



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 10

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ:
проблеми та перспективи



МЕЛЬНИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Випуск 10



Хмельницький – 2026

УДК 32:93/.94, 32:93/.94

ББК 63.3(4Укр)

З 171

**З 171 Туризм ХХІ століття : проблеми та перспективи : зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во МАУП, 2026. Вип. 10. 158 с.
НДДКР УкрІНТЕІ: 0123U104480**

У збірнику наукових праць «Туризм ХХІ століття: проблеми та перспективи» представлено узагальнені тези доповідей та виступів учасників науково-практичного семінару «Нові виклики та тенденції розвитку локального та глобального туризму». Адресовано широкому колу читачів: учням, студентам, аспірантам, викладачам, науковцям.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Білий Л. Г., кандидат педагогічних наук, доцент, Голова Вченої ради Хмельницького інституту МАУП (головний редактор); Авсієвич А.В., доктор філософії в галузі права (PhD); Гуменюк А.Ф., кандидат економічних наук, доцент; Ковальчук В.Г., кандидат економічних наук, доцент; Коломієць О.М., кандидат філологічних наук (відповідальна за випуск); Костенко Д.В., кандидат педагогічних наук, доцент; Олійник В.В., кандидат педагогічних наук, доцент; Осмолян В.А., кандидат юридичних наук; Парандій В.О., кандидат історичних наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Савіцький А.В., доктор економічних наук, доцент.
Власюк Ю.О., кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради Хмельницького інституту
Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 5 від 26 травня 2026 р.)

© Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом, 2026

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	7
-----------------------	----------

Антошкова Н. А.

ЛОКАЛЬНІ КРАФТОВІ ВИНА ПОДІЛЛЯ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....	10
---	----

Барановський М. О., Шемерда О.В.

СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР ІННОВАЦІЙНОГО ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ...	21
--	----

Борбуцький П. В., Шемерда О.В.

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	27
---	----

Джурік А. Ю., Шемерда О.В.

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	32
---	----

Коломієць О. М.

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: РЕВ'Ю ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ, ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	38
---	----

Кримська О.М.

ВПЛИВ ГРУПОВОЇ ДИНАМІКИ НА ТУРИСТИЧНІ ПОДОРОЖІ.....	43
--	----

Лівшун С.В.

ПСИХОЛОГІЯ ЩАСТЯ В ТУРИЗМІ: ЯК ПОДОРОЖІ
СПРИЯЮТЬ ДОБРОБУТУ ЛЮДИНИ.....52

Левчук П.В., Шемерда О.В.

ЕКОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ У
СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....61

Мовчан П.П., Шемерда О.В.

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ: ПОШУК
АВТЕНТИЧНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....65

Мондрук К.В., Коломієць О. М.

РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЗБЕРЕЖЕННІ
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СПАДЩИНИ.....76

Огороднов І. Е., Шинкарук Г. О.

ЧЕРВОНОКНИЖНІ ВИДИ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ, ЯК
ІНДИКАТОРИ СТАНУ ПРИРОДНИХ ЕКОСИСТЕМ
ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ.....82

Пасічник А. А., Мерчанський В. В.

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....88

Романець Р.А., Авсієвич А.В.

ПРАВА, ОБОВ'ЯЗКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН
ДОГОВОРУ ПЕРЕВЕЗЕННЯ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ
АСПЕКТ.....100

Смірнов Д.В., Шемерда О.В.

**ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО РОЛЬ У СТАЛОМУ
РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....106**

Соловей І. С.

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ
КОНТРОЛЮ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В
УКРАЇНІ.....112**

Стецюк В.В.

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ПІДЛІТКІВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ.....124

Шинкарук Г. О.

**ЕКОТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ
БІОРИЗНОМАНІТТЯ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....135**

Шемерда В.Є., Кіщенко Б.М.

**ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У
ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....141**

Шемерда О.В.

**АДАПТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ
ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ.....146**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....152

ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі туризм є важливою складовою соціально-економічного розвитку держав, а також ефективним механізмом стимулювання регіональної економіки, створення робочих місць та розвитку малого і середнього бізнесу. Локальний та глобальний туризм перебувають під впливом численних чинників, зокрема глобалізаційних процесів, технологічного прогресу, зміни туристичних потреб та впливу соціально-політичних трансформацій. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз нових викликів та тенденцій розвитку туристичної індустрії, визначення стратегій розвитку туристичних дестинацій, підвищення конкурентоспроможності та інноваційності туристичних продуктів.

Серед ключових тенденцій сучасного туризму виділяють розвиток цифрових технологій та онлайн-сервісів, що змінюють способи планування подорожей, бронювання та взаємодії туристів із туристичною інфраструктурою. Використання мобільних додатків, віртуальної та доповненої реальності, систем електронного бронювання та онлайн-маркетингу стає необхідним елементом сучасних туристичних стратегій. Однією з актуальних проблем розвитку туристичної галузі є вплив глобальних кризових явищ, зокрема пандемій, економічних спадів, кліматичних змін та політичних конфліктів. Вони не лише обмежують

пересування туристів, а й стимулюють трансформацію туристичних продуктів, зміну підходів до планування подорожей, розвиток локального туризму та створення нових форматів послуг, що відповідають сучасним викликам

Локальний туризм набуває особливої значущості в умовах глобальних змін, оскільки він дозволяє підтримувати економіку регіонів, розвивати малий і середній бізнес, сприяти розвитку сільських територій, а також пропонувати унікальні туристичні продукти, адаптовані до місцевих умов. Ефективний розвиток локального туризму потребує створення якісної інфраструктури, вдосконалення транспортного сполучення, готельного сервісу, закладів харчування та інформаційного забезпечення туристів

Глобальний туризм також підлягає трансформації. Туристи дедалі частіше шукають нові формати відпочинку, такі як активний, екологічний, гастрономічний, спортивний та подієвий туризм. Це створює потребу у формуванні комплексних туристичних продуктів, що поєднують різні види послуг, інтегрують культурні, природні та розважальні компоненти і відповідають сучасним вимогам безпеки та комфорту

Однією з важливих тенденцій є розвиток інклюзивного та доступного туризму, що передбачає створення умов для всіх категорій населення, включаючи людей з обмеженими можливостями. Забезпечення безбар'єрного середовища, адаптованого транспорту, готельного та ресторанного сервісу, а також інформаційного супроводу стає необхідною умовою підвищення привабливості туристичних дестинацій

Серед викликів сучасного туристичного сектору слід виділити інтенсивну конкуренцію на глобальному ринку, зміну туристичних переваг і потреб, сезонність туристичних потоків, а також необхідність поєднання економічної ефективності з високими стандартами якості та безпеки. Відповідь на ці виклики передбачає використання стратегій інноваційного розвитку, залучення нових технологій, активне просування туристичних продуктів та розвиток партнерства між державою, бізнесом і громадськими організаціями

Таким чином, нові виклики і тенденції розвитку локального та глобального туризму формують сучасну туристичну галузь як динамічну, інноваційну та адаптивну до змін. Конференція «Нові виклики та тенденції розвитку локального та глобального туризму» спрямована на обговорення цих проблем, обмін науковим досвідом і формування стратегічних напрямів розвитку туристичних дестинацій, підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та задоволення сучасних потреб туристів.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Антошкова Н. А.,
кандидат економічних наук, доцент
(м.Хмельницький)

ЛОКАЛЬНІ КРАФТОВІ ВИНА ПОДІЛЛЯ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

У нинішніх умовах розвитку туризму в Україні саме гастрономічний туризм стає одним із найбільш життєздатних і перспективних напрямів. Коли далекі подорожі обмежені, турист шукає близькі, зрозумілі й емоційно наповнені враження, а їжа й вино є універсальною мовою культури, яка не потребує перекладу. Гастрономічний туризм дозволяє відкривати регіони через смак, історію та локальні традиції, водночас підтримуючи малих виробників і формуючи відчуття автентичності, яке сьогодні є ключовою цінністю туристичного досвіду. У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії дедалі більшої ваги набуває гастрономічний туризм як форма пізнання території через локальні продукти, кулінарні традиції та автентичні практики споживання. Турист дедалі рідше задовольняється стандартним набором екскурсійних об'єктів і дедалі частіше шукає унікальний досвід, пов'язаний із місцевою культурою, смаком і історією регіону. У цьому контексті особливої актуальності набуває питання використання локальних

гастрономічних ресурсів як інструменту формування туристичної привабливості території.

У сучасному світі винна культура зазнає суттєвої трансформації, що пов'язано зі зміною споживчих пріоритетів та розвитком гастрономічного туризму. Якщо раніше вино розглядалося переважно як масовий алкогольний напій, то сьогодні воно дедалі частіше сприймається як елемент культурної спадщини, гастрономічної ідентичності та туристичного досвіду. У провідних виноробних країнах Європи, Північної та Південної Америки спостерігається зростання інтересу до локальних вин, малих виноробень, автохтонних сортів винограду та концепції *terroir*, що підкреслює унікальність конкретної місцевості. Важливою світовою тенденцією є також орієнтація на усвідомлене споживання вина, скорочення його обсягів при одночасному зростанні вимог до якості, походження та автентичності продукту [1].

В Україні винна культура перебуває на етапі активного переосмислення та розвитку. Традиційно виноробство асоціювалося з південними регіонами, однак упродовж останнього десятиліття відбувається розширення географії виноробства за рахунок крафтових і фермерських виноробень у центральних та західних областях. Український споживач поступово переходить від орієнтації на імпортні масові вина до зацікавлення локальними виробниками, дегустаційною культурою, поєднанням вина з національною кухнею та

участю у винно-гастрономічних подіях. У цьому контексті крафтові вина набувають особливого значення як інструмент формування регіональної гастрономічної ідентичності та розвитку внутрішнього туризму [2].

Таким чином, загальносвітові та загальноукраїнські тенденції розвитку винної культури створюють сприятливі передумови для активізації локального крафтового виноробства. Поділля, з його природними, історичними та культурними особливостями, має потенціал інтегруватися у ці процеси та використати крафтові вина як ресурс розвитку гастрономічного туризму Хмельниччини.

Одним із таких ресурсів для Хмельниччини та Поділля загалом є локальні крафтові вина, які сьогодні перебувають на етапі активного становлення, але вже демонструють значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Саме тому метою даної доповіді є обґрунтування ролі крафтових вин Поділля як ресурсу розвитку гастрономічного туризму Хмельниччини та окреслення основних напрямів їх інтеграції у туристичний продукт регіону.

Крафтове виноробство, на відміну від масового промислового виробництва, ґрунтується на малих обсягах, ручній праці, авторському підході винороба та тісному зв'язку продукту з конкретним теруаром. Такі вина є не лише напоєм, а й носієм локальної ідентичності, історії та культурного контексту. Саме ця характеристика робить крафтове вино особливо цінним для гастрономічного

туризму, де ключову роль відіграє автентичність і можливість «розповісти історію» через продукт.

Поділля є історичним виноробним регіоном України, хоча тривалий час його виноробний потенціал залишався в тіні більш відомих виноробних зон. Дослідження історичних і соціокультурних передумов розвитку виноградарства свідчать, що вирощування виноградної лози та виробництво вина на території Поділля мають багатовікову традицію, зокрема у районах навколо Кам'янця-Подільського, Меджибожа, Могилева-Подільського [3]. Природно-кліматичні умови регіону, зокрема помірно-континентальний клімат, вапнякові та лесові ґрунти, значна кількість сонячних днів, створюють сприятливі передумови для виноробства, особливо в зоні Подільських Товтр.

Відродження виноробства на Поділлі у ХХІ столітті пов'язане з розвитком приватної ініціативи, фермерства та крафтового руху. Спрощення ліцензійних процедур для малих виробників, доступність сучасного обладнання малого формату та зростання попиту на локальні автентичні продукти сприяли формуванню мережі невеликих сімейних виноробень. Станом на сьогодні на території Поділля функціонують такі крафтові виноробні, як Bohdan's Winery, Old Town Winery, Kalyus Winery, родинна виноробня «Зеленці», Father's Wine, винний дім Гігінеїшвілі та інші, більшість з яких зосереджені саме в Хмельницькій області та прилеглих районах (таблиця 1).

Таблиця 1.

Систематизована характеристика крафтових виноробень
Поділля
(станом на січень 2026 року)

Назва	Місцерозташування	Опис діяльності	Основні сорти винограду
Bohdan's Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Гораївка	Заснована у 2012 році. Виробництво: власні виноградники на 2,0 га. Унікальним є винайдений власником виноробні Богданом Павлієм сорт винограду Дублянський, який вирощують зараз інші подільські виноробні.	Йоханітер, Трамінер, Аліготе, Совінйон, Шардоне, Мерло, Соляріс, Санджовезе
Old Town Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Довжок	Заснована у 2016 році. Має власні виноградники (площа близько 0.8 га), ґрунти — вапнякові, з підвищеним мінеральним складом.	Йоханітер, Каберне, Мускат, Рислінг
Kalyus Winery	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Рудківці	Заснована у 2019 році. Площа виноградників: 500 куців в урочищі, 1 га біля виноробні, щн 2 га – орендовані в Херсонській області.	Мускат, Совінйон Блан, Рислінг, Зайбер
Родинна виноробня Зеленці	Хмельницька область, Кам'янець-Подільський район, с. Боришківці	Заснована у 2015 році. Площа виноградників 5 га на території заповідника «Подільські Товтри». Селекція українських, німецьких, американських сортів.	Цитронний Магарача, Йоханітер, Мускат, Гурзуфський рожевий, Каберне Кароль

		Особливий акцент на виробництві напівсолодких натуральних вин	
Father's Wine	Тернопільська область, м. Гусятин	Заснована у 2010 році, площа виноградників більше 4 га. Головний сорт винограду Юпітер, спеціалізується на виробництві саме рожевих вин, інноваційним є бурштинове вино.	Юпітер, Йоханітер, Мускат Оттонель, Дублянський, Геліос, Рислінг.
Винний дім Гігінеішвілі	Вінницька область, Могилев-подільський район, с. Корделівка	Заснована у 2017 році, площа виноградників більше 16 га, головний акцент спрямований на італійську технологію вин. Унікальністю виноробні є виготовлення бурштинового вина за кахетською технологією.	Ркацителі, Шардоне, Каберне Совіньон, Мерло, Одеський чорний

Власна розробка на основі [4-8]

Асортимент крафтових вин Поділля характеризується домінуванням сухих білих, рожевих та легких червоних вин, а також ігристих і експериментальних позицій, зокрема pet-nat та оранжевих вин. Активно використовуються як класичні міжнародні сорти — Riesling, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, так і адаптовані до клімату регіону PiWi-сорти, зокрема Johanniter. Така сортова та стильова різноманітність створює широкі можливості для гастрономічних поєднань і формування унікального туристичного досвіду.

У контексті гастрономічного туризму крафтові вина Поділля можуть виконувати одразу кілька функцій. По-перше, вони є самостійним туристичним атрактором, навколо якого можуть формуватися дегустаційні програми, винні тури, екскурсії на виноробні. По-друге, крафтове вино виступає важливим елементом комплексного гастрономічного продукту, поєднуючись із локальною кухнею Хмельниччини, регіональними стравами та сезонними продуктами. По-третє, вино є ефективним інструментом *storytelling*, що дозволяє розповісти туристу історію території через смак, аромат і авторське бачення винороба.

Практичний аналіз показує, що потенціал крафтових вин для розвитку гастрономічного туризму наразі використовується не повною мірою. Дослідження винних карт ресторанів Хмельницького свідчить про мінімальну присутність локальних крафтових вин або їх повну відсутність. Водночас позитивним прикладом є досвід готельно-ресторанного комплексу «Південна Брама», де крафтові вина Поділля інтегруються у формат тематичних гастрономічних вечерь. Такий підхід дозволяє не лише презентувати продукт, а й сформувати емоційний контакт із гостем, підвищити рівень обізнаності та зацікавленості у локальних винах.

З метою практичного аналізу можливостей впровадження крафтових вин у гастрономічні тури було

проведено SWOT-аналізу крафтових вин. Як висновок, основні результати SWOT-аналізу крафтових вин подані у таблиці 2.

Таблиця 2.

SWOT-аналізу крафтових вин у гастрономічних турах

S – Strengths Сильні сторони	W – Weaknesses Слабкі сторони
1. Унікальність пропозиції – крафтові вина відрізняються від масових, створюючи ексклюзивність винної карти. 2. Локальність та автентичність – можливість підкреслити регіональні традиції та підтримати українських виробників. 3. Потенціал storytelling – кожне крафтове вино має історію, що підвищує емоційний контакт із гостем. 4. Гастрономічна гнучкість – широкий спектр стилів дозволяє створювати креативні фудпейринги.	1. Невеликі та нестабільні обсяги виробництва, що ускладнює регулярні поставки. 2. Можливі коливання якості через натуральні методи виробництва і мінімальну фільтрацію. 3. Обмежена впізнаваність брендів серед широкої аудиторії гостей. 4. Суперечливе ставлення до нефільтрованих вин у частини туристів.
O – Opportunities Можливості	T – Threats Загрози
1. Ріст популярності українських вин на внутрішньому та міжнародному ринках. 2. Розвиток гастротуризму та винних маршрутів, що стимулює інтерес до локальних вин. 3. Можливість створення тематичних дегустацій (винні вечори, винні сети, «вино	1. Нерегулярність урожаїв, що впливає на доступність певних позицій. 2. Можливі логістичні проблеми та залежність від сезонності виробництва. 3. Конкуренція з боку великих промислових виноробів, які пропонують стабільну якість і

місяця»).	нижчі ціни.
4. Колаборації з виноробами – презентації, майстер-класи, авторські вечери.	4. Нестабільна економічна ситуація, що може скорочувати попит на преміальні локальні продукти.
5. Розширення цільової аудиторії, особливо серед молоді та гостей із гастрономічним досвідом.	5. Ризик неправильного зберігання або транспортування, що критично для крафтових вин.

Власна розробка

SWOT-аналіз крафтових вин у гастрономічному та туристичному контексті дозволяє виокремити низку сильних сторін, зокрема автентичність, унікальність пропозиції, потенціал формування іміджу регіону та можливість створення ексклюзивних туристичних продуктів. Водночас до слабких сторін і ризиків належать обмежені обсяги виробництва, нестабільність смаку через мінімальне втручання, сезонність та недостатня поінформованість споживачів. Проте саме ці особливості, за умови правильної комунікації, можуть трансформуватися з бар'єрів у конкурентні переваги гастрономічного туризму.

Таким чином, локальні крафтові вина Поділля слід розглядати не лише як елемент ресторанної карти, а як стратегічний ресурс розвитку гастрономічного туризму Хмельниччини. Їх інтеграція у туристичні маршрути, події заходи, гастрономічні фестивалі, дегустаційні програми та ресторанный концепції здатна підвищити туристичну привабливість регіону, підтримати малих виробників і сформувати унікальний гастрономічний бренд Поділля.

Список використаних джерел та літератури

1. Калініченко Л.Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні. Економіка: реалії часу. 2022. № 5 (63). С. 26–33. URL: <https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/>.
2. Басюк Д.І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Вінниця, ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. с. 55-86.
3. Нагурна Н., Куриленко, Ю. Дослідження ринку виноробства України, як інфраструктури для винного туризму. 2024. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry. 3 (13) С. 101-105. DOI:[https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.15](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.15).
4. З історії виноробства на Поділлі. Журнал «Напої & Пиво. Технології та Інновації». Режим доступу: [URL:https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/](https://techdrinks.info/z-istoriyi-vynorobstva-na-podilli/) (дата звернення: 09.12.2025).
5. Клімов С. Нерозказана історія українського виноробства. К:Українер, 2024. с. 176-190.
6. Винарня Богдана Павлія. Режим доступу: URL: <https://bakota.com.ua/gastro-tours/bohdans-winery/> (дата звернення 10.12.2025).
7. Вина України. Поділля: Kalyus Winery, «Родинна виноробня Зелениці», Bohdan's Winery. Режим доступу: URL:

<https://www.ukrainer.net/vyno-podillia/> (дата звернення 10.12.2025).

8. «Мені дві пляшки вина... з собою». Винна подорож з Києва до Львова чи навпаки. Режим доступу: URL: <https://theheartofwine.com/meni-dvi-pliashky-vyna-z-soboiu/> (дата звернення 10.12.2025).

Барановський М. О.,

здобувач фахової передвищої освіти

(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шемерда О.В.,

викладач (м.Хмельницький)

СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР ІННОВАЦІЙНОГО ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У сучасних умовах туристична дестинація перестає розглядатися виключно як територія з певним набором природних чи культурних ресурсів. Вона трансформується у багатовимірний простір взаємодії туристів, місцевих громад, інфраструктури, сервісів та цифрових технологій. Глобальна цифровізація, зростання вимог споживачів до якості, безпеки та персоналізації туристичних послуг, а також посилення конкуренції між дестинаціями актуалізують пошук нових моделей розвитку туристичних територій. У цьому контексті концепція смарт-туризму набуває особливого значення як інноваційна парадигма управління туристичними дестинаціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних науковців ґрунтовні дослідження проблематики смарт-туризму, смарт-дестинацій та їх ключових складових здійснили Д. Бухаліс, А. Інверсіні, Р. Баггіо, К. Боес та інші

дослідники. Питання формування туристичних дестинацій, а також особливості взаємодії між основними суб'єктами туристичного ринку знайшли відображення у працях вітчизняних учених, зокрема А. Мазараки, С. Мельниченко, Т. Ткаченко, Ю. Забалдіної, М. Бойка та ін.

Метою статті є дослідження смарт-туризму як інноваційної парадигми розвитку туристичних дестинацій, аналіз його теоретико-методологічних засад і практичних інструментів упровадження, а також обґрунтування ролі цифрових технологій у забезпеченні сталого розвитку туристичних територій та підвищенні їхньої конкурентоспроможності.

З методологічної точки зору смарт-туризм формується на перетині концепцій сталого розвитку, цифрової трансформації, управління інноваціями, відкритих даних та дестинаційного маркетингу. Його впровадження базується на використанні сучасних цифрових технологій, зокрема Інтернету речей (IoT), штучного інтелекту, геоінформаційних систем, мобільних застосунків, сенсорних мереж, блокчейну, а також технологій віртуальної та доповненої реальності.

Ключовою характеристикою смарт-дестинації є здатність до збору, аналізу та використання даних у режимі реального часу з метою підвищення якості туристичного досвіду, оптимізації управлінських рішень і забезпечення безперервного вдосконалення туристичних продуктів. Важливою умовою функціонування смарт-туризму є

наявність системи зворотного зв'язку, яка дозволяє адаптувати послуги до змінних потреб туристів і викликів зовнішнього середовища.

Концепція смарт-туризму реалізується в різних сферах діяльності туристичної дестинації. Одним із ключових напрямів є смарт-маркетинг, що передбачає використання інтелектуальних систем для управління маркетинговими кампаніями, персоналізації туристичного контенту та аналізу поведінки споживачів. Такі інструменти дозволяють більш точно визначати цільові аудиторії та формувати ефективні комунікаційні стратегії. Практика окремих європейських країн свідчить про ефективність використання інтегрованих інформаційних платформ, які об'єднують дані туристичних підприємств, транспортних операторів і органів управління дестинаціями.

Важливим компонентом смарт-туризму є розвиток смарт-інфраструктури, що включає електронні навігаційні системи, «розумний» транспорт, цифрові карти, мобільні додатки з функцією персонального гіда, системи електронного бронювання та управління туристичними потоками. Використання екологічного моніторингу та відкритих даних дозволяє туристам приймати обґрунтовані рішення щодо вибору маршрутів і способів пересування.

Смарт-сервіси спрямовані на забезпечення безперервної комунікації між дестинацією та туристом. Мобільні застосунки, інтегровані із соціальними мережами,

забезпечують оперативний доступ до інформації про події, транспорт, доступні послуги та дозволяють збирати відгуки, формувати краудсорсингові ідеї для розвитку територій.

Особливе значення смарт-туризм має в контексті реалізації принципів сталого розвитку. Смарт-дестинація орієнтована не лише на економічне зростання, а й на збереження природного середовища, культурної спадщини та підвищення якості життя місцевого населення. Використання цифрових рішень сприяє моніторингу туристичних потоків, зменшенню екологічного навантаження та запобіганню негативним наслідкам масового туризму.

У міжнародній практиці смарт-рішення активно застосовуються для розвитку екологічно відповідального туризму, зокрема через використання відновлюваних джерел енергії, систем контролю викидів і оптимізації використання ресурсів. Такі підходи дозволяють формувати баланс між туристичною привабливістю територій і збереженням їхнього природного потенціалу.

Україна має значний потенціал для впровадження концепції смарт-туризму, особливо на регіональному рівні. Уже реалізуються окремі ініціативи з цифровізації туристичних об'єктів, створення віртуальних маршрутів, використання QR-кодів та систем аналізу туристичних потоків. Водночас ефективне формування смарт-дестинацій потребує комплексного та стратегічного підходу, узгодження дій органів влади, бізнесу та місцевих громад.

Однією з ключових передумов розвитку смарт-туризму є створення єдиних платформ обміну даними, що дозволяють інтегрувати інформацію про відвідуваність, транспорт, бронювання та споживчі вподобання. Такі платформи сприяють підвищенню якості управлінських рішень, а також стимулюють розвиток локальних інновацій і стартапів у туристичній сфері.

Висновки. Смарт-туризм є не тимчасовим трендом, а довгостроковим напрямом розвитку туристичних дестинацій у ХХІ столітті. Він поєднує інноваційні технології, принципи сталого розвитку, цифрову грамотність і партнерську взаємодію як основу нової туристичної моделі. Впровадження смарт-туризму дозволяє підвищити ефективність управління дестинаціями, сформувати персоналізований і безпечний туристичний досвід та сприяти сталому розвитку регіонів.

Для України розвиток смарт-туризму є важливою можливістю модернізації туристичної інфраструктури, посилення конкурентоспроможності на міжнародному ринку та створення нових форм цінності як для туристів, так і для місцевих громад.

Список використаних джерел та літератури

1. Коваленко О. В., Марущенко І. І., Томчук В. П. Туризм та туристичний бізнес : підручник. – Київ : Центр

учбової літератури, 2020. – 472 с.

2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. – Чернівці : Книги–ХХІ, 2019. – 300 с.

3. Титаренко Л. М., Куліш М. В., Степанова С. О. Цифровізація туристичної галузі як чинник сталого розвитку територій // Публічне управління та адміністрування. – 2022. – № 4. – С. 45–52.

4. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Філософія туризму та сталий розвиток суспільства : монографія. – Київ : Кондор, 2018. – 280 с.

Борбуцький П.В.,
здобувач фахової передвищої освіти
(м.Хмельницький)
Науковий керівник: Шемерда О.В.,
викладач (м.Хмельницький)

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Війна в Україні стала потужним деструктивним чинником для всіх сфер суспільного життя, зокрема й для туристичної галузі, яка традиційно є чутливою до політичної, економічної та безпекової нестабільності. Повномасштабне вторгнення призвело не лише до руйнування туристичної інфраструктури, а й до втрати людського капіталу, порушення логістичних, фінансових та енергетичних зв'язків, зростання інфляції та поглиблення кризових явищ як в Україні, так і за її межами. У центральних, східних і південних регіонах країни туристична діяльність була фактично повністю припинена, що зумовило необхідність переосмислення ролі туризму в умовах воєнного та післявоєнного розвитку держави [3].

Мета статті – дослідити вплив воєнного стану на розвиток туристичної галузі України, проаналізувати основні виклики та наслідки воєнних дій для функціонування туристичного сектору, а також обґрунтувати перспективні напрями його відновлення і трансформації в післявоєнний період з урахуванням принципів сталого розвитку, соціальної відповідальності та інноваційних підходів.

Відновлення туристичної галузі в післявоєнний період є складним і багатоаспектним процесом, який потребує комплексного підходу з боку держави, бізнесу та міжнародних партнерів. Важливим чинником такого відновлення виступає залучення прямих і непрямих інвестицій, маркетингова підтримка туристичних destinations, а також розробка цілісної державної програми відновлення туристичної галузі. Така програма має передбачати систему податкових і фінансових пільг для інвесторів, які готові вкладати кошти у відбудову об'єктів туристичної інфраструктури, зруйнованих унаслідок бойових дій. Інвестиційні механізми можуть поєднувати власні кошти бізнесу, міжнародні гранти та, у виняткових випадках, інструменти, подібні до венчурного кредитування [4].

Одним із ключових напрямів модернізації туризму стає розвиток нестандартних і інноваційних його видів, здатних функціонувати в умовах обмеженої мобільності та підвищених безпекових ризиків [4]. За таких умов саме стратегічне планування та впровадження інновацій можуть запобігти повному занепаду туристичної галузі та створити передумови для її поступового відновлення [2].

Перспективним напрямом розвитку післявоєнного туризму є використання його потенціалу для відновлення регіонів, що постраждали від бойових дій. Туризм здатен виконувати не лише економічну, а й соціальну та гуманістичну функції, формуючи нові туристичні продукти на основі унікального історичного досвіду країни. У цьому контексті особливу роль відіграватиме воєнно-історичний туризм, який, попри свою складну етичну природу, є характерним для постконфліктних суспільств і може стати

важливим елементом національної пам'яті [41].

Поряд із цим, розвиток туризму в Україні після війни буде продовженням уже наявних тенденцій до екологізації та гуманізації туристичної діяльності. Екотуризм, орієнтований на використання природних ресурсів і ландшафтів, зокрема в західних регіонах країни, має значний потенціал як для внутрішніх, так і для іноземних туристів [1]. Гуманізація туризму передбачає розвиток рекреаційних та оздоровчих його форм, спрямованих на відновлення фізичного й психічного здоров'я населення. Пріоритетним у цьому контексті є лікувально-оздоровчий туризм, що базується на використанні природно-лікувальних ресурсів Передкарпаття та Закарпаття, за умови модернізації застарілої інфраструктури за підтримки міжнародних грантових програм [1].

Особливої актуальності в післявоєнний період набуває психологічний туризм, орієнтований на реабілітацію військовослужбовців і цивільного населення, яке зазнало психологічних травм унаслідок війни. Такий вид туризму поєднує відпочинок із психологічною підтримкою, терапевтичними практиками на природі, використанням методів ландшафтної терапії, анімалотерапії, фототерапії та інших інноваційних підходів [30]. Реалізація відповідних програм може стати важливим елементом системи національного відновлення та соціальної стабілізації.

Науковці наголошують, що ключовими напрямками післявоєнної відбудови туристичного сектору України мають стати розвиток нових видів туризму, підтримка підприємництва у сфері туризму й гостинності, підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів, а також удосконалення туристичних послуг

відповідно до принципів сталого розвитку [2]. Важливою умовою реалізації цих завдань є формування ефективної системи взаємодії між державними органами, бізнесом та іншими стейкхолдерами туристичної індустрії [4].

Воєнні дії суттєво обмежили туристичну активність в Україні та висунули нові вимоги до безпеки туристів. Формування маршрутів із урахуванням наявності укриттів, дотримання комендантської години, регіональних обмежень стало обов'язковою умовою функціонування туристичних продуктів у воєнний час [2]. У післявоєнний період відновлення туристичної галузі потребуватиме включення туризму до загальнодержавних програм відбудови, активізації переговорів із міжнародними готельними та туристичними мережами, а також проведення масштабних маркетингових кампаній на зовнішніх ринках [1].

Незважаючи на глибoku кризу, туризм має залишатися важливою складовою стратегії економічного відновлення України. Формування позитивного туристичного іміджу країни, просування національного туристичного бренду, популяризація культурних, природних і історичних ресурсів здатні забезпечити поступове повернення туристичних потоків і підвищити конкурентоспроможність України на глобальному туристичному ринку [1].

Отже, воєнний стан суттєво трансформував туристичну галузь України, водночас відкривши можливості для її якісного оновлення. Післявоєнний розвиток туризму має базуватися на принципах інноваційності, сталості, соціальної відповідальності та гуманістичної спрямованості. Реалізація цих підходів дозволить не лише відновити туристичну інфраструктуру, а й сформувати нову

модель туризму як чинника економічного зростання, соціальної консолідації та збереження національної пам'яті.

Список використаних джерел та літератури

1. Кириченко С. Туризм в умовах воєнного стану: виклики та напрями відновлення // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. – 2022. – Т. 33 (72). – № 5. – С. 7–15.
2. Коваленко О. В., Марущенко І. І., Томчук В. П. Туризм та туристичний бізнес: підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 472 с.
3. Мамчин М. М., Демко М. Й., Михаць С. М. Дослідження впливу воєнного стану на туристичну діяльність в Україні // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2024. – № 3 (330). – С. 330–335.
4. Титаренко Л. М., Куліш М. В., Степанова С. О. Безпекові аспекти розвитку туризму в Україні в умовах війни // Публічне управління та адміністрування. – 2022. – № 5. – С. 10–18.

Джурік А.Ю.,
здобувачка фахової передвищої освіти
(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шемерда О.В.,
викладач
(м.Хмельницький)

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Анотація. У статті розглянуто сучасний стан та ключові трансформаційні процеси у сфері туризму і гостинності в умовах глобальних соціально-економічних змін. Проаналізовано основні виклики, що впливають на розвиток туристичної галузі, зокрема глобальні кризові явища, кліматичні зміни, геополітичну нестабільність та зростання конкуренції між туристичними DESTINATIONAMI [1]. Особливу увагу приділено змінам у споживчій поведінці туристів, розвитку сталого туризму та впровадженню цифрових технологій як ключових драйверів трансформацій [2]. Визначено роль індустрії гостинності у формуванні клієнтоорієнтованих сервісних моделей та підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств [4].

Ключові слова: туризм, гостинність, сталий туризм, цифровізація, туристичні DESTINATIONAMI, інновації,

туристичний ринок.

Туризм і гостинність є одними з найбільш динамічних галузей світової економіки, що суттєво впливають на соціально-економічний розвиток країн, формування зайнятості населення та міжкультурну комунікацію. У ХХІ столітті туристична індустрія зазнає глибоких трансформацій, зумовлених технологічним прогресом, глобальними кризовими явищами, змінами у стилі життя та зростанням вимог споживачів до якості туристичних послуг [1].

Особливо актуальним є питання адаптації туризму і гостинності до сучасних викликів, серед яких кліматичні зміни, геополітична нестабільність, економічні потрясіння та посилення конкуренції між туристичними DESTINATIONAMI. У таких умовах виникає необхідність переосмислення традиційних підходів до організації туристичної діяльності, диверсифікації туристичних продуктів та впровадження інноваційних моделей розвитку [1].

Метою статті є аналіз сучасних викликів у сфері туризму і гостинності та визначення ключових трансформаційних процесів, що формують стратегічні орієнтири розвитку галузі.

Світова туристична галузь є надзвичайно чутливою до глобальних криз і надзвичайних ситуацій. Масштабні соціально-економічні потрясіння, міжнародні конфлікти та фінансові кризи призводять до різких коливань туристичних потоків, скорочення обсягів діяльності підприємств індустрії

гостинності та зниження інвестиційної привабливості туристичних дестинацій [1].

Сучасні туристи дедалі частіше надають перевагу індивідуалізованим подорожам, автентичним враженням та безпечним умовам перебування. Зростає інтерес до внутрішнього туризму, екологічних маршрутів, культурно-пізнавальних, медичних та оздоровчих подорожей. Споживачі стають більш вимогливими до якості сервісу, прозорості ціноутворення та цифрової доступності туристичних послуг [4].

Проблеми перевантаження туристичних дестинацій (overtourism), деградації природних ресурсів та негативного впливу туризму на місцеві громади набувають особливої актуальності. Це зумовлює необхідність переходу до моделей сталого туризму, що передбачають поєднання економічної ефективності, екологічної відповідальності та соціальної орієнтації туристичної діяльності [3].

Однією з ключових трансформацій у туризмі є активне впровадження цифрових технологій. Онлайн-бронювання, мобільні додатки, технології штучного інтелекту, великі дані (Big Data), доповнена та віртуальна реальність змінюють підходи до планування, організації та просування туристичних продуктів [2]. Підприємства індустрії гостинності дедалі частіше використовують CRM-системи, чат-боти та автоматизовані сервіси з метою підвищення лояльності клієнтів і конкурентоспроможності бізнесу.

Сталий туризм передбачає раціональне використання природних ресурсів, мінімізацію негативного впливу на довкілля та підтримку місцевих громад. У сфері гостинності це реалізується через впровадження енергоефективних технологій, скорочення використання одноразових матеріалів, підтримку локальних виробників і розвиток соціально відповідального підприємництва [3].

Сучасні підприємства індустрії гостинності поступово відмовляються від стандартизованих моделей обслуговування, надаючи перевагу клієнтоорієнтованим і гнучким підходам. Зростає значення сервісного дизайну, емоційного інтелекту персоналу, корпоративної культури та безперервного професійного навчання. Людський капітал стає ключовим чинником забезпечення якості туристичних послуг і стійкості підприємств галузі [4].

У перспективі розвиток туризму і гостинності визначатиметься здатністю галузі адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища, впроваджувати інновації та інтегрувати туризм з іншими секторами економіки. Очікується подальший розвиток цифрових платформ і формування «розумних» туристичних дестинацій [2].

Особливого значення набуває роль туризму у відновленні територій, що зазнали кризових і дестабілізаційних процесів, зокрема внаслідок воєнних дій та соціально-економічних потрясінь. У цьому контексті туризм

може виступати ефективним інструментом економічного зростання, культурної дипломатії та зміцнення міжнародного іміджу держав [1].

Туризм і гостинність у сучасних умовах функціонують у середовищі постійних трансформацій, що зумовлює необхідність переосмислення підходів до управління галуззю. Ключовими детермінантами розвитку стають адаптивність, інноваційність та орієнтація на принципи сталого розвитку [1].

Зміна споживчих пріоритетів туристів, активне впровадження цифрових технологій та зростання ролі людського капіталу формують нову парадигму функціонування індустрії гостинності [4]. Подальший розвиток галузі залежатиме від здатності підприємств ефективно реагувати на глобальні виклики та забезпечувати баланс між економічними, соціальними та екологічними інтересами.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бугайчук К. Л., Мельник О. М. Цифрові технології як чинник трансформації туристичної галузі // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2021. – № 2 (77). – С. 98–106.
2. Всесвітня туристична організація (UNWTO). Сталий розвиток туризму: глобальні виклики та

стратегічні напрями : аналіт. доп. – Мадрид : UNWTO, 2020.
– 36 с.

3. Кифяк В. Ф., Кифяк О. В. Індустрія гостинності в умовах сучасних викликів: адаптація, інновації, кадровий потенціал // Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. – 2023. – Вип. 861. – С. 112–118.

4. Прокопенко О. В., Омельченко В. А. Сталий туризм у контексті збереження природних ресурсів та розвитку місцевих громад // Економіка та держава. – 2022. – № 5. – С. 34–40.

Коломієць О. М.,
кандидат філологічних наук,
(м.Хмельницький)

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: РЕВ'Ю ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ, ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сучасний міжнародний туризм є однією з ключових сфер глобальної економіки, що забезпечує зайнятість мільйонів людей і формує значні доходи для держав. Його розвиток характеризується динамічністю, високою конкурентністю та необхідністю постійних інновацій. Рев'ю міжнародного туризму у науковій літературі здійснюється через систему взаємопов'язаних підходів, що враховують економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти галузі. Чималий вплив на розвиток та становлення міжнародного туризму впродовж останніх п'яти років здійснили кризовий період пандемії Covid-19, бойові дії в окремих країнах.

Однак, зважаючи на численні дослідження та статистичні дані, галузь швидко відновила. У 2024 році у світі зафіксовано близько 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів, що означає повернення до 99% докризового рівня та зростання на 11% порівняно з 2023 роком. У 2025 році кількість міжнародних туристів зросла до 1,52 млрд, що на

4% більше ніж у 2024 році. За перше півріччя 2025 року здійснено майже 690 млн міжнародних подорожей, що на 5% більше ніж роком раніше. Прогнози на 2026 рік передбачають подальше зростання на 3–4%, хоча ризиками залишаються геополітичні конфлікти та економічна нестабільність. Міжнародний туризм повернувся до стабільної траєкторії розвитку, наближеної до середнього річного зростання близько 5%, характерного для періоду до пандемії.

Інновації у міжнародному туризмі – це нові технології, підходи та управлінські рішення, які змінюють спосіб організації подорожей, обслуговування туристів та управління туристичними потоками. Вони спрямовані на підвищення якості послуг, безпеки, персоналізації та ефективності туристичного бізнесу. Серед інновацій, які набувають особливої популярності за останні роки, виокремлюємо такі:

1. Цифровізація туристичних послуг – активне використання цифрових технологій. Цифровізація туристичних послуг застосовується під час онлайн-бронювання готелів та авіаквитків через платформи (Booking.com, Airbnb); за допомогою мобільних додатків для планування подорожей; електронних квитків та цифрових посадкових талонів онлайн-реєстрацію в готелях. Цифровізація значно спрощує процес планування подорожей і зменшує роль традиційних туристичних агентств.

2. Використання штучного інтелекту (AI) Штучний

інтелект активно використовується для персоналізації туристичних послуг, як-от рекомендації маршрутів та готелів; чат-боти для консультацій туристів; автоматичний переклад під час подорожей; прогнозування туристичних потоків. AI дозволяє створювати індивідуальні пропозиції для кожного туриста.

3. Віртуальна та доповнена реальність

Технології VR та AR допомагають туристам ознайомитися з місцем подорожі ще до поїздки та відкриває широке коло можливостей, до прикладу віртуальні тури по музеях і містах; інтерактивні екскурсії; навігація в туристичних локаціях. Віртуальні тури пропонують такі музеї, як Louvre Museum, British Museum та інші.

4. Розвиток «розумного туризму» (Smart Tourism)

Концепція Smart Tourism передбачає використання технологій для управління туристичними потоками, а саме: сенсори для моніторингу кількості туристів; розумні транспортні системи; мобільні карти та навігація; цифрові туристичні карти. Наприклад, міста як Barcelona та Singapore активно використовують smart-технології у туризмі.

5. Безконтактні технології

Після пандемії значно поширилися безконтактні сервіси, безконтактна оплата; мобільні ключі в готелях; автоматизована реєстрація в аеропортах; біометричні системи контролю тощо.

6. Екотуризм і сталий розвиток

Важливою інновацією є розвиток сталого туризму, який мінімізує негативний вплив на природу та передбачає створення еко-готелів; використання відновлюваної енергії; обмеження масового туризму; підтримку місцевих громад. Запропоновані підходи активно підтримує World Tourism Organization.

7. Нові формати подорожей

Сучасні тенденції формують нові види туризму, а саме цифровий кочовий туризм (digital nomad travel); медичний туризм; гастрономічний туризм; космічний туризм тощо.

Перспективи розвитку міжнародного туризму характеризуються стабільним зростанням туристичних потоків, активною цифровізацією галузі, посиленням екологічної відповідальності та впливом геополітичних чинників. У довгостроковій перспективі туризм залишатиметься одним із ключових драйверів глобальної економіки, сприяючи міжнародній співпраці, культурному обміну та економічному розвитку країн.

Список використаних джерел та літератури:

1. Красовський С.О. Міжнародний туризм як чинник крос-культурної комунікації : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2019. 19 с.
2. Подлепіна П.О. Вплив міжнародного туризму

на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються.
Актуальні проблеми економіки. 2019. № 1. С. 21–29.

3. Рахман М.С., Нагорна Ю.В. Міжнародна туристична діяльність: сучасні реалії та тенденції. Бізнес Інформ. 2019. № 9. С. 43–50.

Кримська О. М.
магістрантка
(м. Хмельницький)

ВПЛИВ ГРУПОВОЇ ДИНАМІКИ НА ТУРИСТИЧНІ ПОДРОЖІ

Анотація. У статті здійснено комплексний теоретичний аналіз впливу групової динаміки на перебіг та результативність туристичних подорожей. Розкрито особливості туристичної групи як тимчасової соціально-психологічної системи, охарактеризовано етапи її розвитку, роль лідерства, комунікації, згуртованості та конфліктних процесів у формуванні психологічного клімату. Обґрунтовано, що врахування закономірностей групової динаміки під час організації туристичної діяльності сприяє підвищенню безпеки, задоволеності учасників та ефективності спільної діяльності.

Ключові слова: групова динаміка, туристична група, лідерство, згуртованість, конфлікт, психологічний клімат, соціально-психологічні процеси.

Сучасний туризм є однією з найбільш розвинених форм соціальної активності сучасної людини, поєднуючи в собі елементи відпочинку, пізнання нового та взаємодії з навколишнім середовищем. При цьому туристична діяльність

нерідко здійснюється колективно, у вигляді групових подорожей, що потребує ретельного розгляду взаємодії між учасниками групи. Групова динаміка, як наукове поняття, охоплює процеси формування, функціонування та зміни групи, включаючи взаємодії, конфлікти, лідерство, соціальні норми та мотиваційні фактори. Вона є ключовим чинником, що визначає психологічний комфорт, ефективність спільної діяльності та загальний успіх туристичної подорожі. Знання закономірностей групової динаміки дозволяє оптимізувати процеси взаємодії та управління групою, зменшувати рівень стресу учасників і підвищувати якість туристичного досвіду.

Формування туристичної групи починається задовго до відправлення в подорож. Соціальні психологи виділяють кілька основних етапів становлення групи: знайомство, визначення ролей, встановлення норм і правил взаємодії, інтеграція учасників у спільну систему діяльності. На етапі знайомства велике значення має перше враження та соціальна атракція, тобто взаємне тяжіння учасників групи один до одного на основі особистісних якостей, поведінкових стратегій та комунікативних навичок. Успішне проходження цього етапу сприяє формуванню довіри, створює позитивну атмосферу та закладає основу для подальшої кооперації. Невдачі на цьому етапі можуть проявлятися у конфліктах, недовірі та розбіжностях у сприйнятті ролей, що ускладнює подальшу взаємодію та знижує задоволення від подорожі.

На наступному етапі відбувається встановлення норм і

правил поведінки, які регулюють взаємодію учасників. Ці норми можуть бути формальними, встановленими організаторами, або неформальними, що виникають у процесі взаємодії членів групи. Встановлення чітких правил дозволяє зменшити невизначеність, полегшити прийняття рішень та забезпечити ефективну координацію дій. Норми поведінки визначають допустимі рамки взаємодії, очікування від учасників та механізми вирішення конфліктів. Важливим аспектом є адаптація індивідуальних потреб до групових цілей, що передбачає узгодження особистих інтересів з планом подорожі, розподілом часу, активностями та харчуванням.

Лідерство відіграє ключову роль у груповій динаміці туристичних подорожей. Лідери можуть виникати як формально, призначені організаторами або туроператорами, так і неформально, завдяки особистісним якостям, харизмі та досвіду. Ефективний лідер координує діяльність групи, стимулює співпрацю, вирішує конфлікти та підтримує мотивацію учасників. Дослідження показують, що присутність ефективного лідера підвищує рівень задоволення від подорожі та зменшує стрес, а відсутність лідера або слабе лідерство може призвести до хаотичного прийняття рішень, незадоволеності учасників та конфліктів. Неформальні лідери, які не займають офіційних посад, але впливають на моральний клімат групи, також значущі, оскільки вони можуть формувати атмосферу співпраці та

зміцнювати соціальні зв'язки між учасниками.

Конфлікти у туристичних групах є природним явищем, адже різні очікування, індивідуальні потреби, стилі поведінки та соціальні ролі часто приводять до непорозумінь. Важливою є здатність групи до конструктивного вирішення конфліктів, що включає такі стратегії, як співпраця, компроміс, посередництво або узгоджене прийняття рішень. Розвинена групова динаміка сприяє зниженню негативного впливу конфліктів на загальний процес подорожі, підвищує задоволення учасників і забезпечує стабільність групи. Навпаки, нездатність до управління конфліктами може призвести до розколу групи, емоційного вигорання та негативного впливу на туристичний досвід.

Соціальна підтримка є ще одним важливим елементом групової динаміки. У туристичних подорожах учасники часто стикаються з новими умовами, фізичними навантаженнями, адаптацією до клімату, харчових звичок або ритму життя, що може спричиняти стрес. Групова підтримка, включаючи емоційну допомогу, взаємну кооперацію та практичну допомогу, сприяє підвищенню психологічного комфорту, зниженню тривожності та зміцненню відчуття безпеки. Дослідження показують, що високий рівень підтримки у групі підвищує стресостійкість учасників, полегшує адаптацію до нових умов та покращує загальне сприйняття подорожі.

Культурні та соціальні фактори значною мірою

визначають групову динаміку у туристичних подорожах. Різноманітність учасників за віком, соціальним статусом, професійною діяльністю, національністю чи культурними традиціями створює як унікальні можливості для навчання та розвитку міжособистісних навичок, так і потенційні джерела конфліктів. У таких умовах важливу роль відіграє толерантність, гнучкість і готовність до компромісів. Групи, які здатні інтегрувати різні культурні практики та соціальні стилі поведінки, зазвичай демонструють більш високий рівень згуртованості, ефективності та задоволення від спільного досвіду.

Організаційні аспекти також впливають на групову динаміку. Туроператори та організатори подорожей враховують психологічні особливості груп при формуванні складу учасників, плануванні маршруту та організації дозвілля. Використання методів соціальної діагностики та психологічного тестування дозволяє передбачити потенційні конфлікти, оптимізувати взаємодію та підвищити комфорт учасників. Особлива увага приділяється складу групи, поєднанню різних вікових категорій, рівня фізичної підготовки та культурного бекграунду, що дозволяє уникнути дисбалансу та забезпечити ефективну взаємодію.

Колективні переживання під час подорожі формують соціальні зв'язки та спільні спогади, що можуть тривати після завершення подорожі. Спільний досвід подолання труднощів, участь у командних заходах, досягнення колективних цілей

створюють відчуття приналежності та зміцнюють згуртованість групи. Цей аспект є особливо важливим для корпоративного туризму, молодіжних програм та освітніх поїздок, де групова взаємодія є основним інструментом навчання, розвитку командних навичок та формування соціальної компетентності.

Групова динаміка в туристичних подорожах може бути ефективно проаналізована через призму класичних та сучасних теоретичних моделей. Однією з найбільш відомих є модель Курта Левіна, яка описує групу як систему взаємодій, що проходить через етапи формування, боротьби за позиції, нормалізації та продуктивної діяльності. На етапі формування учасники знайомляться, визначають соціальні ролі та починають узгоджувати очікування. Етап боротьби за позиції супроводжується проявами конкуренції, конфліктами за лідерство та вплив у групі, що характерно для туристичних груп, де різні члени мають різний досвід, фізичні можливості та очікування від подорожі. Етап нормалізації характеризується узгодженням норм поведінки та ролей, формуванням ефективних стратегій взаємодії. Завершальний етап продуктивної діяльності дозволяє групі максимально ефективно досягати спільних цілей, оптимально розподіляти ресурси та створювати колективний досвід.

Модель Тукмана, яка описує етапи розвитку групи як формування, шторм, нормування та виконання, також широко застосовується у сфері туризму. Етап формування включає

початкову адаптацію учасників до нових умов, знайомство та встановлення первинних контактів. Етап шторму передбачає конфлікти, суперечки та перевірку лідерства, що часто проявляється у виборі маршрутів, активностей або розподілі обов'язків. Нормування допомагає стабілізувати групові процеси, визначити спільні правила та усунути напруженість. Етап виконання характеризується високою продуктивністю групи, ефективною комунікацією та задоволенням від спільного досвіду. Ці моделі дозволяють організаторам туристичних груп передбачати потенційні проблеми та використовувати превентивні стратегії для підтримки гармонійної взаємодії.

Типи туристичних груп відрізняються за складом учасників, тривалістю подорожі та характером діяльності. Молодіжні групи, наприклад, характеризуються високою мобільністю, великою соціальною активністю та прагненням до нових вражень. Вони часто демонструють високу гнучкість у груповій взаємодії, проте можуть бути схильні до конфліктів через різні індивідуальні потреби та ризиковану поведінку. Сімейні групи потребують особливого підходу до планування маршруту та активностей, оскільки включають учасників різного віку та з різними фізичними можливостями. Корпоративні групи акцентують увагу на командній взаємодії, навчанні та формуванні спільних цінностей, тому групова динаміка у таких подорожах тісно пов'язана з розвитком професійних та комунікативних навичок.

Екстремальні групи або групи активного туризму, включаючи піші походи, водні сплави або гірські експедиції, потребують високого рівня координації, дисципліни та підтримки між учасниками, оскільки помилки можуть мати серйозні наслідки для безпеки.

Психологічні аспекти групової динаміки у туристичних подорожах включають управління конфліктами, адаптацію до колективного ритму та підтримку мотивації. Конфлікти можуть виникати через різницю очікувань, соціальні ролі, особисті інтереси або стилі поведінки. Ефективне управління конфліктами включає активне слухання, розвиток навичок компромісу та застосування медіаційних стратегій. Дослідження показують, що групи, які успішно вирішують конфлікти, демонструють більш високий рівень задоволення від подорожі та стійкість до стресових ситуацій.

Список використаних джерел та літератури:

1. Архангельський С. В. Психологія групової динаміки : навч. посіб. С. В. Архангельський. К. : ВПЦ “Київський університет”, 2012. – 328 с.
2. Бондаренко В. Психологія лідерства у групі . В. Бондаренко. Х. : Психологія, 2015. 264 с.
3. Давиденко І. М. Туризм і психологія : навч. посіб. І. М. Давиденко. Л. : ЛНУ, 2014. 280 с.

4. Дернова Н. В. Орієнтування туристичної групи: теорія і практика. Н. В. Дернова. К. : Туризм і рекреація, 2018. 312 с.
5. Джонсон Д. В., Джонсон Р. Т. Коопераційне навчання та групова динаміка. Д. В. Джонсон, Р. Т. Джонсон ; пер. з англ. Х. : Психологічні видання, 2015. 344 с.

Лівшун С.В.,
магістрантка
(м. Хмельницький)

ПСИХОЛОГІЯ ЩАСТЯ В ТУРИЗМІ: ЯК ПОДОРОЖІ СПРИЯЮТЬ ДОБРОБУТУ ЛЮДИНИ

Анотація. У статті здійснено міждисциплінарний аналіз феномену щастя в контексті туристичної діяльності з позицій сучасної психології добробуту. Розкрито теоретичні підходи до розуміння щастя як багатовимірної категорії, що поєднує емоційні, когнітивні та екзистенційні складники, та обґрунтовано роль туризму як ресурсу підтримки психологічного благополуччя людини. Проаналізовано гедоністичні й евдемоністичні моделі щастя та показано їхню релевантність для інтерпретації туристичного досвіду. Узагальнено результати емпіричних досліджень, які підтверджують позитивний вплив подорожей на рівень життєвої задоволеності, емоційної рівноваги та особистісного розвитку. Особливу увагу приділено впливу різних видів туризму на психологічний стан особистості, ролі усвідомленості в переживанні туристичного досвіду, а також психологічним межах і ризикам ідеалізації туристичного щастя. Обґрунтовано соціальне значення туризму як чинника міжкультурного діалогу та колективного добробуту.

Зроблено висновок про доцільність інтеграції психологічних підходів у розвиток туристичної сфери з метою формування людиноцентричної та стійкої моделі туризму.

Ключові слова: психологія щастя, суб'єктивний добробут, позитивна психологія, туризм, туристичний досвід, життєва задоволеність, психологічне відновлення.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі, позначеному високими темпами соціальних змін, інформаційним перевантаженням і зростанням рівня психологічної напруги, проблема суб'єктивного добробуту людини набуває особливої актуальності. Пошук чинників, здатних підтримувати психологічну рівновагу, життєву задоволеність і відчуття щастя, виходить за межі суто медичних або економічних підходів і дедалі частіше розглядається в контексті стилю життя, дозвілля та самореалізації особистості. Однією з таких сфер, що демонструє значний потенціал позитивного впливу на психоемоційний стан людини, є туризм, який у ХХІ столітті трансформувався з форми відпочинку у складне соціокультурне та психологічне явище.

Психологія щастя як науковий напрям сформувалася на перетині позитивної психології, соціальної психології та філософії добробуту й зосереджується на дослідженні умов, за яких людина переживає позитивні емоції, відчуття сенсу життя та внутрішньої гармонії. У цьому контексті туризм розглядається не лише як економічна галузь або форма

рекреації, а як потужний ресурс особистісного розвитку, емоційного відновлення та соціальної інтеграції. Подорожі створюють унікальні умови для виходу за межі повсякденності, що дозволяє людині по-новому осмислювати власний досвід, ролі та цінності.

З наукової точки зору, щастя найчастіше інтерпретується як багатовимірна категорія, що поєднує когнітивний компонент задоволеності життям та афективний компонент, пов'язаний із балансом позитивних і негативних емоцій. У цьому аспекті туристичні подорожі виступають своєрідним каталізатором позитивних переживань, оскільки вони супроводжуються новизною, емоційною насиченістю та відчуттям свободи від рутинних обов'язків. Сам факт тимчасової зміни середовища активізує психологічні механізми адаптації та допитливості, що сприяє формуванню позитивного емоційного фону.

Особливу увагу дослідники приділяють феномену «виходу з повсякденності», який є ключовим психологічним ефектом туризму. Повсякденне життя сучасної людини часто характеризується монотонністю, хронічним стресом і перевантаженням відповідальністю. Подорож, натомість, створює символічний простір «іншого часу і місця», де звичні соціальні ролі послаблюються, а внутрішні ресурси отримують можливість для відновлення. У такому середовищі знижується рівень тривожності, активізується емоційна відкритість та зростає відчуття контролю над

власним життям.

Важливим психологічним аспектом туризму є також переживання новизни, яке безпосередньо пов'язане з активацією дофамінергічних систем мозку. Нові враження, незнайомі ландшафти, культурні особливості та соціальні контакти стимулюють когнітивну активність і викликають відчуття зацікавленості та радості. Саме ці емоційні стани є фундаментальними складниками суб'єктивного щастя, оскільки вони протидіють емоційному вигоранню та апатії, поширеним у сучасному суспільстві.

Туризм також відіграє значну роль у формуванні почуття сенсу життя, що є одним із центральних елементів психологічного добробуту. Подорожі часто спонукають людину до рефлексії, порівняння різних способів життя, культурних норм і цінностей. У результаті відбувається переоцінка власних пріоритетів, зміцнення особистісної ідентичності та усвідомлення власного місця у світі. Особливо виразно цей ефект проявляється у формах пізнавального, культурного та екологічного туризму, де досвід взаємодії з історією, природою та іншими культурами сприяє глибшому екзистенційному осмисленню життя.

Соціальний вимір туризму також має безпосередній зв'язок із психологією щастя. Подорожі створюють умови для зміцнення міжособистісних зв'язків, розвитку емпатії та відчуття приналежності. Спільні туристичні враження у сім'ї, парі чи групі друзів посилюють емоційний зв'язок між

людьми, формують спільну пам'ять і позитивні асоціації. Навіть індивідуальні подорожі часто супроводжуються новими соціальними контактами, які розширюють соціальний досвід особистості та знижують відчуття ізоляції.

Не менш значущим є вплив туризму на психологічне відновлення та стресостійкість. Перебування у природному середовищі, характерне для рекреаційного та екологічного туризму, позитивно впливає на нервову систему, знижує рівень кортизолу та сприяє відновленню когнітивних функцій. Контакт із природою активізує механізми психологічної релаксації, що підтверджується численними дослідженнями в галузі екопсихології. У цьому сенсі туризм виступає ефективним немедикаментозним засобом підтримки психічного здоров'я.

Таким чином, уже на теоретичному рівні можна стверджувати, що туризм має багатовекторний вплив на психологічне благополуччя людини, поєднуючи емоційні, когнітивні, соціальні та екзистенційні компоненти щастя. Розгляд туризму крізь призму психології щастя дозволяє по-новому осмислити його суспільну цінність і обґрунтувати необхідність інтеграції психологічних підходів у розвиток туристичної діяльності та туристичної політики.

Подальше осмислення взаємозв'язку туризму та психології щастя потребує звернення до основних теоретичних моделей суб'єктивного добробуту, розроблених у межах позитивної психології. Однією з найбільш

поширених є гедоністична модель, відповідно до якої щастя ототожнюється з максимізацією позитивних емоцій та мінімізацією негативних переживань. У цьому контексті туристичні подорожі постають як ефективний засіб підвищення емоційного благополуччя, оскільки вони насичені приємними враженнями, відчуттям радості, задоволення та естетичної насолоди. Тимчасове звільнення від професійних і побутових обов'язків, характерне для туристичного досвіду, створює сприятливі умови для переживання позитивних афективних станів, що безпосередньо впливають на загальну оцінку якості життя.

Разом із тим, сучасні дослідження дедалі частіше наголошують на обмеженості виключно гедоністичного підходу до розуміння щастя. У цьому зв'язку особливого значення набуває евдемоністична модель, яка акцентує увагу на реалізації особистісного потенціалу, відчутті сенсу життя та внутрішній гармонії. Туризм у межах цього підходу розглядається як простір для самопізнання, особистісного зростання та формування автентичного життєвого досвіду. Подорожі, особливо ті, що пов'язані з культурним пізнанням, духовними практиками або волонтерською діяльністю, сприяють глибшому усвідомленню власних цінностей і життєвих цілей, що позитивно відображається на довготривалому психологічному добробуті.

Важливим елементом евдемоністичного виміру щастя є переживання стану потоку, описаного в психології як повне

занурення у діяльність, що відповідає внутрішнім потребам та здібностям особистості. Туристична діяльність, зокрема активні її форми, такі як трекінг, спортивний туризм або експедиційні подорожі, часто створює умови для виникнення такого стану. Зосередженість на подоланні маршрутів, взаємодії з природним середовищем або виконанні нових завдань сприяє відчуттю самодостатності та внутрішнього задоволення, що є важливим чинником психологічного щастя.

Окремої уваги заслуговує мотиваційний аспект туристичної поведінки, який безпосередньо пов'язаний із потребами особистості. Згідно з теорією самодетермінації, психологічне благополуччя людини значною мірою залежить від задоволення базових потреб у автономії, компетентності та соціальній приналежності. Туризм здатний комплексно задовольняти ці потреби, оскільки передбачає добровільний вибір маршруту та способу подорожі, надає можливість подолання викликів і розвитку нових навичок, а також створює умови для міжособистісної взаємодії. Таким чином, туристичний досвід може виступати потужним джерелом внутрішньої мотивації та стійкого відчуття щастя.

У наукових дослідженнях також простежується зв'язок між туристичною активністю та рівнем життєвої задоволеності. Подорожі впливають не лише на емоційний стан у моменті, але й формують позитивні спогади, які зберігають свій психологічний ефект у довготривалій

перспективі. Спогади про приємні подорожі виконують функцію емоційного ресурсу, до якого людина може звертатися у періоди стресу або життєвих труднощів. Це явище пояснюється тим, що пам'ять про позитивний досвід активізує ті самі нейронні механізми, що й безпосереднє переживання радості, сприяючи підтриманню психологічної рівноваги.

Водночас важливо зазначити, що вплив туризму на щастя не є універсальним і автоматичним. Психологічний ефект подорожей значною мірою залежить від індивідуальних особливостей особистості, рівня очікувань та здатності до усвідомленого переживання досвіду. Надмірна орієнтація на зовнішні атрибути подорожей, такі як соціальний статус або демонстрація престижу, може знижувати позитивний вплив туризму на добробут, оскільки не сприяє глибокому емоційному залученню. У цьому контексті дедалі більшої популярності набуває концепція усвідомленого туризму, яка підкреслює важливість внутрішньої присутності та рефлексії під час подорожей.

Отже, психологія щастя в туризмі постає як перспективний міждисциплінарний напрям, що дозволяє по-новому осмислити роль подорожей у сучасному світі. Туризм, розглянутий крізь призму психологічного добробуту, виявляється не лише формою дозвілля, а важливим чинником підтримки якості життя, особистісного розвитку та соціальної гармонії.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бочелюк В. Й., Бочелюк В. В. Психологія особистості: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 312 с.
2. Галецька І. І. Психологія суб'єктивного благополуччя: монографія. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2016. 256 с.
3. Дінер Е., Бісвас-Дінер Р. Щастя: розкриття таємниць психологічного багатства. Київ: Наш формат, 2017. 304 с.
4. Журавльова Л. П. Психологія емоцій: теорія і практика: навч. посіб. Київ: Каравела, 2017. 344 с.

Левчук П.В.,

здобувач фахової передвищої освіти

(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шемерда О.В.,

викладач

(м.Хмельницький)

ЕКОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Анотація. У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності в умовах глобалізації, економічної нестабільності та зростання конкурентного тиску. Проаналізовано особливості функціонування туристичного й готельно-ресторанного бізнесу, роль держави у формуванні національного ринку гостинності та значення поєднання механізмів державного регулювання і саморегулювання [2].

Окрему увагу приділено впливу глобалізаційних процесів на дифузії бізнес-ідей, розвитку брендингу готельних підприємств і підвищенню їх конкурентоспроможності. Досліджено сучасні еко-тренди у сфері готельно-ресторанного господарства, зокрема концепцію екологічного харчування та екологічного дизайну закладів гостинності як складову сталого розвитку [1].

Ключові слова: *туризм, гостинність, готельно-ресторанний бізнес, глобалізація, конкуренція, екологічні тренди, сталий розвиток.*

Індустрія туризму та гостинності є складною соціально-економічною системою, що відіграє важливу роль у розвитку національної економіки, зайнятості населення та міжнародних зв'язків. Під впливом глобалізації відбуваються глибокі трансформації економічних процесів, які, з одного боку, розширюють можливості розвитку бізнесу, а з іншого — підвищують рівень нестабільності та чутливості галузі до кризових явищ [2]. Туристичний і готельно-ресторанний бізнес особливо вразливий до змін економічного клімату, соціальних і безпекових загроз, що зумовлює актуальність дослідження сучасних викликів і трансформацій галузі.

Метою статті є аналіз сучасних викликів і трансформаційних процесів у сфері туризму та гостинності, а також визначення перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації та зростання ролі сталого й екологічно орієнтованого підходу.

В Україні модель державної участі у розвитку індустрії гостинності перебуває на початковій стадії формування. Найбільш прийнятною для сучасного етапу розвитку національного ринку є модель, що поєднує елементи саморегулювання та державної підтримки [2].

Такий підхід дозволяє забезпечити гнучкість ринку та водночас створити умови для стратегічного розвитку

галузі.

Серед ключових пріоритетів державної участі у розвитку готельного ринку доцільно виділити: підготовку кадрів міжнародного рівня; адаптацію національних стандартів сталого розвитку до міжнародної практики; підтримку інновацій і розвиток державно-приватного партнерства; стимулювання професійних об'єднань та інститутів саморегулювання [2].

Глобалізація сприяє активній дифузії бізнес-ідей і формуванню глобальних брендів у готельному господарстві. Досвід міжнародних готельних мереж свідчить, що бренд є важливим чинником конкурентоспроможності, оскільки дозволяє отримувати вищі доходи порівняно з незалежними готелями. Водночас незалежні готелі можуть досягати успіху за умови створення унікальної концепції сервісу, інтер'єру та ефективної системи управління.

Важливою сучасною тенденцією розвитку готельно-ресторанного господарства є орієнтація на екологічність. Екохарчування ґрунтується на використанні органічних, місцевих і сезонних продуктів, що сприяє збереженню довкілля, підтримці місцевих виробників і зміцненню здоров'я споживачів [1]. Екологічний підхід охоплює не лише харчування, а й раціональне використання ресурсів, утилізацію відходів, енергоощадні технології та екологічний дизайн інтер'єру закладів гостинності.

Висновки. Отже, індустрія туризму та гостинності в

сучасних умовах зазнає значних трансформацій під впливом глобалізаційних процесів, економічної нестабільності та зміни споживчих пріоритетів. Ефективний розвиток галузі потребує поєднання державного регулювання і саморегулювання, впровадження інноваційних управлінських рішень та орієнтації на принципи сталого розвитку.

Екологічні тренди у готельно-ресторанному бізнесі стають важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств, формування позитивного іміджу та задоволення зростаючих вимог споживачів. Подальший розвиток туризму і гостинності має ґрунтуватися на гнучкості, інноваційності та відповідальному ставленні до довкілля.

Список використаних джерел та літератури:

1. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд у сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти // *Ефективна економіка*. 2020. № 5.
2. Александрова В. О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*. 2017. № 45(1266). С. 89–92.
3. Алешугіна Н. О., Зеленська О. О. Тенденції та перспективи розвитку ринку ресторанних послуг // *Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія: Економіка*. 2012. № 1(13). С. 92–98.

Мовчан П.П.,

здобувач фахової передвищої освіти

(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шемерда О.В.,

викладач

(м.Хмельницький)

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ: ПОШУК АВТЕНТИЧНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Анотація. У статті здійснено фундаментальний аналіз сучасного стану, проблем та стратегічних перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні в умовах глобалізаційних викликів та воєнного стану. Досліджено феномен автентичності як базового елементу туристичної мотивації в епоху «економіки вражень». Проведено детальну характеристику регіональних гастрономічних кластерів, зокрема Полтавщини, Карпатського регіону та Причорномор'я. Окрему увагу приділено питанням гастродиplomатії, імплементації системи географічних зазначень (PGI/PDO) відповідно до стандартів ЄС та ролі кулінарної спадщини у збереженні національної ідентичності. Визначено шляхи післявоєнного відновлення індустрії гостинності через синергію аграрного сектору, культури та

туризму.

Ключові слова: *гастрономічний туризм, автентичність, економіка вражень, кулінарна спадщина, географічне зазначення, крафтове виробництво, туристичний бренд, гастродипломатія, HoReCa, сталий розвиток.*

Вступ. На початку ХХІ століття світова туристична індустрія зазнала докорінних трансформацій, перейшовши від моделі масового споживання стандартизованих послуг до індивідуалізованого пошуку унікального досвіду. У науковому дискурсі цей етап характеризується як перехід до «економіки вражень», де ключову цінність для споживача становить не матеріальний продукт, а емоції, відчуття та спогади, отримані в процесі його споживання. У цьому контексті гастрономічний туризм виокремився в один із найдинамічніших та найперспективніших напрямів глобального ринку подорожей. Їжа перестала бути виключно фізіологічною потребою, перетворившись на потужний засіб культурної комунікації, пізнання історії та менталітету народів.

Для України, яка володіє колосальним аграрним потенціалом, унікальними ґрунтово-кліматичними умовами та багатою етнокультурною палітрою, розвиток гастрономічного туризму є не просто можливістю диверсифікації туристичної пропозиції, а стратегічним імперативом національного масштабу. Це дієвий інструмент

відродження депресивних сільських територій, підтримки малого та середнього підприємництва, а також формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені.

Проте реалізація цього потенціалу відбувається в умовах безпрецедентних викликів, пов'язаних із повномасштабною збройною агресією російської федерації. Війна завдала нищівного удару по інфраструктурі гостинності, зруйнувала логістичні ланцюги та змінила саму структуру туристичного попиту.

Метою роботи є системний аналіз стану та перспектив українського гостротуризму, виявлення регіональних особливостей формування гастрономічних брендів та окреслення шляхів інтеграції української кухні у світовий гастрономічний простір.

Основна частина. Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UN Tourism), гастрономічний туризм охоплює подорожі, в яких дегустація страв та напоїв є основною мотивацією або значущою складовою досвіду. Однак сучасна наука пропонує ширший погляд, розглядаючи гостротуризм як інструмент збереження нематеріальної культурної спадщини та сталого розвитку територій [1].

Ключовим поняттям тут виступає автентичність - відповідність туристичного об'єкта чи явища його істинній природі, позбавлений штучності та фальсифікації.

В умовах глобалізації, коли в будь-якому мегаполісі світу можна скуштувати страви різних кухонь, турист

вирушає в подорож не заради самої їжі, а заради «смаку місця» (terroir). Він прагне скуштувати продукт саме там, де він був вирощений, приготований за традиційною технологією руками носіїв культури. Для українського туризму це означає необхідність відмови від уніфікованих меню та повернення до регіональних коренів. Автентичність української кухні базується на принципах сезонності, локальності та безвідходності виробництва, що ідеально резонує із сучасними екологічними трендами Європи [5].

Регіональний аспект розвитку гастрономічного туризму в Україні характеризується значним різноманіттям, що дозволяє формувати унікальні туристичні пропозиції для різних цільових аудиторій. Західний регіон, зокрема Карпати, Закарпаття та Прикарпаття, традиційно виступає флагманом галузі. Тут успішно реалізується модель поєднання природно-рекреаційного потенціалу з гастрономічними атракціями. Гуцульська кухня, що базується на продуктах вівчарства, грибах, лісових ягодах та кукурудзі, стала основою для створення мережі етносадиб та гастрономічних фестивалів [3].

Знаковою подією для всієї галузі стала реєстрація географічного зазначення (PGI) для гуцульської овечої бриндзи. Це перший український продукт, що отримав правовий захист за європейськими стандартами, що підтверджує його унікальність та прив'язку до певної території. Такий статус відкриває шлях до міжнародних

ринків та приваблює вибагливого європейського туриста, який звик орієнтуватися на знаки якості. Окрім сироваріння, в регіоні активно розвивається виноробство (Берегівський район), медоварні та ферми з вирощування форелі.

Центральна Україна має потужний історико-культурний фундамент для розвитку гастрономічного туризму, який на сьогодні розкритий не повною мірою. Полтавська кухня є квінтесенцією українських кулінарних традицій, оспіваних у класичній літературі. Саме тут зародилися страви, які вважаються візитівкою України.

Потенціал регіону виходить далеко за межі відомих полтавських галушок. Це і качана каша, технологія приготування якої вимагає неабиякої майстерності, і різноманітні варіанти борщу (з грушами, карасями), і традиційні напої на основі меду та фруктів. Стратегічним напрямом для Полтавщини є створення літературно-гастрономічних маршрутів. Поєднання відвідування музеїв-садиб Івана Котляревського чи Миколи Гоголя з дегустацією страв, згаданих у «Енеїді» чи «Вечорах на хуторі біля Диканьки», створює унікальний імерсивний досвід [5]. Це дозволяє туристу не просто споживати їжу, а занурюватися в історичний контекст, розуміти побут та звичаї предків. Такий підхід перетворює гастрономію на елемент просвітництва та патріотичного виховання.

Південний регіон України до початку повномасштабного вторгнення демонстрував найвищі темпи

розвитку еногастрономічного туризму (винного туризму). Одеська, Миколаївська та Херсонська області сформували потужний кластер виноробів, який об'єднав як великі промислові заводи, так і невеликі крафтові шато. Проєкт «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» став взірцевим прикладом державно-приватного партнерства та застосування європейських підходів до кластеризації. Унікальність південної кухні полягає в її мультикультурності: тут переплелися українські, болгарські, молдовські, гагаузькі та єврейські традиції. Однак війна завдала цьому регіону найбільшої шкоди. Тимчасова окупація частини територій, знищення виноградників, мінування полів та руйнування гідротехнічних споруд (Каховська ГЕС) поставили під загрозу існування цілих галузей, як-от вирощування знаменитих херсонських кавунів чи мелітопольської черешні [2]. Ці продукти стали символами втрати, але водночас і символами надії на звільнення, набувши нового, сакрального значення в національній свідомості.

Війна стала каталізатором не лише руйнівних, а й трансформаційних процесів у галузі. Відбулася масштабна релокація гастрономічного бізнесу зі сходу та півдня на захід і в центр країни. Цей процес, попри свою трагічність, призвів до інтенсивного культурного обміну. Ресторатори з Харкова, Маріуполя, Херсона відкривають заклади у Львові, Івано-Франківську, Дніпрі, інтегруючи свої традиції в місцевий контекст. Це сприяє формуванню нової, сучасної української

кухні, яка є синтезом регіональних особливостей та інноваційних підходів. Також слід відзначити феномен «гастроволонтерства». У перші місяці війни сотні ресторанів перепрофілювалися на приготування їжі для військових, переселенців та лікарень. Це змінило соціальну роль гастрономії: їжа стала символом турботи, безпеки та опору. Сформувалася нова етика бізнесу, де соціальна відповідальність є невіддільною складовою бренду [2].

Окремим вектором розвитку є гастродипломатія. Україна активно використовує кулінарну спадщину як інструмент «м'якої сили» у зовнішній політиці. Історичним досягненням стало внесення культури приготування українського борщу до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що потребує термінової охорони. Це рішення поставило крапку в багаторічних дискусіях щодо походження страви та закріпило за Україною статус її батьківщини на міжнародному рівні. Українські шеф-кухарі стають амбасадорами країни, презентуючи світові не «радянську» кухню, а вишукану, сучасну українську гастрономію. Це формує відкладений попит: іноземці, які дізнаються про Україну через смак, після закінчення війни стануть потенційними туристами.

Важливим чинником інтеграції українського гастротуризму у світовий простір є гармонізація законодавства та стандартів із нормами Європейського

Союзу. Впровадження системи НАССР (аналіз небезпечних факторів та критичні точки контролю) на підприємствах громадського харчування є обов'язковою умовою забезпечення безпечності продуктів. Крім того, активізація процесу реєстрації географічних зазначень (PDO/PGI) для таких продуктів, як мелітопольська черешня, херсонський кавун (після деокупації), закарпатський мед тощо, дозволить захистити внутрішній ринок від фальсифікату та підвищити експортний потенціал крафтової продукції.

Цифровізація галузі виступає ще одним драйвером змін. В умовах обмеженої мобільності та безпекових ризиків віртуальний простір стає майданчиком для промоції. Створення цифрових гастрономічних карт, мобільних додатків з маршрутами, віртуальних турів на виробництва дозволяє підтримувати інтерес до DESTINACIЙ навіть у часи, коли фізичний туризм ускладнений. Технології доповненої реальності (AR) можуть використовуватися в ресторанах для візуалізації історії страв, що додає елемент гейміфікації та залучає молодіжну аудиторію.

Варто також звернути увагу на світовий тренд сталого розвитку та руху «Slow Food» («повільна їжа»). Ця філософія протиставляється індустрії фаст-фуду та масового виробництва. Вона пропагує збереження біорізноманіття, підтримку локальних фермерів, відмову від хімічних добрив та збереження традицій спільного споживання їжі. Для України, з її глибокими аграрними традиціями, цей рух є

надзвичайно органічним. Розвиток фермерських ринків, крамниць локальних продуктів, кооперативів виробників сприяє формуванню коротких ланцюгів постачання («від лану до столу»), що є економічно вигідним для громад і гарантує свіжість продукту для туриста [3].

Висновки. Отже, гастрономічний туризм в Україні перебуває на етапі складної, але необхідної трансформації. З одного боку, галузь зазнала колосальних втрат внаслідок війни, з іншого - отримала потужний імпульс до переосмислення власної ідентичності. Пошук автентичності перестав бути просто маркетинговим ходом, перетворившись на спосіб самозбереження нації. Українська кухня, позбуваючись нашарувань колоніального минулого, демонструє світові свою самобутність, різноманітність та вишуканість.

Стратегічними пріоритетами розвитку гастрономічного туризму на найближчі роки мають стати:

По-перше, розробка та реалізація комплексної державної програми підтримки крафтових виробників та суб'єктів гастрономічного туризму, що включала б пільгове кредитування, грантову підтримку та податкові стимули для бізнесу на деокупованих та прифронтових територіях.

По-друге, активізація роботи з ідентифікації та реєстрації продуктів із географічним зазначенням, що дозволить капіталізувати унікальність регіональних брендів.

По-третє, інфраструктурна відбудова з урахуванням

принципів безбар'єрності та інклюзивності, що зробить туристичні об'єкти доступними для всіх категорій громадян, зокрема для ветеранів війни та осіб з інвалідністю.

По-четверте, посилення міжнародної промоції бренду «Смак України» (Taste of Ukraine) через участь у міжнародних виставках, організацію прес-турів для іноземних журналістів та співпрацю з глобальними туристичними платформами.

Післявоєнна відбудова України відкриє нові горизонти для в'їзного туризму. Іноземні туристи їхатимуть в Україну не лише, щоб побачити місця героїчної боротьби, а й щоб відчувати смак свободи, втілений у нашій кухні.

Гастрономічний туризм стане тим містком, що поєднає минуле і майбутнє, традицію та інновацію, ставши драйвером економічного зростання та культурного ренесансу українських регіонів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Божук Т. І. Гастрономічний туризм як чинник збереження національної ідентичності в умовах глобалізації. *Географія та туризм*. 2023. Вип. 65. С. 42-48.

2. Бойко З. В., Горожанкіна Н. А., Грушка В. В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7>

3. Михайлюк О. Л. Крафтове виробництво як основа розвитку гастрономічного туризму та підтримки локальної економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 4. С. 89-94.

4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р.

5. Транченко Л. В., Транченко О. М. Гастрономічний туризм як інструмент маркетингу територій в умовах глобалізації. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-57>

Мондрук К.В.,
здобувачка фахової передвищої освіти
(м.Хмельницький)
Науковий керівник: **Колмісць О.М.,**
кандидат філологічних наук
(м.Хмельницький)

РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЗБЕРЕЖЕННІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛІНАРНОЇ СПАДЩИНИ

Ключові слова: гастрономічний туризм, кулінарна спадщина, автентична кухня, локальні продукти, культурна ідентичність, туристичні ресурси, регіональний розвиток.

У ХХІ столітті гастрономічний туризм перетворився на один із найбільш динамічних і перспективних напрямів розвитку світової туристичної індустрії [4]. Сучасні туристи дедалі частіше шукають не лише традиційного відпочинку чи огляду визначних пам'яток, а й нових вражень, пов'язаних із культурою, традиціями та способом життя різних народів. У цьому контексті кухня стає важливим елементом пізнання країни, оскільки саме через гастрономію можна найповніше відчувати її унікальність і самобутність. Таким чином, гастрономічний туризм виступає не лише як форма дозвілля, а як ефективний інструмент збереження, відтворення та

популяризації кулінарної спадщини [4].

Актуальність теми зумовлена зростанням інтересу до автентичної кухні, локальних продуктів і традиційних рецептів, що особливо посилюється в умовах глобалізації, яка часто призводить до уніфікації харчових практик. У зв'язку з цим збереження кулінарної спадщини набуває особливого значення як складова національної ідентичності та культурного різноманіття. Метою даної роботи є визначення ролі гастрономічного туризму у збереженні та популяризації кулінарної спадщини, а також аналіз його впливу на соціально-економічний розвиток регіонів.

Проблематика гастрономічного туризму активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Значний внесок у розвиток теорії туризму зробили українські дослідники О.О. Любіцева, О.О. Бейдик, М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух, які розглядають туризм як складну соціально-економічну систему [1–3].

Гастрономічний туризм визначається як вид подорожей, основною метою яких є ознайомлення з національною та регіональною кухнею, традиціями приготування їжі, локальними продуктами та культурою споживання [4]. Він включає відвідування ресторанів традиційної кухні, фермерських господарств, виноробень, сироварень, участь у кулінарних фестивалях, ярмарках та майстер-класах. Важливою особливістю гастрономічного туризму є усвідомлений інтерес туриста до походження

продуктів, історії страв та способів їх приготування, що відрізняє його від звичайного споживання їжі під час подорожі. Ключовими характеристиками такого туризму є автентичність, локальність і традиційність, які формують унікальний туристичний досвід.

Кулінарна спадщина є важливою складовою нематеріальної культурної спадщини кожного народу [4]. Вона охоплює традиційні рецепти, технології приготування, способи подачі страв, обрядові елементи, а також локальні продукти, що використовуються у харчуванні. Через кулінарні традиції передається історія народу, його зв'язок із природним середовищем, господарською діяльністю та культурними цінностями. Багато страв формувалися протягом століть і стали символами національної ідентичності. Втрата таких традицій означає втрату важливого елементу культурної спадщини, тому їх збереження та документування є важливим завданням сучасного суспільства.

Гастрономічний туризм відіграє важливу роль у збереженні кулінарної спадщини, оскільки створює попит на традиційні страви та локальні продукти [4]. Це, у свою чергу, стимулює розвиток фермерських господарств, ремісничих виробництв і закладів громадського харчування, які спеціалізуються на автентичній кухні. Завдяки економічній зацікавленості виробники зберігають традиційні рецепти та технології, передають їх наступним поколінням і адаптують

до сучасних умов без втрати автентичності. Крім того, організація гастрономічних фестивалів, ярмарків і тематичних заходів сприяє популяризації місцевих продуктів та відродженню забутих страв. Участь туристів у кулінарних майстер-класах дозволяє не лише спостерігати, а й безпосередньо долучатися до процесу приготування традиційних страв, що сприяє глибшому розумінню культури регіону.

Важливим аспектом є формування гастрономічних маршрутів, які об'єднують різні туристичні об'єкти в єдиний продукт. Такі маршрути можуть включати відвідування фермерських господарств, дегустаційних залів, виноробень, ресторанів та культурних пам'яток. Це дозволяє створити комплексний туристичний досвід, у якому кухня виступає центральним елементом. Поєднання гастрономічного туризму з культурним, сільським і подієвим туризмом робить його універсальним інструментом розвитку туристичних дестинацій.

Розвиток гастрономічного туризму має значний економічний ефект. Він сприяє зростанню доходів малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць і розвитку сільських територій [3]. Туристи витрачають кошти на харчування, придбання локальних продуктів, участь у заходах і екскурсіях, що стимулює місцеву економіку. Соціальний ефект проявляється у підвищенні інтересу населення до власної культурної спадщини, формуванні

почуття гордості за національну кухню та збереженні традицій. Місцеві громади починають активніше підтримувати локальних виробників і брати участь у культурних ініціативах.

Україна має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки різноманітності регіональних кухонь і багатій кулінарній спадщині [1]. Кожен регіон має свої унікальні страви та продукти, що формують його гастрономічний образ. Розвиток крафтового виробництва, проведення гастрономічних фестивалів і популяризація локальних брендів сприяють формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному рівні. Визнання українських страв у світі також підвищує інтерес іноземних туристів до національної культури.

Водночас розвиток гастрономічного туризму супроводжується низкою проблем. Серед них — комерціалізація та спрощення традиційних рецептів, використання неавтентичних інгредієнтів, втрата традиційних технологій приготування. Існує ризик створення так званої «псевдонаціональної» кухні, яка орієнтована виключно на туристів і не відображає справжніх кулінарних традицій. Крім того, недостатній рівень інформаційного просування, обмежене фінансування та слабка інфраструктура стримують розвиток гастрономічного туризму в окремих регіонах.

Висновки. Отже, гастрономічний туризм є важливим інструментом збереження та популяризації кулінарної

спадщини. Він поєднує культурну, економічну та соціальну функції, сприяє розвитку регіонів, підтримці локальних виробників і формуванню національної ідентичності.

Подальший розвиток цього напрямку потребує комплексного підходу, що включає підтримку автентичної кухні, розвиток гастрономічних подій, створення туристичних маршрутів і активне просування української гастрономії на міжнародному рівні.

Реалізація цих заходів сприятиме не лише збереженню кулінарної спадщини, а й підвищенню конкурентоспроможності України на світовому туристичному ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України. К.: Альтерпрес, 2019. 400 с.
2. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху. К.: Київський університет, 2018. 335 с.
3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 360 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги–ХХІ, 2017. 304 с.

Огороднов І. Е.,

здобувач освіти

(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шинкарук Г. О.,

викладач

(м.Хмельницький)

ЧЕРВОНОКНИЖНІ ВИДИ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ, ЯК ІНДИКАТОРИ СТАНУ ПРИРОДНИХ ЕКОСИСТЕМ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

Анотація. У статті досліджено роль червонокнижних видів як біоіндикаторів стану природних екосистем у межах туристичних маршрутів Хмельницької області. Проаналізовано вплив рекреаційного навантаження на популяції рідкісних видів, визначено їх значення у збереженні біорізноманіття та обґрунтовано необхідність моніторингу. Розглянуто можливості використання червонокнижних видів у розвитку екологічного туризму як складової сталого розвитку території.

Ключові слова: екологічний туризм, біоіндикація, червонокнижні види, туристичні маршрути, рекреаційне навантаження, Хмельницька область.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням антропогенного навантаження на природні екосистеми в

умовах активного розвитку туристичної діяльності. У сучасних умовах глобальних екологічних викликів особливого значення набуває проблема збереження біорізноманіття та забезпечення екологічної рівноваги територій. Туризм, з одного боку, виступає важливим фактором соціально-економічного розвитку регіонів, а з іншого — може спричиняти негативний вплив на природні комплекси, особливо у разі відсутності ефективного управління туристичними потоками.

Хмельницька область є одним із регіонів України, що характеризується значним природним потенціалом і різноманітністю ландшафтів. Тут поєднуються лісові, лучні, степові, болотні та річкові екосистеми, що формують основу природно-заповідного фонду. Значну роль у розвитку туризму відіграють такі території, як національний природний парк «Мале Полісся» та природний комплекс Подільських Товтр, які є осередками збереження рідкісних видів флори і фауни [5].

Метою дослідження є визначення ролі червонокнижних видів як біоіндикаторів стану природних екосистем Хмельницької області в умовах розвитку туризму та обґрунтування напрямів їх використання у практиці екологічного туризму. Для досягнення мети поставлено такі завдання: дослідити сутність біоіндикації; проаналізувати поширення червонокнижних видів у регіоні; оцінити вплив рекреаційного навантаження; визначити перспективи

використання цих видів у туризмі.

Сучасні наукові дослідження свідчать, що біоіндикація є ефективним методом оцінки стану довкілля. Відповідно до праць сучасних українських науковців, зокрема у сфері екології та туризму, червонокнижні види є найбільш чутливими до змін природного середовища та дозволяють оперативно виявляти деградаційні процеси [1].

Червонокнижні види характеризуються вузькою екологічною спеціалізацією та високою залежністю від стабільності природних умов. Саме тому вони швидко реагують на будь-які зміни довкілля, зокрема на порушення гідрологічного режиму, забруднення, зміну температурного режиму та антропогенне навантаження [2]. Це робить їх ефективними індикаторами стану природних екосистем.

У межах туристичних маршрутів Хмельницької області червонокнижні види відіграють особливо важливу роль. Їх наявність свідчить про високий рівень збереженості природного середовища, тоді як зменшення чисельності або зникнення сигналізує про негативні зміни. Зокрема, у степових екосистемах Подільських Товтр важливими індикаторами є сон великий та ковила дніпровська, які є чутливими до витоптування та порушення ґрунтового покриву [3].

У водно-болотних екосистемах Малеого Полісся показовим видом є шейхцерія болотна, яка потребує стабільного водного режиму та високої якості води. Її

зникнення може свідчити про забруднення або осушення територій [5]. Таким чином, стан популяцій цього виду є важливим показником екологічного стану водно-болотних угідь.

Тваринний світ також виступає важливим індикатором екологічного стану територій. Наприклад, лелека чорний є чутливим до порушення середовища існування та фактору турбування. Його присутність свідчить про низький рівень антропогенного впливу. Аналогічно, такі види, як жук-олень та махаон, вказують на збереженість лісових екосистем і різнотрав'я [2].

Рекреаційне навантаження є одним із ключових факторів впливу на природні екосистеми. При перевищенні допустимого рівня відвідування територій відбувається деградація рослинного покриву, ущільнення ґрунту, зменшення біорізноманіття та порушення природних процесів відновлення [4]. Особливо вразливими є червонокнижні види, які не можуть швидко адаптуватися до змін.

Водночас туризм може відігравати позитивну роль у збереженні природи. Екологічний туризм сприяє формуванню екологічної свідомості, підвищує рівень обізнаності населення про необхідність охорони природи та стимулює розвиток природоохоронних ініціатив [1].

Важливим напрямом є інтеграція червонокнижних видів у туристичні програми. Це може здійснюватися через

створення екологічних стежок, організацію науково-пізнавальних турів, встановлення інформаційних стендів та залучення туристів до моніторингових досліджень. Такий підхід дозволяє поєднати туристичну діяльність із збереженням природних ресурсів.

Отже, червонокнижні види є важливими біоіндикаторами стану природних екосистем і можуть ефективно використовуватися для оцінки екологічної стійкості туристичних маршрутів. Їх збереження є необхідною умовою розвитку екологічного туризму та забезпечення сталого природокористування. Впровадження системного моніторингу дозволить своєчасно виявляти негативні зміни та забезпечити збереження природної спадщини.

Список використаних джерел та літератури:

1. Батиченко С.П., Мельник Л.В. Сільський зелений туризм як чинник сталого розвитку територій. 2024.
2. Долинська О., Гуцал Л. Сучасні екологічні проблеми туристичних територій України. 2024.
3. Національний природний парк «Мале Полісся». Офіційні матеріали. 2023.
4. Олійник В., Данілова О. Екологічний туризм: сучасні тенденції розвитку. 2025.
5. Тищук І., Ільїна О. Рекреаційне навантаження на

Туризм ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во МАУП, 2026. Вип. 10. 158 с.

природні екосистеми. 2024.

*Пасічник А. А.,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(м. Харків)*

Науковий керівник: **Мерчанський В.В.**,
кандидат економічних наук, доцент
(м. Харків)

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

У сучасних умовах глобалізації та тотальної цифровізації туристична галузь трансформується в один із найбільш технологічно насичених секторів світової економіки [1, с. 135]. Високий рівень конкуренції на ринку туристичних послуг змушує туристичні дестинації активно шукати інноваційні методи залучення відвідувачів та формуванню позитивного іміджу території. Сформовані традиційні маркетингові підходи в туристичному бізнесі поступаються місцем алгоритмічно керованим комунікаціям, де соціальні мережі, вебсайти та мобільні додатки стають основними платформами для взаємодії бізнесу з туристами [1, с. 136; 2, с. 1].

Актуальність теми зумовлена появою нової категорії «цифрових мандрівників», які прагнуть персоналізованого сервісу та високої якості цифрової взаємодії на кожному етапі

своїї подорожі [3, с. 32; 4]. Якщо говорити стосовно України, то питання цифровізації туризму набуває стратегічного значення не лише як фактор наповнення бюджету, а й як локомотив повоєнного відновлення економіки, що дозволить забезпечити атрактивність дестинацій на рівні міжнародних стандартів [1, с. 137; 5, с. 55].

Метою дослідження є аналіз концепції сталого розвитку туризму в цифрову епоху, опис механізмів трансформації територій у SMART-дестинації та визначення ролі цифрових маркетингових інструментів у підвищенні конкурентоспроможності туристичних об'єктів.

Дослідження цифрових змін у туризмі широко представлені в науковій літературі, де головний акцент робиться на переході до інноваційних технологічних екосистем. D. Buhalis та A. Amaranggana розглядають інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) як основу інтегрованих екосистем, а D. Buhalis разом із M. Foerste вводять концепцію SoCoMo-маркетингу для персоналізованого впливу на туриста [4, 6]. U. Gretzel та C. Коо зосереджуються на теоретичних засадах смарт-туризму та його ролі у забезпеченні стійкості територій [7]. Українські науковці, такі як О. В. Кара, О. І. Міхо та М. О. Растворова аналізують перспективи смарт-туризму на прикладі Києва [8]. Л. Васильченко, С. Пепчук та І. Ганжала досліджують, як цифрові маркетингові інструменти впливають на просування туристичних напрямків. Вони аналізують плюси й мінуси

використання різних цифрових каналів для залучення туристів та підвищення впізнаваності дестинацій [1]. Д. Баранюк досліджує сутність, механізм та інструменти реалізації концепції SMART у маркетингу туристичних дестинацій [9].

Фундаментальною основою сучасного управління є трансформація традиційної місцевості у SMART-дестинацію - інноваційний простір, побудований на передовій технологічній інфраструктурі, що гарантує сталий розвиток, доступність для всіх та підвищення якості життя як туристів, так і мешканців [10]. Д. Баранюк зазначає, що механізм формування такої дестинації охоплює три рівні: стратегічно-реляційний (планування та співпраця), інструментальний (цифровий зв'язок, сенсори, Big Data) та прикладний (розумні рішення для маркетингу) [9, с. 93]. Це дозволяє створювати додаткові економічні, соціальні та екологічні цінності, де диференціація послуг відбувається за рахунок знань та інновацій.

Ключовим інструментом просування дестинацій є цифровий маркетинг, що охоплює SEO, SMM, контекстну рекламу та контент-маркетинг. Використання карти подорожі клієнта дозволяє проаналізувати точки контакту з туристом на фазах «перед подорожжю», «під час» та «після», забезпечуючи максимальний вплив на кожному етапі [1]. Особливу роль відіграє UGC-маркетинг (user-generated content marketing) - просування за допомогою контенту,

створеного користувачами, що значно підвищує рівень довіри до бренду дестинації [2, с. 8]. Застосування Big Data дозволяє сегментувати аудиторію та створювати персоналізовані пропозиції на основі аналізу поведінкових патернів і тригерів попиту [1, 2].

Впровадження інтелектуальних технологій, таких як штучний інтелект (AI) та доповнена реальність (AR), відкриває нові можливості для імерсивного досвіду. AI використовується для автоматизації обслуговування через чат-боти, прогнозування попиту та створення індивідуалізованих маршрутів [1, с. 142]. Технології AR та VR дозволяють туристам взаємодіяти з об'єктами онлайн, що особливо актуально для наукового туризму. Прикладом є ЦЕРН, де віртуальний тур Google Street View дозволяє досліджувати експериментальні детектори (наприклад, ALICE), створюючи відчуття причетності до глобальних наукових відкриттів [2, с. 4]. У цьому контексті показовим є також досвід польського міста Торунь, де цифрові технології AR та VR були інтегровані в туристичну пропозицію історичної спадщини. Так, до цифрових інновацій міста належить використання технології віртуальної реальності на території Тевтонського замку. Створене VR-рішення функціонує як окремий туристичний продукт та дає змогу відвідувачам за допомогою VR-окулярів здійснювати імерсивну подорож в минуле, побачивши замок у період його найбільшого розквіту та зіставивши реконструйований

історичний образ із сучасним станом руїн [11].

Позитивна динаміка цифровізації туризму в Україні спостерігається не лише в провідних регіонах, таких як Київ, Львівська, Одеська, Івано-Франківська та Київська області [1, с. 135], але й в інших містах країни. Наприклад, Одеса активно розвиває проєкти на базі штучного інтелекту, включаючи автоматизовані системи бронювання, інтерактивні гідів та QR-коди на основних пам'ятках для доступу до мультимедійного контенту. Харків реалізує ініціативи з цифровізації туристичних маршрутів, впроваджуючи інтерактивні карти, мобільні додатки та системи управління туристичними потоками для популярних локацій, зокрема Центрального парку розваг та відпочинку. У Дніпрі функціонують інтерактивні платформи для планування відвідувань туристичних об'єктів, а також інноваційні рішення для відстеження туристичних потоків та формування персоналізованих рекомендацій. Чернівці, у свою чергу, розвивають мобільні додатки для навігації містом та ознайомлення з культурною спадщиною, а також встановлюють інформаційні стенди з інтерактивними функціями для туристів [12, с. 4].

Ці регіональні ініціативи підсилюються активним впровадженням цифрових технологій у корпоративному секторі. Зокрема [1, с. 142]:

- компанія Join UP! використовує Big Data для аналізу та прогнозування попиту на туристичні продукти, що

дозволяє оптимізувати пропозиції для різних регіонів;

- авіакомпанія SkyUp Airlines впровадила чат-боти для автоматизації обслуговування клієнтів та прискорення процесів бронювання, що особливо актуально для туристів, які подорожують до активних цифрових міст;

- портал hotel.ua застосовує технологію блокчейн у програмі лояльності, забезпечуючи прозорість і безпеку транзакцій при бронюванні номерів.

Такі кроки доповнюють загальнонаціональні тренди, зокрема впровадження платформи Kyiv Smart City у Києві та системи LvivCityCard у Львові, які інтегрують транспортні та туристичні послуги [12; 13]. Д. Баранюк наголошує, що ключовим аспектом цифровізації є дотримання стандартів цифрової доступності (WCAG 2.0), щоб онлайн-ресурси були інклюзивними та зручними для всіх категорій населення [9, с. 97]. Перспективним напрямом розвитку також є використання технологій блокчейн та NFT для забезпечення безпечних транзакцій і програм лояльності, що відповідає концепції «Туризму 4.0» [1, 12].

Цифрові технології є невід'ємним фактором конкурентоспроможності дестинацій, перетворюючи їх на складні самоорганізовані смарт-системи [14, 15]. Цифровізація трансформує суть туристичного досвіду, роблячи його більш персоналізованим та інклюзивним [12]. Для успішного розвитку дестинацій науковці рекомендують:

- впроваджувати цілісний механізм формування

SMART-дестинації, який охоплює три взаємопов'язані рівні: стратегічно-реляційний (координація зусиль влади, бізнесу та громад), інструментальний (цифровий зв'язок, сенсори та великі дані) та прикладний (конкретні розумні рішення для маркетингу та обслуговування) [9];

- розробляти інтегровані стратегії цифрового маркетингу, орієнтовані на створення карти подорожі клієнта. Це дозволяє здійснювати персоналізований вплив на туриста на всіх етапах - від фази «перед подорожжю» (через SEO та SMM) до етапу «після подорожі» (через збір відгуків та підтримку лояльності) [1];

- використовувати інструменти інтелектуальної персоналізації, такі як штучний інтелект (AI), Big Data, AR, VR, для прогнозування попиту та UGC-маркетинг (контент, створений користувачами). Це дозволяє не лише уточнити тригери попиту, а й сформувати образ дестинації як спільноти однодумців, що значно підвищує рівень довіри до бренду [1, 12];

- забезпечувати цифрову та універсальну доступність, адаптуючи онлайн-ресурси дестинації до міжнародних протоколів WCAG 2.0. Це гарантує інклюзивність та можливість користування послугами для всіх груп населення, незалежно від їхніх фізичних обмежень чи апаратного забезпечення [9];

- прагнути до досягнення ефекту «digital-синергізму», що полягає у стрибкоподібному зростанні ефективності

завдяки поєднанню проєктно-орієнтованих, кластерних та мережевих технологій у всіх «точках дотику» туриста з ресурсами дестинації [14, с. 36];

- інтегрувати системи «розумного міста» та «розумної дестинації» для створення багатофункціональних екосистем. Це передбачає впровадження таких інструментів, як єдині картки туриста, QR-коди на пам'ятках та інтерактивні ГІС-платформи для управління туристичними потоками [12, 14].

І. Писарева та К. Яловнича зазначають, що перехід до концепції «Туризм 4.0» є необхідною умовою для виходу дестинацій на глобальний ринок [12]. Використання технологій блокчейн для безпечних транзакцій, VR/AR для імерсивного досвіду та великих даних (Big Data) для моделювання сценаріїв розвитку дозволяє дестинаціям забезпечувати сталий розвиток та мінімізувати негативний вплив на довкілля та інфраструктуру.

Майбутнє туристичних дестинацій України залежить від їхньої здатності адаптуватися до вимог Суспільства 5.0, де цифрові інновації слугують інструментом гармонійного поєднання інтересів мандрівників, бізнесу та держави [16].

Цифровізація є стратегічним фактором трансформації туристичних дестинацій у конкурентоспроможності SMART-екосистеми, що забезпечують персоналізований досвід та сталий розвиток території. Впровадження цифрових технологій (AI, Big Data, AR/VR) та інтегрованих маркетингових стратегій дозволяє вітчизняним дестинаціям

досягти міжнародних стандартів обслуговування. Подальший розвиток цифрової туристичної інфраструктури на наш погляд є критичною передумовою успішного повоєнного відновлення галузі та виходу України на глобальний туристичний ринок.

Список використаних джерел та літератури:

1. Васильченко Л., Пепчук С., Ганжала І. Цифрові маркетингові інструменти у просуванні туристичних DESTINATION. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Том 26. Випуск 1(74). С. 134-143.

2. Чайка Т.Ю., Якименко-Терещенко Н.В., Машнєва К.С. Роль digital-технологій у просуванні ресурсів наукового туризму як унікальних атракторів DESTINATION. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми. 2025. Випуск №9. <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.9.10>

3. Адамовська М., Зубко Т. Туризм в епоху digital-комунікацій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Туризм». 2021. Вип. 4 (1). С. 30–39.

4. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations. // Information and Communication Technologies in Tourism 2014 : Proceedings of the International Conference in Dublin, January 21–24, 2014. Springer International Publishing,

2014. Р. 553–564.

5. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38574/5/22nooveu.pdf> (дата звернення: 28.01.2026).

6. Buhalis D., Foerste M. SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. // Journal of Destination Marketing & Management. 2015. Vol. 4, Iss. 3. P. 151–161.

7. Gretzel U., Koo C. Smart Tourism Cities: A Duality of Place Where Technology Supports the Convergence of Touristic and Residential Experiences. Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2021. 26(4). P. 1–13.

8. Кара О., Міхо О., Растворова М. Стан та перспективи розвитку смарт-туризму: світовий досвід та українські перспективи (на прикладі міста Києва як туристичної дестинації). Вчені записки Університету «КРОК». 2024. 1(73). С. 127–131. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-73-127-131> (дата звернення: 28.01.2026).

9. Баранюк Д. Концепція SMART у маркетингу туристичних дестинацій: суть, механізми та інструменти. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Том

26. 2025. Випуск 1(74). С. 92-100. DOI: 10.24025/2306-4420.1(74).2025.326305

10. Segittur. Informe destinos turísticos inteligentes: Construyendo el futuro. Madrid : Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR), 2015. URL: <https://www.thinktur.org/media/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-construyendo-el-futuro.pdf> (дата звернення: 28.01.2026)

11. Toruńska Agenda Kulturalna. Wirtualna rzeczywistość na Zamku Krzyżackim. 2025. URL.: <https://www.tak.torun.pl/corobimy/wydarzenia-2024/wirtualna-rzeczywistosc-na-zamku-krzyzackim/> (дата звернення: 28.01.2026).

12. Писарева І., Яловнича К. (2024). Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. Економіка та суспільство. 2024. Випуск 69. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104> (дата звернення: 28.01.2026).

13. Басюк Д.І., Срібна С.В., Примаєв Т.Ю. Досвід країн Європейського Союзу щодо розвитку смарт-дестинацій. Ефективна економіка. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> (дата звернення: 28.01.2026).

14. Хитра, О., Палюх В. Особливості застосування інноваційних технологій у публічному управлінні туристичною дестинацією. Mechanism of an Economic Regulation. 2023. № 1 (103). С. 30-40.

<https://doi.org/10.32782/mer.2024.103.05>.

15. Мерчанський В.В. Роль цифрових технологій у формуванні конкурентних переваг в індустрії туризму та гостинності. Туристичний бізнес та гостинність: влада, бізнес, наука та освіта в єдиному векторі розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (24 - 25 вересня 2025 року). - Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2025. С. 66-68.

16. Мазаракі А., Бойко М., Босовська М. Трансформація туризму в Суспільстві 5.0 / Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2020. № 4 (132). С. 33–61. DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)03](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)03)

Романець Р.А.,

здобувачка фахової передвищої освіти

(м.хмельницький)

Науковий керівник: Авсієвич А.В.

доктор філософії в галузі права

(м. Хмельницький)

ПРАВА, ОБОВ'ЯЗКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ДОГОВОРУ ПЕРЕВЕЗЕННЯ: ТЕОРЕТИКО- ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Договір перевезення є одним із найважливіших інститутів цивільного права, оскільки забезпечує функціонування транспортної системи держави та безперервність економічного обороту. У сучасних умовах розвитку ринкових відносин транспортна діяльність має важливе значення для здійснення господарської діяльності, задоволення потреб населення та забезпечення ефективного переміщення вантажів, багажу і пасажирів. Саме тому належне правове регулювання договору перевезення виступає необхідною умовою стабільності цивільних правовідносин та захисту інтересів їх учасників.

Відповідно до положень Цивільного кодексу України, за договором перевезення одна сторона — перевізник — зобов'язується доставити пасажирів, вантаж, багаж або пошту до пункту призначення, а інша сторона — відправник або

пасажир — зобов'язується оплатити надані транспортні послуги. Договір перевезення належить до двосторонніх, оплатних та консенсуальних договорів, оскільки кожна зі сторін наділяється взаємними правами та обов'язками, а сам договір вважається укладеним із моменту досягнення згоди між сторонами щодо його істотних умов. [5]

Сутність договору перевезення полягає у наданні транспортної послуги, результатом якої є переміщення пасажирів або вантажу з одного місця в інше. Предметом договору виступає саме діяльність перевізника щодо здійснення перевезення, а не передача певного майна у власність. Особливістю договору перевезення є його публічний характер, оскільки перевізник, який здійснює перевезення транспортом загального користування, не має права безпідставно відмовити особі в укладенні договору за наявності можливості надати відповідні послуги.

Центральним суб'єктом договору перевезення є перевізник — професійний учасник транспортних правовідносин, який здійснює господарську діяльність у сфері надання транспортних послуг. Перевізником можуть бути державні, комунальні або приватні підприємства, які мають відповідну ліцензію та володіють транспортними засобами на законних підставах. Саме на перевізника покладається основний обсяг обов'язків щодо організації та належного здійснення перевезення. [4]

До основних обов'язків перевізника належить подання

транспортного засобу, який є технічно справним та придатним для здійснення перевезення. Перевізник зобов'язаний забезпечити належний стан транспортного засобу, своєчасно подати його під завантаження, дотримуватися встановлених строків доставки, гарантувати схоронність вантажу та безпеку пасажирів. У разі перевезення пасажирів перевізник також повинен забезпечити належний рівень обслуговування, створити безпечні та комфортні умови поїздки, а також надати пасажирам необхідну інформацію щодо маршруту та умов перевезення. Водночас законодавство надає перевізнику певні права, необхідні для належного виконання договору. Зокрема, перевізник має право відмовитися від прийняття вантажу у випадку порушення вимог щодо його упаковки, маркування чи оформлення супровідних документів. Таке право спрямоване на мінімізацію ризиків пошкодження вантажу та забезпечення безпеки перевезення. Крім того, перевізник має право вимагати своєчасної оплати провізної плати, а також компенсації додаткових витрат, пов'язаних із виконанням додаткових послуг. [3]

Іншою стороною договору перевезення виступає відправник вантажу або пасажир. Вантажовідправник зобов'язаний підготувати вантаж до перевезення відповідно до встановлених вимог, забезпечити належне пакування та маркування, надати необхідні транспортні документи та своєчасно здійснити оплату перевезення. Виконання цих

обов'язків має істотне значення для належного виконання договору та забезпечення безпечного транспортування вантажу. Права вантажовідправника полягають у можливості контролювати належність виконання перевізником своїх обов'язків. Зокрема, відправник має право відмовитися від транспортного засобу, який є непридатним для перевезення, змінити пункт призначення вантажу або визначити іншого вантажоодержувача у порядку, передбаченому законодавством та договором. [2]

Особливе місце у системі транспортних правовідносин займає пасажир як споживач транспортних послуг. Пасажир має право на безпечне та своєчасне перевезення, отримання місця відповідно до придбаного квитка, перевезення ручної поклажі та отримання повної інформації про умови поїздки. Законодавством також передбачено право пасажирів на повернення вартості квитка у разі відмови від поїздки чи скасування рейсу. Разом із правами пасажир має і певні обов'язки. До них належить своєчасна оплата вартості проїзду та дотримання правил користування транспортом. Недотримання встановлених правил може стати підставою для притягнення пасажирів до відповідальності або навіть для відмови у подальшому перевезенні. [3]

Важливим елементом договору перевезення є відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання договірних обов'язків. Відповідальність у сфері транспортних правовідносин має майновий характер та може

наставати у формі відшкодування збитків, сплати штрафів, пені або компенсації шкоди. Перевізник несе відповідальність за втрату, нестачу, псування чи пошкодження вантажу, а також за порушення строків доставки. У сфері пасажирських перевезень особливого значення набуває відповідальність перевізника за шкоду, завдану життю або здоров'ю пасажирів. Водночас відповідальність можуть нести і відправник або пасажир. Зокрема, вантажовідправник відповідає за неправильне оформлення транспортних документів, неналежне пакування вантажу чи подання небезпечного вантажу без повідомлення перевізника. Пасажир може бути притягнутий до відповідальності за порушення правил користування транспортом або пошкодження майна перевізника. [1, с. 228]

Таким чином, права, обов'язки та відповідальність сторін договору перевезення становлять основу транспортних правовідносин та забезпечують належне функціонування транспортної системи держави. Чітке визначення правового статусу учасників договору перевезення сприяє забезпеченню законності, стабільності цивільного обороту та ефективному захисту прав усіх учасників транспортних правовідносин. У сучасних умовах розвитку транспортної сфери особливого значення набуває вдосконалення механізму правового регулювання договору перевезення та підвищення ефективності юридичної відповідальності за порушення його умов.

Список використаних джерел та літератури:

1. Аврамова О.Є., Вакулович Е.В., Горбенко А.С. та ін.; за заг. ред. Жорнокуя Ю.М., Кухарєва О.Є. Цивільне право. Особлива частина : навч. посіб. / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків : ХНУВС, 2023. 420с.
2. Бабкін В.О. Договір перевезення: судова практика та проблеми реалізації. Юридичний вісник України. 2022. №3. С. 70–75.
3. Договір перевезення у цивільному праві України. Юридичний науковий електронний журнал. 2022. № 4. С. 112–116.
4. Правове регулювання транспортних перевезень в Україні / за ред. В. В. Луця. Київ : Алерта, 2019. 356 с.
5. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. Документ № 435-IV, (із наступними змінами та доповненнями, в редакції Закону України від 01.02.2026.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 07.03.26).

Смірнов Д.В.,

здобувач фахової передвищої освіти

(м.Хмельницький)

Науковий керівник: Шемерда О.В.,

викладач (м.Хмельницький)

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО РОЛЬ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

В умовах загальноекономічної кризи та глибоких структурних трансформацій соціально-економічні проблеми розвитку сільських територій в Україні істотно загострилися. Зниження рівня зайнятості, депопуляція села, відтік молоді до міст і за кордон, старіння сільського населення, недостатній розвиток соціальної та виробничої інфраструктури, обмежені можливості диверсифікації доходів домогосподарств зумовлюють необхідність пошуку альтернативних і водночас сталих напрямів розвитку сільської місцевості. За таких умов особливої актуальності набуває розвиток сільського зеленого туризму як ефективного інструменту сталого розвитку сільських територій, що поєднує економічні, соціальні та екологічні цілі розвитку [1; 4].

Проблематика розвитку сільського зеленого туризму та його впливу на соціально-економічний стан сільських територій широко висвітлюється в працях вітчизняних науковців.

Теоретичні та прикладні засади розвитку зеленого туризму досліджували Т. Кальна-Дубінюк, В. Гловацька, Т. Мазур, Г. Михайліченко, Н. Осипчук, Ю. Зінько, Н. Цвид та інші вчені. У їхніх працях наголошується на ролі зеленого туризму у забезпеченні зайнятості сільського населення, збереженні культурної спадщини, активізації підприємницької діяльності, формуванні позитивного іміджу сільських територій та підвищенні їх інвестиційної привабливості [1].

Метою статті є обґрунтування ролі зеленого туризму у забезпеченні сталого розвитку сільських територій, визначення його соціально-економічного, екологічного та культурного значення, а також окреслення перспектив і пріоритетних напрямів подальшого розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

У структурі туристичної галузі України порівняно нещодавно сформувався та динамічно розвивається напрям сільського зеленого туризму, який поєднує відпочинок у сільській місцевості з ознайомленням із традиційним способом життя, історико-культурною спадщиною та природними ресурсами регіонів. На відміну від масового туризму, зелений туризм орієнтований на індивідуальні та сімейні подорожі, екологічну безпеку, автентичність та локальну самобутність. Мальовничі українські села дедалі частіше стають привабливими для туристів, які прагнуть відновлення фізичних і духовних сил, спокою, тиші,

автентичних вражень і безпосереднього контакту з природою [2].

Сільський зелений туризм передбачає розміщення туристів у сільських садибах, агрооселях, етнографічних комплексах, фермерських господарствах із можливістю участі у традиційних господарських процесах, споживання екологічно чистих місцевих продуктів, ознайомлення з народними ремеслами, звичаями, обрядами та фольклором. Такий формат туризму сприяє не лише збереженню матеріальної й нематеріальної культурної спадщини, а й формує відповідальне ставлення до природного середовища, популяризує принципи екологічно орієнтованого способу життя [3].

Потенціал розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлений значною різноманітністю природних ландшафтів, наявністю гірських, лісових, річкових та рівнинних територій, багатством історико-культурної спадщини, етнографічною самобутністю регіонів і традиційною гостинністю сільського населення.

Особливо сприятливими для розвитку зеленого туризму є Карпатський регіон, Полісся, Поділля, Слобожанщина та південні регіони України. Запровадження туристичної діяльності в сільській місцевості сприяє диверсифікації економічної діяльності на селі, створенню альтернативних джерел доходів, зменшенню сезонного безробіття та активізації

підприємницької ініціативи місцевого населення [4].

Соціально-економічне значення зеленого туризму полягає у розширенні сфери зайнятості, зокрема для жінок, молоді та осіб старшого віку, які мають обмежені можливості працевлаштування в аграрному секторі. Розвиток туристичних послуг стимулює суміжні види діяльності, такі як транспорт, торгівля, громадське харчування, побутове обслуговування, ремісниче виробництво. Водночас зелений туризм позитивно впливає на розвиток місцевої інфраструктури, благоустрій сільських населених пунктів, підвищення якості життя та соціальної активності сільського населення [1].

Екологічний аспект зеленого туризму проявляється у раціональному використанні природних ресурсів, збереженні ландшафтів, мінімізації негативного антропогенного впливу та розвитку екологічної свідомості як туристів, так і місцевих жителів. Особливо перспективним є розвиток зеленого туризму на територіях національних і регіональних природних парків, біосферних резерватів, де рекреаційна діяльність поєднується з природоохоронними функціями та екологічною освітою населення [2; 3].

Важливою складовою зеленого туризму є його культурно-освітня роль, яка полягає у відродженні народних традицій, ремесел, свят, збереженні пам'яток історико-культурної спадщини та формуванні культурної ідентичності сільських громад. Безпосереднє спілкування з туристами

сприяє розширенню світогляду сільських мешканців, формуванню нових соціальних зв'язків, міжкультурному діалогу та позитивному іміджу сільських територій як простору для життя й відпочинку [3].

У контексті децентралізації та розвитку територіальних громад зелений туризм може стати одним із пріоритетних напрямів місцевого економічного розвитку. Органи місцевого самоврядування за умови належної підтримки підприємницьких ініціатив, розвитку туристичної інфраструктури, брендингу територій та залучення інвестицій здатні створити сприятливі умови для сталого функціонування сільського зеленого туризму. Водночас важливим є формування ефективної державної політики у сфері туризму, спрямованої на нормативно-правове забезпечення, фінансову підтримку та популяризацію зеленого туризму на національному й міжнародному рівнях [4].

Висновки. Розвиток сільського зеленого туризму є важливим чинником сталого розвитку сільських територій України, оскільки він забезпечує комплексний вплив на економічну, соціальну та екологічну сфери. Зелений туризм сприяє підвищенню зайнятості, зростанню доходів сільського населення, збереженню культурної та природної спадщини, розвитку соціальної інфраструктури та формуванню екологічно відповідальної моделі господарювання. У перспективі саме зелений туризм може стати одним із

ключових інструментів відродження українського села та забезпечення його сталого розвитку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Гловацька В. В. Роль зеленого туризму в забезпеченні зайнятості сільського населення // Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент. 2021. Вип. 315. С. 104–111.
2. Зінько Ю. В. Екотуризм і зелений туризм у контексті сталого розвитку регіонів України // Географія та туризм. 2021. Вип. 61. С. 37–44.
3. Кравців В. С., Гринів Л. С., Копач М. В. Сталий розвиток туризму в Україні : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2020. – 392 с.
4. Цвид Н. М. Розвиток сільського туризму в умовах децентралізації // Регіональна економіка. 2021. № 3. – С. 78–86.

Соловей І. С.,

кандидат економічних наук

(м. Бережани, тернопільська обл.)

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ КОНТРОЛЮ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Туризм як галузь економіки має комплексний характер і поєднує в собі елементи економічної, соціальної, культурної та гуманітарної діяльності. У сучасних умовах він розглядається не лише як сфера надання послуг, а як інструмент розвитку територій, активізації підприємницької діяльності та формування позитивного міжнародного іміджу держави. В Україні туристична галузь тривалий час розвивалася нерівномірно, що значною мірою було зумовлено недосконалістю системи державного регулювання та слабким контролем за діяльністю суб'єктів туристичного ринку.

Особливістю туристичної діяльності є її залежність від багатьох зовнішніх чинників, серед яких політична стабільність, економічна ситуація, стан інфраструктури та рівень правового забезпечення. У цих умовах держава виступає ключовим суб'єктом, який формує правове поле функціонування туристичної галузі та здійснює контроль за

дотриманням встановлених норм. Від ефективності державного впливу залежить якість туристичних послуг, рівень захисту прав туристів та загальний стан туристичного ринку, а також є необхідністю адаптації національного законодавства у сфері туризму до європейських стандартів, а також процесами децентралізації, що впливають на розподіл повноважень у сфері управління туризмом.

Державне регулювання туристичної діяльності є складовою загальної системи державного управління економікою та соціальною сферою. Воно охоплює комплекс заходів, спрямованих на формування правових, організаційних та економічних умов функціонування туристичної галузі. Туризм як міжгалузевий комплекс потребує особливого підходу до регулювання, оскільки включає діяльність підприємств різних форм власності та сфер господарювання.

У теоретичному аспекті державне регулювання туризму розглядається як форма цілеспрямованого впливу держави на туристичний ринок з метою досягнення суспільно значущих результатів. До таких результатів належать забезпечення доступності туристичних послуг, підвищення їх якості, збереження туристичних ресурсів та захист прав споживачів. При цьому держава поєднує регуляторні та стимулюючі функції.

Роль державного регулювання у туристичній сфері зумовлена також необхідністю запобігання негативним

наслідкам стихійного розвитку ринку. Без належного контролю туристична діяльність може призводити до перевантаження туристичних територій, погіршення екологічного стану та зниження рівня безпеки туристів. У цьому контексті державне регулювання виступає інструментом балансування економічних інтересів та суспільних потреб.

Водночас надмірне державне втручання може стримувати розвиток підприємництва у сфері туризму. Тому важливим завданням держави є забезпечення оптимального співвідношення між регулюванням і свободою господарської діяльності.

Нормативно-правова база туристичної галузі України формується сукупністю законів та підзаконних актів, які регулюють різні аспекти туристичної діяльності. Основні принципи правового регулювання туризму закріплені в Конституції України, яка гарантує свободу підприємницької діяльності та захист прав споживачів.

Центральне місце в системі правового забезпечення туристичної діяльності займає Закон України «Про туризм». Він визначає правові засади функціонування туристичного ринку, встановлює вимоги до суб'єктів туристичної діяльності та регламентує відносини між ними і туристами. Закон також визначає повноваження органів державної влади у сфері туризму та закріплює основні напрями державної туристичної політики. Туристи і екскурсанти, відповідно до

ст. 25 Закону України «Про туризм», наділені низкою прав, серед яких право на реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності. Туристична діяльність, яку забезпечують туристичні оператори, туристичні агенти, суб'єкти господарювання, що надають туристичні послуги, здійснюється, передусім, в інтересах туристів (екскурсантів, відвідувачів) шляхом забезпечення їх безпеки, охорони туристичних ресурсів і довкілля [1].

Регулююча функція держави у сфері туризму проявляється через низку заходів, що включають розробку і прийняття законів та підзаконних актів, які визначають порядок функціонування туристичної галузі, права і обов'язки суб'єктів ринку та захист прав туристів; встановлення умов провадження туристичної діяльності, зокрема ліцензування, сертифікацію, стандартизацію, дозвільну систему для здійснення туристичного супроводу, а також обмеження діяльності іноземних суб'єктів господарювання; створення сприятливих умов для розвитку туризму через спрощення і гармонізацію податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; і, крім того, впровадження правового механізму, який забезпечує державний контроль за діяльністю у туристичній сфері, виявлення порушень і

реагування на недоліки в роботі підприємств.

Значний вплив на правове регулювання туристичної діяльності мають підзаконні нормативно-правові акти, які деталізують положення закону. До них належать постанови Кабінету Міністрів України, що регулюють питання ліцензування туроператорської діяльності, фінансового забезпечення відповідальності туроператорів, а також порядок ведення державних реєстрів.

Важливу роль у правовому регулюванні туристичної галузі відіграють норми цивільного та господарського законодавства. Саме вони визначають правову природу договору на туристичне обслуговування, порядок його укладення та виконання, а також відповідальність сторін у разі порушення зобов'язань. Окрім базових нормативно-правових актів загального характеру, туристична діяльність в Україні регулюється спеціальними законами, що визначають засади функціонування галузі, напрями державної політики та механізми взаємодії між органами влади, суб'єктами туристичного ринку і споживачами туристичних послуг [2]. Поширеною в Україні є і судова практика: неналежне виконання туроператором умов договору в частині ненадання послуг трансферу (перевезення) із аеропорту до готелю може бути підставою для стягнення з нього моральної шкоди) [3]; турист має право відмовитись від одержання туристичних послуг у випадку суттєвих змін щодо місця і часу вильоту; відповідальність за завдані туристу збитки несе туроператор,

який не зміг забезпечити виконання істотних умов договору щодо перевезення [4]; видача перевізником відповідного квитка та багажної квитанції пасажиру свідчить про настання між ними договірних правовідносин, а тому у випадку відмови у перевезенні, скасування чи тривалої затримки рейсу відшкодування компенсації покладається саме на авіаперевізника [5].

Специфіка туристичного бізнесу полягає в комплектації турпродукту з різними видами сервісу – транспорту, харчування, розміщення, консульських служб тощо. Тобто правове регулювання туристичної діяльності має комплексний характер, бо будується на сукупності норм, які належать до підприємницького, фінансового, адміністративного та інших галузей права. Звідси велика кількість правових і нормативних документів, що регулюють туристичну діяльність. Загалом правові норми з питань туризму сьогодні містяться у понад 200 нормативних актах, які створюють відповідну систему вітчизняного туристичного законодавства [6, с. 73]

Попри це, нормативно-правова база туристичної галузі України має низку проблем, зокрема неузгодженість окремих положень та застарілі норми. Це ускладнює практичну реалізацію державної туристичної політики та негативно впливає на розвиток галузі.

Система правового регулювання має багаторівневу структуру, що поєднує загальні положення конституційного,

цивільного, господарського, адміністративного та кримінального законодавства зі спеціальними законами, які безпосередньо стосуються туризму [7]. Державне управління туристичною галуззю в Україні здійснюється системою органів виконавчої влади різних рівнів. Провідну роль у формуванні державної туристичної політики відіграє Кабінет Міністрів України, який визначає стратегічні напрями розвитку туризму та забезпечує координацію діяльності центральних органів виконавчої влади.

Центральний орган виконавчої влади, відповідальний за реалізацію державної політики у сфері туризму, виконує функції нормативно-правового регулювання, організаційного забезпечення та міжнародного співробітництва. До його завдань належить також аналіз стану туристичного ринку та розробка пропозицій щодо його розвитку.

На регіональному та місцевому рівнях управління туризмом здійснюється відповідними органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування. Вони відіграють важливу роль у розвитку туристичної інфраструктури, залученні інвестицій та популяризації туристичного потенціалу територій.

Від ефективності податкової політики залежить інвестиційна привабливість туристичного сектору, рівень конкурентоспроможності та фінансова стабільність підприємств [8].

Разом з тим система управління туристичною галуззю

України характеризується певною розпорошеністю повноважень. Відсутність чіткої координації між органами влади різних рівнів призводить до зниження ефективності реалізації державної туристичної політики.

Державний контроль у туристичній галузі є важливою складовою системи державного регулювання. Його основною метою є забезпечення дотримання вимог законодавства суб'єктами туристичної діяльності та захист прав туристів.

Основними формами державного контролю є ліцензування, нагляд, перевірки та застосування санкцій. Ліцензування туроператорської діяльності спрямоване на встановлення мінімальних вимог до суб'єктів ринку та забезпечення їхньої фінансової надійності. Проте на практиці ефективність ліцензування часто є недостатньою через формальний характер перевірок.

Контроль за дотриманням законодавства у сфері туризму здійснюється також шляхом планових і позапланових перевірок. Однак обмеженість ресурсів контролюючих органів та складність процедури притягнення до відповідальності знижують ефективність таких заходів.

Захист прав туристів є одним з ключових напрямів державної політики у сфері туризму. Турист як споживач туристичних послуг потребує особливого правового захисту, оскільки перебуває у залежному становищі від суб'єктів туристичної діяльності.

Держава встановлює вимоги до змісту договору на

туристичне обслуговування, визначає відповідальність туроператорів та турагентів, а також забезпечує контроль за дотриманням прав споживачів. Важливу роль у цьому процесі відіграють органи, що здійснюють контроль у сфері захисту прав споживачів.

Разом з тим рівень практичної реалізації механізмів захисту прав туристів залишається недостатнім. Туристи не завжди поінформовані про свої права, а процедури їх захисту є складними та тривалими.

Система правового забезпечення та державного контролю туристичної галузі України потребує подальшого вдосконалення. Основними проблемами є фрагментарність нормативної бази, недостатня координація органів влади та низька ефективність контрольних механізмів.

Перспективними напрямками вдосконалення є оновлення законодавства з урахуванням міжнародного досвіду, посилення ролі регіонів у формуванні туристичної політики та впровадження цифрових інструментів державного контролю. Гарантуючи кожному право на туризм, створюючи належні умови для здійснення туристичної діяльності, держава сприяє забезпеченню конституційних прав громадян на відпочинок, свободу пересування, безпечне для життя і здоров'я довкілля та інших прав [9, с.197].

Повільною є адаптація національного законодавства до стандартів Європейського Союзу, а це значно гальмує

процес інтеграції України у європейський туристичний простір. Недостатня імплементація міжнародних норм, зокрема у сфері якості туристичних послуг, захисту прав споживачів і сталого використання природно-культурних ресурсів, обмежує можливості підвищення конкурентоспроможності українських DESTINATION на світовому ринку [10], [11, с. 66].

Таким чином, державне регулювання та правові механізми контролю розвитку туристичної сфери в Україні є важливими чинниками забезпечення її стабільного функціонування. Чинна система правового забезпечення створює базові умови для здійснення туристичної діяльності, однак потребує подальшого вдосконалення.

Ефективний розвиток туристичної галузі можливий за умови комплексного підходу до реформування системи державного регулювання та контролю, що передбачає оновлення законодавства, підвищення ефективності управління та посилення захисту прав туристів.

Список використаних джерел і літератури:

1. Закон України «Про туризм» від 15.01.2015 № 124–VIII [Електронний ресурс].
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Долинська О.О. Нормативно-правове забезпечення

туристичної діяльності в Україні. *Економіка та суспільство*, 2025. № 79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-82>

3. Постанова Верховного Суду у складі колегії суддів Першої судової палати Касаційного цивільного суду від 30 жовтня 2019 року у справі № 761/35935/15-ц

4. Постанова Верховного Суду від 02 грудня 2020 року у справі 177/1522/17 (провадження № 61-14529св19)

5. Постанова Верховного Суду від 05 лютого 2020 року у справі № 243/9071/18 (провадження № 61-13650св19)

6. Леоненко Н.А. Правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України. *Публічне управління та митне адміністрування*, 2019. № 1 (20). С. 69-75. DOI <https://doi.org/10.32836/2310-9653-2019-1-69-75>

7. Канівець Л. А. Особливості правового регулювання Чорнобильського туризму. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2021. № 5. С. 107–110

8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-V. Верховна Рада України : офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2011. 268 с.

9. Григор'єва Х.А., Канівець Л.А. Забезпечення безпеки туризму і захисту прав туристів: окремі правові аспекти. *Юридичний науковий електронний журнал*. №2. 2024. С. 194-197. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-2/46>

10. Долинська О., Шоробура І., Біницька О.

Міжнародні договори та взаємовідносини у розвитку туризму. *Економіка та суспільство*, 2024, № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-30>

11. Podzigun, S. M., Korol I. V. Peculiarities of use of the international experience of the development management of tourism industry in Ukraine. *Науковий журнал «Економічні горизонти»*. 2017. № 1(2). С. 62–66.

Стецюк В. В.,
учитель
(м. Хмельницький)

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ПІДЛІТКІВ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

У сучасному світі соціалізація підлітків набуває особливої важливості, адже глобалізація, технологічні інновації, інформаційні потоки та зміна соціальних структур створюють абсолютно нове середовище формування особистості [3], [8].

Підліток сьогодні живе в багатовимірному просторі, де традиційні канали соціалізації — родина, школа, оточення — переплітаються з впливами цифрового світу, глобальної культури та змінених соціальних норм [2].

Процес соціалізації — це не просто механічне засвоєння норм і цінностей суспільства, а складна взаємодія індивіда із зовнішнім середовищем, що включає в себе не лише адаптацію, а й активне переосмислення отриманого досвіду [1]. У підлітковому віці ця взаємодія має особливу інтенсивність, адже підліток перебуває у стані активного пошуку ідентичності, власного місця у світі, формування світоглядних орієнтирів [9].

Роль родини у соціалізації підлітка залишається визначальною. Саме в родинному колі дитина отримує

перший досвід взаємодії, засвоює базові цінності, вчиться моделювати поведінку у соціальних ситуаціях [1], [4]. Проте сьогодні родини часто переживають трансформацію: зміна моделей виховання, економічні труднощі, міграційні процеси, а також активна участь обох батьків у професійній діяльності впливають на характер родинної взаємодії. Батьки мають адаптуватися до нових викликів, зберігаючи при цьому емоційний контакт і довіру у відносинах із підлітком.

Школа продовжує відігравати важливу роль у соціалізації молоді. Вона є не лише джерелом знань, а й середовищем розвитку соціальних навичок, формування громадянської свідомості та моральних орієнтирів [4]. Проте сучасна школа стикається з викликами, такими як перенавантаження програм, недостатня увага до розвитку емоційного інтелекту, конфлікти поколінь між педагогами і учнями [6]. Ефективна школа має створювати умови для партнерської взаємодії, де підліток почувається повноцінним учасником освітнього процесу.

Група однолітків у підлітковому віці набуває особливого значення. Саме у спілкуванні з ровесниками підліток апробує різні соціальні ролі, вчиться вирішувати конфлікти, співпрацювати, відстоювати власну думку або адаптуватися до групових норм [9]. Сьогодні важливо враховувати, що підліткові групи існують не тільки в реальному, але й у віртуальному просторі: соціальні мережі, форуми, чати формують нові типи взаємодії, які мають як

позитивні, так і ризиковані аспекти [6], [10].

Медіапростір став новим могутнім агентом соціалізації. Соціальні мережі, YouTube, TikTok, стрімінгові сервіси формують не лише інтереси, а й цінності, світогляд підлітків [6]. Через екран молодь отримує уявлення про красу, успіх, стосунки, громадянську позицію. Інфлюенсери та блогери стають новими рольовими моделями, що часто мають більший вплив на підлітка, ніж традиційні авторитети [10]. Водночас саме медіа нав'язують нереалістичні стандарти, що спричиняє зниження самооцінки, психологічний дискомфорт і навіть розвиток тривожних розладів серед молоді [5].

Соціалізація підлітків у сучасному цифровому середовищі має свої особливості [2], [10]. Інтернет відкрив нові можливості для самореалізації, навчання та комунікації. Підлітки сьогодні активно користуються соціальними мережами для спілкування, пошуку інформації, самовираження. Вони створюють власний контент, ведуть блоги, знімають відео, стають активними учасниками глобального інформаційного простору. Це дає їм змогу вийти за межі локального середовища, знайти однодумців по всьому світу, реалізувати власні проекти, отримати визнання.

Проте разом із позитивними можливостями цифрове середовище несе серйозні ризики. Соціальні мережі формують у підлітків ідеалізовані уявлення про життя, нав'язують недосяжні стандарти успіху, зовнішності, способу

життя. Постійне порівняння себе з іншими, прагнення до соціального схвалення через кількість лайків і підписників часто призводить до зниження самооцінки, розвитку тривожних розладів, депресії [5], [6]. Кібербулінг став ще одним небезпечним явищем, що серйозно впливає на психічне здоров'я підлітків [5].

Крім того, цифрове середовище ускладнює процес формування справжніх глибинних міжособистісних стосунків [2]. Віртуальне спілкування часто замінює реальну емоційну взаємодію, що може призводити до почуття самотності навіть за великої кількості віртуальних контактів. Багато підлітків стикаються з труднощами в реальному спілкуванні, втрачають навички ведення діалогу, вирішення конфліктів без агресії чи уникання.

Попри ці ризики, цифрове середовище надає сучасним підліткам унікальні можливості для розвитку. Вони вчаться працювати з великими обсягами інформації, розвивають навички креативного мислення, самостійного навчання, підприємництва [10]. Інтернет відкриває доступ до онлайн-курсів, міжнародних освітніх програм, грантів, волонтерських проєктів. Молодь має змогу долучатися до глобальних рухів, відстоювати свої права, виступати за екологію, права людини, гендерну рівність [7].

Глобалізація істотно змінює процес соціалізації підлітків [3], [8]. Вони з раннього віку стають учасниками глобального інформаційного простору, стикаються з

різноманіттям культур, ідей, моделей поведінки. Завдяки інтернету сучасний підліток може слухати музику з різних країн, дивитися фільми різними мовами, спілкуватися із ровесниками з інших континентів. Це розвиває толерантність, відкритість, гнучкість мислення [8].

Водночас глобалізація створює певні ризики для збереження національної ідентичності. Підлітки можуть відчувати втрату зв'язку зі своїми культурними коренями, знецінювати традиції та звичаї своєї країни, прагнути безоглядної інтеграції у глобальну масову культуру. Формується новий тип особистості — "глобальний громадянин", який легко адаптується до різних культурних контекстів, але іноді втрачає чітке усвідомлення власної культурної приналежності [3].

Збереження культурної ідентичності стає важливим завданням процесу соціалізації. Потрібно не лише знайомити підлітків із національною культурою, традиціями, історією, а й формувати усвідомлену гордість за своє походження [3].

У цьому процесі велика роль належить родині, школі, громадським організаціям, культурним інституціям.

Важливо створювати інтегровані освітні програми, де вивчення рідної культури поєднуватиметься із розвитком міжкультурної компетентності. Підлітки повинні навчитися цінувати власну культуру, водночас поважаючи інші [7].

У сучасному світі соціальна активність підлітків стає важливим чинником їхньої соціалізації [7], [9]. Молодь бере

участь у громадських організаціях, волонтерських проектах, екологічних ініціативах, захисті прав людини. Через активну участь у суспільному житті підлітки не лише формують почуття відповідальності та громадянську позицію, а й набувають практичних навичок співпраці, комунікації, лідерства.

Волонтерство є потужним каналом позитивної соціалізації. Беручи участь у допомозі нужденним, екологічних акціях, культурних заходах, підлітки вчать емпатії, самопожертві, розвивають почуття солідарності. Це допомагає їм краще усвідомити соціальні проблеми суспільства, зрозуміти значення активної громадянської позиції [7].

Участь у молодіжних об'єднаннях, дебатних клубах, студентських самоврядуваннях розвиває у підлітків навички організації, командної роботи, відповідальності за спільну справу. Підлітки навчаються впливати на процеси, що відбуваються у їхньому середовищі, брати участь у прийнятті рішень, відстоювати власні права й інтереси.

Особливо важливою є участь молоді у процесах демократизації суспільства. Підлітки повинні розуміти принципи демократії, прав людини, верховенства права, вміти захищати свої права мирними шляхами. Навчання громадянської активності повинно розпочинатися ще у школі через інтеграцію відповідних тем у навчальні програми, участь у шкільному самоврядуванні, симуляційних іграх типу

"модель ООН" [4], [7].

Таким чином, соціальна активність підлітків є не лише способом самореалізації, а й важливою школою відповідального громадянства. Через реальну участь у суспільному житті підлітки краще розуміють його механізми, відчувають себе його активними учасниками, а не пасивними спостерігачами.

Психічне здоров'я підлітків у сучасному світі стає все більш актуальною проблемою [5], [6]. Стрімкий темп життя, високі очікування суспільства, інформаційний тиск, постійне порівняння себе з іншими у соціальних мережах призводять до збільшення кількості випадків тривожних розладів, депресій, розладів харчової поведінки та інших психологічних проблем серед підлітків.

Важливо розуміти, що підлітковий вік сам по собі є кризовим періодом розвитку. Пошук ідентичності, прагнення до самостійності, зміна ролей у суспільстві — усе це супроводжується емоційною нестабільністю. Але в умовах сучасного інформаційного суспільства ця нестабільність ще більше загострюється [6].

Однією з важливих причин погіршення психічного здоров'я підлітків є недостатня сформованість навичок емоційної саморегуляції. Багато хто не вміє справлятися зі стресом, негативними емоціями, фрустрацією. Часто молодь уникає реальних соціальних контактів, замінюючи їх віртуальним спілкуванням, що лише поглиблює відчуття

самотності [5].

Шкільне середовище не завжди готове адекватно реагувати на виклики, пов'язані із психічним здоров'ям учнів. У багатьох випадках у школах бракує кваліфікованих психологів, відсутні програми розвитку емоційної компетентності, підтримки психічного благополуччя. Водночас учителі часто самі не мають достатніх навичок у сфері психологічної підтримки підлітків [4], [5].

Батьки також не завжди усвідомлюють важливість питання психічного здоров'я. Через брак знань або стереотипи, що пов'язують психологічні проблеми з "слабкістю", вони можуть ігнорувати тривожні сигнали, не звертатися за професійною допомогою, що тільки поглиблює проблему [5].

Профілактика психічних розладів у підлітків має включати системну роботу на різних рівнях: інформування молоді та дорослих, розвиток навичок емоційного самоменеджменту, створення підтримуючого шкільного середовища, доступ до психологічної допомоги. Підлітки повинні знати, що звертатися за допомогою — це нормально і важливо [5], [6].

Успішна соціалізація підлітків у сучасному світі вимагає об'єднання зусиль родини, школи, громади, держави [1], [7]. Сучасні виклики — цифровізація, глобалізація, зміна культурних норм, зростання психоемоційного навантаження — потребують нових підходів до виховання молодого

покоління.

Родина повинна залишатися першою опорою для підлітка, створювати атмосферу довіри, підтримки, розуміння [1]. Батьки мають бути готовими до відкритого діалогу, вчитися новому разом із дітьми, не відмовляючись від своєї виховної ролі, але адаптуючи її до сучасних умов. Важливо підтримувати прагнення підлітка до самостійності, допомагати йому формувати власні цінності, вчити критично оцінювати інформацію [4].

Школа повинна ставати не лише джерелом знань, але й середовищем розвитку особистості, громадянської активності, емоційної компетентності. Освітній процес має бути гнучким, інтегрувати різні форми навчання, проектну діяльність, волонтерство. Велике значення має наявність психологічної підтримки у школах, навчання вчителів основам роботи з підлітками у кризових ситуаціях [4], [6].

Громада і суспільство загалом повинні створювати умови для участі підлітків у суспільному житті, розвитку молодіжних ініціатив, підтримки творчості та підприємництва молоді [7]. Необхідно створювати платформи, де молодь могла б реалізовувати свої ідеї, брати участь у прийнятті рішень, відчувати свою важливість і вплив.

Держава повинна забезпечувати доступ до якісної освіти, медичної та психологічної допомоги, підтримувати молодіжні програми, розвивати інформаційні кампанії з

популяризації здорового способу життя, толерантності, активного громадянства [7], [8].

Соціалізація підлітків у сучасному світі — це процес, що вимагає гнучкості, відкритості до змін, готовності до співпраці між різними інституціями. Лише спільними зусиллями можна допомогти молоді успішно адаптуватися до складного і швидкозмінного світу, зберегти свою ідентичність і знайти своє місце у глобальному суспільстві [3], [9].

Список використаних джерел та літератури:

1. Бєлова, Н. В. (2018). Соціалізація підлітків у сучасному світі. Вісник психолого-педагогічних досліджень, 2(3), 25–34.
2. Іванова, А. М. (2021). Медіа та соціалізація підлітків: вплив соціальних мереж. Психологічні аспекти, 15(4), 76–82.
3. Ковальчук, І. О. (2019). Роль родини у соціалізації підлітків. Педагогіка і психологія, 7(1), 48–57.
4. Шевченко, В. І. (2020). Психічне здоров'я підлітків у цифровому середовищі. Психологія та суспільство, 4(2), 88–96.
5. Савченко, Л. С. (2022). Глобалізація та її вплив на соціалізацію молоді. Соціальні науки, 9(1), 112–119.
6. Маликова, С. П. (2023). Інтернет як середовище

соціалізації підлітків. Сучасні дослідження в галузі освіти, 5(3), 55–63.

7. Денисова, Т. С. (2017). Соціальна активність підлітків як складова їх соціалізації. Соціологічний журнал, 12(4), 78–85.

8. Петренко, Ю. В. (2021). Психологічна підтримка підлітків у школах. Шкільна психологія, 3(2), 49–55.

Шинкарук Г.О.,
викладач
(м. Хмельницький)

ЕКОТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ БІОРІЗНОМАНІТТЯ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

Анотація. У статті проаналізовано роль екологічного туризму як механізму сталого розвитку Хмельницької області. Досліджено взаємозв'язок між рекреаційною діяльністю та збереженням генофонду рідкісних видів флори і фауни в межах природно-заповідного фонду регіону. Розглянуто природно-ресурсний потенціал області, особливості функціонування екологічної мережі та вплив екотуристичної діяльності на стан природних екосистем. Обґрунтовано значення екотуризму як ефективного інструменту охорони біорізноманіття та запропоновано напрями оптимізації його розвитку.

Ключові слова: екотуризм, біорізноманіття, природно-заповідний фонд, сталий розвиток, екологічна мережа, Хмельницька область.

У ХХІ столітті проблема збереження біорізноманіття набуває глобального значення у зв'язку з інтенсивним антропогенним впливом на природні екосистеми. Хмельницька область, розташована в межах Волино-

Подільської височини, характеризується значним природним різноманіттям і є одним із важливих регіонів збереження біологічного різноманіття в Україні. Особливою природною цінністю відзначається територія національного природного парку «Подільські Товтри», яка є унікальним осередком флори і фауни [1].

Водночас активний розвиток туристичної діяльності створює додаткове навантаження на природні екосистеми, що проявляється у деградації ґрунтового покриву, знищенні рідкісних видів та порушенні екологічної рівноваги. У таких умовах виникає необхідність пошуку ефективних механізмів поєднання туристичної діяльності та збереження довкілля. Одним із таких механізмів є екотуризм, який базується на принципах сталого розвитку та відповідального природокористування [2].

Проблематика розвитку екотуризму та збереження біорізноманіття знайшла відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених. Зокрема, питання сталого туризму досліджено у працях А. П. Ковальчука [2]. Сучасний стан біорізноманіття України висвітлено у роботах М. Ф. Бойка [3]. Значну увагу практичним аспектам екотуризму приділено у дослідженні М. Honey [4]. Регіональні особливості екологічного стану територій відображено в екологічному паспорті Хмельницької області [1] та сучасних наукових дослідженнях природно-заповідного фонду [3].

Метою статті є аналіз потенціалу екологічного

туризму як механізму збереження біорізноманіття Хмельницької області та обґрунтування практичних рекомендацій щодо його впровадження в межах природно-заповідного фонду.

Хмельницька область володіє значним природно-ресурсним потенціалом, що створює сприятливі умови для розвитку екотуризму. Регіон характеризується високим рівнем ландшафтного та біотичного різноманіття, що зумовлено поєднанням лісових, степових, лучних і водно-болотних екосистем [1].

Флора області налічує понад 1500 видів рослин, а фауна представлена численними видами птахів, ссавців і безхребетних. Важливою особливістю є наявність понад 200 видів рослин і тварин, занесених до Червоної книги України [3]. Значна частина цих видів зосереджена в межах природно-заповідного фонду.

Особливе значення мають такі природоохоронні території:

- національний природний парк «Подільські Товтри» — один із найбільших центрів біорізноманіття регіону;
- водно-болотні угіддя міжнародного значення (Бакотська затока, пониззя р. Смотрич);
- природні комплекси Полісся і лісостепу, зокрема території НПП «Мале Полісся» [5].

Регіональна екологічна мережа включає природні ядра, екологічні коридори та буферні зони, що забезпечують

міграцію видів і збереження генетичного різноманіття [1].

Разом із тим розвиток стихійного туризму негативно впливає на стан природних екосистем. Основними наслідками є витоптування рослинності, зменшення чисельності популяцій рідкісних видів та порушення екосистемних зв'язків [1].

Екотуризм є формою природоорієнтованого туризму, що передбачає мінімальний вплив на довкілля та сприяє його збереженню [4]. Основними принципами екотуризму є відповідальне природокористування, екологічна освіта та підтримка природоохоронних територій.

Екотуризм виконує такі функції:

- екологічну (збереження природних ресурсів);
- економічну (фінансування природоохоронних заходів);
- соціальну (розвиток місцевих громад);
- освітню (формування екологічної свідомості) [2;4].

Системний підхід до організації екотуризму передбачає:

- функціональне зонування територій;
- створення екологічних стежок;
- розвиток інфраструктури;
- впровадження просвітницьких програм [2].

Особливого значення набуває розвиток наукового туризму, який передбачає участь туристів у спостереженнях за природними процесами. Це сприяє накопиченню наукових

даних і формуванню екологічної культури населення [4].

Водночас розвиток екотуризму стримується низкою проблем:

- недостатній рівень інфраструктури;
- ризик перевантаження природних територій;
- низький рівень екологічної свідомості населення

[1;2].

Для підвищення ефективності екотуризму необхідно:

- розвивати екологічні маршрути;
- впроваджувати моніторинг довкілля;
- підвищувати екологічну освіту;
- залучати місцеві громади;
- забезпечувати фінансування природоохоронних

заходів [2;5].

Висновки. Екотуризм є ефективним інструментом збереження біорізноманіття Хмельниччини, який поєднує природоохоронні та соціально-економічні функції. Його розвиток сприяє зменшенню антропогенного впливу на природні екосистеми, підвищенню екологічної свідомості населення та забезпеченню сталого використання природних ресурсів.

Впровадження принципів екотуризму дозволяє перетворити природно-заповідний фонд на ефективну систему, де збереження біорізноманіття стає основою економічного розвитку регіону. Такий підхід відповідає сучасним вимогам сталого розвитку та європейським

екологічним стандартам.

Список використаних джерел та літератури:

1. Екологічний паспорт Хмельницької області / Департамент природних ресурсів та екології Хмельницької ОДА. Хмельницький, 2025.
2. Ковальчук А. П. Сталий туризм як фактор збереження природної спадщини: монографія. Київ: Наука, 2024.
3. Бойко М. Ф. Біорізноманіття України: сучасний стан і перспективи збереження. Київ: Наукова думка, 2019.
4. Наукові праці НПП «Подільські Товтри». Кам'янець-Подільський, 2023.

Шемерда В.Є.,
здобувач фахової передвищої освіти
(м.Хмельницький)
Науковий керівник: Кіщенко Б.М.,
викладач
(м.Хмельницький)

ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено роль віртуальних турів і технологій доповненої реальності як інноваційних інструментів популяризації туристичних об'єктів і формування позитивного іміджу регіонів України. Проаналізовано вплив цифрових туристичних продуктів на прийняття туристичних рішень, розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, а також на конкурентоспроможність регіонів у цифровому середовищі.

Визначено основні чинники формування іміджу регіону як віртуальної туристичної дестинації, окреслено ризики впровадження віртуального туризму та напрями його державної й регіональної підтримки. Обґрунтовано значення інтеграції віртуальних турів і AR-технологій у регіональні стратегії розвитку туризму.

Ключові слова: *віртуальний туризм, віртуальні тури,*

*доповнена реальність, цифровізація туризму, туристична
дестинація, імідж регіону, туристична привабливість.*

Цифровізація суспільства та стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій суттєво трансформують туристичну індустрію, змінюючи способи презентації туристичних ресурсів і взаємодії з потенційними споживачами туристичних послуг [1]. У сучасних умовах турист дедалі частіше приймає рішення про подорож, спираючись на візуальні, інтерактивні та мультимедійні матеріали, доступні в цифровому середовищі [2]. У цьому контексті особливого значення набувають віртуальні тури та технології доповненої реальності, які розширюють можливості популяризації туристичних об'єктів і дестинацій.

Для України, що характеризується значним історико-культурним і природно-рекреаційним потенціалом, розвиток віртуального туризму є актуальним інструментом підвищення туристичної привабливості регіонів, формування позитивного міжнародного іміджу та адаптації туристичної галузі до глобальних викликів, зокрема безпекових, економічних і логістичних обмежень [3].

Метою статті є дослідження впливу віртуальних турів і технологій доповненої реальності на формування позитивного іміджу регіонів України та зростання їх туристичної привабливості, а також визначення основних умов ефективного впровадження цифрових туристичних продуктів у регіональний розвиток.

Віртуальний туризм доцільно розглядати як інноваційну форму туристичної діяльності, що забезпечує дистанційний доступ до туристичних об'єктів за допомогою панорамних зображень, тривимірного моделювання, відеоекскурсій та інтерактивних елементів [2]. Віртуальні тури виконують функцію попереднього ознайомлення з туристичною дестинацією, дозволяють сформувати первинне уявлення про регіон, знизити інформаційну невизначеність і вплинути на мотивацію туриста щодо реального відвідування [4].

На відміну від традиційних рекламних матеріалів, віртуальні тури створюють ефект присутності, сприяють емоційному залученню користувачів і формують довіру до туристичного продукту [1]. Для туристичних підприємств, музеїв, закладів культури та готельно-ресторанного бізнесу вони є ефективним інструментом маркетингової комунікації, що дозволяє розширити аудиторію та підвищити конкурентоспроможність у цифровому просторі [4].

Особливого значення віртуальний туризм набуває для регіонів із недостатнім рівнем туристичної впізнаваності, складною транспортною доступністю або обмеженими фінансовими ресурсами для традиційної реклами [3]. Формування іміджу регіону як віртуальної туристичної дестинації потребує цілеспрямованої політики, що враховує як внутрішні, так і зовнішні чинники [3].

Формування позитивного іміджу регіону в цифровому

середовищі має базуватися на принципах достовірності, орієнтації на унікальні ресурсні переваги території, урахування мотивацій туристів і системності реалізації іміджевої політики [3]. Дотримання цих принципів підвищує ймовірність трансформації віртуального інтересу в реальний туристичний потік.

Важливим елементом цифрової трансформації туризму є технології доповненої реальності, які поєднують фізичний простір туристичних об'єктів із цифровими інформаційними шарами. AR-технології дозволяють підвищити пізнавальну цінність туристичного продукту та сприяють персоналізації туристичного досвіду [4].

Водночас розвиток віртуального туризму супроводжується низкою ризиків, серед яких макроекономічні, технологічні та фінансові. Недостатній рівень цифрової інфраструктури й обмежені інвестиційні можливості стримують упровадження інновацій, що зумовлює необхідність державної та регіональної підтримки [5].

Світова практика свідчить, що формування іміджу туристичних дестинацій у цифровому середовищі значною мірою є сферою відповідальності органів державної влади [2]. Інвестиції у цифрові туристичні продукти мають довгостроковий кумулятивний ефект і сприяють зростанню туристичних потоків та доходів місцевих бюджетів [1].

Висновки. Отже, віртуальні тури та технології

доповненої реальності є перспективними інструментами популяризації туристичних об'єктів і підвищення туристичної привабливості регіонів України [3]. Їх використання сприяє цифровій трансформації туристичної галузі, формуванню позитивного іміджу територій і зміцненню конкурентних позицій України на світовому туристичному ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бугайчук К. Л., Мельник О. М. Цифрові технології як чинник трансформації туристичної галузі // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2021. – № 2. – С. 98–106.
2. Кифяк В. Ф., Кифяк О. В. Цифровізація туризму в Україні: сучасні тенденції та перспективи розвитку // Економіка та держава. – 2022. – № 6. – С. 45–51.
3. Прокопенко О. В., Омельченко В. А. Туристичний імідж регіонів України в умовах цифрової трансформації // Регіональна економіка. – 2023. – № 1. – С. 72–78.
4. Савіцька О. П. Використання технологій доповненої реальності у сфері туризму // Туризм і гостинність. – 2020. – № 4. – С. 33–38.

Шемерда О.В.,
викладач
(м.Хмельницький)

АДАПТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ

Анотація. У статті розглянуто питання адаптації туристичної інфраструктури для людей з інвалідністю як важливого напрямку розвитку сучасного інклюзивного туризму. Проаналізовано сутність доступності туристичних послуг, визначено основні складові безбар'єрного середовища та принципи універсального дизайну. Окреслено ключові проблеми розвитку інклюзивного туризму в Україні, зокрема недостатній рівень інфраструктурної адаптації, обмежене фінансування та низький рівень інформаційної доступності. Визначено соціально-економічне значення доступного туризму та перспективи його розвитку.

Ключові слова: інклюзивний туризм, доступність, туристична інфраструктура, люди з інвалідністю, безбар'єрне середовище, адаптація, соціальна інтеграція.

У сучасному світі туризм виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку держав і водночас є засобом реалізації прав людини на відпочинок, пересування та пізнання світу. Однією з ключових тенденцій

розвитку туристичної галузі є формування інклюзивного середовища, яке забезпечує рівні можливості для всіх категорій населення, зокрема для людей з інвалідністю. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема адаптації туристичної інфраструктури до потреб маломобільних груп населення.

Актуальність теми зумовлена необхідністю забезпечення безбар'єрного доступу до туристичних послуг, що відповідає сучасним міжнародним стандартам і принципам сталого розвитку. За даними міжнародних організацій, значна частина населення світу має ті чи інші обмеження життєдіяльності, що обмежує їх участь у туристичних подорожах через відсутність належної інфраструктури [5]. В Україні питання інклюзії також набуває особливого значення в умовах соціальних трансформацій і євроінтеграційних процесів.

Метою статті є дослідження особливостей адаптації туристичної інфраструктури для людей з інвалідністю, визначення основних проблем і перспектив розвитку інклюзивного туризму в Україні.

Питання розвитку інклюзивного туризму та доступності туристичних послуг досліджували як українські, так і зарубіжні науковці. Серед вітчизняних учених варто відзначити О.О. Любіцеву, М.П. Мальську, В.В. Худо, які розглядали питання розвитку туристичної інфраструктури та організації туристичної діяльності [1; 2]. Проблеми

доступності середовища та соціальної інтеграції осіб з інвалідністю досліджували В.Ф. Кифяк, І.В. Смаль та інші науковці [3; 4]. Зарубіжні дослідження акцентують увагу на концепції «туризму для всіх» як важливому напрямі сучасної туристичної політики [5].

Туристична інфраструктура охоплює сукупність об'єктів і послуг, які забезпечують функціонування туристичної діяльності, зокрема транспорт, засоби розміщення, заклади харчування, інформаційні служби та об'єкти дозвілля. Для людей з інвалідністю важливою є не лише наявність таких об'єктів, а й їхня доступність, безпечність і зручність використання.

Адаптація туристичної інфраструктури передбачає створення умов, які забезпечують безперешкодний доступ до всіх елементів туристичного середовища. Це включає облаштування пандусів, ліфтів, тактильних доріжок, спеціальних інформаційних табличок, адаптованих санітарних приміщень, а також підготовку персоналу до роботи з людьми з особливими потребами. Важливою складовою є також доступність транспорту, що забезпечує можливість подорожування без обмежень.

Одним із ключових принципів інклюзивного туризму є універсальний дизайн, який передбачає створення середовища, придатного для використання всіма людьми без необхідності додаткової адаптації. Такий підхід дозволяє не лише покращити умови для людей з інвалідністю, а й

підвищити комфорт для всіх туристів.

Незважаючи на позитивні тенденції, розвиток інклюзивного туризму в Україні стикається з низкою проблем. Серед них — недостатній рівень адаптації туристичних об'єктів, обмежене фінансування, відсутність єдиних стандартів доступності та недостатня обізнаність суб'єктів туристичної діяльності щодо потреб людей з інвалідністю. Крім того, часто спостерігається формальний підхід до створення безбар'єрного середовища, що не забезпечує реальної доступності [6].

Важливою проблемою є також недостатній розвиток інформаційної інфраструктури. Люди з інвалідністю часто не мають доступу до повної та достовірної інформації про рівень доступності туристичних об'єктів, що ускладнює планування подорожей.

Разом з тим, розвиток інклюзивного туризму має значний соціально-економічний потенціал. Забезпечення доступності туристичних послуг сприяє розширенню цільової аудиторії, підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій і зростанню доходів галузі. Крім того, це сприяє соціальній інтеграції людей з інвалідністю, підвищенню їх якості життя та реалізації основних прав і свобод.

У міжнародній практиці питання доступності туризму активно підтримується на державному рівні. Багато країн впроваджують спеціальні програми розвитку інклюзивного

туризму, розробляють стандарти доступності та здійснюють контроль за їх дотриманням. Україна також поступово інтегрує ці підходи, зокрема в рамках реалізації концепції безбар'єрності.

Перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні пов'язані з удосконаленням нормативно-правової бази, залученням інвестицій, підвищенням рівня обізнаності суспільства та впровадженням сучасних технологій. Важливим є також розвиток партнерства між державою, бізнесом і громадськими організаціями.

Отже, адаптація туристичної інфраструктури для людей з інвалідністю є необхідною умовою формування сучасного конкурентоспроможного туристичного середовища. Вона сприяє забезпеченню рівного доступу до туристичних послуг, розвитку інклюзивного суспільства та підвищенню якості життя населення. Подальший розвиток цього напрямку потребує комплексного підходу, який включає вдосконалення інфраструктури, підготовку кадрів, інформаційну підтримку та державне регулювання.

Висновки. Адаптація туристичної інфраструктури для людей з інвалідністю є важливим напрямом розвитку сучасного туризму. Вона забезпечує реалізацію принципів рівності та доступності, сприяє соціальній інтеграції та відкриває нові можливості для розвитку туристичної галузі. В Україні існує значний потенціал для розвитку інклюзивного туризму, однак його реалізація потребує системних змін,

інвестицій і підвищення рівня відповідальності всіх учасників туристичного процесу.

Список використаних джерел та літератури:

1. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху. К.: Київський університет, 2018. 335 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 368 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги–ХХІ, 2017. 304 с.
4. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу та України. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2019. 336 с.
5. Міністерство соціальної політики України. Безбар'єрність та інклюзія: державна політика та практика. К., 2021.
6. Державна служба статистики України. Туризм в Україні: статистичний збірник. К., 2023.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Авсієвич Алла Валеріївна – доктор філософії в галузі права, декан гуманітарно-економічного факультету, доцент кафедри права та правоохоронної діяльності Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Антошкова Наталія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету (м. Хмельницький).

Барановський Микола Олександрович – добувач фахової передвищої освіти 2 курсу спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Бондар Ярослав Андрійович – студент 14 групи «Електромеханік з ремонту та обслуговування лічильно-обчислювальних машин» Хмельницький професійний ліцей електроніки (м. Хмельницький).

Борбуцький Петро Володимирович – здобувач фахової передвищої освіти спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління

персоналом» (м.Хмельницький).

Мерчанський Володимир Вікторович – кандидат економічних наук, доцент Державного біотехнологічного університету (м. Харків).

Джурік Анджеліна Юрївна – здобувачка фахової передвищої освіти спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький)

Коломієць Олена Миколаївна – кандидат філологічних наук, доцент, В.о завідувача кафедри туризму, рекреації та фундаментальної підготовки Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Кримська Олена Миколаївна – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Психологія» Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Лівшун Світлана Володимирівна – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Психологія» Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Левчук Петро Валерійович – здобувач фахової передвищої освіти 2 курсу спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового

коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Мовчан Петро Петрович – здобувач фахової передвищої освіти 2 курсу спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Мондрук Кристина Вадимівна – здобувачка фахової передвищої освіти 2 курсу спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Хмельницький).

Пасічник Анастасія Андріївна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 «Туризм і рекреація» Державного біотехнологічного університету. (м. Харків).

Романець Руслана Анатоліївна – здобувачка фахової передвищої освіти спеціальності «Право» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький)

Смірнов Дмитро Віталійович – здобувач фахової передвищої освіти спеціальності «Туризм та рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький)

Соловей Ірина Степанівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри гуманітарної освіти і туризму. Відокремлений підрозділ національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут» м. Бережани (м. Тернопіль).

Стецюк Вікторія Вікторівна – учитель української мови і літератури Хмельницького ліцею № 15 імені Олександра Співачука. Вчитель вищої категорії (м. Хмельницький)

Шемерда Володимир Євгенович – здобувач фахової передвищої освіти спеціальності «Туризм і рекреація» Хмельницького економіко-правового фахового коледжу ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (м.Хмельницький)

Шемерда Олена Василівна – викладач кафедри туризму та фундаментальної підготовки Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (м.Хмельницький)

Шинкарук Ганна Олександрівна – спеціаліст II категорії, викладач біології та хімії Хмельницький професійний ліцей електроніки (м. Хмельницький).

Туризм ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во МАУП, 2026. Вип. 10. 158 с.

Туризм ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во МАУП, 2026. Вип. 10. 158 с.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ
НДДКР УкрІНТЕІ: 0123U104487

**З 171 Туризм ХХІ століття : проблеми та перспективи : зб. наук. пр. /
гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во МАУП, 2026. Вип. 10.
158 с.**

*За достовірність фактів, назв, посилань на літературні джерела
відповідальність несуть автори. Редколегія не завжди поділяє їхні
погляди.*

Зображення на обкладинці взято з мережі Internet

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №3262 від 26.08.2008 р.



Хмельницький інститут
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
29015, м. Хмельницький, проспект Миру 101-А
Тел.: (0382) 78-94-67
Ел. адреса: hitaup@ukr.net
www.km.taup.com.ua

Здано в набір 27 травня 2026 р.
Підписано до друку 27 травня 2026 р.
Формат 60x84 1/16. Гарн. Times. Ум. друк. арк. 2,4.
Друк офсетний. Папір офсетний. Тираж 200 прим.



Хмельницький інститут

Міжрегіональної Академії управління персоналом

e-mail: himaup@ukr.net, офіційний сайт: www.km.maup.com.ua