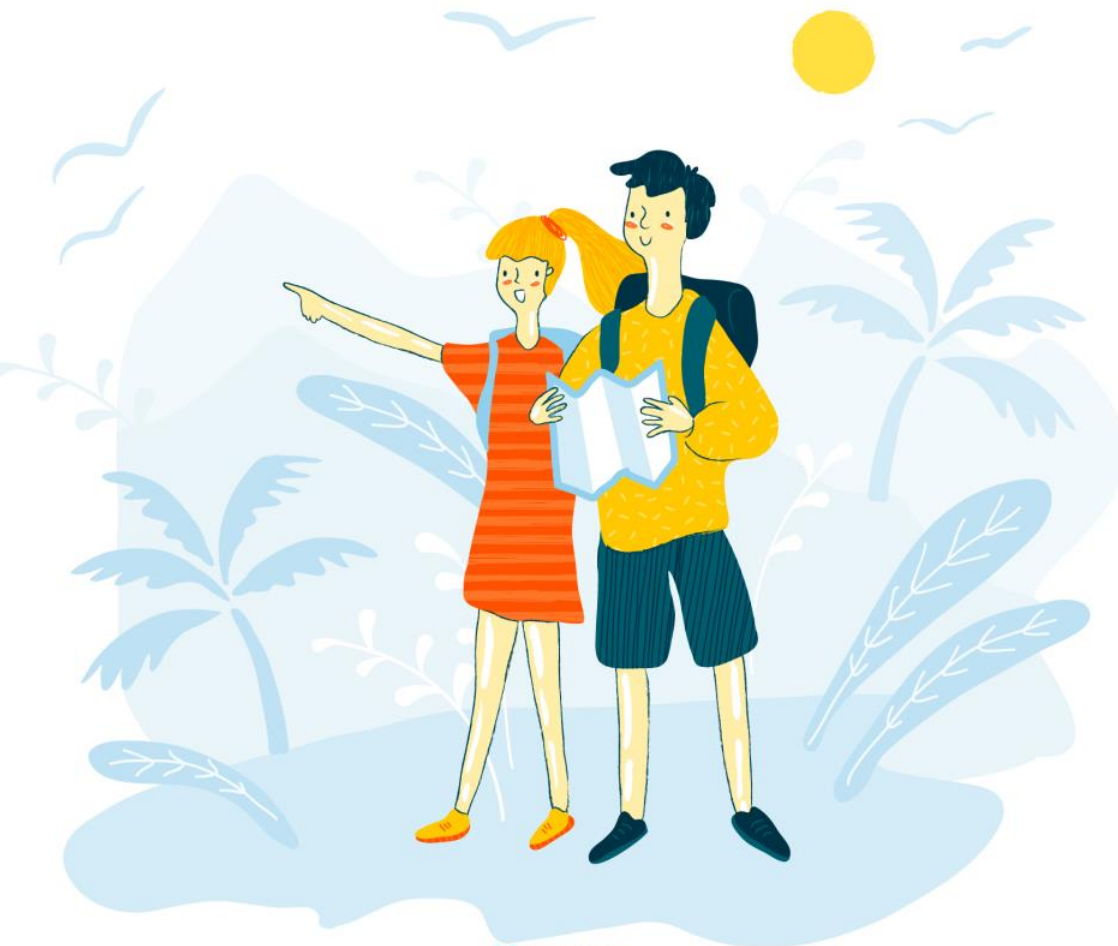


ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2025

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів

(м. Полтава, 15 січня 2025 року)



Полтава
2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ - 2025

МАТЕРІАЛИ

**Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів**

(м. Полтава, 15 січня 2025 року)

**За загальною редакцією
канд. геогр. наук, доцента М. М. Логвина,
канд. екон. наук. О. О. Тараненка**

**Полтава
ПУЕТ
2025**

УДК 338.48-2-053.6(062.552)
Т86

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі заборонено

Редакційна колегія:

М. М. Логвин, канд. геогр. наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

О. О. Тараненко, канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ.

Туризм і молодь – 2025 : матеріали Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 15 січня 2025 року) / за заг. ред. М. М. Логвина, О. О. Тараненка. – Полтава : ПУЕТ, 2025. – 66 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр. мовою.

ISBN 978-966-184-485-7

У збірнику подано матеріали круглого столу, проведеного в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715), який відбувся у Полтавському університеті економіки і торгівлі.

Для науковців, викладачів, студентів закладів вищої освіти, усіх, хто цікавиться питаннями теорії та практики туризму.

УДК 338.48-2-053.6(062.552)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

ISBN 978-966-184-485-7

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2025

*О. В. Азнаєва, студентка гр. Тм-21;
Н. О. Даценко, студентка гр. Тм-21
Науковий керівник – О. О. Тараненко, канд. екон. наук
ПУЕТ*

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРУ ТУРИЗМУ

Сфера туризму є однією з ключових галузей світової економіки, яка стимулює розвиток суміжних секторів, забезпечує зайнятість населення та сприяє міжкультурному обміну. В Україні туризм має значний потенціал завдяки унікальним природним ресурсам, багатій культурній спадщині та географічному положенню. Проте, на тлі глобальних викликів, таких як пандемія COVID-19, економічні кризи та війна, туристична галузь України зазнає суттєвих труднощів. Ці фактори посилюють необхідність впровадження інноваційних підходів для відновлення та подальшого розвитку туризму.

У туристичній діяльності інновації проявляються в упровадженні унікальних туристичних маршрутів, використанні цифрових технологій для бронювання, віртуальних турів чи автоматизації сервісів. Вони також сприяють розробці екологічних турів та інтеграції культурних і освітніх елементів у туристичні пропозиції. Основна мета інновацій у туризмі полягає в підвищенні конкурентоспроможності підприємств і створенні цінності для туристів [1]. Завдяки інноваціям галузь стає більш адаптивною до глобальних змін і нових викликів ринку.

Туристичні компанії часто розвивають інноваційний потенціал через інтерактивну комунікацію з клієнтами, використання відгуків і створення персоналізованих пропозицій. У сучасному туризмі зростає значення сталого розвитку. Інноваційний потенціал може оцінюватися за впровадженням екологічних технологій і рішень.

Інновації в туристичній галузі значною мірою сприяють розвитку нових напрямів і форм туризму, забезпечуючи вдосконалення якості туристичних послуг і підвищення безпеки. Зокрема, геоінформаційні системи (ГІС) і новітні технології орієнтування на місцевості забезпечують точність і ефективність планування туристичних маршрутів. Крім того, технології онлайн-бронювання та мобільні додатки для туристів значно покращують взаємодію з клієнтами, надаючи зручні інструменти для вибору та замовлення послуг.

Інформаційні технології та цифровізація відіграють ключову роль у модернізації та оптимізації управлінських процесів на туристичних підприємствах. Упровадження автоматизації бізнес-процесів, таких як бронювання та обробка замовлень, значно знижує витрати і підвищує ефективність операцій. Інструменти управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволяють створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує лояльність та задоволеність клієнтів. Цифрові платформи для бронювання та мобільні додатки роблять послуги доступними і зручними для туристів, а технології великих даних і штучного інтелекту допомагають прогнозувати тренди та оптимізувати маркетингові стратегії. Використання віртуальної та доповненої реальності дозволяє клієнтам заздалегідь ознайомитися з об'єктами та послугами, що сприяє кращому прийняттю рішень. Застосування цифрових маркетингових технологій дозволяє ефективно залучати нових клієнтів та підвищувати конкурентоспроможність на ринку [2].

Отже, інновації в туристичній галузі охоплюють різноманітні аспекти, від технологічних рішень до створення нових продуктів і організаційних змін. Впровадження новітніх технологій дозволяє підвищити доступність і комфортність послуг для туристів, а розробка нових туристичних продуктів відповідає сучасним запитам і тенденціям.

Список використаних джерел

1. Власова Н. М., Смирнова В. Н., Семененко Н. Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35503/34-Vlasova.pdf?sequence=1>.
2. Долга Г. В. Управління інноваційною діяльністю підприємств туристичного бізнесу. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 1 (57). С. 111–114.

*С. С. Архипюк, студент гр. Тм-21
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

ОРГАНІЗАЦІЯ І РОЗВИТОК ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ У КИЇВСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

Основними викликами, що впливають на розвиток сучасного туризму є: 1) політична нестабільність у певних країнах, що може швидко змінити туристичні потоки; 2) зміна клімату впливає на популярні туристичні дестинації, які можуть стати менш привабливими; 3) глобальні епідемії завжди мали істотний вплив на міжнародний туризм.

Урбанізовані регіони мають специфічні особливості розвитку туризму [3]. Київська область є одним із найпривабливіших регіонів для туристів завдяки багатству культурних, історичних та природних ресурсів. Зручне географічне розташування робить цей регіон ідеальним стартом для знайомства з Україною, особливо з огляду на те, що більшість міжнародних туристів починають свою подорож зі столиці – Києва.

Поєднання історико-культурних і природних ресурсів Києва та Київської області забезпечує унікальні можливості для розвитку різноманітних видів туризму: культурного, рекреаційного, екологічного, а також подієвого туризму, що приваблює відвідувачів із різних країн світу. Це різноманіття дозволяє задовольнити інтереси найширшого кола туристів, від дітей та сімей до іноземних мандрівників і досвідчених дослідників культурної спадщини.

Для розвитку туристичної діяльності Київська область має вдале транспортне забезпечення: наявність автомобільних транспортних шляхів міжнародного, державного та обласного значення, залізничне сполучення за 5 магістральними напрямками, 2 аеропорти, річковий транспорт надає транспортне сполучення річками Дніпро, Десна, Прип'ять [4, с. 187].

М. П. Бутко та Н. О. Алешугіна [2] звертають увагу на важливі аспекти транспортного забезпечення Київської області, які значною мірою обмежують розвиток туризму в регіоні. Зокрема, наявна інфраструктура міжнародних і внутрішньодержавних

автомобільних магістралей у Київській області не відповідає європейським стандартам. Основні недоліки включають обмеження швидкості пересування, недостатню кількість сервісних зон для обслуговування туристів, відсутність пунктів технічної та медичної допомоги, а також недостатню оснащеність сучасними телекомунікаційними засобами. Крім того, дороги місцевого рівня також не відповідають сучасним технічним вимогам і мають низький рівень облаштованості.

Виходячи з виконуваної соціально-економічної ролі в житті держави, як і кожному місту, Києву є притаманним виконання ряду функцій як у господарському, так і в соціальному аспекті, а саме [5]:

- політичної;
- зовнішньополітичної;
- рекреаційної;
- демографічної;
- відтворюючої;
- функції міжгалузевої взаємодії;
- екологічної;
- системності та
- відцентрової.

Київ виконує широкий спектр функцій, що зумовлені його унікальним статусом як столиці та головного економічного центру України. З одного боку, як і інші міста, він є цілісним територіально-системним утворенням, де зосереджені ключові державні, культурні, освітні та економічні функції. З іншого боку, Київ виступає ядром Київської агломерації, об'єднуючи навколо себе економічно і соціально міста-супутники та утворюючи значний консолідуючий центр господарської діяльності.

Зростання зони впливу агломерацій супроводжується ефектом просторово-часової компресії, що сприяє зростанню міграційних потоків та розширенню географії подорожей вихідного дня. Проте, стан інфраструктури та туристичних об'єктів у містах-супутниках першого та другого порядку залишається проблемним, адже він не завжди відповідає сучасним потребам споживачів. Для забезпечення ефективного обслуговування туристів та населення агломерації необхідні значні інвестиції в модернізацію інфраструктури цих міст.

Попри воєнний стан, туристична індустрія Київщини продовжує розвиватися, зокрема через розробку нових видів подорожей та напрямків для відпочинку. У регіоні вже створено 50 туристичних маршрутів [1], що підкреслюють важливість залучення інвесторів для подальшого розвитку туристичної інфраструктури, забезпечення комфорту й безпеки для відвідувачів навіть за умов війни. Безпека на всіх маршрутах є пріоритетом, і вони розробляються з урахуванням чинних обмежень та вимог безпеки.

Для розвитку туризму та забезпечення належного рівня транспортного обслуговування в Київській області необхідно реалізувати заходи, спрямовані на модернізацію як автомобільної, так і залізничної інфраструктури. Це включає підвищення якості доріг, створення необхідної інфраструктури для обслуговування туристів, оновлення рухомого складу залізниць і забезпечення міжнародної інтеграції транспортної мережі України з європейськими стандартами.

Список використаних джерел

1. Баранівська Т. На Київщині діють 50 туристичних маршрутів. URL: <https://suspilne.media/kyiv/548855-na-kiivsini-diut-50-turistichnih-marsrutiv/>
2. Бутко М. П., Алешугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України. Ефективна економіка. 2009. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_3_36.
3. Логвин М. М. Урбанізаційні процеси у світі як стимул для сталого розвитку туризму. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія «Економічні науки». 2017. № 3 (81). С. 131–141.
4. Романова А. Столиця України як перспективний ринок в'їзного туризму. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2018. № 8. С. 185–196.
5. Сологуб Ю. І., Безпала О. В., Харченко О. М. Зона впливу агломераційного центру як оптимальний ареал одноденних туристичних турів. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8898>.

*А. В. Бєлоуцова, студентка гр. Тб-41;
А. В. Туріна, студентка гр. Тб-41;
Б. О. Петулько, студент гр. Тб-41
Науковий керівник – Л. І. Климова, асистент
ПУЕТ*

ЗМІСТ СУЧАСНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Туристична сфера, з одного боку, використовує природно-рекреаційні ресурси, а з іншого – зростаючий попит на них, посилює антропогенний вплив на екосистеми. Це зумовлює необхідність вирішення проблем збереження природної та історичної спадщини як окремих країн, так і всього світу.

Одночасно з цим розширення та активізація туристичної діяльності сприяють освоєнню нових територій, що стає можливим завдяки сучасним технологіям. Тому охорона навколишнього середовища є невід’ємною частиною сталого розвитку туризму.

Екологічний туризм, або екотуризм, являє собою інтегрований напрям рекреаційної діяльності, спрямований на встановлення гармонійних взаємин між туристами, туроператорами, природним середовищем і місцевими громадами. Цей підхід реалізується шляхом екологізації всіх аспектів туристичної діяльності, збереження природного середовища, а також шляхом екологічної просвіти й виховання.

Згідно з оцінками Всесвітньої туристичної організації, найбільш перспективними напрямками туризму в третьому тисячолітті є культурно-пізнавальний, тематичний, пригодницький та екологічний туризм. Зокрема, останній успішно розвивається у світі вже майже 150 років і приносить значні доходи країнам, де він впроваджується.

Зростаюча урбанізація, підвищена мобільність населення, віддаленість людей від природи, а також погіршення екологічного стану у багатьох традиційних рекреаційних зонах через надмірне скупчення туристів у пікові сезони – усе це сприяє зростанню інтересу до екотуризму та розширенню кола його прихильників.

Екологічний туризм є специфічним сегментом туристичної індустрії, що враховує прагнення людини до спілкування з природою, пізнання її явищ та об’єктів, а також до активного

відпочинку у природному середовищі. У цьому виді туризму традиційні розваги та побутовий комфорт не є пріоритетними і здебільшого залишаються поза увагою.

Термін «екотуризм» почав активно використовуватись на Заході в першій половині 1980-х років, коли мексиканський економіст Гектор Цебаллос-Ласкуріайн запропонував його під час однієї з міжнародних конференцій. Він описував екотуризм як подорожі до незайманих куточків природи з метою насолодження її красою та вивчення культурних особливостей місцевостей. На його думку, екологічний туризм – це гармонійне поєднання подорожей з дбайливим ставленням до навколишнього середовища, що дає змогу не лише отримати нові знання про флору і фауну, а й активно сприяти їх збереженню [1].

Сьогодні екотуризм є одним із найдинамічніших секторів туристичної індустрії, щорічні темпи зростання якого становлять близько 5 %. На його частку припадає приблизно 6 % світового валового внутрішнього продукту.

Навіть на тлі нестабільності традиційного туристичного ринку, Всесвітня туристична організація (UNWTO) прогнозує інтенсивне зростання екотуризму впродовж наступного десятиліття, що свідчить про його стійкість і перспективність у глобальному масштабі.

Список використаних джерел

1. Логвин М. М., Логвин Д. М. Туризм як засіб екологічного виховання. *Якість та безпека товарів народного споживання* : мат-ли І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції ПУЕТ (м. Полтава, 2016 р.). Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 131–133.

ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО КЛАСИФІКАЦІЯ

Сучасна концепція соціального туризму ґрунтується на трьох ключових принципах (рис. 1).

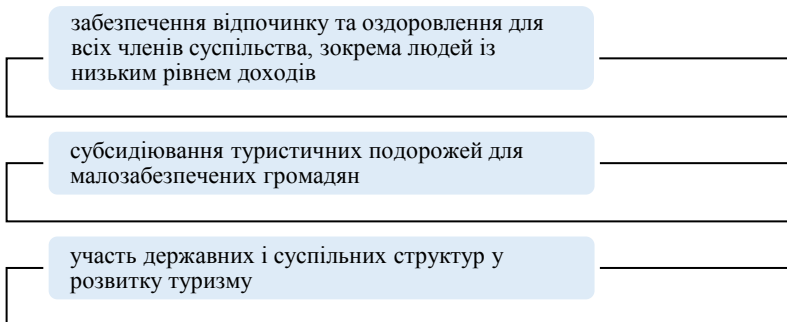


Рисунок 1 – Ключові принципи соціального туризму, складено за [4]

Ця концепція успішно реалізована в багатьох розвинених країнах, таких як Швейцарія, Німеччина та Франція, де застосовуються так звані відпускні чеки. У деяких країнах активно розглядаються законопроекти, присвячені соціальному туризму. В Україні ж ідея розвитку цього напряму лише набуває актуальності.

У радянські часи майже весь туризм можна було вважати соціальним, оскільки понад 70 % вартості путівок покривали профспілки, молодіжні організації та державні підприємства. Сьогодні частка соціального туризму значно зменшилася, оскільки небагато громадян можуть дозволити собі виділити кошти на подорожі по країні, не кажучи вже про поїздки за кордон.

Серед фахівців тривають дискусії щодо того, які саме види туризму варто відносити до категорії соціального. Чітка класифікація та сегментація соціального туризму є ключовими для

ухвалення державних рішень щодо його розвитку. Найпростішим критерієм для класифікації є соціально-вікова ознака. До таких видів належать дитячо-юнацький, молодіжний (студентський), туризм для людей похилого віку та туризм для осіб з інвалідністю (рис. 2).

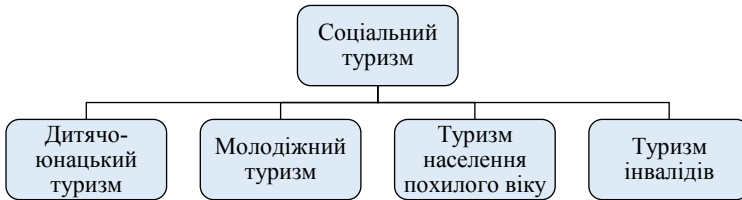


Рисунок 2 – Соціально-вікова ознака у класифікації соціального туризму, складено за [1]

Проте цей підхід має значні недоліки, оскільки не всі молоді люди, особи похилого віку, сім'ї чи люди з особливими потребами виключені з туристичного процесу. Крім того, зазначені цільові групи не охоплюють усіх соціальних категорій, які залишаються поза туризмом. У різних країнах застосовуються різні підходи до підтримки таких груп: в одних випадках їх фінансування здійснюється цілеспрямовано, в інших вони інтегровані до більш універсальних структур підтримки [3].

За мотиваційним критерієм до соціального туризму можна віднести спортивний туризм, зелений (сільський) туризм, екологічний туризм, а також усі інші види туризму, спрямовані на задоволення потреб зазначених соціально-вікових груп (рис. 3).

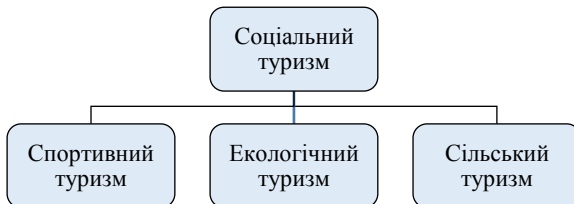


Рисунок 3 – Класифікація соціального туризму за мотиваційною ознакою, складено за [1]

З точки зору аналізу сегментації соціального туризму у сучасній Україні найважливішим і пріоритетним напрямком державної політики є дитячо-юнацький туризм [2]. Він орієнтований на соціально важливу категорію суспільства – підростаюче покоління, який займає особливе місце в системі рекреаційно-туристської діяльності. В Україні до збройної агресії різними формами туристсько-краєзнавчої роботи охоплено понад 1 млн 250 тис. дітей, що становило менше 20 % від загальної кількості учнів.

У розвинених країнах Європи та Північній Америці існує значний досвід розвитку соціального туризму. З одного боку, він фінансується благодійними організаціями, а з іншого – туроператори зацікавлені в гнучкій системі знижок для людей з невисоким рівнем доходів. Завдяки цьому відпочинок стає доступнішим завдяки низькій вартості, що значно підвищує попит і приносить дохід туристичним підприємствам.

Тобто, соціальний туризм безпосередньо залежить від загального рівня розвитку туристичної індустрії в країні. Як специфічний елемент національної економіки, він перебуває під впливом численних чинників і потребує постійного фінансування та впровадження ефективної фінансової політики для забезпечення свого сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Колотуха О. В. Сегментація соціального туризму в Україні. URL: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=38&lang=uk.
2. Логвин М. М., Мороз М. В. Організація молодіжного туризму в Україні. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації*: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 р.). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 35–39.
3. Оболенцева Л. В. Розробка концепції стратегії розвитку соціального туризму в Україні: європейський досвід та національні реалії. *Проблеми економіки*. 2020. № 4 (46). С. 58–66.
4. Хитрова О. А. Соціальний туризм: суть, види та зарубіжний досвід. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. Вип. 58-1. С. 74–78.

СУЧАСНІ ФОРМИ АПІТУРИЗМУ

Апітуризм це досить новий і унікальний вид туризму, який пов'язаний з бджільництвом. Він передбачає подорожі до бджолярських господарств або місць, де відвідувачі можуть ознайомитися з процесами виробництва меду та інших продуктів бджільництва. Такі подорожі можуть мати характер як пізнавального, так і оздоровчого проведення часу. В багатьох випадках апітуризм включає не тільки екскурсії та майстер-класи, але й процедури, що використовують продукти бджільництва для покращення здоров'я.

Апітуризм набуває все більшої популярності у світі, завдяки зростаючому інтересу до здорового способу життя, органічних продуктів і природних методів лікування. Він привертає увагу туристів, які хочуть не тільки відпочити, але й дізнатися більше про природні процеси, взаємодію з навколишнім середовищем і вплив бджільництва на здоров'я.

Апітуристичні подорожі мають кілька форм, які можуть реалізовуватися як окремо, так і в певних комбінаціях. До них належать екскурсії на пасіки, відпочинок на пасіці, майстер-класи та навчання, сон на вуликах, дегустація та купівля бджолиних продуктів [1; 2].

Екскурсії на пасіки – організація турів, на яких туристи можуть побачити, як працює пасіка, поспілкуватися з пасічниками та дізнатися про технології виробництва меду та інших бджолиних продуктів.

Відпочинок на пасіці – деякі пасіки пропонують туристам не тільки екскурсії, а й можливість відпочити в сільській місцевості, насолоджуючись природою та атмосферою пасіки.

Майстер-класи та навчання – проведення семінарів або майстер-класів, де туристи можуть навчитися основам бджільництва або виготовлення бджолиних продуктів, таких як медові свічки або косметичні засоби. Також цікавими та пізнавальними темами майстер-класів є будівництво вуликів, майстрування рамок, відкачування меду, шиття захисного одягу для пасічників,

підгодівля бджіл, миловаріння з використанням продуктів бджільництва, вироблення свічок різної форми, проведення конкурсів творчих робіт на задану тематику, проведення органолептичного аналізу меду різного походження.

Сон на вуликах. Після ряду досліджень було виявлено лікувальний вплив бджолиного біополя на біополе людини. Хворі, що спробували сон на вуликах, відчували себе значно краще. Спостерігалось покращення настрою, кровообігу, колір обличчя та інше. Такий ефект досягається поєднанням випаровування меду, прополісу та воску.

Дегустація та купівля бджолиних продуктів – проведення дегустацій меду, пилку, маточного молочка, що дає можливість туристам не тільки познайомитися з продуктами, а й дізнатися їхні корисні властивості. Розглянемо позитивні властивості основних продуктів бджільництва, адже саме вони є ядром більшості послуг, що пропонуються апітуристам на пасіці.

Таким чином, апітуризм допомагає розвивати сільські громади, зберігати культурні та екологічні традиції, підвищує освіченість населення щодо важливості бджіл і природного середовища, а також сприяє популяризації здорового способу життя. Всі ці аспекти роблять апітуризм важливим інструментом соціального розвитку на місцевому та національному рівнях.

Список використаних джерел

1. Кампов Н. С., Маслиган О. О. Розвиток апітуризму як перспективного різновиду спеціалізованого туризму. URL: http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5991/1/The_development_of_apiturism_as_a_promising_kind_of_specialized_tourism.pdf.
2. Чуніхіна А. С., Борисова О. В. Розвиток апітуризму на території Парку Природи «Беремицьке». URL: https://enquir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/33991/Chunikhina_Borysova.pdf?sequence=1.

*С. С. Губа, студент гр. Тб-41;
Р. О. Шведова, студентка гр. Тб-41;
Р. В. Яременко студент гр. Тб-41
Науковий керівник – П. В. Шуканов,
д-р геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Сучасний туризм є потужним рушієм глобальної економіки, але одночасно він створює серйозні екологічні, соціальні та культурні виклики. Щоб забезпечити довготривалий розвиток галузі та зберегти унікальність туристичних дестинацій, необхідно впроваджувати принципи сталості на всіх рівнях управління та практики. Туризм впливає на довкілля, культуру та економіку різних країн світу. Зростання масового туризму інколи призводить до перенавантаження екосистем, втрати автентичності та соціальних конфліктів.

В умовах, коли визначено порядок переходу до глобальної концепції сталого розвитку, її взаємозв'язок з екологічною безпекою стає все більш актуальним [3]. Багатогранність екологічної безпеки забезпечується також з врахуванням екологізації туристичної діяльності. Економічна нестабільність у населених пунктах, залежних від туризму, посилюється сезонністю та нерівністю доходів населення.

Тому міжнародні ініціативи (ООН, Цілі сталого розвитку) встановлюють стандарти й рекомендації для екологічно та соціально відповідальних туристичних практик. Сучасний турист дедалі частіше обирає еко- та етичні подорожі, віддаючи перевагу дестинаціям із низьким вуглецевим слідом і соціальними проєктами. Інновації в технологіях (штучний інтелект, big data, «розумні» системи управління ресурсами) сприяють оптимізації логістики і зменшенню негативного впливу на довкілля. Інтегрований підхід до сталого туризму поєднує економічний розвиток, екологічну безпеку та соціальну згуртованість, створюючи умови для довготривалої стабільності галузі [1].

Ключовими компонентами при цьому є: 1) залучення зацікавлених сторін з боку держави, яка встановлює нормативно-правову базу й стимулює «зелені» інвестиції; 2) бізнес впроваджує

екотехнології, управління відходами та справедливу зайнятість; 3) громади беруть участь у плануванні та збереженні культурної спадщини тощо. Відбувається координація туристичної політики та різних секторів економіки, гармонізація туристичних, екологічних, економічних і соціальних програм та міжвідомча співпраця на національному й регіональному рівнях.

Основними принципами актуалізації сталого туризму є: по-перше, поєднання балансу інтересів та задоволення потреб туристів, місцевих жителів і бізнесу; по-друге, системне узгодження та впровадження стратегій сталого розвитку у всіх туристичних напрямках; по-третє, гнучкість та адаптація до змін клімату, ринку й суспільних очікувань. Стадії впровадження та поширення розвитку сталого туризму передбачають: 1) оцінку ресурсів, екологічної чутливості та соціально-економічних потреб регіону та відповідного ринку; 2) моніторинг і регулярний аудит за міжнародними стандартами (GSTC, ISO 37101); 3) коригування та внесення змін на основі зворотного зв'язку й нових даних за певний проміжок часу [2].

Таким чином, у сучасному світі розвиток сталого туризму є не просто модною концепцією, а життєво необхідним підходом для збереження довкілля, підтримки місцевих громад і зміцнення економічної стабільності. З огляду на зростаючий тиск на природні ресурси та культурну спадщину, інтеграція екологічних, соціальних і економічних аспектів стає ключем до довгострокового та ефективного розвитку туристичної галузі.

Список використаних джерел

1. Варяничко М. Ретроспективний аналіз розвитку сталого туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-43>.
2. Осітнянко Д. О., Примаков Т. Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.152
3. Шуканов П. В., Шуканова А. А., Риндюк О. С. Екологічні аспекти економічної безпеки: стале виробництво та ресурсозбереження. *Академічні візії*. 2024. № 35. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13871758>.

*В. С. Гусак, студентка гр. Тм-21;
О. Л. Передерій, студент гр. Тм-21
Науковий керівник – О. О. Тараненко, канд. екон. наук
ПУЕТ*

ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Сучасний туризм відіграє значну роль у житті суспільства, стаючи важливим інструментом формування суспільної свідомості, адаптації способу життя та культурного розвитку населення, включно з дітьми та молоддю. Сьогодні туризм перестає бути виключно комерційною сферою, орієнтованою лише на отримання прибутку. Він перетворюється на масове соціальне явище, яке включає широкий спектр соціально-культурних функцій, таких як пізнання світу, відпочинок, оздоровлення та реабілітація.

Сприйняття туризму як виключно засобу відпочинку або бізнес-можливості є значним спрощенням його багатогранної сутності. Такий підхід ігнорує його глибокий соціокультурний зміст, зокрема роль у формуванні загальнолюдської культури, налагодженні міжособистісних зв'язків та сприянні порозумінню між представниками різних народів. Туризм – це багатогранне суспільне явище, яке охоплює світоглядні, культурні, естетичні та комунікативні аспекти життя, де в центрі уваги перебуває особистість мандрівника зі своїми ціннісними орієнтирами, прагненнями та потребами [1].

Україна володіє значним потенціалом для того, щоб зайняти одну з лідируючих позицій серед країн з високим рівнем розвитку туризму. Природні ресурси України, включно зі сприятливими кліматичними умовами, переважно рівнинним рельєфом і багатою флорою та фауною, є ідеальними для організації рекреаційних та екологічних турів. Водночас розвинена транспортна інфраструктура забезпечує доступність основних туристичних регіонів для мандрівників з різних куточків світу, за умови відновлення її довоєнного стану.

Не менш важливою складовою є культурно-історична спадщина України, яка включає численні пам'ятки архітектури, культури та історії, багато з яких мають світове значення. Від середньовічних замків Західної України до величних соборів

Києва, кожен регіон країни здатний запропонувати унікальний туристичний досвід.

В умовах повоєнного відновлення України туризм набуває стратегічного значення як інструмент соціально-економічного та культурного розвитку. Він стає ефективним механізмом інтеграції ринкових відносин у господарський простір країни, сприяє залученню значних фінансових ресурсів до державного бюджету. Туризм також виконує важливу соціально-культурну функцію, забезпечуючи змістовне дозвілля, поглиблення знань про історію і традиції рідного краю та залучення широких верств населення до вивчення і збереження історико-культурної спадщини минулого та сьогодення.

Розвиток туризму сприятиме забезпеченню соціально-економічного піднесення регіонів України через створення додаткових робочих місць, залучення інвестицій і розвиток інфраструктури, водночас забезпечуючи збереження екологічної рівноваги та унікальної історико-культурної спадщини. Особлива увага приділяється розвитку туристсько-рекреаційних зон, які мають значний потенціал для внутрішнього та міжнародного туризму [2]. До таких зон належать Волинська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька області, а також м. Київ.

Таким чином, туризм є важливим інструментом повоєнного розвитку України інтегрує економічні, екологічні, соціальні й культурні аспекти, сприяючи комплексному розвитку територій, на яких він реалізується.

Список використаних джерел

1. Паска М., Графська О., Кулик О. Індустрія туризму у структурі національної економіки: інституційні аспекти та концептуальні основи. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 62. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-76>.
2. Нодь О. Концептуальні основи стратегічних орієнтирів збалансованого регіонального розвитку галузі туризму. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 2. Т. 2. С. 104–110.

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СПЕЛЕОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Термін «спелеологія», що походить від грецького слова «спелеон» – печера, був запропонований французьким археологом Емелем Рів'єром у 1890 році. Сьогодні під спелеологією розуміють науку про Землю, яка займається дослідженням походження, розвитку та особливостей природних підземних порожнин – печер чи гротів. Вона охоплює вивчення їхньої геологічної будови, гідрогеології (зокрема, походження та властивостей підземних вод, їх хімічного й газового складу, розповсюдження в земній корі, а також способів їх використання та захисту від забруднення і виснаження), мікроклімату, фауни – як сучасної, так і давньої, а також методів і технічних засобів проникнення в підземний простір і роботи в ньому [1].

Спелеотуризм – подорож по печерах із спорядженням розглядається як екстремальний відпочинок і спортивний туризм. Спелеотури – це подолання різних природних перешкод під час екстремальних прогулянок по підземеллю за допомогою спеціального спорядження [2].

Спелеотуризм особливо захоплює тих, хто прагне пригод, нових вражень і таємниць, що приховані в глибинах землі. Цей вид туризму приваблює сміливців, які готові зануритися в підземні світи, пройти крізь вологі тунелі, милуватися чарівними підземними озерами й річками, дивовижними сталактитами та сталагмітами. Така подорож потребує гарної фізичної підготовки та спеціального спорядження, адже це не звичайний відпочинок, а справжній екстрим – для підготовлених і рішучих.

Упродовж останніх років спелеотуризм сформувався як самостійний напрямок туристичної діяльності. Це підтверджується його виокремленням у класифікації туристичних видів, появою окремого сегмента на ринку туризму, а також активним використанням специфічних туристичних ресурсів. Таким чином, спелеотуризм сьогодні є природоорієнтованим різновидом спеціалізованого туризму, що вимагає ґрунтовної

теоретичної підготовки та практичних навичок, і основною метою якого є дослідження й відвідання природних підземних порожнин (печер, лійок, лабіринтів та інших підземних утворень) [3].

Початковий інтерес до підземних природних ландшафтів зазвичай виникає в туристів-початківців, захоплених бажанням відкрити для себе малодоступний світ печер. Перші кроки в спелеотуризмі, як правило, здійснюються на спеціально облаштованих маршрутах, що мають знижену складність. Пізнавальний спелеотуризм передбачає короткі за тривалістю екскурсії в неглибокі печери, де маршрути прості та безпечні, що робить цей формат привабливим для широкого кола туристів.

Заняття спелеотуризмом не лише дарує яскраві враження, а й сприяє фізичному розвитку – формує силу, витривалість, спритність. Проте необхідними є навички скелелазіння, вміння плавати, пірнати та користуватись страхувальним спорядженням.

Спелеотур зазвичай включає дві основні частини: надземну – шлях до печери, що може здійснюватися автомобілем, на човні, лижах або пішки, – та підземну – безпосередньо мандрівку по печері. Пересування в підземній частині маршруту часто ускладнюються складним рельєфом: зустрічаються підземні річки, шахти, кам'яні завали й вузькі проходи. Саме тому спелеотури поділяються на категорії складності, які враховують фізичну підготовку та побажання учасників

Найкращі місця для спелеотуризму розташовані в таких гірських масивах, як Альпи, Анди, Гімалаї, Кавказ, Карпати, Кримські гори та інших. Усесвітньо відомими є соляні печери Велички в Польщі – їх регулярно відвідують як дослідники, так і ті, хто прагне оздоровлення.

Серед усіх якостей, якими має володіти спелеолог – фізична витривалість, тактичні й технічні навички, – найважливішою, без сумніву, є психологічна стійкість. У замкнутому просторі печер, де панує абсолютна темрява й незвичні звуки природи, людина постійно знаходиться в стані емоційної напруги.

Спелеотуризм пов'язаний із серйозними ризиками, які потрібно враховувати при плануванні будь-якої експедиції

Недотримання основних принципів орієнтування в печерах може мати серйозні наслідки – заблукати під землею надзвичай-

но легко. Саме тому використання детальних схем маршрутів і регулярне звіряння з маркерами – ключові умови безпечного пересування. Вони допомагають зберігати правильний напрямок і уникати небезпечних ділянок.

У разі успішної популяризації, спелеотуризм має всі шанси стати конкурентоспроможним щодо інших видів спортивного туризму, завдяки своїй унікальності, емоційності та оздоровчому потенціалу.

Список використаних джерел

1. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ, 2006. 372 с.
2. Спелеотуризм. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/speleoturizm.htm.
3. Устименко Л. М. Становлення та особливості розвитку спелеотуризму в Україні. *Питання культурології*. 2015. Вип. 31. С. 92–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pkl_2015_31_15.

*Є. А. Змієнко, студент гр. Тм-21;
К. А. Гнідаш, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

РОЛЬ ДЕМОГРАФІЧНОГО ФАКТОРА У РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

На початку нового тисячоліття туристична галузь стала невід'ємним елементом соціально-економічного та культурного життя, відбулася його концептуальна трансформація. Фактично формується зовсім нова парадигма сфери дозвілля, відпочинку та розваг, змінюються духовні потреби людей. Дослідження ролі демографічних (людських) ресурсів у туризмі відіграє ключову роль, бо це одночасно і споживчий попит, і пропозиція робочої сили в цій сфері.

Вивчення людських ресурсів допомагає виявити як можливості для розвитку туризму, так і виклики, які можуть виникнути внаслідок змін у демографічній структурі населення або в умовах праці. Основні категорії населення України показані у табл. 1.

Таблиця 1 – Структура населення України, складено за [4]

Показники	1991	2001	2006	2011	2019	2022
Усе населення	51,9	48,9	46,9	45,8	42,2	41,2
у тому числі:						
міське населення	35,1	32,9	31,9	31,5	29,3	28,7
сільське населення	16,8	16,0	15,0	14,3	12,9	12,5
Кількість чоловіків	23,9	22,5	21,6	21,0	19,5	19,0
Кількість жінок	27,7	26,2	25,1	24,6	22,5	22,0

Аналіз кількості економічно активного населення в Україні. засвідчує, що існує соціальна група «безробітні», значна частина яких могла б працювати у галузі туризму, зокрема в сільському зеленому. Тим паче, що збільшення кількості тих, хто відпочиває в регіонах, спричиняє збільшення кількості зайнятих місцевого населення у цій сфері діяльності. У Карпатських областях (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Чернівецька) з високим розвитком туризму зайнятість населення у віці 15–

70 років є чи не найнижчою в Україні [1]. Подальше розширення туризму не створюватиме проблем зі забезпеченістю трудовими ресурсами. Так, у Карпатських областях відсоток зайнятих працездатного населення найнижчий, у середньому в Україні він становить 58,7 %, а в Карпатському регіоні – 56,3 % [1].

Туристична галузь має унікальну особливість: її розвиток сприяє створенню додаткових робочих місць незалежно від рівня економічного розвитку країни. Це пояснює високу зацікавленість держав у підтримці та зростанні туризму.

Особливо сильний вплив туризм має на зайнятість у малих острівних країнах і територіях, таких як Антили, Багами, Мальдіви та інші, економіки яких значною мірою залежать від цього сектора.

Дослідження людських ресурсів у туризмі важливе для розуміння попиту на туристичні послуги, який залежить від кількох факторів, включно з чисельністю населення. Загальний приріст населення сприяє збільшенню попиту, що особливо помітно у країнах, що розвиваються.

Очікується, що демографічні зміни значно вплинуть на туризм у найближчі десятиліття [2], змінюючи не лише типи туристів, але й їхні уподобання щодо маршрутів і особливості організації поїздок. До основних демографічних тенденцій, які формуватимуть майбутній туристичний ринок, належать:

1. Зростання чисельності населення. За прогнозами, до 2030 року населення світу може сягнути 8,3 мільярда осіб, що спричинить зростання попиту на туристичні послуги, включаючи популярні місця відпочинку та пам'ятки.

2. Збільшення тривалості життя. Оскільки середня тривалість життя зростає, збільшується і частка літнього населення, яке матиме свої особливі вимоги до подорожей: від комфортного розміщення до медичної допомоги та інфраструктури. Це стимулює розвиток медичного та оздоровчого туризму.

3. Урбанізація. Зі зростанням частки населення, що мешкає в містах, міські жителі, прагнучи відпочити від стресу, все більше орієнтуватимуться на відпочинок на природі, в еко-курортах та тихих місцях [3].

4. Міграція та культурна різноманітність. Збільшення кількості мігрантів сприяє розвитку турпродуктів, які орієнтовані на

специфічні етнічні групи, а також стимулює інтерес до культурного туризму, де туристи прагнуть ознайомитися з традиціями й культурою інших народів.

5. Зміна структури сім'ї. Поширення бездітних сімей і збільшення кількості самотніх людей змінює попит на тури для одиночних мандрівників, у тому числі тематичні поїздки й групові тури для одиноких людей.

Таким чином, поточні зміни в структурі туристів можуть трансформувати підходи до створення нових туристичних послуг, формування сучасних туристичних продуктів і розвиток інфраструктури, відповідної для всіх вікових та соціальних груп

Список використаних джерел

1. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 271 с.
2. Логвин М. М. Особливості сучасної геодемографічної поведінки населення світу. *Часопис соціально-економічної географії*. 2009. № 7 (2). С. 126–130.
3. Логвин М. М. Урбанізаційні процеси у світі як стимул для сталого розвитку туризму. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 3 (81). С. 131–141.
4. Статистичний щорічник України за 2022 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О. А. Вишневська. Київ, 2023. 387 с.

*К. О. Кадура, студентка гр. Тб-41;
Є. І. Калашнікова, студентка гр. Тб-41;
К. С. Шпортко, студентка гр. Тб-41*

*Науковий керівник – О. О. Тараненко, канд. екон. наук
ПУЕТ*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Після завершення бойових дій Україна матиме шанс модернізувати туристичну галузь, зробити її конкурентною, сучасною і привабливою для українських та іноземних туристів. Завдяки зростанню інтересу до країни у світі, різноманітності ландшафтів і культури, деякі види туризму матимуть значні перспективи.

Туристична галузь України має потенціал стати не лише засобом збереження та осмислення культурної спадщини, а й дієвим механізмом соціально-економічного оновлення. Туризм може виступити об'єднувальним чинником для громад, сприяти створенню нових робочих місць, відродженню локальних брендів і підтримці громадських ініціатив. З урахуванням нових реалій, суттєво змінюється характер подорожей та очікування туристів: зростає попит на безпечні, емоційно насичені й змістовні маршрути, які поєднують оздоровчі можливості, патріотичне наповнення та пізнавальні аспекти.

У повоєнний період до найпопулярніших видів туризму належатимуть патріотичний, культурно-пізнавальний та гастрономічний туризм.

Патріотичний туризм – це форма туризму, метою якого є усвідомлене пізнання національної історії, культури, героїчного минулого та сьогодення України, що сприяє формуванню національної свідомості, гордості та любові до Батьківщини. Це не просто подорожі – це емоційне, символічне і духовне занурення в історичні події, місця пам'яті, подвигів, боротьби й відродження [1; 2].

Метою культурно-пізнавального туризму є ознайомлення з культурними, історичними, архітектурними та духовними надбаннями певного регіону чи країни, а також розширення кругозору, отримання нових знань та вражень через особисте спілкування з культурною спадщиною. Культурно-пізнавальний

туризм має особливо велике значення для України, адже країна володіє багатою історією, багатонаціональною культурною спадщиною, різноманітною архітектурою та автентичними традиціями. У контексті війни та майбутньої відбудови він набуває ще глибшої ролі – як елемент національної єдності, міжнародної комунікації та економічного розвитку [1; 2].

Гастрономічний туризм – це подорожі, головною метою яких є ознайомлення з місцевою кухнею, традиційними продуктами, напоями та кулінарною культурою регіону. Його особливість полягає в тому, що він поєднує емоції, смакові враження та культурну ідентичність народу. Гастрономічні тури можуть включати дегустації (вина, сири, наливки, пиво, традиційні страви); майстер-класи з приготування національних страв; відвідування гастрономічних фестивалів; екскурсії до ферм, млинів, коптилен, винарень; ресторани автентичної кухні. Перспективи гастрономічного туризму для України зумовлені наявністю багатой різноманітної регіональної кухні, національних культурних традицій та відсутність потреби у значних капіталовкладеннях [1; 2].

Отже, після завершення військових дій туристична галузь України може стати потужним інструментом економічного, культурного та іміджевого відновлення країни. Завдяки підвищеному інтересу з боку світової громадськості, емоційному зв'язку українців з Батьківщиною та унікальній спадщині, туризм може стати стратегічним напрямом розвитку, зокрема через популярні види туризму.

Список використаних джерел

1. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/48>.
2. Моргулець О. Б., Шевченко О. О., Агєєв Я. В. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 349–354.

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ВІЙСЬКОВО-ПОЛІТИЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Розвиток туристичної індустрії на кожній території залежить від багатьох чинників: природно-географічних, культурно-історичних, демографічних і матеріально-технічних [1, 3]. Важливу роль відіграють також соціально-економічні умови, рівень добробуту населення, стан інфраструктури, політична стабільність та міжнародна репутація регіону. На сучасному етапі особливого значення набувають економічні й політичні чинники, які визначають безпеку, довіру туристів та інвестиційну привабливість.

У світовій практиці туристична індустрія відіграє важливу роль у розвитку країн і регіонів [5], однак останні чотири роки стали серйозним викликом для галузі.

Світові тенденції свідчать, що 2022 рік став значно успішнішим для туристичної галузі порівняно з кризовим 2020 роком. Упродовж 2021–2023 рр. відновлення туризму поступово набувало позитивної динаміки, хоч у вересні 2021 р. кількість туристів тимчасово зменшилася через несприятливі погодні умови та непередбачувані фактори. Однією з ключових умов відновлення галузі стало дотримання заходів безпеки в умовах пандемії COVID-19, зокрема впровадження спеціальних медичних протоколів для захисту туристів і працівників індустрії гостинності [2, с. 182]. Впроваджені медичні протоколи включають стандартні профілактичні заходи, такі як дотримання соціальної дистанції, обов'язкове носіння масок, гігієнічні практики, регулярна санітарна обробка громадських місць і транспорту, а також щоденний моніторинг здоров'я персоналу й туристів.

Щодо України, міжнародний туризм останніми роками зазнав значного скорочення через карантинні обмеження та повільне впровадження підтримуючих заходів. Це спричинило серйозні виклики для конкурентоспроможності галузі та ускладнило її відновлення у 2021 році.

Для аналізу туристичних потоків в Україні було вивчено кількість туристів, яких обслуговували вітчизняні туроператори

та турагенти за різними видами туризму в період 2016–2020 років. Дослідження базувалося на даних Державної служби статистики України [6] (табл. 1).

**Таблиця 1 – Кількість туристів, обслугованих
туроператорами та турагентами, за видами
туризму, осіб, за [4, 6]**

Рік	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2016	2 549 606	35 071	2 060 974	453 561
2017	2 806 426	39 605	2 289 854	476 967
2018	4 557 447	75 945	4 024 703	456 799
2019	6 132 097	86 840	5 524 866	520 391
2020	2 360 278	11 964	2 125 702	222 612

Сьогодні розвиток міжнародного туризму в Україні перебуває у складній ситуації через політичну нестабільність, воєнні дії та економічні труднощі, які негативно впливають на туристичну індустрію.

Україна є достатньо привабливою як європейська країна для іноземних туристів. Для детальнішого аналізу туристичних ринків України важливо розглянути цілі подорожей та причини, з яких іноземці відвідують нашу країну. У 2021 році (до початку воєнних дій) основною метою поїздок була відпустка, дозвілля та відпочинок, що становило 29,5 % від загальної кількості респондентів. 25,9 % туристів приїхали з діловою метою, 22,4 % – щоб відвідати рідних і друзів. 11,7 % іноземців приїхали на лікування та оздоровлення, а 4 % – для шопінгу. Лише 1,2 % мандрівників шукали власне коріння [4].

Хоч туризм у світі поступово відновлюється, Україна зіткнулася з новим випробуванням, яке вплинуло на всі сфери економіки, зокрема й на туризм. Із початком повномасштабної війни та введенням військового стану в лютому 2022 року туристична галузь припинила свою діяльність. Лише в травні попит на туристичні подорожі почав зростати, і на даний момент він складає 10 % від обсягів відпочинку цього ж періоду 2021 року [7].

Для подорожей залишаються доступними та безпечними центральна і західна частини України, де найпопулярніші організовані культурно-пізнавальні тури серед внутрішньо переміщених осіб та місцевого населення. Сучасні вимоги ринку туризму вимагають зміни туристичної політики від короткострокових заходів до стратегічного планування.

Таким чином, можна сказати, що сучасна міжнародна туристична індустрія зазнала значних негативних змін та втрат. Внаслідок введених обмежень на поїздки зменшилися туристичні потоки, знизився попит на послуги туроператорів і турагентів, засобів розміщення та харчування, а також на послуги перевізників. Частина території України стала недоступною для міжнародних і внутрішніх туристів. Важливими ініціативами мають стати заходи щодо розвитку внутрішнього туризму на безпечних територіях України, що передбачають підтримку з боку держави та місцевої влади для підприємців у галузі туризму.

Список використаних джерел

1. Євтушенко О. В., Курінна А. Т. Роль туризму в розвитку національної економіки України. *Бізнес-інформ*. 2018. № 11. С. 249–257.
2. Кирилюк І. М., Чвертко Л. А. Безпекові аспекти розвитку туризму в умовах пандемії COVID-19. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17. Т. 2. С. 178–189. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/14565>.
3. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід : монографія. Львів : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 254 с.
4. Литвин О. В. Міжнародний туризм в сучасних умовах кризи і соціально-економічних потрясінь. *Економіка і суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1459>.
5. Логвин М. М. Особливості індустрії гостинності в новому туристичному сезоні. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 106–109.
6. Статистичний щорічник України за 2022 рік / Державна служба статистики України : за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О. А. Вишневська. Київ, 2023. 387 с.
7. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/39>.

*О. В. Корж, студентка гр. Тб-51;
І. О. Явтушенко, студент гр. Тб-41
Науковий керівник – Л. І. Климова, асистент
ПУЕТ*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Релігійний туризм має глибоке коріння, що сягає часів виникнення світових релігій: християнства, мусульманства, іудаїзму та буддизму. Туристичні потоки інших релігій мають менші масштаби. Щороку понад 220 млн осіб здійснюють паломництва, серед яких 150 млн християн, 50 млн мусульман, буддистів та 20 млн представників інших віросповідань. Головною метою цих паломництв є досягнення душевного спокою та відчуття єдності з духовно близькими людьми. Відзначаються 11 основних макрорегіонів паломництва, що відображають основні релігійні маршрути в різних частинах світу.

Джерелом віровчення християнства є Священний переказ – сукупність форм (усна традиція, тексти, богослужіння), через які передається зміст віри. Основою цього переказу є Священне писання (Біблія), а також «Символ віри», рішення вселенських і деяких місцевих соборів, твори отців церкви [1].

Якщо люди об'єднані в систему і являють собою народ, що має релігію, культуру, традиції, суспільству набагато важче деградувати. Чим більше зруйновано вертикальних зв'язків, тим більше суспільство стає масою цинічних і егоїстичних споживачів [2].

Розширення ринку релігійних подорожей зумовлене кількома ключовими факторами. По-перше, зростає глобальний інтерес до духовності та культурної спадщини, що підвищує попит на паломництва. По-друге, державні ініціативи та рекламні кампанії популяризують релігійні свята і святі місця. По-третє, покращена транспортна та інфраструктурна мережа спрощує доступ до віддалених святинь, що робить паломництво як процес зручнішим. Крім того, популярні емпіричні подорожі (пошук туристами автентичних і перцептивних емоцій), також сприяють розвитку цього сегменту туризму.

Релігійний туризм відкриває унікальні можливості для самоаналізу, особистісного розвитку та взаємодії з різними культурами й традиціями.

А мотивацією світового релігійного туризму є [3] (рис. 1):

1. Тенденція до духовного пробудження та зростання інтересу до особистісного розвитку стимулює глобальний попит на релігійний туризм. Цей вид подорожей надає можливість для глибоких роздумів, духовного просвітлення та занурення в багатство культур і традицій.

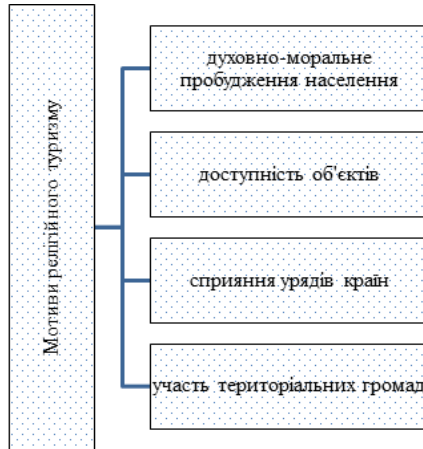


Рисунок 1 – Рушії релігійного туризму та паломництва, складено за [3]

2. Підтримка уряду. Урядові ініціативи та рекламні кампанії, спрямовані на популяризацію релігійних об'єктів і фестивалів, відіграють ключову роль у залученні туристів. Завдяки цьому відбувається економічне зростання регіонів та забезпечується сектор релігійного туризму. Маркетингові стратегії і державне фінансування сприяє доступності святинь та релігійних подій, а це стимулює зростання туристичних потоків.

3. Покращення транспортної інфраструктури та розвиток зв'язку значно підвищили доступність віддалених релігійних місць, полегшуючи подорожі для паломників і туристів.

4. Залучення місцевої громади до організації релігійних заходів і фестивалів забезпечує створення автентичного досвіду для відвідувачів. Такий підхід підтримує економічний розвиток території, зміцнює локальну ідентичність та формує потужну взаємодію між туристами й місцевими жителями.

Однак, існують актуальні виклики розвитку релігійного туризму та паломництва. Варто звернути увагу на наступні [3]:

1. Інфраструктурні обмеження (нерозвинена інфраструктура у сферах розміщення, транспортування та санітарії), що ускладнюють доступ до віддалених релігійних місць.

2. Політична нестабільність, яка відлякує потенційних відвідувачів, обмежує розвиток територій та ускладнює маршрути паломництва.

3. Екологічна стійкість – переповненість і вплив туристичної діяльності на довкілля у популярних релігійних місцях.

4. Культурна чутливість: різниця в культурних традиціях і релігійних звичаях може ускладнювати сприйняття й повагу до місцевих обрядів.

Релігійний туризм також виконує важливу функцію соціалізації. У процесі паломництва людина засвоює систему знань, норм і цінностей інших культур, що сприяє її інтеграції в суспільство та духовному збагаченню. Туризм підтримує засвоєння ціннісних орієнтирів і загальних норм поведінки, перетворюючи їх на мотиви та принципи соціальної активності.

Християнське паломництво, перейнявши традиції мандрівництва, стало своєрідною школою, що навчає праведного життя. Паломники здобувають глибокі знання, вивчаючи історичні пам'ятки християнської культури, та спостерігають, як на пустельних територіях і безлюдних островах виникали монастирі, що об'єднували тисячі ченців. Зустрічі з духовними наставниками залишають у свідомості віруючих незабутні уроки, які впливають на їхнє життя.

Практичні дії, пов'язані з паломництвом, зазвичай викликають у віруючих більшу довіру, ніж знання, отримані через логічне мислення. Таким чином, паломництво стає не лише духовною, але й емоційною мандрівкою.

Список використаних джерел

1. Кацемір Я. В. Функціональні особливості сучасного розвитку релігійно-паломницького туризму в Україні. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка». 2022. Вип. 11. С. 46–51.
2. Логвин М. М. Духовно-релігійні аспекти розвитку туризму у секуляризованому суспільстві. *Туристичний бізнес та екзистенційний пошук особистості*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. 3–4 квітня 2019 р. / під ред. Аніщенко А. П., Яріко М. О. Х. : ХДАК, 2019. С. 35–38.
3. Religious Tourism Market Size and Projectionsю. URL: <https://www.marketresearchintellect.com/product/global-religious-tourism-market-size-and-forecast/>.

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Забезпечення інклюзивності та доступності у сфері туризму виступає стратегічно важливим напрямом розвитку галузі на глобальному рівні, одночасно інтегруючись у державні політики багатьох країн. Інклюзивність туризму передбачає формування такого середовища, у якому туристична інфраструктура та послуги стають максимально відкритими і доступними для всіх категорій споживачів, незалежно від їхніх фізичних, когнітивних чи сенсорних особливостей. Найбільший акцент у цьому контексті робиться на забезпеченні потреб осіб з інвалідністю, зокрема тих, хто має труднощі з пересуванням, зорові, слухові чи когнітивні порушення.

Основними завданнями туризму, особливо в контексті підтримки осіб з обмеженими можливостями, є створення умов для їхньої соціальної інтеграції, подолання ізоляції та відчуження, а також стимулювання інтересу до життя через участь у діяльностях, що сприяють фізичному й емоційному відновленню. Туризм виступає потужним інструментом реабілітації, надаючи людям можливість не лише розслабитися, але й активно працювати над своїм фізичним і психічним здоров'ям завдяки програмам, що включають спеціальні вправи, спрямовані на відновлення, зміцнення тіла і духу, та на досягнення внутрішньої гармонії. Для таких мандрівників, як люди з інвалідністю, туризм набуває набагато більш глибокого значення, ніж для пересічного туриста, який не стикається з проблемами, пов'язаними зі здоров'ям. Ця категорія людей, а також їхні супутники, мають особливий інтерес у процесах реабілітації, прагненні досягти рівноправного становища в суспільстві та знаходженні психологічних стимулів для пізнання світу через власні органи чуття [1].

Інклюзивний розвиток туризму базується на концепції рівності можливостей, що є важливою складовою загального соціального прогресу. Це підхід, спрямований на системне

усунення фізичних, соціальних та інформаційних бар'єрів, які обмежують участь певних груп населення у культурному, соціальному й економічному житті. Такі зусилля передбачають зміну парадигми сприйняття різних індивідуальних особливостей: замість дискримінаційного погляду на «обмеження» увага концентрується на створенні умов, які дають змогу кожній людині розкрити свій потенціал і максимально інтегруватися у суспільство. Реалізація принципів інклюзії в туризмі сприяє не лише підвищенню якості життя осіб з інвалідністю та інших вразливих категорій, але й розширює спектр туристичних послуг, створюючи попит на інноваційні рішення, які вигідно впливають на всю індустрію. Таким чином, інклюзивний туризм стає потужним інструментом соціальної інтеграції, економічного зростання та зміцнення культурної єдності, забезпечуючи рівні можливості для всіх учасників суспільства [2].

Отже, у сучасному суспільстві інклюзивний туризм відіграє ключову роль у подоланні бар'єрів, які раніше обмежували участь певних груп населення у подорожах. Йдеться не лише про фізичну доступність об'єктів, але й про адаптацію туристичних послуг до потреб людей із фізичними, сенсорними чи інтелектуальними особливостями. Інклюзивний туризм не лише вирішує соціальні завдання, але й сприяє економічному зростанню та культурному збагаченню суспільства, розширюючи можливості для активної участі всіх його членів у туристичній діяльності.

Список використаних джерел

1. Антонюк Д. А., Барський Ю. М., Савчук А. Ю. Актуалізація інклюзивного вектора стратегії сталого розвитку туристично-рекреаційної діяльності в регіонах України. Наукові праці ДонНТУ. Серія : «Економічна». 2021. № 1 (23). С. 106–114.
2. Резніченко І. Г. Інклюзивний туризм : навч.-метод. посіб. Умань : Візаві, 2023. 204 с.

Д. М. Логвин, аспірант
Науковий керівник – Л. С. Франко, канд. екон. наук,
старший викладач
ПУЕТ

ЗМІСТ ДЕСТИНАЦІЇ ЯК ЕЛЕМЕНТА ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Основним елементом туристичної галузі є туристична дестинація – певна територія, що поєднує інфраструктуру, ресурси та послуги, необхідні для задоволення потреб мандрівників. Вона включає природні, культурні та історичні об'єкти, а також засоби розміщення, харчування, розваг і транспортне сполучення, забезпечуючи комплексну туристичну потребу.

Термін «дестинація» в перекладі з англійської означає «місце призначення» або «місцезнаходження». «Туристична дестинація» – це конкретна територія, яку мандрівник обирає для відвідування, де він проводить певний час і взаємодіє з туристичною інфраструктурою. Вона включає різноманітні об'єкти та послуги, що сприяють формуванню унікального туристичного досвіду. Дефініція вперше була запропонована професором Нілом Лейпером (Neil Leiper) у 1979 році [1]. Керуючись загальною теорією систем, учений розробив модель системи туризму, яка відповідно включає 5 ключових взаємопов'язаних елементів:

- туристи;
- як мінімум один регіон генерування туристів. Це регіон, в якому проживає турист і де починається та закінчується подорож;
- транзитний регіон – територія, через яку турист повинен пройти, щоб дістатися до місця призначення;
- як мінімум одна туристична дестинація, тобто територія, яку вибирає турист для поїздки;
- туристична індустрія, що забезпечує туристичні потоки [2, с. 133].

Саме в цій моделі і було вжито термін «туристична дестинація» (рис. 1).



Рисунок 1 – Модель туристичної системи за Н. Лейпером [1, 3]

Європейська Комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [2, с. 120]. Сучасний Оксфордський туристичний словник за редакцією С. Медліка трактує це поняття, як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального і фізичного впливу туризму [4, с. 165]. Всесвітня туристична організація визначає дестинацію як фізичний простір, де відвідувач проводить щонайменше одну добу. Вона охоплює туристичні продукти, включаючи послуги, атракції та ресурси, доступні в межах одностороннього подорожі. Дестинація має чітко окреслені фізичні й адміністративні межі, які визначають її систему управління, впливають на формування іміджу та репутації, а також визначають рівень конкурентоспроможності на туристичному ринку.

Однак, не кожна територія може вважатися туристичною дестинацією. Для цього вона повинна відповідати ряду критеріїв:

1. Транспортна доступність та наявність розвиненої інфраструктури, що забезпечує комфортне перебування туристів,

включаючи послуги трансферу, розміщення, харчування та інші сервіси.

2. Туристична привабливість – наявність природних, історичних, культурних, релігійних або інших об'єктів, що викликають інтерес у відвідувачів.

3. Система інформаційної підтримки – ефективні механізми поширення інформації про дестинацію, зокрема комп'ютерні системи бронювання, маркетингові платформи та рекламні кампанії, що сприяють просуванню дестинації на туристичному ринку.

Важливу роль відіграють екологічна безпека, якість сервісу та рівень комфорту, що їх пропонує дестинація. Туристи все частіше звертають увагу на екологічну чистоту регіону, можливість відпочинку на природі, а також на автентичність місцевої культури та кухні. Важливим чинником стає також цифрова доступність – наявність онлайн-ресурсів для бронювання, відгуків інших туристів та цифрових карт, що допомагають зорієнтуватися в локації.

Отже, вибір дестинації залежить, насамперед, від особистої мотивації туриста. Далі критерієм вибору є ступінь облаштованості місця відпочинку, що визначається рівнем розвитку туристичної інфраструктури, а саме системи транспортного забезпечення, закладів розміщення, харчування, розваг, екскурсійного обслуговування, роздрібної торгівлі продукцією туристичного призначення та сувенірами тощо.

Список використаних джерел

1. Leiper N. Tourism Management [3d edition]. Sidney : Pearson Education Australia, 2004. 455 p.
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. Київ : Знання, 2010. – 502 с.
3. Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 23–24 листопада 2017 р.). Одеса : ОДАБА, 2017. Ч. 1. 370 с. С. 59–62.
4. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. S. Medlik. 3-d ed. Elsevier Science, 2003.

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Зацікавленість гастрономією зумовлена прагненням туристів краще пізнати особливості та автентичність туристичної дестинації через споживання місцевих гастрономічних послуг, що дозволяє урізноманітнити та поглибити враження від подорожі. Гастрономія виступає важливим туристичним ресурсом території. Як складова культурної спадщини, вона відкриває туристам можливість отримати унікальний досвід, адже дозволяє краще зрозуміти характер, менталітет і спосіб життя місцевого населення. Вона поєднує у собі місцеві міфи, легенди, історію, традиції, релігійні особливості та інші елементи культури. Завдяки цьому гастрономічний чинник відіграє суттєву роль у формуванні туристичних переваг та привабливості окремих дестинацій.

Згідно із Законом України [2], гастрономічний туризм, не виділяється в окремий напрям туристичної індустрії, а фактично є видом пізнавального туризму.

На думку Т. С. Кукліної, «гастрономічний туризм» – різновид туризму, взаємопов'язаний з пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями [1]. С. Є. Саламатіна, вважає, що гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії [3].

Гастрономічний туризм, власне, передбачає пізнання країни або регіону через національну кухню, сприймаючи їжу не лише як споживчий продукт, а як важливу складову культурної ідентичності. Для гастрономічного туриста їжа є носієм історичних, релігійних, соціальних та культурних традицій, а кухня розглядається у тісному взаємозв'язку з місцевими звичаями, легендами та ментальністю населення. Такий підхід формує унікальний імідж території та сприяє розвитку туристичної інфраструктури.

Гастрономічний туризм охоплює комплекс заходів, спрямованих на ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями, технологіями виробництва, культурою споживання їжі та напоїв. Він передбачає створення цілісного туристичного продукту, готового до безпосереднього використання споживачем. Основною метою такого виду туризму є відвідування дестинацій з метою ознайомлення з гастрономічною культурою, процесами приготування традиційних страв, а також здобуття нових знань і навичок у цій сфері.

Однією з ключових переваг гастрономічного туризму порівняно з іншими формами пізнавального туризму є його здатність залучати ширший спектр людських відчуттів. Якщо більшість туристичних вражень традиційно базуються на зоровому та слуховому сприйнятті, то гастрономічний туризм активізує також смакові та нюхові рецептори, забезпечуючи більш емоційно насичений досвід.

Останніми роками спостерігається зростання інтересу населення до кулінарії, що проявляється в популярності кулінарних телевізійних шоу, проведенні тематичних майстер-класів як для професіоналів, так і для аматорів у ресторанах, а також у розвитку дитячих кулінарних шкіл, які дедалі частіше організовуються закладами ресторанного господарства. Ці явища не лише формують нову гастрономічну культуру, але й сприяють розширенню цільової аудиторії гастрономічного туризму.

Наприклад, у класифікації видів туризму, запропонованій Hall, Mitchell та Sharples, гастрономічний компонент розглядається як ключовий критерій у диференціації туристичних практик [4].

Ця модель передбачає поділ туризму на кілька типів залежно від рівня зацікавленості туристів у гастрономії:

1. Туризм гурманів – передбачає активний інтерес до гастрономічних вражень, зокрема відвідування висококласних ресторанів, місцевих ринків, винних льохів, фермерських господарств тощо. Туристи цього типу цілеспрямовано обирають дестинацію заради унікального кулінарного досвіду.

2. Кулінарний туризм – охоплює участь у гастрономічних заходах, таких як фестивалі їжі, дегустації, відвідування тематичних ресторанів. У цьому випадку їжа є важливим, але не єдиним мотивом подорожі.

3. Подорож і туризм – гастрономічний чинник має мінімальне або випадкове значення; туристи харчуються лише з практичною метою, без особливої зацікавленості у місцевій кухні.

Ця класифікація допомагає краще розуміти поведінку туристів і формувати відповідні туристичні продукти з урахуванням їхніх очікувань і мотивацій.

Деякі туристичні напрями організовують спеціалізовані гастрономічні тури й тематичні обіди, в межах яких мандрівники відвідують різноманітні ресторани, кафе та бістро, знайомляться з шеф-кухарями, беруть участь у семінарах з харчування або заходах, які проводять кулінарні школи та відомі кулінари, зокрема такі інституції, як Кулінарний інститут Америки.

Крім того, туристам доступні програми та події, що дозволяють глибше ознайомитися з місцевою гастрономічною індустрією, ресторанною справою, новими трендами у кулінарії та сучасними техніками приготування страв.

Гастрономічний туризм виступає потужним засобом міжкультурного діалогу та інструментом формування поваги до культурної різноманітності нарівні з мовою, релігією чи мистецтвом.

Гастрономічні тури відкривають туристам можливість відвідати різноманітні кулінарні фестивалі, гастрономічні свята та регіональні ярмарки. Особливе місце серед таких подорожей займають тури до сільської місцевості, метою яких є знайомство з традиційною кухнею регіону, дегустація місцевих продуктів та страв, виготовлених із локальних інгредієнтів.

Сьогодні гастрономічний туризм є однією з найдинамічніше зростаючих та інноваційних галузей туристичної індустрії. Сучасні мандрівники шукають досвід, тісно пов'язаний із місцевою культурою, традиціями та унікальними гастрономічними особливостями регіонів.

Цей вид туризму також розглядається як інструмент розвитку та просування локальних продуктів і напоїв, що можуть стати головними атракціями для туристів.

У контексті сучасної економіки вражень, де люди віддають перевагу унікальному досвіду й емоціям, гастрономічний туризм посідає важливе місце. Його розвиток сприяє соціально-економічному зростанню регіонів: створюються нові робочі

місця, відроджуються або підтримуються виробництва локальних продуктів, формується туристичний бренд територій і збільшуються потоки відвідувачів.

Список використаних джерел

1. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm.
2. Про туризм : Закон України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1995. № 31. Ст. 241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.
3. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій*. 2014. Вип.46. Т. 2. С. 325–329.
4. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. *Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*. 2005. P. 89–100.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Ринок санаторно-курортних послуг стає в сучасних умовах одним із стратегічних сегментів вітчизняного туристичного ринку. Він потребує особливої уваги та всебічної підтримки держави, а також визначення основних векторів подальшого розвитку. В Україні, територія якої має багаті природні лікувально-оздоровчі ресурси, ще у другій половині ХХ ст. сформувалась відносно розвинена та розгалужена системи санаторно-курортного обслуговування й оздоровчого відпочинку у довоєнний період.

За останні чверть століття склалися ряд факторів, які суттєво вплинули на розвиток вітчизняної системи санаторно-курортного обслуговування. Зокрема, це різке зменшення державного впливу на санаторно-курортні заклади і переважна їх більшість перейшла у приватну власність. Окрім того, відбулося значне зниження реальних доходів населення, що у комплексі із високими цінами на санаторно-курортне лікування, призвело до зменшення кількості відпочиваючих і недовантаження закладів. Аналіз ринку санаторно-курортних послуг свідчить, що за 20 років (1995–2015 роки) кількість санаторно-курортних закладів в Україні зменшилася більш ніж на 40 % (у 1995 р. – 3 147 од., а у 2015 р. 1 863 од.

За даними Державної служби статистики станом на 2020 рік в Україні нараховувалося 10 458 лікувально-оздоровчих закладів, серед яких: 284 санаторії та пансіонатів з лікуванням; 55 санаторіїв – профілакторіїв; 67 будинків та пансіонатів для відпочинку; 1 235 баз відпочинку та інших закладів, а також 8 808 дитячих закладів для оздоровлення й відпочинку [1].

Російська агресія, що розпочалася у 2014 році стала найбільшим викликом для держави та головним деструктивним чинником для її соціально-економічної системи. З анексією АРК Україна втратила найбільшу лікувально-оздоровчу дестинацію, а повномасштабне вторгнення зумовило окупацію частини

територій тих регіонів (Херсонської, Донецької та Запорізької областей), які також займали вагоме місце в забезпеченні рекреаційно-туристичних послуг, зокрема й санаторно-курортного обслуговування.

Через воєнні дії Україна втратила майже всі свої прибутки від санаторно-курортного туризму у Чорноморсько-Азовському регіоні та на сході країни, де відповідно, діє ворожий флот та існує небезпека постійних ракетних обстрілів і шахедних атак.

У той же час варто зазначити, що після анексії АР Крим та повномасштабного вторгнення відбувся певний перерозподіл туристичних потоків і основними зонами лікувально-оздоровчого туризму в Україні стали курорти Карпатського регіону, що зумовлено, перш за все відносною віддаленістю цих територій від зони бойових дій.

Окупація, військові дії та ракетні обстріли вже призвели до великої кількості руйнувань, поранень, стресових ситуацій, а війна триває. Тому перед державою стоїть важливе завдання створення необхідних умов для лікування й реабілітації постраждалих і широкого залучення до його вирішення санаторно-курортних закладів, які здатні на основі природних лікувальних чинників, кваліфікованого персоналу та досконалого сучасного обладнання розробити й реалізувати ефективні відновлювальні програми.

Під час війни особливого значення набуває фізична та медико-психологічна реабілітація, що може забезпечуватися не лише в лікарнях, а й у санаторно-курортних закладах. Тож основна увага у сучасних програмах санаторно-курортного обслуговування має бути спрямована на розробку й впровадження ефективних різнопланових реабілітаційних методик. Вагомий вклад у цьому напрямі забезпечують фахівці Державної установи «Науково-дослідний інститут медичної реабілітації та курортології Міністерства охорони здоров'я України» [2] Ними за останні роки розроблено ряд медичних рекомендацій щодо різноманітних реабілітаційних методів, спрямованих на конкретного споживача (військовослужбовців після поранень, дітей, пацієнтів з ПТС тощо). Також вже розпочалася практика перепрофілювання окремих санаторних закладів у центри реабілітації військових та їх родин, зокрема й у Полтавській області [3].

Для забезпечення подальшого розвитку ринку санаторно-курортних послуг в Україні першочергово, на наш погляд, необхідно:

- вирішувати безпекові питання;
- забезпечити рівні економічні умови для усіх учасників ринку, задіявши прозорі інструменти державної підтримки як для виробників так і споживачів послуг та, усунувши корупційний чинник;
- постійно моніторити та враховувати особливості суспільного запиту на санаторно-курортні послуги (наприклад, в даний час є значний запит на реабілітаційні програми);
- вивчати та запроваджувати передовий світовий досвід, особливо тих країн, які пережили період війни та повоєнного відновлення

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Державна установа «Науково-дослідний інститут медичної реабілітації та курортології Міністерства охорони здоров'я України». URL: <https://kurort.gov.ua/>
3. На Полтавщині санаторій перетворюють на реабілітаційний центр. URL: <https://poltava365.com/na-poltavshhini-sanatorij-peretvoryat-na-reabilitacijnij-czentr.html>.

*М. В. Ніколаєнко, 8-Д клас
науковий ліцей №3 Полтавської міської ради
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

ЗНАЧЕННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗНАНЬ У ЖИТТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ І СУСПІЛЬСТВА

Географія – це наука, що вивчає оболонку землі, її природну та соціальну різноманітність, а також взаємодію між природою та людьми. Її часто недооцінюють, не розуміючи важливості цієї науки. Варто навести декілька прикладів, чому географія справді важлива.

1. Елементарна орієнтація в просторі. Цього нас вчать ще з перших класів, але здебільшого люди не придають цьому особливої уваги. Розуміння де які сторони світу, і куди сідає сонце, допоможе не тільки в випадку якщо ви загубились, а і в розумінні погоди, звідки чекати опадів або вітрів.

2. Будівництво доріг і будівель. Аби побудувати якісну і надійну споруду необхідно знати які ґрунти під нею знаходяться. Інакше може відбутися зсув, або будівля просто піде у низ. Саме тому у Європі немає таких високих хмарочосів як наприклад у США, оскільки ґрунті сильно різняться.

3. Знання при подорожах і туризмі. Географія – це не тільки про природу і ґрунти, це ще і про народи, культури і соціальний розвиток країн. Вона допоможе з вибором країни для подорожі, або еміграції. Перед тим як їхати кудись, варто пізнати менталітет людей в конкретній країні, заборони та правила, погодні умови, та цікаві місця для відвідування, або життя.

4. Виробництво. Для того, щоб виробляти певний продукт варто розуміти де це робити, або ж де шукати матеріал. Для вирощування різноманітних овочів та фруктів необхідно знати в яких ґрунтах та кліматі вони ростуть краще. Або якщо це паливо, треба знати де і як його видобувати.

5. Помірне використання ресурсів нашої планети. Як показує практика, наші ресурси не вічні. Певні нафтогазові басейни уже порожні. Можна приблизно назвати скільки продукту лишилося в тому чи іншому місці. Тому варто шукати нові басейни-шахти,

чим на даний момент займаються люди, а без допомоги знань з географії це зробити неможливо.

Наприклад, на інвестиційні процеси у будь-якій країні впливають природно-географічні фактори, в першу чергу:

- середньорічна температура в країні та січня, зокрема;
- для рослинництва важливим показником є сума позитивних температур;
- суворість клімату (перепад температур – від найнижчого показника до найвищого);
- глибина промерзання ґрунту [1–3].

Отже, головною причиною великих, або навпаки незначних інвестицій в будь-яку країну, є не політична чи соціальна нестабільність, податковий кодекс, а відсутність переваг у порівнянні затрат на одиницю продукцію. Тобто, за всіх інших рівних причин, провідну (вирішальну) роль відіграють саме природно-географічні чинники.

Список використаних джерел

1. Логвин М. М. Вплив природно-кліматичних факторів на інвестиційні процеси. *Господарський механізм: сутність, структура, подальше вдосконалення на сучасному етапі* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 квітня 2008 р. Полтава : ПУСКУ, 2008. С. 107–109.
2. Логвин М. М. Інвестиційна діяльність в Україні і географічний детермінізм. *Сучасні проблеми глобальних процесів у світовій економіці* : мат-ли III міжнар. наук.-практ. конфер., 6–7 листопада 2008 р. Київ : НАУ, 2008. С. 174–176.
3. Логвин М. М. Конкурентоздатність товарів і природні умови. *Мережевий бізнес і внутрішня торгівля України* : мат-ли III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Полтава, 17–18 квітня 2013 р.). Полтава : ПУЕТ, 2013. С. 228–231.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Міський туризм є важливим напрямом розвитку туристичної сфери в Україні, що набуває особливого значення у контексті активізації внутрішнього туризму та популяризації культурної спадщини міст [1]. Загалом Чернівецька область володіє хорошим потенціалом для розвитку міського туризму, хоча в регіоні є лише одне відносно велике місто – Чернівці. Інші десять міських населених пунктів відносяться до категорії малих міст, чи селищ, однак кожне з них має свої туристичні особливості, здатні приваблювати відвідувачів. Актуальність проблематики зумовлена необхідністю переосмислення стратегічних підходів до формування туристичного іміджу міських територій та створення комплексного туристичного продукту.

Міський туризм у Чернівецькій області зосереджений переважно у місті Чернівці, яке є ключовим туристичним центром регіону з розвиненою інфраструктурою, багатою історико-культурною спадщиною, архітектурними ансамблями та багатонаціональними традиціями. Резиденція митрополитів Буковини і Далмації, включена до списку об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО у 2011 році під № 1330, є туристичним магнітом не лише регіону, але й усієї України [2]. Водночас інші міста області – Хотин, Новодністровськ, Вижниця, Сторожинець – мають значний потенціал, проте залишаються на периферії туристичних маршрутів.

Серед основних проблем, що стримують розвиток міського туризму в регіоні, можна виокремити наступні: застаріла інфраструктура в периферійних населених пунктах; недосконала маркетингова політика щодо популяризації туристичних можливостей регіону, відсутність скоординованої політики розвитку галузі.

Перспективи розвитку міського туризму Чернівецької області полягають у: посиленні маркетингової діяльності щодо просування регіонального туристичного продукту; розбудові інфраструктури за принципом «туризм доступний для всіх»; створен-

ні міжмуніципального співробітництва з бізнесом та місцевими громадами у сфері туризму; залученні вітчизняних та міжнародних інвестицій у збереження та реставрацію історичних пам'яток; розвитку тематичних маршрутів та формуванні бренду буковинських міст як територій комфортного, пізнавального та емоційно насиченого відпочинку.

Особливої актуальності набуває впровадження туристичних програм, орієнтованих на культурний, гастрономічний та фестивальний туризм, які можуть активізувати інтерес як внутрішнього, так і закордонного споживача [3].

Отже, для забезпечення сталого розвитку міського туризму в Чернівецькій області необхідна системна державна та регіональна підтримка, партнерство з приватним сектором, розвиток людського капіталу в сфері туризму, а також формування привабливого туристичного продукту з урахуванням сучасних запитів мандрівників.

Список використаних джерел

1. Безручко Л. С. Туризм у містах: суть, чинники та проблеми розвитку. Туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bezruchko.htm.
2. Резиденція митрополитів Буковини і Далмації. Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Резиденція_митрополитів_Буковини_і_Далмації_в_Чернівцях.
3. Стратегія розвитку туризму в Чернівецькій області на 2022–2027 роки : офіційний документ. Департамент регіонального розвитку Чернівецької ОДА. – Чернівці, 2021.

В. С. Полтавець, студент гр. Тм-21
В. С. Таран, студентка гр. Тм-21
В. В. Малярєнко, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТА НОВІ ФУНКЦІЇ ТУРИЗМУ В ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

Туризм в умовах війни набуває нового значення та змісту [1–3]. У той час як традиційний відпочинок та розваги відійшли на другий план, сфера туризму стала важливим інструментом підтримки людей та економіки. Перш за все, інфраструктура, пов'язана з туризмом, переорієнтувалася на допомогу внутрішньо переміщеним особам, волонтерам та військовим. Готелі, які раніше приймали туристів, стали прихистком для евакуйованих, а заклади харчування годували тих, хто цього потребував.

Але і збереження туристичної активності, наскільки це можливо, має важливе значення. Відвідини українських музеїв, історичних місць чи природних парків допомагають підкреслити культурну унікальність і незламність країни. Екскурсії для військових, волонтерів чи дітей з регіонів, які постраждали від війни, мають стати засобом емоційної реабілітації. Міжнародний туризм також не зник, хоча й значно скоротився. Зараз він носить більше дипломатичний характер.

Воєнні дії, окупація та руйнування серйозно вплинули на туристичну сферу України, проте її потенціал залишається важливим як для відновлення економіки, так і для зміцнення суспільного духу. Туризм – це не лише відпочинок, а й мультиплікативний рушій для суміжних галузей, таких як транспорт, харчування, культура та ремесла. Оцінка втрат і перспектив у цьому секторі складна, адже повномасштабна війна продовжується, але вже зрозуміло, що відновлення буде тривалим і вимагатиме комплексного підходу.

Попри складнощі, зберігається потенціал розвитку внутрішнього туризму, орієнтованого на безпечні регіони. Також можливим є розвиток волонтерського та воєнного туризму – відвідування регіонів для участі в їх відбудові, підтримки місцевих громад і збереження пам'яті про події війни.

Туристична галузь України демонструє життєздатність та адаптивність до нових умов. Зміни торкнулися як поведінки мандрівників, так і загального характеру туризму, але він залишається важливим елементом економіки та суспільного життя.

Українці частіше подорожують у межах країни, обираючи короткострокові мандрівки до відносно безпечних регіонів, таких як Карпати чи західні області. При цьому туристичні бюджети стали скромнішими, а поїздки – коротшими. Важливу роль у підтримці галузі відіграють міжнародні відвідувачі, зокрема журналісти, волонтери, дипломати та політики, які користуються інфраструктурою і тим самим підтримують її функціонування. Водночас на тлі війни зростає інтерес до місць, пов'язаних із сучасними подіями, такими як меморіали, музеї війни чи міста, що пережили окупацію. Ці зміни підкреслюють унікальність ситуації, коли навіть у кризовий час туризм залишається джерелом доходів і соціальної стабільності.

Війна змусила український туристичний бізнес переорієнтувати свою діяльність на допомогу тим, хто постраждав від агресії, проявляючи небачену солідарність і готовність підтримати співвітчизників. Багато готелів і садиб надавали житло безкоштовно або за собівартістю, переорієнтовуючись на довгострокове розміщення переселенців. Вони допомагали з оформленням документів, перевезенням речей, евакуацією за кордон та надавали інформаційну підтримку.

Ресторани організували безкоштовні обіди для переселенців та евакуйованих. Туристичні організації використовували свої міжнародні контакти для допомоги в перевезенні людей, пошуку житла за кордоном. Особливу роль в евакуації людей відіграла Укрзалізниця, яка навіть під обстрілами забезпечувала перевезення мільйонів. Ці дії демонструють неймовірну здатність українського бізнесу та громадян швидко адаптуватися до кризових умов, перетворюючи туристичну інфраструктуру на важливий елемент допомоги й підтримки постраждалих під час війни.

Під час війни туризм в Україні та навколо неї набув нових форм [4], які демонструють як солідарність міжнародної спільноти, так і адаптацію до викликів часу. Одним із феноменів став туризм солідарності. Іноземці, співчуючи українцям, активно

підтримували їх, замовляючи туристичні послуги чи купуючи товари, навіть не плануючи їх використовувати. Особливу популярність отримало бронювання житла на платформі Airbnb та участь у віртуальних турах через Airbnb Experiences.

В Україні відбулася переоцінка рекреаційної ролі туризму. Через суспільний осуд або почуття провини серед тих, хто подорожує виключно для розваги, бізнес почав акцентувати на цінності своїх послуг для психологічного та фізичного відновлення. Подорожі стали важливим способом збереження ментального здоров'я. Короткі відпустки в умовах війни стали важливим засобом відновлення, особливо для жінок і дітей. Такі подорожі допомагають хоча б на кілька днів відірватися від сигналів повітряної тривоги та постійного відчуття загрози, що дозволяє повернути сили для роботи чи волонтерства. Крім того, подорожі Україною підтримують місцеву економіку, сприяють збереженню робочих місць у туризмі, інфраструктурі, транспорті та торгівлі.

Подорожі не лише забезпечують відпочинок, а й відкривають можливості для пізнання культури, історії та побуту різних регіонів. Спілкуючись із місцевими жителями, вивчаючи архітектуру та звичаї, туристи здобувають знання, які неможливо отримати з підручників чи медіа. Тобто, туризм став інструментом деколонізації.

Навіть у складних умовах війни туризм виконує важливу функцію: допомагає зберігати людські й культурні зв'язки, сприяє економічній підтримці місцевого бізнесу та стає важливим засобом відновлення й переосмислення історії.

Отже, належне осмислення наслідків війни, у тому числі меморіалізація військових злочинів, також може мати важливу комунікативну цінність для туристів. Це не лише про збереження пам'яті, а й про навчання іноземців правді про війну в Україні та її глибокі наслідки. Такі місця та ініціативи можуть стати важливими точками на карті туристичних маршрутів.

Список використаних джерел

1. Логвин М. М., Мороз М. В., Логвин Д. М. Туристичний сектор під час воєнного стану: стан, загрози та перспективи. *Світ наукових досліджень*. Вип. 18 : матеріали Міжн. мультимед. наук. інтернет-конф., (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 20–21 квіт-

- ня 2023 р.) / [редкол. : О. Патряк та ін.] ; ГО «Наукова спільнота»; WSSG w Przeworsku. Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б. С. 37–43.
2. Логвин М. М., Мороз М. В. Організація молодіжного туризму в Україні. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації* : матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 р.). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 35–39.
 3. Логвин М. М., Мороз М. В., Логвин Д. М. Перспективи відновлення туристичного сектору України. *Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернівці, 11 травня 2023 р. Чернівці : Технодрук, 2023. С. 56–60.
 4. Відновлення туризму і туризм для відновлення. URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/>

ЕТНІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Етнічний туризм (ностальгічний туризм, етнографічний туризм) – різновид туризму, який здійснюють туристи до місць свого історичного помешкання з метою відвідування територій, де проживали їх рідні, або вони самі, і колись переселились [2] через політичні, військові чи релігійні причини [4].

Етнічний туризм – це чудовий спосіб більше дізнатися про своє коріння, або вивчити історію свого народу. Завдяки такому нововведенню в туристичних фірмах багато хто навіть знаходив своїх далеких родичів на чужих землях. Іноді люди відвідують місця, де проживали їхні батьки, діди, або вони самі, які в далекій молодості були виселені з цих околиць.

Етнічний туризм має низку переваг як для туристів, так і для місцевих громад, завдяки чому цей вид туризму набуває дедалі більшої популярності. Він передбачає [1]:

1. Надання мандрівникам можливість детально ознайомитися з культурою та традиціями інших народів. Спілкуючись із місцевими жителями, вивчаючи їхню мову, звичаї та спосіб життя, туристи розширюють свій світогляд і поглиблюють розуміння багатогранності світу.

2. Отримання унікальних вражень через участь у національних обрядах, святах, дегустація місцевих страв та знайомство з екзотичними культурами дарують туристам унікальний досвід, який неможливо отримати в межах інших видів подорожей.

3. Економічний розвиток місцевих громад через зростання туристичних потоків до регіонів з унікальною культурою, що підвищує попит на місцеві товари й послуги, стимулює розвиток інфраструктури та створює нові робочі місця для місцевих мешканців.

4. Етнічний туризм – важливий інструмент для взаємного культурного обміну, зміцнення міжнародних зв'язків, формування толерантності та взаєморозуміння між представниками різних народів і культур.

5. Сприяння збереженню традицій та культурного спадку місцевих громад. Зацікавленість туристів у старовинних обрядах і звичаях стимулює громади зберігати та підтримувати свої культурні надбання.

Етнічний туризм не лише задовольняє потребу у незабутніх враженнях, а й підтримує розвиток регіонів, сприяючи гармонійному співіснуванню культур і збереженню їхньої самобутності

Таким чином, етнічний туризм є не лише джерелом задоволення для подорожуючих, а й важливим інструментом для збереження та відкриття культурного надбання [3] різних народів та етнічних груп.

Музеї є чудовим місцем для прогулянок та знайомства з народною культурою, а також часто стає майданчиком для проведення фестивалів, ярмарків і народних свят. Наприклад, експозиція музею давньої історії на базі Чернівецького національного університету включає велику колекцію автентичного одягу мешканців гірських районів і передгір'я, предметів побуту та знарядь праці. Основу виставки складають місцеві археологічні знахідки, нумізматичні колекції, а також знаряддя праці та побутові речі, які використовувалися наприкінці XIX – на початку XX століття. Окрему увагу приділено автентичному одягу місцевого населення, що відображає особливості культурних традицій регіону. Музей слугує важливим культурно-освітнім осередком.

А власне, гірський туризм включає культурно-історичну складову, адже такі місця часто багаті історією та традиціями, що дає можливість відвідати старовинні храми, етнічні поселення та музеї. Не менш важливий оздоровчий ефект: чисте гірське повітря, фізична активність та відсутність міського шуму сприяють покращенню фізичного і психічного стану. Водночас розвиток гірського туризму потребує значних інвестицій у безпеку, інфраструктуру, екологічну свідомість туристів і збереження унікальної природи гірських регіонів.

Отже, для адміністративних областей, зокрема, Карпатського регіону існують можливості ефективнішого використання природних та історико-культурних ресурсів і вдосконалення інфраструктури з метою забезпечення елементів сталого розвитку як традиційних туристичних занять (оздоровчо-відпочинковий,

гірськолижний, піший) та ширшого впровадження нових туристичних продуктів з екологічного, етнографічного, гірського та сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Етнічний туризм: збереження та відкриття культурного надбання. URL: <https://mindscope.biz.ua/etnichnyj-turyzm-zberezhennya-ta-vidkryttya-kulturnogo-nadbannya/>.
2. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.
3. Логвин М., Карпенко Н., Шуканов П. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. *Східна Європа: економіка, бізнес і управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 393–399.
4. Що таке ностальгічний туризм? URL: <http://infotour.in.ua/nostalgic-tourism.htm>.

РОЛЬ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Музейний туризм є важливою і актуальною складовою сучасної туристичної індустрії. Він сприяє економічному розвитку та підтримує збереження культурної спадщини, розвиток міжкультурних зв'язків, а також забезпечує освітні та культурні можливості для різних категорій туристів. Застосування новітніх технологій, інтерактивних програм і віртуальних турів ще більше підвищує популярність музейного туризму, роблячи його доступним і захоплюючим для широкої аудиторії.

У системі туризму музей посідає особливе місце. Його слід розглядати у різних аспектах, зокрема, як:

- туристичний ресурс, що характеризується певним рівнем атрактивності;
- складову інфраструктури туризму, а саме індустрії дозвілля, що характеризується економічними показниками розвитку;
- суспільну інституцію, що несе відповідальність за частину національного надбання, яка зберігається у його фондах;
- суб'єкт ринку послуг, що реалізує музейний продукт і керується потребами свого споживача – музейного туриста [1].

Туризм та музеї спільно утворюють складну історичну, культурну, соціально-економічну, технічну, технологічну, творчу, природну та екологічну систему, поєднуючи окремі елементи тих чи інших територіальних та соціальних утворень. Природна та культурна історія також зберігається в музеях, які відповідають за розвиток цих систем та допомагають туристичному розвитку регіонів. Організатори музейного туризму стикаються з кількома конкретними завданнями, такими як визначення туристичної ніші музею, ініціювання регулярного притоку відвідувачів до величезного музею, розробка туристичного маршруту та програми, складання реєстру рекламних товарів та вивчення нових варіантів фінансування.

Музеї часто є важливими компонентами туристичних маршрутів, привертаючи увагу відвідувачів з різних куточків

планети. Вони виступають центрами культурного туризму, сприяючи розвитку економіки через створення робочих місць, підтримку місцевого бізнесу та організацію екскурсій і культурних подій.

Музеї значно впливають на економіку місцевих громад, оскільки відвідувачі витрачають гроші на квитки, екскурсії, сувеніри та послуги з харчування й проживання. Це сприяє розвитку суміжних секторів економіки, таких як готельний і ресторанний бізнес, транспортні послуги та інші галузі, що надають підтримку туризму.

Музеї сприяють культурному обміну, дозволяючи туристам з різних країн досліджувати чужі культури, традиції та історії. Це відкриває можливості для міжкультурного діалогу, що сприяє розвитку толерантності та взаєморозуміння серед різних народів і культур, що є важливим для створення глобальної гармонії.

Музеї мають важливу роль у формуванні іміджу країни на міжнародній арені. Їхні колекції та виставки, що демонструють культурну спадщину, можуть стати привабливими для туристів з різних країн, що стимулює бажання відвідати конкретний регіон чи державу. Це сприяє розвитку інфраструктури та збільшенню туристичного потоку, що, в свою чергу, позитивно впливає на економіку, приносячи значні доходи [2].

Отже, музейні заклади мають важливе значення для розвитку туризму, оскільки вони є важливими культурними, освітніми та туристичними ресурсами. Музеї привертають мільйони відвідувачів щороку, сприяючи не лише розвитку культури, а й економіки.

Список використаних джерел

1. Любіцева О. О., Шпарага Т. І. Музейний туризм : навч. посіб. Київ, 2021. 150 с.
2. Романуха О. М. Розвиток музейної справи як фактор активізації міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 79–83.

*Г. О. Хрипчук, студентка гр. Тб-51;
К. Д. Дрозд, студентка гр. Тб-41
Науковий керівник – Н. М. Карпенко, доцент
ПУЕТ*

СУЧАСНИЙ ЗМІСТ ПОХМУРОГО ТУРИЗМУ

Темний туризм, також відомий як похмурий туризм (англ. *dark tourism*), чорний туризм (англ. *black tourism*) або скорботний туризм (англ. *grief tourism*), є видом туризму, що передбачає відвідування місць та пам'яток, які мають історичний зв'язок зі смертю чи трагедіями [1, 3, 4].

Важливим аспектом туристичної привабливості таких місць є їхня історична цінність, а не лише асоціація зі смертю та стражданнями.

«Темний» туризм також є частиною духовно-культурного сегмента туризму, що покликаний задовольнити інформаційні та психологічні потреби туристів. Його сутність полягає у зверненні до минулих людських ресурсів з точки зору інтелектуальної, а не родинно-культурної зацікавленості.

Історія «темного» туризму бере початок ще з давніх часів, коли люди відвідували глadiаторські бої, масові страти в Середньовіччі чи інші місця трагічних подій. Сучасне розуміння цього виду туризму суттєво відрізняється. Можна сказати, що подорожі до місць, пов'язаних зі смертю та трагедіями, є своєрідною проекцією старих концепцій у новому контексті.

Туристів, які цікавляться «темним» туризмом, зазвичай мотивують такі фактори, як бажання подолати дитячі страхи, прагнення до нових вражень, інтерес до історії, духовно-психологічні переживання або містичні мотиви.

Розглядаючи класифікацію темного туризму, можна виділити декілька видів.

1. Туризм катастроф, який пропонує відвідування місць, що постраждали від природних або техногенних лих [2].

2. Індустріальний туризм – дослідження територій, будівель та інженерних споруд промислового (не цивільного) або спеціального призначення, а також будь-яких покинутих (занедбаних) об'єктів з метою отримання психологічного й естетичного задоволення або задоволення дослідницького інтересу.

3. Смертельний туризм (танато-туризм, туризм смерті) – це подорожі до місць із трагічною історією, що пов'язані з масовими стражданнями, злочинами або смертями.

4. Тури по кладовищам (цвинтарний або некропольний туризм, пов'язаний з відвідуванням некроландшафтів (місця поховань відомих особистостей; стародавні цвинтарі та некрополі).

5. Містичний туризм – підвид темного туризму, пов'язаний з відвідуванням аномальних місць чи історичних пам'яток з паранормальною активністю.

Дослідники по-різному трактують, чому людей приваблюють трагічні місця. Згідно з однією з версій, деякі люди під час таких екскурсій відчують емоційне збудження, а після відвідування – навіть ейфорію. Інші туристи прагнуть лякатися, тоді як для когось такі місця приносять відчуття спокою та умиротворення.

Водночас існує думка, що відвідування таких місць може бути навіть корисним: воно дозволяє винести уроки з минулого, а також нагадує про те, що життя не вічне і часу на добрі справи залишається небагато. Головна ж привабливість таких місць полягає в їх емоційно-психологічному впливі.

Отже, похмурий туризм, має свої слабкі сторони та проблеми, що призводить до критики цього напрямку. Одна з головних проблем полягає в етичності відвідування таких місць з туристичною метою. З одного боку, люди мають право дізнаватися правду про трагічні події, але, з іншого боку, необхідно проявляти повагу до жертв цих трагедій.

Список використаних джерел

1. Заставецький Т. Б., Заставецька Л. Б. «Похмурий туризм» як відображення трагічних подій у історії та культурі народів. *Наукові записки ТНПУ імені В. Гнатюка*. 2011. № 1. С. 101–107.
2. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.
3. Логвин М. М., Коваль Н. О. «Похмурий» туризм: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті* : тези доп. XLIII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07–08 квітня 2020 р.) : у 2 ч., ч. 2. Полтава : ПУЕТ, 2020. С. 250–251.
4. Foley M., Lennon J. J. JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*. Taylor & Francis. 1996. № 2 (4). P. 198–211. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1352725960872217>.

*А. О. Чайковська, студентка гр. Тм-21
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

КЛЮЧОВІ РИНКИ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ПОТЕНЦІАЛ

У всі пори року круїзний туризм досить популярний вид міжнародного морського туризму [1]. Існують різні види круїзних маршрутів, що враховують особливості регіону та цілі подорожі. Кільцеві маршрути в певних басейнах, наприклад, у Середземному морі, охоплюють 18–20 портів, розташованих у приморських країнах і популярних морських курортах. Також виділяють маршрути типу «ореп јaw», які дозволяють туристам мандрувати в одному напрямку без повернення в початковий пункт, як це відбувається, наприклад, на круїзах навколо Європи чи Скандинавії. Існують короткочасні виходи в море на 2–3 дні, які можуть включати спеціальні заходи, такі як організація грального бізнесу на борту, що дозволено, коли судно виходить за межі територіальних вод країни. Деякі круїзні маршрути обмежуються прогулянковими екскурсіями у відкрите море, інші ж можуть бути довгостроковими подорожами, зокрема навколосвітніми круїзами, що тривають до одного року (рис. 1).

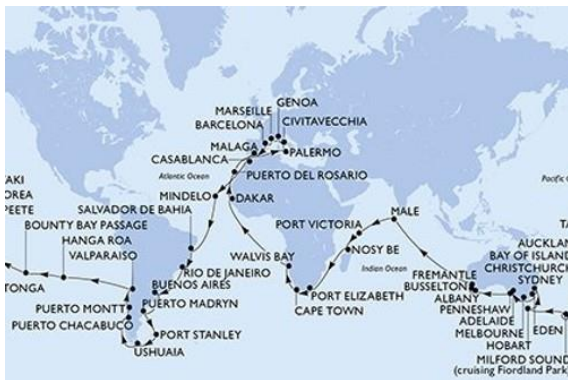


Рисунок 1 – Головні круїзні регіони у світі, складено за [2]

США є найбільшим ринком-постачальником круїзних туристів у світі, дещо поступається йому Великобританія, а третє місце займає Німеччина. Франція, Італія та Швейцарія також

відзначаються значним попитом на круїзні подорожі. Останніми довоєнними роками популярність круїзного туризму зростала певною мірою в Україні. У 2022 році структура попиту на світовий круїзний продукт за регіонами світу показує, що дві третини глобальних круїзних пасажирів обирають Карибський басейн, Середземне море та Європу для відпочинку.

Середньодобові витрати одного круїзного пасажирів становлять у середньому 214,44 дол. США, з яких 162,69 дол. США припадає на вартість квитка, а 51,74 дол. США – на витрати на борту. Середня тривалість круїзу складає 8 днів [3].

Регіони Північна Америка та Європа є основними формувачами попиту на круїзний продукт, забезпечуючи 80–90 % загального попиту на ринку у 2008–2022 роках, згідно з даними CLIA. Це свідчить про тенденцію до зміщення попиту на нові маршрути в Азії та Австралії. Зростає популярність круїзів до Антарктиди та Північного полюсу, які можна назвати «льодовими» через їх специфіку. Такі маршрути пропонуються цілий рік: влітку – в Арктиці, взимку – в Антарктиді.

Однією з відомих підводних експедицій є занурення до «Титаніка», що стало прикладом туристичної експедиції – додаткової подорожі з круїзного лайнера, криголама або науково-дослідного судна з метою дослідження або розваги.

Отже, потенціал круїзного туризму передбачає так званий експедиційний сервіс. На відміну від традиційних екскурсій, експедиція під час «льодового» або «дослідницького» круїзу сприймається як факультативна подорож, метою якої є спостереження за явищами або об'єктами живої та неживої природи. У цьому форматі туристи беруть активну участь, а подорож здійснюється за допомогою спеціального транспорту та обладнання. При цьому акцент робиться на безпеку, що гарантується підготовленим персоналом, який супроводжує круїз.

Список використаних джерел

1. Триус Є. О., Логвин Д. М., Логвин М. М. Тенденції розвитку круїзного туризму на світовому ринку. *Туризм і молодь – 2020* : матеріали кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (м. Полтава, 21 грудня 2020 року) / за заг. ред. Г. П. Скліяра, Ю. В. Карпенка. Полтава : ПУЕТ, 2021. С. 78–82.
2. CIN Annual 2020. URL: <https://www.cruise-industrynews.com/flip/cina2020/mobile/index.html#p=4>.
3. Cruise Line International Organization. URL: <http://www.cruising.org/>.

*А. В. Черкаська, студентка гр. Тм-21
Науковий керівник – М. М. Логвин,
канд. геогр. наук, доцент
ПУЕТ*

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПІВНІЧНОЄВРОПЕЙСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СУБРЕГІОНІ

Сучасний туризм є однією з динамічних галузей економіки, яка не лише сприяє економічному розвитку регіонів, але й формує їх соціокультурне середовище. Розвиток туризму на регіональному рівні залежить від численних факторів, серед яких можна виділити природно-ресурсний потенціал, культурно-історичну спадщину, інфраструктуру, соціально-економічні умови та державну політику [3]. В організації туризму Північноєвропейського субрегіону можна виокремити кілька теоретичних підходів, розглянемо їх далі.

Ресурсний підхід передбачає максимальне використання природного та культурного потенціалу регіону для створення унікального туристичного продукту. Наприклад, у Норвегії фьорди, такі як Гейрангер-фьорд (Geirangerfjord) та Нерей-фьорд (Nærøufjord), стали основними об'єктами туризму [1]. Вони внесені до списку світової спадщини ЮНЕСКО і приваблюють туристів своєю унікальною природною красою. На основі цього ресурсу створено екскурсійні круїзи, кемпінги та оглядові майданчики, що робить регіон одним із найпопулярніших у Європі.

Данія використовує свою історичну спадщину, зокрема тематичні музеї, такі як Музей кораблів вікінгів у Роскілле. Туристичні маршрути пов'язані з культурою вікінгів, включаючи реконструкції стародавніх поселень, фестивалі та культурні заходи, які відображають життя цього історичного періоду.

Інфраструктурний підхід спрямований на створення або модернізацію туристичної інфраструктури, включаючи транспортну доступність, заклади розміщення та харчування. Наприклад Ісландія модернізує інфраструктуру біля популярних туристичних об'єктів, таких як геотермальні джерела «Блакитна Лагуна» (Blue Lagoon) [1]. Було збудовано сучасні спа-центри, готелі та ресторани, а також покращено транспортну доступність до

об'єкта, що дозволяє приймати велику кількість туристів протягом усього року.

У місті Юккас'ярві (Jukkasjärvi), що у Швеції щороку створюють льодовий готель Icehotel, який є унікальним туристичним продуктом [2]. Поряд із готелем було збудовано транспортну інфраструктуру (зручні авіасполучення), а також забезпечено доступність гірськолижних курортів та природних заповідників регіону.

Соціокультурний підхід орієнтується на збереження та популяризацію місцевих традицій, залучення місцевих громад до туристичної діяльності. Наприклад фінській Лапландії туристів залучають до знайомства з культурою саамів – корінного народу регіону. Організуються екскурсії до саамських сіл, майстер-класи з виготовлення традиційних прикрас і розповіді про місцеві звичаї. Це сприяє збереженню культури саамів і надає їм економічну підтримку.

Кластерний підхід передбачає створення туристичних кластерів – об'єднань бізнесів, державних установ і громадських організацій для спільного просування регіону. Наприклад Кластер «Visit Arctic Europe» (Фінляндія, Швеція, Норвегія) [2]. Цей кластер об'єднує туристичні організації трьох країн для просування арктичних регіонів. Його мета – створення єдиного бренду, спільне планування маршрутів, розвиток інфраструктури та маркетинг. Це сприяє зростанню туристичного потоку до Лапландії та інших арктичних зон.

Розвиток туризму на регіональному рівні неможливий без формування унікального бренду регіону. Брендинг включає розробку унікальної ідентичності регіону, яка базується на його природних, історичних та культурних перевагах. Наприклад, Фінська Лапландія стала брендом завдяки асоціації з домівкою Санта-Клауса. Туристичні продукти включають візити до села Санта-Клауса, поїздки на собачих упряжках і спостереження за північним сяйвом, що підкреслює магічний образ регіону.

У розвитку туризму на регіональному рівні Північноєвропейського субрегіону виявляється застосування кількох теоретичних підходів, кожен з яких має свої специфічні особливості та внесок у створення привабливого туристичного продукту. Однак, попри успіхи, цей процес супроводжується певними

труднощами. Зміни клімату негативно впливають на популярні туристичні напрямки, такі як льодовики чи зимові курорти, що вимагає адаптації інфраструктури та планування туризму. Багато регіонів залежить від туристичного сезону, що призводить до надмірного навантаження в пік сезону і недостатнього попиту в інші періоди року. Пандемія COVID-19 істотно вплинула на туристичну галузь, знизивши потік міжнародних туристів і спричинивши економічні труднощі для місцевих підприємств.

Отже, дослідження особливостей організації та розвитку сучасного туризму Північноєвропейського субрегіону виявило важливість різноманітних підходів до формування туристичних продуктів. Кожен з них, від ресурсного до кластерного, сприяє розвитку туризму, використовуючи природний, культурний, інфраструктурний та соціокультурний потенціали регіону. Однак на шляху до ефективного розвитку туризму постають такі виклики, як зміни клімату, сезонність, а також проблеми, спричинені пандемією COVID-19 та перевантаженням популярних туристичних місць. Врахування цих факторів та адаптація до нових умов є необхідними для подальшого успіху туристичної діяльності в цьому регіоні.

Список використаних джерел

1. Профіль туризму країн Північної Європи. URL: www.tourism-office.org/tourismoffice2/europe.htm (дата звернення: 30.12.2024).
2. Стан туризму в Скандинавії та Північній Європі. Все про Скандинавію, 2024. URL: <https://all-things-nordic.com/2024/09/26/the-status-of-tourism-in-scandinavia-and-the-nordic-countries/> (дата звернення: 30.12.2024).
3. Логвин М. М. Особливості індустрії гостинності в новому туристичному сезоні. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 106–109.

ЗМІСТ

Азнаєва О. В., Даценко Н. О., Тараненко О. О. Напрями впровадження інновацій у сферу туризму	3
Архипюк С. С., Логвин М. М. Організація і розвиток туризму і рекреації у Київській агломерації.....	5
Бєлоусова А. В., Туріна А. В., Петулько Б. О., Климова Л. І. Зміст сучасного екологічного туризму.....	8
Бірюкова С. А., Карпенко Н. М. Зміст соціального туризму та його класифікація	10
Волошина Д. С., Тараненко О. О. Сучасні форми апітуризму	13
Губа С. С., Шведова Р. О., Яременко Р. В., Шуканов П. В. Актуальність розвитку сталого туризму в сучасному світі.....	15
Гусак В. С., Передерій О. Л., Тараненко О. О. Туризм як інструмент соціально-економічного розвитку України.....	17
Добров С. О., Климова Л. І. Сутнісні характеристики спелеологічного туризму.....	19
Змієнко Є. А., Гнідаш К. А., Логвин М. М. Роль демографічного фактора у розвитку сфери туризму.....	22
Кадура К. О., Калашнікова Є. І., Шпортко К. С., Тараненко О. О. Перспективи розвитку спеціалізованих видів туризму в Україні в повоєнний період	25
Козлов Д. О., Климова Л. І. Сучасні соціально-економічні та військово-політичні умови розвитку сфери туризму	27
Корж О. В., Явтушенко І. О., Климова Л. І. Сучасні тенденції розвитку релігійного туризму	30

<i>Листопад О. С., Тараненко О. О.</i>	
Інклюзивний туризм як перспективний напрямок розвитку сфери туризму	33
<i>Логвин Д. М., Франко Л. С.</i>	
Зміст дестинації як елемента туристичної системи	35
<i>Ляшенко О. С., Климова Л. І.</i>	
Гастрономічний туризм в структурі туристичної галузі	38
<i>Невальонний С. Л., Карпенко Н. М.</i>	
Перспективи розвитку ринку санаторно-курортних послуг в Україні в умовах війни та повоєнного відновлення	42
<i>Ніколаєнко М. В., Логвин М. М.</i>	
Значення географічних знань у житті сучасної людини і суспільства	45
<i>Новіцька А. Ю., Карпенко Н. М.</i>	
Сучасний стан та перспективи розвитку міського туризму в Чернівецькій області	47
<i>Полтавець В. С., Таран В. С., Маляренко В. В., Логвин М. М.</i>	
Чинники розвитку та нові функції туризму в період дії воєнного стану	49
<i>Рикова К. І., Тютюнник М. О., Карпенко Н. М.</i>	
Етнічний туризм: сучасні тенденції розвитку	53
<i>Фомичова А. В., Тараненко О. О.</i>	
Роль музейних закладів в індустрії туризму	56
<i>Хрипчук Г. О., Дрозд К. Д., Карпенко Н. М.</i>	
Сучасний зміст похмурого туризму	58
<i>Чайковська А. О., Логвин М. М.</i>	
Ключові ринки круїзного туризму: характеристика та потенціал	60
<i>Черкаська А. В., Логвин М. М.</i>	
Особливості організації та розвитку туризму в Північноєвропейському туристичному субрегіоні	62

Наукове видання

ТУРИЗМ І МОЛОДЬ – 2025

МАТЕРІАЛИ

Кафедрального круглого столу
студентів та аспірантів

Дизайн обкладинки *А. С. Шустваль*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 3,8.
Зам. 404/2212.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.