карта підтримки МСБ в туризмі найкращою моделлю для реалізації цілісної системи цифрового маркетингу туристичних дестинацій вважає такий варіант: національний сайт / сайти дестинацій з спільним доменом / контекстна реклама + SEO на цільових ринках [60, С.22], просвітницьку функцію передбачає реалізувати через розміщення на національних порталах Дія.Бізнес та Дія.Освіта, а також на інших відповідних тематичних порталах профільної інформації та освітніх курсів, орієнтованих на МСБ у секторі туризму та гостинності; посилення практикоорієнтованого змісту освітніх програм для набуття найбільш затребуваних навичок; започаткування інституту наставництва у робітничих професіях, особливо пов'язаних із сферою гостинності тощо [60, С.26]. Вважаємо позитивним кроком створення освітнього проєкту «Школа для гідів.

Маршрути пам'яті війни», ініційоване ДАРТ за підтримки Національного військово-історичного музею України та Торгово-промислової палати. Його мета - надати фахівцям туристичного супроводу (екскурсоводам) верифіковані істориками та військовими експертами тексти, які гідні зможуть використовувати під час проведення екскурсій місцями пам'яті російсько-української війни на Київщині [25].

Підвищення довіри інвесторів до українського туристичного сектору також потребує міжнародної співпраці. Налагодження співпраці з міжнародними організаціями, фінансовими установами та туристичними асоціаціями дозволить не тільки залучити інвестиції, але й підвищити рівень конкурентоспроможності українських туристичних послуг на світовому ринку. Підтримуємо думку Зайцевої В. зі співавторами, що «міжнародна туристична галузь надає країнам унікальну можливість використовувати свої інвестиційні ресурси для розширення потенціалу туристичних напрямків у розробці комплексного спектру послуг та розширенні своєї частки ринку» [13, С. 114]. Важливо, щоб на міжнародній арені Україна демонструвала свій потенціал для розвитку сталого туризму, особливо в умовах післявоєнної відбудови. Так, на Міжнародній туристичній виставці ITB Berlin 2024 підписано три Меморандуми про співпрацю та взаєморозуміння між ДАРТ та Berlin Tourismus & Kongress GmbH (Німеччина), маркетинговим агентством FINN PARTNERS LIMITED (Велика Британія), ICF SH&E LIMITED (Сполучені Штати Америки). Під час III Національного туристичного саміту 28 лютого 2024 року підписано меморандум про взаєморозуміння та співпрацю з International Tourism Investment Corporation Ltd (ITIC) стосовно довгострокового партнерства для залучення прямих іноземних інвестицій у туристичну сферу з метою сталого розвитку туризму в Україні. [25].

Особливу увагу слід приділити розвитку регіональних ініціатив у відновленні безпеки туризму. На багатьох українських територіях, що раніше були популярними туристичними напрямками, зараз досить високий рівень мінної небезпеки. Очищення цих територій стає критично важливим

завданням місцевої влади задля повернення довіри туристів і розвитку інфраструктури. Важливою у цьому контексті є практика безпекової сертифікації туристичних об'єктів, а також розроблення та розповсюдження інструкцій з безпеки відвідувачів та персоналу для суб'єктів господарювання в секторі гостинності, транспортних перевезень, туристичних операторів і агентів на основі світових стандартів. На локальному рівні варто приділяти увагу створенню систем оповіщення відвідувачів.

Важливих організаційних змін на локальному рівні вимагає питання розвитку велосипедної інфраструктури, включаючи облаштування велосипедних доріжок, місць стоянок велосипедів та створення пунктів оренди велосипедів, електроскутерів тощо.

З урахуванням сучасної ситуації, важливо в організаційному плані розробляти стратегії та поступово формувати цілісні мережі «розумного туризму». Просування через них сталих практик та відповідального туризму допоможе захистити місцеве довкілля та спадщину. Покращені транспортні системи, засоби безпеки та моніторинг громад підвищать добробут мешканців, пропонуючи їм більше місцевих зручностей. Приймаючі пункти призначення виграють від запровадження туристичних квот та сприяння екологічно орієнтованому економічному зростанню.

Узагальнюючи матеріал розділу 3 зазначимо, що післявоєнне відновлення туристичної галузі України має подвійну природу: з одного боку, виглядає як потужний виклик, але й водночас створює можливість кардинальної модернізації галузі для впровадження інновацій та сталого розвитку.

ВИСНОВКИ

Дослідження світових тенденцій розвитку туризму надає глибоке розуміння змін, які мають відбуватися в Україні за сучасних умов та в період повоєнного відновлення, щоб вона безперешкодно інтегувалась у світовий туристичний ринок і здобула певні конкурентні переваги. Ці зміни мають знайти своє відображення у формуванні стратегій розвитку та планів їх реалізації як на національному, так і на регіональному та місцевому рівнях.

1. Глобалізація відіграє важливу роль у розвитку міжнародного туризму. Туристичні послуги поступово втрачають свою локальну унікальність у сфері базового обслуговування, натомість набуваючи ознак універсального продукту, який має бути зрозумілим і прийнятним для споживача з будь-якої країни. Проте глобалізація має і певні негативні наслідки, зокрема, вона має екологічні, технологічні та соціальні ризики. Це потребує від України розробки нових механізмів сталого управління туризмом. Це, в свою чергу, вимагає інвестування в інфраструктуру, розвиток інноваційних технологій для зменшення впливу туризму на довкілля і адаптації туристичних практик до змін клімату. Також потребує переосмислення соціальної складової розвитку туризму з метою перетворення галузі на джерело стабільної зайнятості, гідного заробітку, на середовище взаємовигідного партнерства відповідального партнерства та інклюзивного розвитку.

2. У добу глобалізації туристичні практики трансформуються під впливом економічних, технологічних та культурних зрушень, які переплітаються у складну мережу взаємозалежностей сталого туризму, який в Україні ще не набув системного характеру. Концепція сталого розвитку туризму базується на принципах економічної, соціальної та екологічної стійкості. Вона передбачає використання ресурсів так, щоб не шкодити навколишньому середовищу, зберігаючи природні та культурні об'єкти для майбутніх поколінь. Тому на порядку денному для нашої країни є впровадження сталих практик у туризмі, таких як підтримка місцевих громад,

збереження біорізноманіття, а також ефективне використання енергоресурсів та управління відходами, що дозволить зменшити негативний вплив на довкілля та економіку. Першочерговим завданням для громад є забезпечення балансу між економічною вигодою від туризму і збереженням природних ресурсів та місцевої культури. Тому в Україні вкрай важлива зміна підходів до організації туризму. У цій площині велике значення має запровадження екологічної звітності, оцінювання екосліду, вимірювання рівня ресурсоспоживання в туризмі, міри його доступності на усіх стадіях створення туристичного продукту та в межах кожної туристичної дестинації. Сталий розвиток вимагає нового світогляду на роль туризму у суспільстві і нових підходів для його практичного втілення у вітчизняну практику господарювання.

3. Важливу роль у формуванні сталоорієнтованої туристичної політики України відіграє досвід країн Європейського Союзу як приклад для наслідування за вектором нашого проєвропейського стратегічного вибору. Країни ЄС активно впроваджують стратегії сталого розвитку туризму, орієнтуючись на еко-туризм, збереження культурної спадщини та інтеграцію інноваційних технологій. Важливою ініціативою є програма «Європейський зелений курс», яка сприяє розвитку туризму на основі збереження природних ресурсів, зменшення викидів вуглецю та інтеграції нових технологій для зменшення впливу туризму на довкілля. В рамках цієї програми ЄС активно підтримує зелені сертифікати для готелів, туроператорів та транспортних компаній, стимулюючи впровадження сталих практик на всіх етапах туристичного процесу. Ці заходи реалізуються за допомогою функціонування розвинутої інституційної мережі підтримки сталого туризму, що поєднує державні, недержавні та наддержавні установи. Досвід їх взаємодії має стати орієнтиром для розбудови подібної системи в Україні.

4. Іншим прикладом наслідування країн ЄС для України є досвід розвитку зеленого смарт-туризму. Передусім, доцільно перейняти практику створення та функціонування обсерваторій сталого туризму, які здійснюють

на постійній основі моніторинг економічного, екологічного та соціального впливу туризму в межах певної туристичної дестинації. В ЄС таких обсерваторій на зараз нарахується 15, а в Україні ще немає жодної.

Також для вітчизняної туристичної політики є важливим ознайомлення з досягненнями країн ЄС у впровадженні цифрових технологій. Інноваційні технології у туристичній індустрії Європейського Союзу відіграють ключову роль у розвитку галузі, надаючи можливості для значного покращення якості послуг, оптимізації процесів управління та підвищення конкурентоспроможності. Перейняття досвіду використання цифрових платформ для бронювання, онлайн-екскурсій та віртуальних турів дозволить збільшити доступність українських туристичних об'єктів для міжнародних і внутрішніх туристів. Враховуючи післявоєнний контекст, важливою є також реалізація проектів з відновлення інфраструктури, таких як модернізація зруйнованих шляхів та транспортних мереж, розвиток електротранспорту та відповідної інфраструктури для покращення доступності туристичних локацій, зменшення викидів вуглецю, зменшення забруднення навколишнього середовища та реалізації потреб екологічно-свідомих туристів. Перспективним напрямом для України є розвиток сільського зеленого туризму та інтеграція традиційних ремесел у туристичний процес.

5. Матеріальною основою повоєнного відновлення туристичного бізнесу в Україні мають стати цифровізація усіх процесів. Інтеграція технологій віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR) та штучного інтелекту (AI) допоможе створити нові туристичні продукти, даючи можливість досліджувати культурні пам'ятки в дистанційному режимі, що важливо в умовах воєнного стану. Системи управління даними дозволять підвищити рівень безпеки туристів через моніторинг потоків відвідувачів у реальному часі, що дозволить ефективно управлінню туристичними потоками в конкретній дестинації, знижуючи негативний вплив на чутливі екосистеми. Для українських туристичних компаній ці технології можуть стати джерелом конкурентних переваг на міжнародному ринку, оскільки кадровий ІТ-

потенціал України досить значний. Інноваційні туристичні технології дадуть можливість не лише покращити обслуговування клієнтів, але й створювати унікальні продукти, які підвищать привабливість України як туристичного напрямку.

6. У післявоєнний період для відновлення туристичної сфери в Україні важливими організаційно-економічними факторами є державна підтримка та залучення міжнародних інвестицій. Держава повинна розробити програми фінансової підтримки для малого та середнього бізнесу в галузі туризму, сприяючи відновленню туристичної інфраструктури та надання податкових пільг для нових туристичних проєктів. Крім того, необхідна активна співпраця з міжнародними організаціями для залучення інвестицій у відновлення культурних пам'яток та природних об'єктів, що можуть стати привабливими для туристів.

Важливим економічним аспектом є розвиток нових туристичних напрямків, які не тільки допоможуть відновити економічний потенціал України, але й дозволять зберегти культурну спадщину, що постраждала від війни. Створення нових туристичних продуктів, спрямованих на внутрішній туризм, активна роль місцевих органів влади та громад у процесах відбудови та трансформації туристичної інфраструктури, створення мережі туристичних брендів України, розвиток державно-приватного партнерства, активна просвітницька діяльність та компетентнісноорієнтована освітня діяльність стануть важливими факторами для відновлення галузі. А ефективність їх реалізації буде залежати від системності туристичної політики та її повну інтеграцію в загальну стратегію повоєнного відновлення України на засадах сталого розвитку, стійкості та конкурентоспроможності.

14.06.2025

Здобувач вищої освіти

Дар'я КОРНЄВА

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A European Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-greendeal_en
2. Alieva A., Pavlikha V. Formation of strategic priorities for sustainable development of tourism and recreation sphere based on inclusive growth. National interest International Academic Journal. 2020. Vol. 1. №. 1. P. 74–85. <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/NIT/article/view/239956>
3. Aliieva A., Pavlikha N., Zelinska O. Foreign economic activity activation of the region in the context of euroregional cooperation: theoretical and methodical approaches. Economic and regional studies. 2020. Vol. 13. № 4. P. 429–441. <https://sciendo.com/article/10.2478/ers-2020-0031>
4. European Tourism: Trends & Prospects Quarterly Report (Q4/2024) : ETC Market Intelligence Report / European Travel Commission by Tourism Economics. Brussels, February 2025. 59 p. URL: <https://etc-corporate.org/uploads/2025/02/ETC-Quarterly-Report-Q4-2024-Public-Version.pdf>
5. International tourism faces deepest crisis in history. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2020. Vol. 18. Is. 2. URL: <https://www.eunwto.org/doi/suppl/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.2>.
6. International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. UN Tourism. January 19, 2024. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>
7. IUCN Global Standard for Nature-based Solutions. IUCN. URL: <https://iucn.org/our-work/topic/iucn-global-standard-nature-based-solutions>
8. Kostyk, Ye., Tiuleniev, S., Goi, V., Kovalenko O., Pochernina, N. The National Model of the Smart Economy for Achieving the Goals of Innovative Development. Review of Economics and Finance. 2023. vol.21, pp. 622-632 URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/17714>

9. OECD (2024), OECD Tourism Trends and Policies 2024, Paris: OECD Publishing, 2024. 98 p. URL: <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>.
10. Shevchenko H., Petrushenko M., Burkynskyi B., Khumarova N., Kodzhebash A. Input-output analysis of recreational assets within the inclusive sustainable development in Ukraine. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2021. Vol. 8, issue 3. P. 90–109. URL: <https://ideas.repec.org/a/ssi/jouesi/v8y2021i3p90-109.html>
11. Tkachuk, N., Somchenko, V., Ihnatiuk, O., Kolomiets, H. and Pochernina, N. New Tax Policy on Resumption of the Business Entities' Activities. *Economic Affairs*, 2023. №68(01s). C. 09-15. DOI: 10.46852/0424-2513.1s.2023.2 URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/17712>
12. Tsviliy, S.M., Ogloblina, V.O., Demko, V.S., Pavliuk, A.A., Pisetskyi, M.M. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2023. №49(3), pp. 946–961. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>
13. Zaytseva V.M., Tsviliy S.M., Demko V.S., Klopov I.O., Kovalenko V. L Internalization of the Investment Environment in the International Tourism Industry. *Apuntes del CENES*, 2024, Vol. 43, N°. 78, pp. 91-123 URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9643212>
14. World Tourism Organization and United Nations Development Programme, *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*, UNWTO. Madrid, 2017. 36 p.
15. Zbarsky V.K., Prystemskyi O.S., Konovalenko A.S., Demko V.S. , Skidanov O.A. Safe Development of the Tourism Industry in the European Space. *RIVAR*. 2023. Vol. 10, № 29, pp.135-154
16. Алієва А. Ю. Визначення туристично-рекреаційної сфери та її розвиток в умовах транскордонного співробітництва. Транскордонне співробітництво як форма розвитку міжнародної інтеграції: матеріали X Міжнар. наук.-практ. семінару, 22 трав. 2020 р. Луцьк: Інформац.-вид. відділ Луцького НТУ, 2020. 143 с. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2020_3_9.

17. Алієва А. Ю. Сучасні бізнес-моделі розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2020. Т. 5. № 1. С. 228–235. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2020_3_9.
18. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес-інформ*. № 4. 2020. С. 21–27
19. Атаманчук З. А., Тимчишин Ю. В. Безпека у міжнародному туризмі як чинник сталого розвитку. *SWorld Journal*. 2021, №8, Part 4, May. С. 11–17.
20. Атаманчук З.А. Туризм в Європейському Союзі задля сталого розвитку. Економіка і організація управління. 2024. №2(54). С. 191–202. DOI: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2024.2.18>
21. Божко Л.Д., Холодок В.Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. № 77 DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.077.07>
22. Головні тренди розвитку туристичної галузі. Investory news. 13 листопада 2023. URL: <https://investory.news/golovni-trendi-rozvitku-turistichnoi-galuzi/>
23. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? 2022. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
24. Демко В.С., Трусова Н.В. Світова практика оцінювання мультиплікативного ефекту від інвестицій в індустрії туристичних послуг. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої. Мелітополь, 2020. № 1(41). С. 99–107. URL: <http://surl.li/qlzmn>
25. Державне агентство з розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31>

26. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 332 с.
<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/8978>
27. Зарубіна, А., Сіра, Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № (41). URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543>
28. Заячківська Г. А., Вовк С. В., Церклевич В. С. Тренди постпандемічного розвитку туризму в країнах Європейського Союзу: нарративи, імперативи, прогнози. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023 №8. С.11-19. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-8-2>
29. Кіш Г. Сучасні туристичні тенденції в постпандемічний період. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 7. С. 27–33.
30. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року. Поточна редакція від 29.10.2010 р. Законодавство України. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030
31. Костинець В. В., Костинець Ю. В. Віртуальні подорожі як інструмент просування причорноморського регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 82–85.
32. Крупіца І. В., Євтушок О. В., Киричук В. Г. Світові тренди та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний простір*. 2022. № 178, с. 24-30 DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>
33. Кукліна Т.С., Цвілий С.М., Журавльова С.М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації*. Випуск 23, 2022. С. 12-15.
34. Миронов Ю. Досвід країн Західної Європи у розвитку туризму на природоохоронних територіях. *Підприємництво і торгівля*. 2024. №43. С. 60-67. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-43-08>

35. Мілінчук О. В. Розвиток сільського туризму в умовах децентралізації: досвід Житомирщини. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер.: Економіка і управління. 2020. Т. 31 (70). № 3. С. 11–19.
36. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. №1(46). С. 106-109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14>
37. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України : монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2022. 211 с.
38. Паньків Н., Крупіна А.-М. Тенденції розвитку медичного туризму в умовах глобалізації (на прикладі Туреччини). *Development Service Industry Management*. 2024. №1. С. 25–49. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(4\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(4))
39. Пинда Ю.В., Скриньковський Р.М. Державне регулювання туризму в країнах Європейського Союзу. Zenodo. 2019. December 30. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3678898>
40. Податкові надходження від туристичної галузі у 1 кварталі зросли в 10 регіонах України. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/05/12/700058/>
41. Почерніна Н.В. Діджиталізація: ефект синергії для політики сприяння туризму. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.: колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 1268 с. С.515-518 URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/14565>
42. Почерніна Н.В. Конкурентні переваги країн ЄС в контексті політики сприяння туризму в Україні. Інтелект XXI. 2021. №1. С. 15-19. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-1.3> URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/14539>
43. Почерніна Н.В. Оцінка виявлених порівняльних переваг експорту туристичних послуг України до ЄС. Причорноморські економічні студії. 2021.

Випуск 62. С. 26-31 DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.62-4> URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/14546>

44. Приседська В. "Вийшли на гору, почули сирену". Як переживає війну туристична галузь. BBC News Україна. 3 липня 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034>

45. Світлична В. Ю. Забезпечення стійкості та повноцінного функціонування туристичної сфери в сучасних умовах адаптації до змінюваних епідеміологічних обставин. *Комунальне господарство міст*. 2020. Т. 7, вип. 160. С. 53–62.

46. Ставська Ю.В. Європейський досвід продуктивних інструментів розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-26>

47. Ткачук Л.М., Колосова І.В. Медичний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні та світі. *Наукові записки СумДПУ імені А.С.Макаренка. Географічні науки*. 2021. Т. 2. Вип. 2, с. 167-176.

48. Якимчук А., Попадинець Н., Валюх А., Скрипко Т., Левков К. Сільський «зелений» туризм як каталізатор розвитку місцевої економіки в процесі децентралізації влади. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7. No 1. С. 232–259.

49. The Global Risks Report 2024. 19th Edition / World Economic Forum. Geneva. 2024. 124 с. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf

50. The GDS-Index 2024 Returns with its top 40 Sustainable Destinations. 18th Oct, 2024. URL: <https://www.meetingmediagroup.com/article/the-gds-index-2024-returns-with-its-top-40-sustainable-destinations>

51. Tourism statistics: tables and figures / A n official website of the European Union URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics

52. INSTO Observatories / UN Tourism URL: <https://www.unwto.org/insto-observatories?page=1>

53. Travel & Tourism Development Index 2024: insight report / World Economic Forum. Geneva. May 2024. 97 p. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf
54. Гуцул О.Я., Іванова С.С. Еволюція туризму в ЄС в XXI ст. Інноваційна економіка. 2024. №2(98). С. 15-21 DOI: 10.37332/2309-1533.2024.2.2
55. European Commission: Innovation for a sustainable Future – The Eco-innovation Action Plan, 2011, URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0899:FIN:EN:PDF>
56. _ EU eco-innovation index 2024 / European Commission: Directorate-General for Research and Innovation and Cambridge Econometrics, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2024, 31 p. URL: <https://data.europa.eu/doi/10.2777/4878812>
57. Role of SMEs in the European Accommodation Industry: Issue Brief / Statista. 2024. 11 p.
58. Герасимів З.М., Островська Н.Д. Інноваційні технології в туризмі. Інфраструктура ринку. 2024. №78. С. 183-187 DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct78-34>
59. World Tourism Organization and Saxion University of Applied Sciences(2025), Artificial Intelligence Adoption in Tourism – Key Considerations forSector Stakeholders, UN Tourism, Madrid,DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284426065>.
60. Стратегічна Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023–2033 роках» / Національна туристична організація України. Київ. 2024. 60 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1qN0Uu2j4FmGA-6iZ3eIVsRWUsOG1F59W/view>

61. Сухорукова Г. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi>

62. Проект Плану відновлення України. Матеріал робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури» / Національна рада з відновлення України від наслідків війни. 2022. 178 с. URL: <https://ua.uncinternational.com/past-conferences/unc22/plan-vidnovlennya-ukrayini>