

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Гуманітарний факультет
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Виконав: здобувач вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-212

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Ярослав ОЛОНЕЦЬ

Керівник: д.е.н., професор Тетяна ШЕЛЕМЕТЬЄВА

Рецензент: к.е.н., доцент Вікторія ПОПОВА

Запоріжжя – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«12» лютого 2026 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ
ОЛОНЦА Ярослава Віталійовича

1. Тема роботи (проекту) ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ
МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ _____,
керівник роботи (проекту) ШЕЛЕМЕТЬЄВА Тетяна Вячеславівна, д.е.н., професор _____,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 11 лютого 2026 року № 48
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2026 р. _____
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано офіційні видання Верховної Ради
України та органів виконавчої влади, Міністерства розвитку громад та територій України,
Державної агенції розвитку туризму України, статистичні дані Державної служби
статистики України, монографії, наукові публікації щодо дослідження розвитку міського
туризму, Інтернет-ресурси.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні основи міського туризму. 2) Дослідження особливостей функціонування
міського туризму в Україні в умовах війни. 3) Перспективи та напрями розвитку міського
туризму в Україні.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 11 таблиць, 4 рисунки

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор кафедри ТГРБ	12.02.2026	02.04.2026
2	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор кафедри ТГРБ	12.02.2026	16.04.2026
3	ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., професор кафедри ТГРБ	12.02.2026	30.04.2026
Нормо контроль	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	12.05.2026

7. Дата видачі завдання 12 лютого 2026 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	12.02.2026	виконано
2	Вивчення літературних джерел	15.02-10.03.2026	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	11.03-17.03.2026	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	18.03-31.03.2026	виконано
5	Виконання першого розділу	02.04.2026	виконано
6	Виконання другого розділу	16.04.2026	виконано
7	Виконання третього розділу	30.04.2026	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02.05.2026	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	09.05.2026	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2026	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2026	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2026	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	19.05.-26.05.2026	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.06.2026	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	05.06.-30.06.2026	виконано

Здобувач вищої освіти

_____ (підпис)

Ярослав ОЛОНЕЦЬ

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

Тетяна ШЕЛЕМЕТЬЄВА

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження особливостей функціонування міського туризму в Україні в умовах війни та розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку і відновлення галузі.

Об'єкт дослідження: міський туризм.

Предмет дослідження: процеси функціонування, адаптації та розвитку міського туризму в Україні під впливом воєнних умов.

Методи дослідження: аналізу і синтезу; порівняльний; статистичний; метод узагальнення; системний підхід; метод прогнозування; графічний метод.

Інформаційна база дослідження: офіційні видання Міністерства розвитку громад та територій України, ДАРТ, статистичні дані Державної служби статистики України, монографії, наукові публікації щодо дослідження розвитку міського туризму, Інтернет-ресурси.

Практичне значення результатів: результати можуть бути використані для підвищення ефективності функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану.

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2026» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 13 – 17 квітня 2026 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

Обсяг. Загальний обсяг – 81 сторінка, основна частина – 71 сторінка.

Графічний матеріал. Робота містить 11 таблиць та 4 рисунки.

АНОТАЦІЇ

ОЛОНЕЦЬ Ярослав. Особливості функціонування та розвитку міського туризму в Україні в умовах війни. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У кваліфікаційній роботі охарактеризовано теоретичні основи міського туризму; досліджено особливості функціонування міського туризму в Україні в умовах війни; визначено перспективи та напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни. Актуальність роботи зумовлена зниженням безпекової привабливості міст та необхідністю пошуку нових підходів до відновлення і розвитку галузі. Практичне значення результатів: результати можуть бути використані для підвищення ефективності функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану.

Ключові слова: міський туризм, туристична галузь, туристичний бізнес, воєнний стан, війна в Україні, розвиток туризму, функціонування туризму.

OLONETS Yaroslav. Features of the functioning and development of urban tourism in Ukraine during wartime. – Qualifying work.

In the qualification thesis, the theoretical foundations of urban tourism are characterized; the peculiarities of the functioning of urban tourism in Ukraine under wartime conditions are studied; and the prospects and directions for the development of urban tourism in Ukraine under wartime conditions are identified. The relevance of the study is determined by the declining safety attractiveness of cities and the need to search for new approaches to the recovery and development of the industry. The practical significance of the results lies in the fact that they can be used to improve the efficiency of urban tourism functioning in Ukraine under martial law conditions.

Keywords: urban tourism, tourism industry, tourism business, martial law, war in Ukraine, tourism development, tourism functioning.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

% – відсоток

ВВП – валовий внутрішній продукт

ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму України

грн. – гривня

км. – кілометр

л. – літр

м. – місто

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

ос. – особи

ООН – Організація Об'єднаних Націй

р. – рік

табл. – таблиця

тис. – тисяча

т.ч. – тому числі

SWOT – strength, weaknesses, opportunities, threats

PEST – political, economic, social, technological

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Сутність, поняття та функції міського туризму	11
1.2. Фактори розвитку міського туризму та особливості його формування	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	28
2.1. Трансформація міського туризму в Україні під впливом воєнних дій	28
2.2. Проблеми функціонування міського туризму в умовах війни	42
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	55
3.1. Адаптаційні та інноваційні напрями розвитку міського туризму в кризових умовах	55
3.2. Розробка міського туристичного маршруту «Шлях козацької слави»	61
ВИСНОВКИ	69
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	72
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність теми дипломної роботи зумовлена глибокими трансформаціями туристичної галузі під впливом воєнних дій, що призвели до зміни туристичних потоків, зниження безпекової привабливості міст та порушення сталого функціонування міського туризму. В умовах війни особливої значущості набуває теоретичне осмислення сутності, функцій та факторів розвитку міського туризму, оскільки саме вони формують основу для розуміння сучасних змін у галузі. Дослідження цих аспектів є необхідним для визначення ключових характеристик міського туризму та чинників, що впливають на його розвиток у кризових умовах. Водночас воєнний стан спричинив суттєву трансформацію міського туризму в Україні, змінивши його структуру, напрями розвитку та загальні умови функціонування. Це актуалізує необхідність аналізу сучасного стану галузі, виявлення основних проблем та обмежень її розвитку. Особливо важливим є дослідження перспектив відновлення та подальшого розвитку міського туризму, зокрема через впровадження адаптаційних та інноваційних підходів, а також розробку конкретних туристичних маршрутів, що можуть сприяти активізації внутрішнього туризму навіть в умовах воєнного стану. Таким чином, актуальність роботи визначається необхідністю комплексного аналізу теоретичних засад, сучасного стану та перспектив розвитку міського туризму в Україні в умовах війни з метою вироблення практичних рекомендацій щодо його відновлення та підвищення ефективності функціонування.

Аналіз сучасних наукових праць свідчить, що проблема розвитку туризму в Україні в умовах війни є актуальною та активно досліджується у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі. Значна частина досліджень присвячена трансформації туристичної галузі під впливом воєнних дій, зміні туристичних потоків та адаптації галузі до кризових умов. У роботі С. Пасеки та М. Пісецького відзначається, що повномасштабна війна призвела до структурних змін у туризмі України, зокрема до переорієнтації потоків у

безпечні регіони, розвитку внутрішнього туризму та зменшення міжнародного туристичного попиту [1]. Окрему увагу науковці приділяють втратам туристичної інфраструктури та культурної спадщини, що суттєво впливає на функціонування міського туризму [2]. У сучасних дослідженнях також підкреслюється, що туристична система України в умовах війни зазнала трансформації та частково переорієнтувалася на нові функції, зокрема гуманітарну допомогу, відновлення громад і підтримку соціальної стійкості регіонів [3]. Це свідчить про розширення ролі туризму за межі традиційної рекреаційної функції. Також у науковій літературі аналізуються питання цифровізації туристичної сфери, розвитку онлайн-платформ та нових форматів міського туризму, що дозволяють частково компенсувати обмеження, спричинені війною. Окремі дослідження підкреслюють важливість інноваційних підходів до відновлення туристичної активності міст і формування нових туристичних продуктів.

Таким чином, аналіз наукових публікацій показує, що проблема функціонування міського туризму в Україні в умовах війни є багатогранною та охоплює питання трансформації галузі, безпеки, інфраструктурних втрат, розвитку внутрішнього туризму та інноваційних підходів до його відновлення. Водночас комплексні дослідження саме міського туризму в кризових умовах залишаються недостатньо розробленими, що підтверджує актуальність обраної теми дипломної роботи.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження особливостей функціонування міського туризму в Україні в умовах війни та розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку і відновлення галузі.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- охарактеризувати теоретичні основи міського туризму;
- дослідити особливості функціонування міського туризму в Україні в умовах війни;

– визначити перспективи та напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни.

Об’єктом дослідження є міський туризм.

Предметом дослідження є процеси функціонування, адаптації та розвитку міського туризму в Україні під впливом воєнних умов.

Методи дослідження: аналізу і синтезу; порівняльний; статистичний; метод узагальнення; системний підхід; метод прогнозування; графічний метод.

Інформаційну базу дослідження становлять: офіційні видання Міністерства розвитку громад та територій України, ДАРТ, статистичні дані Державної служби статистики України, монографії, наукові публікації щодо дослідження розвитку міського туризму, Інтернет-ресурси.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання для підвищення ефективності функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану. Запропоновані підходи можуть бути застосовані органами місцевого самоврядування та суб’єктами туристичної діяльності для адаптації туристичних послуг до сучасних умов. Результати дослідження сприятимуть розробці нових міських туристичних маршрутів і активізації внутрішнього туризму.

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2026» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 13 – 17 квітня 2026 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Особливості функціонування та розвитку міського туризму в Україні в умовах війни» [60].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (60 найменувань) та додатків (2 позиції). Загальний обсяг – 81 сторінка, основний зміст – 71 сторінка. Робота містить 11 таблиць та 4 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, поняття та функції міського туризму

Одним із важливих напрямів розвитку сучасної туристичної індустрії є міський туризм, який характеризується високим рівнем мобільності туристичних потоків, різноманітністю туристичних ресурсів та багатофункціональністю міського середовища. Міський туризм у сучасних умовах розвитку світової економіки та урбанізаційних процесів набуває дедалі більшого значення як один із найбільш динамічних напрямів туристичної діяльності. Зростання ролі міст як центрів культурного, ділового, історичного та рекреаційного життя сприяє формуванню специфічного туристичного середовища, що поєднує різноманітні види послуг, інфраструктуру та ресурси. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження сутності міського туризму, визначення його основних функцій та особливостей розвитку.

У сучасній туристичній науці міський туризм розглядається як складне багатофункціональне явище, що формується під впливом соціально-економічних, культурних та урбанізаційних процесів.

Міський туризм є одним із найбільш поширених і динамічних видів туристичної діяльності в сучасному світі. Його розвиток тісно пов'язаний із процесами урбанізації, зростанням ролі міст у соціально-економічному та культурному житті суспільства, а також підвищенням мобільності населення. Сучасні міста виступають не лише адміністративними та економічними центрами, а й осередками культурної спадщини, ділової активності, розваг і дозвілля, що робить їх важливими об'єктами туристичного інтересу [4].

Міський туризм як вид туристичної діяльності передбачає подорожі та перебування людей у межах міського середовища з метою відпочинку, пізнання, участі в культурних, ділових, освітніх або розважальних заходах. Основою такого туризму є використання туристичних ресурсів міста, до яких належать історико-культурні пам'ятки, музеї, театри, архітектурні об'єкти,

торговельно-розважальні центри, виставкові комплекси, заклади харчування та інші елементи міської інфраструктури.

Характерною особливістю міського туризму є його багатофункціональність, оскільки він поєднує різні види туристичної діяльності: культурно-пізнавальний, діловий, подієвий, гастрономічний, рекреаційний та шопінг-туризм. Крім того, міський туризм має переважно короткотривалий характер і здійснюється протягом усього року завдяки розвиненій транспортній, інформаційній та сервісній інфраструктурі міст. До основних ознак міського туризму належать висока концентрація туристичних ресурсів, транспортна доступність, значна щільність туристичних потоків та різноманітність послуг [5].

Важливе значення міський туризм має для економічного та соціального розвитку територій. Його розвиток сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню надходжень до місцевих бюджетів, розвитку сфери послуг та підвищенню туристичної привабливості міста. Водночас міський туризм виконує культурну та пізнавальну функції, оскільки сприяє збереженню історико-культурної спадщини, популяризації місцевих традицій та розвитку міжкультурних зв'язків [6].

Аналіз наукових підходів до трактування поняття «міський туризм» свідчить про відсутність єдиного універсального визначення даного поняття. У працях вітчизняних науковців міський туризм розглядається як багатофункціональний вид туристичної діяльності, що поєднує культурні, економічні, рекреаційні та соціальні аспекти. У науковій літературі поняття міського туризму трактується по-різному залежно від підходів дослідників, предмета дослідження та особливостей міського середовища. Різні автори акцентують увагу на окремих характеристиках міського туризму, зокрема на його функціях, ресурсному потенціалі, інфраструктурі та ролі в розвитку міських територій.

Для більш ґрунтовного розуміння сутності міського туризму доцільно розглянути визначення, запропоновані українськими науковцями (див. табл.

1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення міського туризму у працях українських науковців

Автор	Визначення
Л. Божко [6]	Міський туризм є складовою туристичної діяльності, спрямованою на використання туристичного потенціалу міста для забезпечення культурних, пізнавальних та рекреаційних потреб населення.
В. Кифяк [7]	Міський туризм – це діяльність, пов’язана з організацією подорожей до міст з метою відпочинку, пізнання та ділових контактів.
О. Любіцева [8]	Міський туризм – це вид туризму, що реалізується в межах міських територій та базується на комплексному використанні ресурсів міського середовища й туристичної інфраструктури.
Д. Мирян [9]	Міський туризм – це подорожі та візити до міських територій з метою ознайомлення з історико-культурними пам’ятками, участі в ділових заходах, дозвіллі та шопінгу.
Л. Нохріна [10]	Міський туризм – це форма туристичної діяльності в урбанізованому просторі, що передбачає використання туристично-рекреаційного потенціалу міста.
І. Смаль [11]	Міський туризм – це форма короткотривалих туристичних поїздок до міст із культурно-пізнавальною, діловою чи розважальною метою.
Т. Ткаченко [12]	Міський туризм – це вид туризму, що виникає внаслідок концентрації історико-культурних ресурсів та розвиненої інфраструктури в містах.
О. Фастовець [5]	Міський туризм – це вид туристичної діяльності, що здійснюється в межах міського середовища та базується на використанні культурно-історичних, архітектурних, ділових і рекреаційних ресурсів міста.
Д. Циба [13]	Міський туризм – це система організації подорожей, орієнтована на задоволення культурних, пізнавальних та рекреаційних потреб туристів у межах міста.
М. Зайцева [6]	Міський туризм – це багатофункціональний вид туризму, що поєднує культурну, економічну, соціальну та комунікативну функції в межах міського середовища.

Аналіз наукових підходів дозволяє зробити висновок, що міський туризм є багатофункціональним видом туристичної діяльності, який здійснюється в межах міського середовища та спрямований на задоволення культурних, пізнавальних, ділових і рекреаційних потреб туристів.

Проведений аналіз наукових підходів українських дослідників до трактування поняття «міський туризм» свідчить про відсутність єдиного універсального визначення [6 – 13]. Водночас більшість авторів сходяться на тому, що міський туризм є багатофункціональним явищем, яке формується в умовах урбанізованого середовища та базується на використанні його туристичного потенціалу.

Узагальнюючи наведені підходи, можна сформулювати наступне визначення: міський туризм – це вид туристичної діяльності, що здійснюється в межах міського середовища та передбачає подорожі з метою задоволення культурних, пізнавальних, ділових, рекреаційних і розважальних потреб туристів, базуючись на використанні історико-культурних, архітектурних та інфраструктурних ресурсів міста.

Визначивши сутність та поняття міського туризму, доцільно перейти до розгляду його основних ознак, які відображають характерні риси цього виду туристичної діяльності.

Характерні риси міського туризму дозволяють чітко окреслити його специфіку серед інших видів туристичної діяльності та визначити особливості функціонування в умовах урбанізованого середовища [14]. Саме сукупність таких ознак формує уявлення про міський туризм як багатогранне та структуроване явище. Основні ознаки міського туризму наведено в таблиці 1.2.

Міський туризм є специфічним видом туристичної діяльності, який формується виключно в межах міського середовища. Його характерною рисою є локалізація туристичних процесів у межах міста, що визначає особливості організації подорожей та споживання туристичних послуг [15]. Важливу роль відіграє розвинена міська інфраструктура, яка забезпечує комфортне перебування туристів та охоплює засоби розміщення, харчування, транспорту

та дозвілля.

Таблиця 1.2 – Основні ознаки міського туризму

Ознака	Характеристика
Локалізація в межах міста	Туристична діяльність здійснюється виключно в межах міського простору.
Розвинена інфраструктура	Наявність готелів, закладів харчування, транспорту, сервісів та розваг.
Велика щільність туристичних об'єктів	Концентрація пам'яток культури, історії, архітектури та інших атракцій.
Транспортна доступність	Зручна система громадського та міжміського транспорту.
Різноманітність послуг	Широкий спектр туристичних, культурних, ділових і розважальних послуг.
Коротка тривалість подорожей	Переважають короткострокових поїздок (city-break туризм).
Масовість	Високий рівень туристичних потоків протягом року.

Однією з ключових ознак є висока концентрація туристичних об'єктів, що включають історико-культурні пам'ятки, архітектурні споруди, музеї та інші атракції. Завдяки цьому міста формують насичене туристичне середовище на обмеженій території. Значною характеристикою також виступає транспортна доступність, яка забезпечує зручне переміщення як у межах міста, так і між містами.

Міський туризм вирізняється різноманітністю послуг, що охоплюють культурні, ділові, рекреаційні та розважальні напрями, що робить його багатофункціональним [16]. Крім того, йому притаманна коротка тривалість подорожей, оскільки більшість поїздок має формат короткострокових відвідувань міст.

Ще однією важливою ознакою є масовість міського туризму, що

проявляється у значних туристичних потоках протягом усього року. Це зумовлено постійною привабливістю міського середовища та його здатністю задовольняти різноманітні потреби туристів. У сукупності зазначені характеристики формують цілісне уявлення про міський туризм як складне та багатогранне явище сучасної туристичної індустрії.

Важливим аспектом дослідження міського туризму є визначення його функцій, які відображають роль цього виду туристичної діяльності у соціально-економічному, культурному та просторовому розвитку міських територій. Функції міського туризму відображають його значення та вплив на розвиток міських територій і туристичної сфери загалом [17].

Міський туризм виконує низку взаємопов'язаних функцій, які визначають його значення для соціально-економічного та культурного розвитку міст. Узагальнення основних функцій міського туризму подано в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Узагальнення основних функцій міського туризму

Функція	Характеристика
Економічна	Надходження до бюджету; створення робочих місць; розвиток бізнесу та інфраструктури
Соціальна	Організація дозвілля; підвищення якості життя; розвиток комунікації між людьми
Культурна	Популяризація культурної спадщини; збереження пам'яток; міжкультурний обмін
Рекреаційна	Відпочинок і відновлення фізичних та психологічних сил людини
Іміджева	Формування позитивного образу міста; підвищення туристичної привабливості
Пізнавальна	Отримання нових знань про історію, культуру та традиції міста

Отже, функції міського туризму відображають його комплексний характер та багатогранний вплив на розвиток міських територій. Економічна функція сприяє зростанню фінансових надходжень, розвитку підприємництва та створенню нових робочих місць. Соціальна функція забезпечує покращення якості життя населення та розвиток комунікацій у суспільстві. Культурна, пізнавальна та іміджева функції спрямовані на збереження та популяризацію культурної спадщини, формування позитивного образу міста та розширення знань туристів про його історію і традиції. Рекреаційна функція, у свою чергу, забезпечує відпочинок і відновлення фізичних та психологічних ресурсів людини, що підтверджує важливу роль міського туризму у сучасному суспільстві.

Узагальнюючи результати розгляду сутності, поняття, основних ознак та функцій міського туризму, можна зробити висновок, що міський туризм є складним і багатофункціональним видом туристичної діяльності, який формується в межах урбанізованого середовища. Він базується на використанні широкого спектра ресурсів міста, зокрема історико-культурних, архітектурних, соціально-економічних та інфраструктурних, що забезпечує його високу привабливість для різних категорій туристів.

Аналіз наукових підходів свідчить, що міський туризм не має єдиного загальноприйнятого визначення, проте більшість дослідників підкреслюють його багатофункціональність та тісний зв'язок із розвитком міського середовища [6 – 17]. Основними ознаками міського туризму є його локалізація в межах міста, розвинена інфраструктура, висока щільність туристичних об'єктів, транспортна доступність, різноманітність послуг, коротка тривалість подорожей та масовість туристичних потоків.

Крім того, міський туризм виконує низку важливих функцій – економічну, соціальну, культурну, рекреаційну, іміджеву та пізнавальну, що підтверджує його значну роль у розвитку міських територій [14]. У сукупності це дозволяє розглядати міський туризм як важливий чинник соціально-економічного та культурного розвитку сучасних міст.

1.2. Фактори розвитку міського туризму та особливості його формування

Розвиток міського туризму є складним і багатогранним процесом, який залежить від сукупності взаємопов'язаних факторів. Він формується під впливом соціально-економічних, культурних, інфраструктурних та природно-географічних умов розвитку міських територій. У сучасних умовах міста виступають не лише адміністративними центрами, а й важливими осередками туристичної активності [18]. Зростання урбанізації та мобільності населення значною мірою сприяє підвищенню туристичної привабливості міст. Важливу роль у цьому процесі відіграє рівень розвитку транспортної та туристичної інфраструктури. Крім того, істотне значення має наявність культурно-історичних ресурсів, які формують унікальний туристичний потенціал міста. Економічна стабільність та інвестиційна привабливість територій також впливають на розвиток міського туризму. Не менш важливими є фактори маркетингу та іміджевої політики міста на національному й міжнародному рівнях. Особливості формування міського туризму визначаються специфікою міського середовища та характером туристичних потоків. У сукупності ці чинники створюють умови для сталого розвитку міського туризму як важливого сегмента сучасної туристичної індустрії [19].

Розвиток міського туризму є складним процесом, що формується під впливом сукупності різноманітних умов і чинників, які визначають його динаміку, структуру та особливості функціонування.

Умови, що впливають на розвиток міського туризму, називаються факторами, оскільки вони безпосередньо визначають його формування, динаміку та особливості функціонування. Під фактором у науковому розумінні розуміють будь-яку причину або сукупність причин, які зумовлюють певні зміни або результати [20]. У випадку міського туризму ці фактори впливають на рівень туристичної привабливості міста та інтенсивність туристичних потоків. Вони можуть як сприяти розвитку туристичної діяльності, так і

обмежувати її. Наприклад, розвинена інфраструктура стимулює приплив туристів, тоді як її недостатній рівень стримує розвиток галузі. Так само культурно-історичні ресурси формують основу туристичного попиту в місті. Соціально-економічні умови впливають на доступність подорожей і якість туристичних послуг. Природно-географічні особливості визначають загальні передумови розвитку туризму в певній місцевості. Маркетингові та іміджеві фактори формують сприйняття міста на туристичному ринку [21].

Різноманітність факторів, що визначають розвиток міського туризму, зумовлює необхідність їх систематизації та групування за спільними ознаками. Класифікацію факторів розвитку міського туризму за групами та їх видами подано в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Класифікація факторів розвитку міського туризму за групами та їх видами

Група факторів	Види	Характеристика
1	2	3
Економічні	Макроекономічні, мікроекономічні, інвестиційні.	Рівень економічного розвитку міста, доходи населення, інвестиційна привабливість, розвиток бізнесу та сфери послуг.
Інфраструктурні	Транспортні, готельні, сервісні, цифрові.	Стан транспортної системи, наявність засобів розміщення, закладів харчування, туристичних сервісів та цифрових технологій.
Культурно-історичні	Історичні, архітектурні, культурно-подієві.	Наявність пам'яток, музеїв, історичної спадщини, культурних заходів, фестивалів і подій.
	Демографічні, соціально-психологічні, міграційні.	Рівень безпеки, якість життя, гостинність населення, урбанізаційні та міграційні процеси.

Продовження таблиці 1.4

1	2	3
Природно-географічні	Географічні, кліматичні, природно-рекреаційні.	Географічне положення міста, клімат, наявність природних об'єктів (парки, річки, зелені зони).
Маркетингові та іміджеві	Рекламні, брендингові, події.	Формування туристичного бренду міста, просування на ринку, міжнародна впізнаваність, проведення подій і фестивалів.

Узагальнення факторів розвитку міського туризму за групами та видами дозволяє зробити висновок, що формування та функціонування міського туристичного середовища є багатокомпонентним і комплексним процесом. Кожна група факторів виконує власну роль у забезпеченні розвитку туристичної діяльності та формуванні туристичної привабливості міста.

Економічні фактори визначають загальний рівень розвитку міської економіки, інвестиційну активність та можливості розширення туристичної інфраструктури, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність міста на туристичному ринку. Інфраструктурні фактори забезпечують фізичну та сервісну основу для прийому туристів, включаючи транспорт, засоби розміщення, харчування та цифрові технології, які формують комфортність перебування [22].

Культурно-історичні фактори є базовими для формування туристичної привабливості, оскільки саме наявність унікальної спадщини, пам'яток та культурних подій формує пізнавальний інтерес до міста. Соціальні фактори впливають на загальну атмосферу міського середовища, рівень безпеки та якість життя, що є важливими складовими туристичного досвіду [23].

Природно-географічні фактори створюють додаткові передумови для розвитку туризму, формуючи сприятливі або обмежувальні умови залежно від розташування та природних характеристик території. Маркетингові та

іміджеві фактори відіграють ключову роль у формуванні позитивного образу міста, його впізнаваності та привабливості для внутрішніх і міжнародних туристів [24].

Таким чином, розвиток міського туризму залежить від комплексної взаємодії всіх зазначених факторів, а їх узгоджений вплив забезпечує сталий розвиток туристичної сфери міста та підвищення його конкурентних позицій на світовому туристичному ринку.

Міста стають туристичними центрами насамперед через концентрацію в них різноманітних ресурсів і функцій, які одночасно задовольняють пізнавальні, ділові, культурні та рекреаційні потреби туристів [26]. На відміну від інших типів територій, міське середовище поєднує історико-культурну спадщину, сучасну інфраструктуру та широкий спектр послуг, що формує універсальний туристичний простір.

Особливості формування міського туризму значною мірою визначаються процесами урбанізації, які сприяють концентрації населення, економічної активності та інфраструктури на обмеженій території [26]. Це створює умови для інтенсивного розвитку туризму, оскільки туристи отримують доступ до великої кількості об'єктів та послуг у межах одного міста. Важливим чинником є також транспортна доступність, яка забезпечує швидке та зручне переміщення туристів як всередині міста, так і між регіонами.

Міста формуються як туристичні центри завдяки наявності унікальних культурних, історичних та архітектурних об'єктів, які становлять основу культурно-пізнавального туризму. Окрему роль відіграє діловий туризм, оскільки міста є центрами бізнес-активності, проведення конференцій, форумів та міжнародних заходів.

Крім того, міський туризм характеризується поєднанням різних видів туристичної діяльності – культурного, ділового, подієвого, гастрономічного та шопінг-туризму, що підвищує його привабливість для різних категорій туристів [27]. Таким чином, формування міського туризму зумовлене комплексною взаємодією соціально-економічних, інфраструктурних та

культурних факторів, що перетворюють міста на провідні туристичні центри сучасного світу.

Урбанізація є одним із ключових глобальних процесів сучасності, який суттєво впливає на розвиток різних сфер суспільного життя, зокрема туристичної галузі. У контексті міського туризму урбанізація виступає фундаментальним чинником, що визначає формування туристичних центрів, структуру туристичних потоків та специфіку туристичної пропозиції. За даними Світової туристичної організації ООН (UNWTO), саме міста сьогодні генерують значну частку міжнародних і внутрішніх туристичних поїздок, що пов'язано з концентрацією населення, економічної діяльності та культурних ресурсів у міському середовищі [28].

Урбанізація передбачає процес зростання міського населення та розширення міських територій, що супроводжується розвитком інфраструктури, транспорту, сфери послуг та економічної активності. У результаті цього міста перетворюються на багатофункціональні центри, які одночасно виконують адміністративні, економічні, культурні та рекреаційні функції. Саме така багатофункціональність створює сприятливі умови для розвитку міського туризму, оскільки турист отримує можливість задовольняти різні потреби в межах одного простору.

Однією з найважливіших ролей урбанізації у розвитку міського туризму є концентрація туристичних ресурсів. У містах зосереджені історико-культурні пам'ятки, музеї, театри, виставкові центри, архітектурні ансамблі та сучасні об'єкти інфраструктури. Така концентрація забезпечує високу інтенсивність туристичних потоків і робить міста привабливими для короткотривалих поїздок (city-break туризм). За дослідженнями Європейської комісії, саме міста є основними центрами культурного та подієвого туризму в Європі завдяки високому рівню урбанізації [29].

Крім того, урбанізація сприяє розвитку транспортної та сервісної інфраструктури, яка є базовою умовою функціонування міського туризму. Розвинені міста мають аеропорти, залізничні вузли, метрополітени, автобусні

мережі, що забезпечують високу доступність туристичних дестинацій. Паралельно розвивається готельна індустрія, сфера громадського харчування, торговельно-розважальні комплекси та цифрові сервіси. Усе це формує комфортне середовище для перебування туристів і сприяє зростанню туристичних потоків.

Важливим аспектом впливу урбанізації є формування нових соціально-економічних функцій міст. Сучасні міста виконують не лише адміністративну чи промислову роль, а й стають центрами освіти, культури, бізнесу та інновацій. Це сприяє розвитку ділового туризму, який є важливою складовою міського туризму. Проведення міжнародних конференцій, форумів, виставок та бізнес-зустрічей стимулює приплив відвідувачів і підвищує міжнародну впізнаваність міст [30].

Урбанізація також впливає на зміну способу життя населення, що опосередковано стимулює розвиток міського туризму. Зростання темпу життя, підвищення мобільності населення та потреба у короткостроковому відпочинку сприяють розвитку так званого «city break» туризму — коротких подорожей у міста з метою відпочинку, шопінгу або культурного дозвілля. Такий формат став особливо популярним у сучасному суспільстві завдяки доступності транспорту та цифрових технологій бронювання [].

Окремо слід відзначити, що урбанізація сприяє формуванню міського середовища як культурного простору. Міста стають центрами креативних індустрій, фестивалів, мистецьких подій та гастрономічних практик. Це розширює спектр туристичних продуктів і сприяє розвитку подієвого та культурного туризму. Таким чином, урбанізовані території перетворюються на багатофункціональні туристичні дестинації, де поєднуються різні види туристичної діяльності.

Водночас урбанізація створює і певні виклики для міського туризму. Серед них – перенасичення туристичних центрів, екологічне навантаження, зростання вартості проживання та необхідність сталого управління туристичними потоками. Саме тому сучасні міста змушені впроваджувати

концепції сталого розвитку туризму, які передбачають баланс між економічними вигодами та збереженням міського середовища [31].

Отже, урбанізація відіграє визначальну роль у розвитку міського туризму, оскільки забезпечує концентрацію ресурсів, розвиток інфраструктури, формування нових функцій міст і зміну туристичної поведінки населення. Саме завдяки урбанізаційним процесам міста перетворюються на провідні туристичні центри, які здатні задовольняти різноманітні потреби сучасних туристів та формувати конкурентоспроможний туристичний продукт на глобальному ринку.

З метою систематизації впливу урбанізаційних процесів на розвиток міського туризму доцільно розглянути основні напрями їх впливу та результати для туристичної сфери, які подано в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Вплив урбанізації на розвиток міського туризму

Напрямок впливу урбанізації	Прояв у міському туризмі	Результат для туризму
Концентрація населення та ресурсів	Зосередження культурних, економічних і соціальних об'єктів у містах.	Формування туристичних центрів із високою щільністю атракцій.
Розвиток інфраструктури	Будівництво транспорту, готелів, ресторанів, сервісів.	Підвищення доступності та комфорту для туристів.
Економічне зростання міст	Розвиток бізнесу, інвестицій, сфери послуг.	Збільшення туристичних потоків і доходів від туризму.
Соціальні зміни	Урбанізований спосіб життя, зростання мобільності населення.	Попит на короткі подорожі (city break туризм).
Культурний розвиток	Концентрація музеїв, театрів, фестивалів, подій.	Розширення культурно-пізнавального туризму.
Глобалізація міст	Міжнародні зв'язки, подієвий та діловий туризм.	Підвищення міжнародної туристичної привабливості.

Таким чином, урбанізація є ключовим чинником формування та розвитку міського туризму, оскільки вона впливає на економічні, соціальні, культурні та інфраструктурні процеси в містах, створюючи сприятливі умови для зростання туристичної активності.

Концентрація ресурсів в одному місці є однією з ключових особливостей формування міського туризму, оскільки саме вона визначає високу туристичну привабливість міст. Міське середовище характеризується зосередженням на відносно невеликій території значної кількості різноманітних ресурсів – історико-культурних пам'яток, архітектурних об'єктів, музеїв, театрів, закладів харчування, торговельно-розважальних центрів та ділової інфраструктури.

Завдяки такій концентрації туристи мають можливість отримувати різноплановий досвід у межах одного простору без необхідності значних переміщень. Це підвищує зручність подорожей і робить міський туризм більш доступним та привабливим. Крім того, близьке розташування об'єктів дозволяє поєднувати різні види туризму – культурно-пізнавальний, діловий, рекреаційний та розважальний – в одній поїздці.

Саме концентрація ресурсів формує ефект «насиченого туристичного середовища», коли місто виступає як комплексна туристична дестинація. Це сприяє зростанню туристичних потоків, підвищенню тривалості перебування відвідувачів та розвитку місцевої економіки. Таким чином, концентрація ресурсів є однією з визначальних умов формування міського туризму та його конкурентної переваги серед інших видів туристичної діяльності.

Поєднання різних видів туризму є важливою особливістю розвитку міського туризму, що визначає його багатофункціональність та високу привабливість для різних категорій туристів. Міське середовище створює умови для одночасного розвитку культурного, ділового, подієвого та шопінг-туризму, які тісно взаємопов'язані між собою та часто реалізуються в межах однієї туристичної поїздки.

Культурний туризм у містах базується на використанні історико-

культурної спадщини, музеїв, театрів, архітектурних пам'яток та інших об'єктів культурної інфраструктури. Діловий туризм формується завдяки концентрації бізнес-центрів, офісних комплексів, конференц-залів та проведенню міжнародних ділових заходів, форумів і зустрічей. Подієвий туризм розвивається через організацію фестивалів, концертів, виставок, спортивних та культурних подій, які приваблюють значні туристичні потоки. Шопінг-туризм, у свою чергу, пов'язаний із розвитком торговельних центрів, брендових магазинів та сучасної комерційної інфраструктури міста.

Поєднання цих видів туризму створює синергетичний ефект, за якого різні туристичні мотиви взаємно підсилюють один одного та підвищують загальну привабливість міста як туристичної дестинації. Це дозволяє туристам задовольняти одразу декілька потреб у межах однієї подорожі, що сприяє збільшенню тривалості перебування та рівня туристичних витрат. Таким чином, інтеграція різних видів туризму є важливою складовою формування міського туризму та одним із ключових чинників його розвитку в сучасних умовах.

Короткостроковість поїздок є однією з характерних особливостей міського туризму, що визначає специфіку туристичної поведінки та організації подорожей. Більшість міських туристичних поїздок мають нетривалий характер і зазвичай тривають від одного до кількох днів, що пов'язано з компактністю розміщення туристичних об'єктів та можливістю швидкого їх відвідування. Така тривалість зумовлена високою концентрацією культурних, ділових, розважальних і торговельних ресурсів у межах міста, що дозволяє туристам отримувати насичену програму за короткий проміжок часу. Крім того, розвиток транспортної доступності та цифрових сервісів бронювання сприяє популяризації коротких міських подорожей, зокрема формату city-break туризму. Короткостроковість поїздок також пов'язана зі змінами сучасного способу життя, зростанням темпу урбанізації та обмеженістю вільного часу у населення. У результаті туристи все частіше обирають короткі, але інтенсивні подорожі до міст, які дозволяють поєднувати відпочинок, культурне дозвілля

та шопінг.

Висновок до розділу 1.

Отже, теоретичний аналіз міського туризму засвідчив, що він є складним і багатогранним явищем, яке формується в умовах урбанізованого середовища та базується на використанні різноманітних міських ресурсів. Міський туризм охоплює широкий спектр потреб туристів, зокрема культурні, пізнавальні, ділові та рекреаційні, що визначає його багатофункціональний характер. Встановлено, що основними функціями міського туризму є економічна, соціальна, культурна, рекреаційна, іміджева та пізнавальна, які відображають його значну роль у розвитку міських територій. До характерних ознак міського туризму належать локалізація в межах міста, розвинена інфраструктура, висока щільність туристичних об'єктів, транспортна доступність, різноманітність послуг, короткостроковість подорожей та масовість туристичних потоків. Важливими чинниками його розвитку є економічні, інфраструктурні, культурно-історичні, соціальні, природно-географічні та маркетингово-іміджеві фактори, взаємодія яких формує рівень туристичної привабливості міст. Особливості формування міського туризму пов'язані з концентрацією ресурсів, поєднанням різних видів туризму та впливом урбанізаційних процесів. Узагальнено, що міський туризм є важливим елементом сучасної туристичної індустрії, який сприяє соціально-економічному та культурному розвитку міст і підвищенню їх конкурентоспроможності на туристичному ринку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Трансформація міського туризму в Україні під впливом воєнних дій

Трансформаційні процеси, спричинені воєнними діями на території України, істотно вплинули на розвиток міського туризму як складової національної туристичної системи. Війна зумовила не лише скорочення туристичної активності в окремих регіонах, але й формування нових тенденцій у сфері внутрішнього туризму, переосмислення ролі міст як туристичних дестинацій та зміну функціонального значення туристичної інфраструктури.

Станом на 2026 рік в Україні налічується близько 425 міст (з них 2 міста зі спеціальним статусом), які формують основу міської системи держави та виступають важливими центрами економічної, культурної й туристичної діяльності. В умовах війни функціонування міського середовища та туристичної сфери зазнало суттєвих трансформацій, що вплинуло на розвиток міського туризму в країні [32]. Також загальна кількість населених пунктів – близько 29 700; із них понад 28 тис – сільські населені пункти [33].

Найбільшим містом України є Київ, який виступає не лише столицею держави, але й ключовим економічним, культурним, туристичним та адміністративним центром країни. Станом на 2026 рік чисельність населення міста становить близько 2,89 млн осіб, що свідчить про його провідну роль у системі міського розселення України. Завдяки значній концентрації населення, розвиненій інфраструктурі та високому туристичному потенціалу Київ є одним із головних центрів розвитку міського туризму в державі.

Загальна чисельність населення України становить приблизно 41,7 млн осіб, що складає близько 0,54% від загальної кількості населення Землі. Попри складні демографічні процеси, спричинені воєнними діями, міграцією населення та економічними викликами, Україна залишається однією з найбільших держав Європи за площею та кількістю населення. Це формує

значний потенціал для розвитку внутрішнього туризму, зокрема міського, який відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни.

Найбільший потік туристів в Україні традиційно зосереджується у великих містах, які виступають основними культурними, історичними та економічними центрами держави. Серед найбільш популярних туристичних destinations особливе місце займають Київ, Львів та Одеса, які характеризуються високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури, значною кількістю історико-культурних пам'яток, музеїв, архітектурних ансамблів та закладів дозвілля. Саме ці міста формують основу міського туризму України та відіграють важливу роль у розвитку внутрішнього й міжнародного туристичного ринку.

Значна популярність великих міст серед туристів пояснюється концентрацією об'єктів культурної спадщини, розвиненою транспортною мережею, наявністю туристичних сервісів та проведенням культурно-мистецьких заходів. Зокрема, Київ приваблює туристів своєю історичною спадщиною, численними пам'ятками архітектури та статусом столиці держави. Львів є одним із провідних центрів культурного туризму завдяки унікальному історичному середовищу та включенню історичного центру міста до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Одеса, у свою чергу, поєднує культурно-пізнавальний та рекреаційний туризм, що робить місто важливою туристичною дестинацією півдня України.

Попри складні умови воєнного стану, у 2026 році в Україні спостерігається поступове відновлення туристичної активності. За даними Державної податкової служби України, у першому кварталі 2026 року надходження туристичного збору становили 82,2 млн грн, що на 23,6 % більше порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Лідерами за надходженнями туристичного збору стали місто Київ – 17,9 млн грн, Львівська область – 16,4 млн грн, Івано-Франківська область – 12,3 млн грн та Закарпатська область – 7,5 млн грн [34] (див. рис. 2.1). Це свідчить про збереження туристичної привабливості окремих регіонів України навіть в

умовах війни.

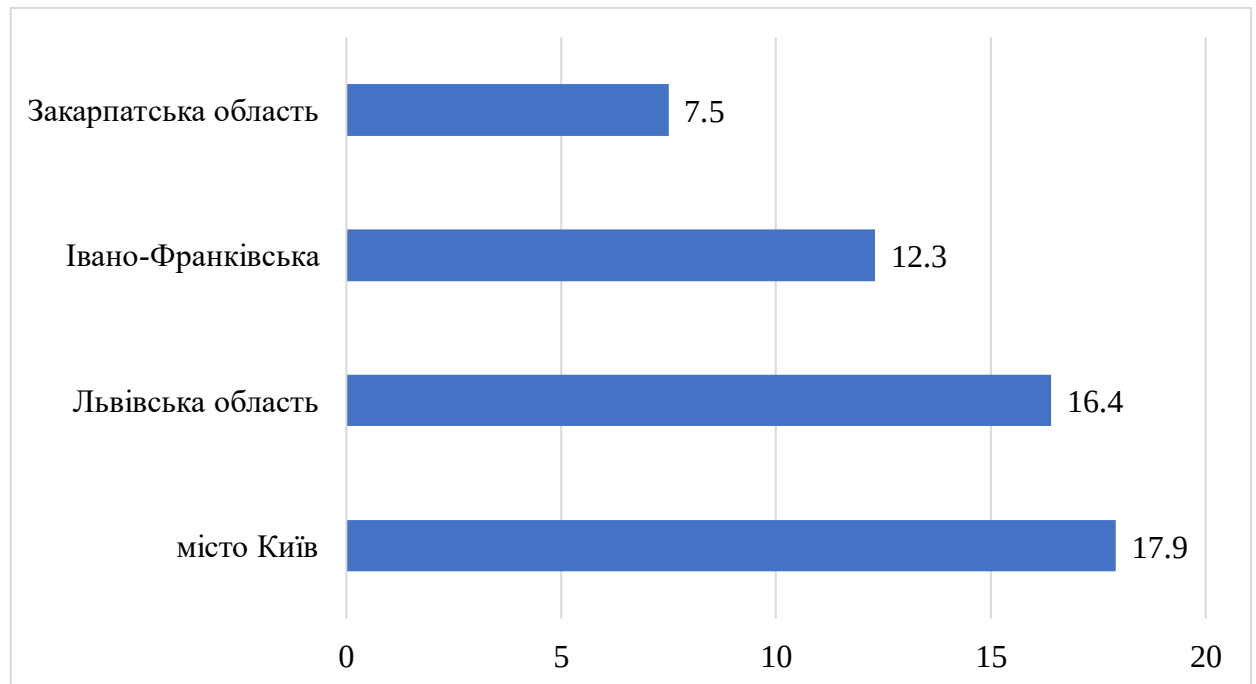


Рис. 2.1 – Динаміка надходжень туристичного збору у найпопулярніших регіонах України у I кварталі 2026 року, млн грн

Отже, наведені дані свідчать про поступове відновлення туристичної галузі України в умовах воєнного стану. Найвищі показники надходжень туристичного збору спостерігаються у регіонах із відносно стабільною безпековою ситуацією та розвиненою туристичною інфраструктурою. Лідуючі позиції займають місто Київ, Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, що підтверджує збереження їхньої туристичної привабливості та активний розвиток внутрішнього туризму. Водночас динаміка надходжень туристичного збору демонструє адаптацію туристичної сфери до сучасних викликів і поступове відновлення економічної активності у сфері міського туризму.

Крім того, у січні 2026 року туристичний збір на Львівщині перевищив 5,9 млн грн, що майже на 700 тис. грн більше порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Такі показники демонструють стабільний

інтерес туристів до безпечніших регіонів України та активний розвиток внутрішнього туризму [35].

Лідери за надходженнями туристичного збору у січні 2026 року на Львівщині стали Львівська, Трускавецька, Східницька, Моршинська та Славська громади (див. рис. 2.2).

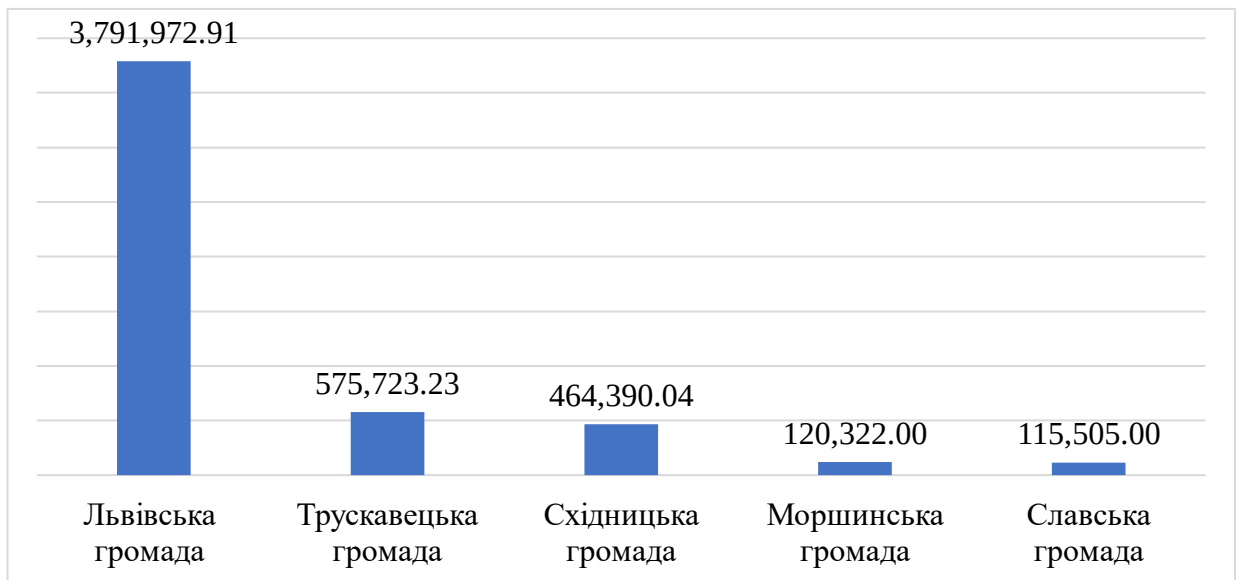


Рис. 2.2 – Лідери за надходженнями туристичного збору у січні 2026 року на Львівщині, грн

Побудовано за даними [35]

Показники завантаженості закладів розміщення є важливим індикатором ефективності функціонування туристичної сфери та рівня туристичної активності регіону. За результатами січня 2026 року середній рівень завантаженості закладів гостинності у місті Львові становив 48,42%, що свідчить про стабільний попит на туристичні послуги та активне відновлення міського туризму в умовах воєнного стану.

У Карпатському регіоні середній показник завантаженості закладів розміщення перебував на рівні близько 40%, що обумовлено підвищеним попитом на відпочинок у відносно безпечних туристичних дестинаціях. Водночас на курортних територіях та у санаторно-оздоровчих закладах рівень

завантаженості становив близько 35%, що демонструє збереження інтересу населення до рекреаційного та оздоровчого туризму.

Наведені показники свідчать про поступову адаптацію сфери гостинності до сучасних викликів та відновлення туристичного попиту, насамперед у західних регіонах України, які в умовах війни стали основними центрами внутрішнього туризму.

Найпопулярніші туристичні локації Львівщини у січні 2026 року демонструють стійкий інтерес відвідувачів до об'єктів природної та культурно-історичної спадщини регіону (див. рис. 2.3). Найбільшу кількість туристів зафіксовано у Державному історико-культурному заповіднику «Тустань», який відвідали 5 005 осіб, що підтверджує його статус одного з провідних центрів історико-культурного туризму Західної України.



Рис. 2.3 – Кількість відвідувачів найпопулярніших туристичних локацій Львівщини у січні 2026 року, осіб

Побудовано за даними [35]

Високі показники відвідуваності також характерні для Національного природного парку «Сколівські Бескиди», який прийняв 4 100 відвідувачів, що свідчить про значну популярність природно-рекреаційного туризму в умовах зростання попиту на екологічний та безпечний відпочинок. Серед культурно-

освітніх об'єктів варто відзначити Музей «Дрогобиччина», який відвідали 2 372 особи, а також Музей «Сколівщина» з показником 1 405 відвідувачів, що підкреслює інтерес туристів до локальної історії та регіональної культурної спадщини.

Окрему увагу привертає Дрогобицька ратуша, яку відвідали 1 362 особи, що свідчить про стабільний попит на архітектурні та історичні пам'ятки міського середовища. Загалом наведені дані підтверджують домінування природних та історико-культурних об'єктів у структурі туристичних переваг відвідувачів та розвиток внутрішнього туризму в регіоні навіть в умовах воєнного стану.

Це свідчить про високий рівень туристичної привабливості зазначених територіальних громад, активний розвиток внутрішнього туризму та збереження стабільного попиту на туристично-рекреаційні послуги навіть в умовах воєнного стану. Значні показники туристичного збору також підтверджують важливу роль курортних і культурно-туристичних центрів у підтримці місцевої економіки, розвитку сфери гостинності та формуванні доходів місцевих бюджетів.

На основі даних Державної податкової служби України щодо туристичного збору та аналітичних матеріалів за 2026 рік можна виділити такі міста-лідери туристичних потоків (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Топ-10 популярних міст України за туристичною привабливістю у 2026 році

Місто	Основні атракції	Основні особливості та туристичний потенціал
1	2	3
Київ	Софійський собор, Києво-Печерська лавра, Андріївський узвіз.	Столиця держави, центр ділового, культурного та подієвого туризму.

Продовження таблиці 2.1

1	2	3
Львів	Площа Ринок, Високий замок, Оперний театр.	Провідний центр культурного та міського туризму, об'єкт ЮНЕСКО.
Одеса	Потьомкінські сходи, Дерибасівська, Оперний театр.	Морський, рекреаційний та культурний туризм.
Івано-Франківськ	Ратуша, історичний центр.	Брама до Карпат, розвиток екотуризму та міського туризму
Ужгород	Ужгородський замок, липова алея.	Прикордонний культурний туризм, європейський вплив.
Трускавець	Бювети мінеральних вод, санаторії.	Бальнеологічний та оздоровчий туризм міжнародного рівня.
Моршин	Санаторії, лікувальні джерела.	Один із провідних оздоровчих курортів України.
Славське	Гірськолижні траси, Карпатські пейзажі.	Активний та гірський туризм, зимовий відпочинок.
Дніпро	Набережна, Монастирський острів.	Промисловий і діловий туризм, розвиток міського простору.
Харків	Площа Свободи, парки, музеї.	Освітній і науковий центр, потенціал відновлення міського туризму.

Складено за даними [36]

В таблиці 2.1 представлено топ-10 популярних міст України за 2026 рік за рівнем туристичної привабливості, що дозволяє комплексно оцінити сучасні тенденції розвитку міського туризму в умовах воєнного стану. Проведений аналіз засвідчує, що структура туристичних потоків в Україні зазнала суттєвих трансформацій, які зумовлені як безпековими факторами, так і зміною пріоритетів туристів у бік внутрішніх подорожей та відносно безпечних регіонів.

Лідуючі позиції у рейтингу займають великі міста загальнонаціонального значення, насамперед Київ, Львів та Одеса. Ці міста залишаються ключовими центрами міського туризму завдяки високій концентрації історико-культурних ресурсів, розвиненій інфраструктурі гостинності, транспортній доступності та широкому спектру туристичних послуг. Зокрема, Київ виконує функції головного адміністративного, культурного та ділового центру країни, що забезпечує стабільний попит на різні види туризму, включаючи культурно-пізнавальний та подієвий.

Львів у свою чергу зміцнює позиції як провідна культурна дестинація України, що підтверджується високою відвідуваністю історичного центру та розвитком гастрономічного і подієвого туризму. Одеса залишається важливим центром рекреаційного та морського туризму, поєднуючи природні ресурси Чорноморського узбережжя з потужним культурно-історичним потенціалом.

Водночас у рейтингу суттєво зростає роль міст і курортних територій Західної України, таких як Трускавець, Моршин, Славське, Івано-Франківськ та Ужгород. Це свідчить про зміщення туристичних потоків у бік більш безпечних регіонів, а також про зростання популярності оздоровчого, екологічного та гірського туризму. Такі міста демонструють високу адаптивність туристичної інфраструктури та здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Окрему увагу слід звернути на міста Дніпро та Харків, які, попри складну безпекову ситуацію, зберігають свій туристичний потенціал завдяки розвитку ділового, освітнього та внутрішнього туризму, а також поступовим процесам відновлення туристичної активності.

Загалом результати аналізу свідчать, що міський туризм в Україні у 2026 році характеризується переорієнтацією на внутрішні туристичні потоки, посиленням ролі західних регіонів та трансформацією функцій традиційних туристичних центрів. Війна стала визначальним чинником зміни просторової структури туризму, однак водночас сприяла розвитку нових форматів туристичної діяльності, зокрема оздоровчого, природного та культурно-

патріотичного туризму. У перспективі це створює передумови для формування оновленої моделі міського туризму в Україні, орієнтованої на безпеку, внутрішній попит та сталий розвиток.

Представлений рейтинг демонструє, що туристична привабливість українських міст у 2026 році формується під впливом як традиційних культурно-історичних ресурсів, так і нових факторів – безпекової ситуації, розвитку внутрішнього туризму та зміни туристичних потоків у бік західних і відносно безпечних регіонів. Особливої ваги набувають курортні та рекреаційні міста, які відіграють ключову роль у розвитку оздоровчого та внутрішнього туризму в умовах воєнного стану.

Міста є основою міського туризму, оскільки саме в них зосереджені ключові туристичні ресурси, інфраструктура гостинності та культурно-історична спадщина. Саме міське середовище формує основні умови для розвитку різних видів туризму – від культурно-пізнавального до подієвого та ділового. Концентрація населення, транспортна доступність, наявність закладів розміщення, харчування та дозвілля роблять міста головними центрами туристичної активності. У зв'язку з цим міський туризм розглядається як один із провідних напрямів туристичної діяльності, що базується на функціонуванні саме міських територій як ключових туристичних дестинацій.

Великі міста України переважно представлені містами-обласними центрами та містами обласного значення, які виконують провідні адміністративні, економічні та соціальні функції. На території держави налічується 37 міст із чисельністю населення понад 100 тис. осіб, у яких сукупно проживає близько 9,32 млн мешканців. Окрему групу становлять шість найбільших міст (без урахування Києва) з населенням понад 500 тис. осіб, де зосереджено приблизно 5,56 млн жителів, а середня щільність населення сягає близько 2900 осіб/км².

Разом із тим розміщення великих міст на території України характеризується значною просторовою нерівномірністю, що також

стосується адміністративно-територіального статусу міст обласного значення. Відповідно до чинних нормативно-правових положень, мінімальна чисельність населення для надання статусу міста обласного значення повинна перевищувати 50 тис. осіб. Однак на практиці спостерігаються відхилення від цього критерію, у результаті чого однаковий адміністративний статус можуть мати суттєво різні за розміром міста, наприклад Кривий Ріг із населенням понад 600 тис. осіб та Моршин із менш ніж 7 тис. мешканців, що не відповідає типовим параметрам міської щільності та функціональної структури.

Середні міста України представлені 33 населеними пунктами з чисельністю населення від 50 до 100 тис. осіб. У цих містах проживає близько 1,06 млн осіб, а середня щільність населення становить приблизно 1140 осіб/км² [37]. Такі міста відіграють важливу роль у забезпеченні регіонального розвитку та формуванні проміжної ланки між великими міськими центрами та малими містами.

Малі міста України, що переважно мають статус міст обласного значення та чисельність населення до 50 тис. осіб, становлять окрему категорію міської системи держави. До цієї групи належать 82 міста, у яких сукупно проживає близько 2,15 млн осіб, а середня щільність населення становить приблизно 1174 особи на км². Окрім цього, до категорії малих міст відносяться також міста районного значення.

Зокрема, міста районного значення з чисельністю населення понад 10 тис. осіб представлені 161 населеним пунктом, у яких проживає майже 2,5 млн осіб. Середня щільність населення в цій групі становить близько 662 осіб на км². Окрему підгрупу формують міста районного значення з населенням до 10 тис. осіб, яких в Україні налічується 97. Їх сукупне населення становить близько 670 тис. осіб, а середня щільність населення – приблизно 582 особи на км², що свідчить про нижчий рівень урбанізаційної концентрації порівняно з більшими міськими утвореннями.

Важливо зазначити, що всі районні центри в Україні мають статус міських поселень і представлені або містами, або селищами міського типу. До

початку адміністративно-територіальних змін та окупації окремих територій їх кількість становила 488 одиниць. Традиційно міста-обласні та міста-районні центри виконували функцію ключових осередків надання публічних послуг для населення сільських територій, оскільки саме в них була зосереджена основна соціальна інфраструктура, а також розміщувалися провідні підприємства промисловості та сфери послуг [37].

Особливістю міського населення є вищий рівень урбанізації, що супроводжується ширшими можливостями для реалізації людського потенціалу в різних сферах суспільного життя, зокрема й у туристичній галузі. Міське населення України є диференційованим за рівнем концентрації у великих агломераціях, середніх та малих містах, які суттєво різняться між собою за ступенем розвитку інфраструктури, економічною активністю та функціональною спеціалізацією.

Особливе місце займає Київ як столиця держави з населенням понад 3 млн осіб, що виступає головним політичним, економічним, культурним та освітнім центром країни. У місті зосереджено ключові фінансові установи, бізнес-структури, культурні інституції та заклади вищої освіти. Завдяки цьому Київ є провідним осередком ділового, культурного та подієвого туризму, а також головними «воротами» для міжнародних туристичних потоків в Україну.

Обласні центри, які здебільшого мають чисельність населення понад 500 тис. осіб, також відіграють важливу роль у формуванні туристичного простору держави. Вони характеризуються розвиненою інфраструктурою, диверсифікованою економікою та значним потенціалом для розвитку туризму, бізнесу й промисловості.

Малі міста України, населення яких коливається в межах від 50 до 500 тис. осіб, часто володіють унікальними культурно-історичними або природними ресурсами, що формують основу для розвитку внутрішнього туризму. Такі населені пункти пропонують туристам автентичні історичні пам'ятки, музеї, природні парки, озера та інші рекреаційні об'єкти, що робить

їх привабливими для відвідувачів, які шукають більш спокійні та менш урбанізовані простори для відпочинку.

У великих містах, завдяки високому рівню розвитку інфраструктури, зосереджено основний спектр туристичних послуг, зокрема готельне господарство, заклади харчування, культурні установи та бізнес-центри. Це створює сприятливі умови для розвитку різних видів туризму, включаючи міський, діловий, гастрономічний, культурно-пізнавальний та подієвий туризм.

Сільське населення України становить близько 30% від загальної чисельності жителів держави, що є доволі значною часткою в умовах сучасних процесів урбанізації. Водночас сільські території часто характеризуються низкою соціально-економічних проблем, зокрема недостатнім рівнем розвитку інфраструктури, обмеженою доступністю медичних, освітніх і соціальних послуг, а також нижчим рівнем економічної активності порівняно з міськими районами.

У зв'язку з цим особливого значення набуває розвиток альтернативних напрямів економічної діяльності, серед яких важливе місце займають агротуризм, екотуризм та сільський туризм. Такі форми туристичної діяльності створюють додаткові можливості для соціально-економічного розвитку сільських територій, сприяють диверсифікації доходів місцевого населення та підвищенню привабливості сільської місцевості як туристичної дестинації.

Сільські регіони України також вирізняються значним природно-ресурсним потенціалом, який включає ліси, озера, річки та гірські ландшафти. Це формує сприятливі умови для розвитку природоорієнтованих видів туризму, що приваблюють туристів, зацікавлених у відпочинку на природі, активних видах дозвілля, таких як піші прогулянки, кемпінг, риболовля та інші форми рекреаційної діяльності [38].

SWOT-аналіз є ефективним аналітичним інструментом для оцінювання внутрішніх характеристик туристичного ринку міст України. Його

застосування дає змогу комплексно дослідити як сильні, так і слабкі сторони функціонування міського туризму, а також визначити зовнішні можливості та потенційні загрози, що впливають на його розвиток.

Використання даного методу сприяє формуванню обґрунтованих стратегічних рішень, спрямованих на максимальне використання наявних переваг туристичного ринку, мінімізацію впливу його слабких сторін, а також ефективне врахування зовнішніх факторів розвитку галузі. Крім того, SWOT-аналіз дозволяє здійснювати прогнозування можливих тенденцій розвитку міського туризму та оцінювати ризики, що можуть виникати в умовах динамічного середовища.

У таблиці 2.2 представлено матрицю SWOT-аналізу внутрішніх характеристик туристичного ринку міст України, яка відображає ключові фактори, що визначають його сучасний стан і перспективи розвитку.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз сучасного стану розвитку міського туризму в Україні

Показники		Можливості		Загрози	
		Створення унікальних маршрутів на основі локальної ідентичності	Розвиток пішохідних і веломаршрутів	Низький рівень охорони культурної спадщини	Перевантаження центрів міст туристами
1	2	3	4	5	6
Сильні сторони	Історико-культурне багатство українських міст	Розвинена система громадського транспорту	Впровадження інтегрованих туристичних проїзних і логістичних рішень	Велика кількість локальних подій і фестивалів	Залучення нових туристів через подієвий туризм
	Висока щільність розташування туристичних об'єктів у містах	Активна участь громадськості у розвитку міського простору	Створення туристичних просторів на основі громадських ініціатив	Природне поєднання культурного й	Неконтрольоване зростання масових заходів з

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6
				гастрономічного туризму	негативним впливом
Слабкі сторони	Нерівномірний розвиток туризму в різних містах	Обмежена маркетингова підтримка на місцевому рівні	Створення спільних рекламних кампаній міст	Залежність від нестабільної економіки	Невизначеність з інвестиціями в туристичну сферу
	Низький рівень цифровізації туристичних сервісів	Відсутність сталого підходу до міського туризму	Запровадження принципів сталого розвитку та «зеленого туризму»	Недостатня координація між владою, бізнесом і громадами	Уповільнення впровадження стратегічних ініціатив

У результаті проведеного дослідження трансформації міського туризму в Україні під впливом воєнних дій встановлено, що сучасний стан туристичної сфери характеризується суттєвими структурними змінами, які охоплюють просторову організацію туристичних потоків, функціонування туристичної інфраструктури та зміну пріоритетів туристичного попиту. Станом на 2026 рік в Україні налічується близько 425 міст, що формують основу міської системи держави, при цьому провідну роль у розвитку міського туризму продовжує відігравати Київ як найбільший адміністративний, економічний та культурний центр країни.

Аналіз показав, що найбільша туристична активність концентрується у великих містах, що пояснюється високим рівнем розвитку транспортної інфраструктури, значною кількістю об'єктів культурної спадщини та широким спектром туристичних послуг. Водночас результати дослідження динаміки надходжень туристичного збору у I кварталі 2026 року засвідчують поступове відновлення туристичної активності, особливо у відносно безпечних регіонах Західної України, зокрема у Львівській області, яка демонструє стабільні економічні показники у сфері туризму.

Сформований рейтинг топ-10 міст України за туристичною привабливістю у 2026 році підтверджує зміщення туристичних потоків у бік західних регіонів та курортних територій, що зумовлено безпековими чинниками та розвитком внутрішнього туризму. Водночас великі міста центральної та східної частини країни, попри складні умови, зберігають свій туристичний потенціал.

Результати SWOT-аналізу сучасного стану міського туризму в Україні дозволили визначити ключові сильні та слабкі сторони галузі, а також основні можливості та загрози її подальшого розвитку. Серед сильних сторін слід відзначити значний культурно-історичний потенціал міст, розвинену інфраструктуру та диверсифікацію туристичних послуг. До слабких сторін належать нерівномірність розвитку регіонів, вплив воєнних дій на інфраструктуру та зниження міжнародних туристичних потоків.

Отже, міський туризм в Україні в умовах війни перебуває у стані трансформації, що проявляється у зміні географії туристичних потоків, зростанні ролі внутрішнього туризму та переорієнтації на безпечні регіони. Водночас наявний потенціал міст, особливо у сфері культурного та рекреаційного туризму, створює передумови для подальшого відновлення та розвитку галузі в післявоєнний період.

2.2. Проблеми функціонування міського туризму в умовах війни

Функціонування міського туризму в умовах війни супроводжується низкою суттєвих обмежень і викликів, що негативно впливають на його розвиток. Серед них особливої актуальності набувають питання безпеки туристів, руйнування інфраструктури, зниження туристичних потоків та скорочення інвестиційної активності.

Міський туризм в Україні в умовах воєнного стану характеризується значним рівнем турбулентності, що зумовлює появу системних проблем у його функціонуванні. Дія воєнних факторів призвела до порушення сталих

механізмів розвитку туристичної сфери та актуалізувала необхідність дослідження основних проблемних аспектів її функціонування.

Міський туризм в Україні в умовах війни функціонує під впливом комплексних викликів – від безпекових до економічних та соціальних, що суттєво змінює його структуру та перспективи розвитку.

Нижче подано узагальнення основних проблем функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Основні проблеми функціонування міського туризму в Україні в умовах війни

Проблема	Наслідок	Приклад
1	2	3
Низький рівень безпеки в країні	Зменшення туристичних потоків, особливо іноземних.	Скорочення кількості міжнародних відвідувачів у Києві та Харкові.
Повітряні тривоги та бойові дії	Порушення туристичних маршрутів і скасування заходів.	Переривання екскурсій у містах під час тривоги.
Руйнування туристичної інфраструктури	Втрата частини туристичних об'єктів та зменшення привабливості міст.	Пошкодження готелів і культурних об'єктів у прифронтових регіонах.
Скорочення інвестицій у туризм	Повільне відновлення та модернізація інфраструктури.	Зменшення будівництва нових готелів та туристичних центрів.
Переорієнтація туристичних потоків	Перевантаження безпечних регіонів та спад активності в інших.	Зростання туризму у Львові та Закарпатті при зниженні в східних містах.
Відтік кадрів із туристичної сфери	Дефіцит кваліфікованого персоналу.	Нестача працівників у готелях та ресторанах.
Негативний міжнародний імідж	Зниження інтересу іноземних туристів.	Обмежена кількість туристичних поїздок до України з ЄС та США.

Продовження таблиці 2.3

1	2	3
Обмеження транспортного сполучення	Ускладнення доступу до туристичних дестинацій.	Перебої у залізничному та авіасполученні.

Систематизація цих проблем є важливою для розуміння сучасного стану туристичної галузі, оскільки дозволяє виявити ключові чинники, що стримують її розвиток, а також оцінити їхні наслідки для туристичних дестинацій. У таблиці наведено основні групи проблем, їхній вплив на функціонування міського туризму та приклади практичних проявів у сучасних умовах.

Рівень безпеки в країні є визначальним чинником розвитку міського туризму, оскільки саме він формує базові умови для пересування туристів, планування подорожей та прийняття рішення про відвідування країни. В умовах воєнного стану в Україні даний фактор набув критичного значення та став основною причиною зменшення туристичних потоків, особливо іноземних.

Постійні ризики, пов'язані з воєнними діями, повітряними тривогами, ракетними обстрілами, а також запровадження комендантської години в окремих регіонах, суттєво знижують рівень туристичної привабливості країни. Крім того, обмеження транспортного сполучення та підвищені вимоги до безпеки ускладнюють пересування між містами та регіонами, що безпосередньо впливає на структуру туристичних потоків.

Незважаючи на війну, у 2026 році в Україні спостерігається певне відновлення внутрішнього туризму, однак в'їзний (міжнародний) туризм залишається значно обмеженим. За даними Державної податкової служби України, основні надходження туристичного збору формуються переважно у відносно безпечних регіонах [39].

– Київ – 17,9 млн грн туристичного збору за I квартал 2026 року;

- Львівська область – 16,4 млн грн;
- Івано-Франківська область – 12,3 млн грн;
- Закарпатська область – 7,5 млн грн.

Ці дані свідчать про концентрацію туристичної активності у тилкових регіонах та часткове відновлення внутрішнього туризму за рахунок перерозподілу потоків.

Водночас, за оцінками Державного агентства розвитку туризму України, основна частина іноземних відвідувачів обирає лише декілька міст, насамперед Київ та Львів, що формують близько 40% туристичних податкових надходжень країни [40]. Це підтверджує значне звуження географії міжнародного туризму та його концентрацію у найбільш безпечних міських дестинаціях.

Унаслідок високого рівня безпекових ризиків спостерігається:

- різке скорочення кількості іноземних туристів у великих містах, зокрема у Києві та Харкові;
- переорієнтація туристичного попиту на внутрішні подорожі;
- формування «зональної привабливості», де туристи обирають лише відносно безпечні регіони;
- зниження міжнародної конкурентоспроможності України як туристичної дестинації.

Як зазначається в аналітичних дослідженнях, навіть у 2026 році туристичний сектор України залишається обмеженим у розвитку через воєнні ризики, попри демонстрацію стійкості та поступове відновлення внутрішнього попиту.

Однією з найбільш критичних проблем функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану є руйнування та деградація туристичної інфраструктури. Внаслідок бойових дій зазнають значних пошкоджень об'єкти розміщення, культурної спадщини, музеї, історичні пам'ятки та транспортна інфраструктура, що безпосередньо знижує

туристичну привабливість міст і обмежує можливості розвитку галузі.

За даними українських та міжнародних організацій, масштаби втрат у туристичному секторі є значними. Станом на 2026 рік зафіксовано:

- 453 об'єкти туристичної інфраструктури пошкоджено або зруйновано, серед яких близько 140 готелів та 78 санаторно-курортних і рекреаційних закладів [41];
- загальні збитки туристичній та культурній інфраструктурі України оцінюються приблизно у 3,5 млрд дол. США [42];
- за оцінками Міністерства культури та міжнародних організацій, пошкоджено понад 500 об'єктів культурної спадщини, включаючи музеї, історичні будівлі та пам'ятки [43];
- найбільших втрат зазнали регіони, де поєднується туристичний потенціал і активні бойові дії – Харківська, Донецька, Херсонська, Одеська та Київська області [44].

Ці дані підтверджують, що руйнування охоплюють як туристичні об'єкти загальнодержавного значення, так і локальні інфраструктурні елементи міського туризму.

Руйнування туристичної інфраструктури має комплексні наслідки для розвитку міського туризму:

- скорочення кількості функціонуючих туристичних об'єктів, що обмежує пропозицію туристичних послуг у містах;
- втрата готельної та рекреаційної інфраструктури, що знижує можливості прийому туристів;
- пошкодження історико-культурних пам'яток, які є основою міського культурного туризму;
- погіршення транспортної доступності, що ускладнює формування туристичних маршрутів;
- нерівномірність відновлення інфраструктури між регіонами, що призводить до концентрації туристичної активності у відносно безпечних

містах.

Таким чином, руйнування та деградація туристичної інфраструктури є одним із ключових факторів, що стримують розвиток міського туризму в Україні в умовах війни. Втрата значної частини матеріальної бази туристичної галузі, особливо в історичних і туристично привабливих регіонах, призводить до зниження загальної туристичної активності та зміщення потоків у безпечніші території.

Водночас наявні дані свідчать про необхідність масштабного відновлення туристичної інфраструктури в післявоєнний період, що стане базовою умовою для відродження міського туризму та повернення України на міжнародний туристичний ринок.

Економічні проблеми є однією з ключових складових трансформації міського туризму в Україні в умовах війни, оскільки вони безпосередньо впливають на стабільність туристичного бізнесу, інвестиційну привабливість галузі та здатність міст забезпечувати розвиток туристичної інфраструктури. Воєнні дії призвели до загального зниження ділової активності у сфері туризму, порушення логістичних зв'язків та зростання витрат на функціонування підприємств гостинності.

Одним із основних наслідків війни стало скорочення доходів підприємств туристичної сфери. Попри часткове відновлення внутрішнього туризму, структура попиту суттєво змінилася, а міжнародний сегмент залишився обмеженим.

Разом із тим, за даними Державної податкової служби України, у 2026 році спостерігається лише часткове відновлення доходів галузі: у I кварталі 2026 року надходження туристичного збору становили 82,2 млн грн, що на 23,6% більше, ніж за аналогічний період попереднього року, однак цей показник відображає переважно внутрішній туризм і не компенсує втрати від іноземних туристів [45].

Це свідчить про те, що навіть за наявності позитивної динаміки, обсяги доходів туристичного бізнесу залишаються нижчими довоєнного рівня.

Інвестиційна активність у туристичному секторі суттєво скоротилася через високі ризики ведення бізнесу в умовах війни. Підприємці та іноземні інвестори обережно ставляться до вкладень у довгострокові туристичні проєкти через невизначеність безпекової ситуації.

Це призводить до:

- уповільнення будівництва нових готелів і туристичних комплексів;
- відкладення масштабних інфраструктурних проєктів;
- концентрації інвестицій лише у відносно безпечних регіонах (переважно Захід України).

Підприємства туристичної сфери змушені значно збільшувати витрати на забезпечення безпеки та підтримання функціонування об'єктів. До таких витрат належать:

- облаштування укриттів у готелях і закладах харчування;
- встановлення систем безпеки та резервного енергозабезпечення;
- відновлення пошкоджених будівель та інфраструктури.

Загалом туристична галузь України зазнала значних втрат: лише за оцінками міжнародних організацій, сукупні збитки інфраструктури, включно з туристичною, становлять мільярди доларів США, що суттєво впливає на темпи відновлення сектору.

Найбільш відчутним економічним наслідком війни стало фактичне скорочення в'їзного (міжнародного) туризму. Через високі безпекові ризики Україна втратила значну частину іноземних туристичних потоків, які до війни формували важливу частку доходів міського туризму.

В результаті:

- зменшилися валютні надходження у туристичну сферу;
- звузилася географія міжнародних поїздок до України;
- основними туристичними центрами залишилися лише найбільш безпечні міста, такі як Київ і Львів.

Однією з ключових трансформацій міського туризму в Україні в умовах

війни є суттєва зміна структури та географії туристичних потоків. Військові дії призвели до різкого скорочення в'їзного (міжнародного) туризму та одночасної переорієнтації туристичного попиту на внутрішні подорожі. Це суттєво змінило просторову організацію туристичної активності та роль окремих міст у туристичній системі країни.

Після початку повномасштабної війни Україна втратила значну частину міжнародних туристичних потоків. До 2022 року країна щорічно приймала мільйони іноземних відвідувачів, однак у воєнний період їх кількість суттєво знизилася. За оцінками аналітичних досліджень, основну частку іноземних відвідувачів нині становлять не класичні туристи, а особи, які приїжджають з діловою, гуманітарною або волонтерською метою, тоді як частка саме туристичних поїздок є мінімальною [46]. Таким чином, в'їзний туризм як важливий сегмент міського туризму практично скоротився до обмежених потоків.

В умовах війни відбувається активний розвиток внутрішнього туризму, який стає основною формою туристичної мобільності населення. Українці все частіше обирають подорожі в межах країни, особливо до відносно безпечних регіонів. У 2025–2026 роках спостерігається зростання попиту на внутрішні поїздки, зокрема до Карпатського регіону, Львівщини, Закарпаття та інших західних областей [47].

Також зафіксовано зростання туристичного збору, який у 2026 році збільшився на понад 20%, що свідчить про поступове відновлення внутрішнього туризму як компенсації втрат міжнародного сегмента [48].

Зміна безпекової ситуації призвела до просторової концентрації туристичних потоків у відносно безпечних містах. Лідерами туристичної активності залишаються Київ, Львів, Івано-Франківськ та Ужгород, які формують основну частку туристичних надходжень країни [49].

Зокрема:

- Львів і Закарпаття демонструють стабільний розвиток міського та рекреаційного туризму;

- Київ зберігає статус головного центру ділового та культурного туризму;
- західні міста фактично стали «центрами перерозподілу» туристичних потоків.

Водночас прифронтові міста, такі як Харків, Херсон або частково Одеса, зазнали суттєвого скорочення туристичної активності.

Наслідком перерозподілу туристичних потоків стала значна територіальна нерівномірність розвитку міського туризму. Західні регіони демонструють зростання туристичної активності та доходів, тоді як східні та південні регіони зазнають різкого спаду.

Це формує дисбаланс у розвитку туристичної інфраструктури, інвестиційної привабливості та зайнятості у сфері гостинності, що в довгостроковій перспективі може поглиблювати регіональні відмінності.

Соціальні та кадрові проблеми є одним із найбільш відчутних наслідків війни для міського туризму в Україні, оскільки вони безпосередньо впливають на здатність туристичної інфраструктури функціонувати та забезпечувати якісні послуги. Основними проявами цієї проблеми є міграція населення, відтік кваліфікованих працівників, нестача персоналу у сфері гостинності та значний психологічний тиск на працівників і споживачів туристичних послуг.

Війна спричинила масштабну міграцію населення, що суттєво вплинуло на ринок праці, зокрема у сфері туризму та гостинності. За оцінками аналітиків, мільйони українців тимчасово перебувають за кордоном, що формує значний дефіцит робочої сили в країні.

Станом на 2025 рік за межами України перебуває близько 5,6 млн громадян, що створює суттєвий тиск на внутрішній ринок праці та обмежує кадровий потенціал туристичної галузі [50]. Додатково зазначається, що відтік молодих і кваліфікованих працівників посилює кризу зайнятості у сфері гостинності, оскільки значна частина персоналу виїхала за кордон або змінила сферу діяльності [51].

Однією з ключових проблем міського туризму є дефіцит персоналу у готельно-ресторанній сфері. Довійни ця галузь значною мірою базувалася на жіночій зайнятості, однак міграційні процеси суттєво зменшили кількість доступних працівників.

За даними ринку праці, підприємства сфери гостинності сьогодні стикаються з труднощами у закритті вакансій, особливо серед обслуговуючого персоналу (адміністратори, покоївки, офіціанти) [52].

Загалом, до 60% роботодавців в Україні повідомляють про кадрову кризу, що охоплює різні галузі, включаючи туризм і готельно-ресторанний бізнес [53].

Важливим соціальним фактором є психологічний стан як працівників, так і туристів. Постійні стресові умови, пов'язані з повітряними тривогами, ризиками безпеки та нестабільністю, знижують продуктивність працівників туристичної сфери та впливають на якість обслуговування.

Крім того, психологічний фактор є важливим і для туристів, які обирають подорожі в межах України, адже рівень стресу та невизначеності впливає на їхню поведінку та рішення щодо подорожей. Це додатково обмежує розвиток міського туризму, особливо у великих містах.

Інформаційні та іміджеві проблеми є важливим фактором, що суттєво впливає на розвиток міського туризму в Україні під час війни. Вони визначають рівень довіри до країни як туристичної дестинації, формують готовність іноземних туристів до подорожей та впливають на міжнародну конкурентоспроможність українських міст.

Однією з ключових проблем є формування негативного іміджу України як туристичної дестинації через тривалі воєнні дії. У міжнародному інформаційному просторі країна переважно асоціюється з ризиками безпеки, що суттєво знижує її туристичну привабливість.

Наукові дослідження підтверджують, що туристичний імідж держави є критичним чинником формування міжнародних туристичних потоків, а його погіршення призводить до довгострокового зниження інтересу до подорожей

навіть після стабілізації ситуації [54]. Як наслідок, Україна втрачає значну частину потенційного в'їзного туризму, а її міста сприймаються переважно як транзитні або небезпечні напрямки.

Умови війни суттєво обмежили можливості міжнародного маркетингу та туристичної промоції України. Більшість державних і приватних ресурсів спрямовується на забезпечення базового функціонування галузі та відновлення інфраструктури, що зменшує обсяги рекламних кампаній на зовнішніх ринках. Водночас дослідження свідчать, що формування позитивного туристичного іміджу потребує системної державної іміджевої політики та активної цифрової комунікації на міжнародному рівні [55]. Недостатня промоція призводить до того, що потенціал українських міст як туристичних дестинацій залишається недостатньо відомим для іноземної аудиторії, особливо поза межами Європи.

Воєнний стан суттєво обмежує інструменти туристичного маркетингу. Зокрема:

- скорочено участь України у міжнародних туристичних виставках;
- обмежено рекламні кампанії за кордоном;
- знижено інвестиції у цифровий маркетинг туристичних дестинацій;
- пріоритет надається інформації безпекового характеру, а не промоції.

У наукових дослідженнях зазначається, що в умовах війни туристичні підприємства змушені змінювати PR-стратегії, орієнтуючись на підтримку базового іміджу та довіри, а не на активне просування напрямків [56].

Інформаційні та іміджеві проблеми суттєво стримують розвиток міського туризму в Україні в умовах воєнного стану. Негативне сприйняття країни на міжнародному рівні, недостатня промоція українських міст та обмежені маркетингові можливості формують бар'єри для відновлення в'їзного туризму. У довгостроковій перспективі подолання цих проблем потребуватиме цілеспрямованої державної іміджевої політики та активного

міжнародного позиціонування України як безпечної та привабливої туристичної дестинації у післявоєнний період.

Проведений аналіз основних проблем функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану дозволяє зробити висновок про комплексний та системний характер впливу війни на туристичну галузь. Виявлені проблеми охоплюють широкий спектр аспектів – від безпекових і інфраструктурних до економічних, соціальних та іміджевих, що в сукупності суттєво ускладнюють розвиток міського туризму.

Найбільш критичним фактором є безпекова ситуація, яка безпосередньо впливає на туристичні потоки, зумовлює обмеження пересування та знижує привабливість України як туристичної дестинації, особливо на міжнародному рівні. Паралельно з цим значного негативного впливу зазнає туристична інфраструктура, що проявляється у пошкодженні об'єктів розміщення, культурної спадщини та транспортної системи, а також у нерівномірності процесів її відновлення в різних регіонах країни.

Економічні проблеми, зокрема зниження доходів туристичного бізнесу та інвестиційної активності, додатково стримують розвиток галузі та уповільнюють процес її відновлення. Водночас відбувається суттєва трансформація туристичних потоків, яка проявляється у переорієнтації на внутрішній туризм та концентрації відвідувачів у відносно безпечних регіонах, що призводить до нерівномірного розвитку міського туризму в Україні.

Не менш важливими є соціальні та кадрові проблеми, пов'язані з міграцією населення, відтоком кваліфікованих працівників та психологічним навантаженням на учасників туристичної сфери. Додатково ускладнюють ситуацію інформаційні та іміджеві виклики, зокрема негативне сприйняття України на міжнародному туристичному ринку та обмежені можливості маркетингового просування в умовах війни.

Отже, міський туризм в Україні в умовах воєнного стану функціонує під впливом багаторівневих викликів, які потребують комплексних підходів до їх

подолання. Водночас наявність адаптаційних процесів та поступова трансформація туристичної сфери свідчать про її потенційну здатність до відновлення та подальшого розвитку в післявоєнний період.

Висновки до розділу 2.

Отже, проведене у другому розділі дослідження дозволило комплексно проаналізувати особливості функціонування міського туризму в Україні в умовах воєнного стану та визначити ключові напрями його трансформації. Встановлено, що міський туризм зазнав суттєвих структурних змін під впливом воєнних дій, які проявляються у зміні географії туристичних потоків, переорієнтації на внутрішній туризм, концентрації відвідувачів у відносно безпечних містах, а також у загальному зниженні обсягів міжнародного туристичного руху. Водночас зберігається провідна роль великих міст, насамперед Києва та обласних центрів, які виступають основними осередками туристичної активності.

Було систематизовано основні проблеми функціонування міського туризму в умовах війни, які охоплюють безпекові, інфраструктурні, економічні, соціально-кадрові та інформаційно-іміджеві аспекти. Встановлено, що найбільш вагомими обмежуючими факторами є низький рівень безпеки, руйнування туристичної інфраструктури, скорочення інвестицій, кадровий дефіцит та негативне сприйняття України на міжнародному туристичному ринку. Сукупність цих чинників зумовлює нерівномірність розвитку міського туризму та його значну залежність від воєнно-політичної ситуації в країні.

Таким чином, міський туризм в Україні в умовах війни перебуває у стані глибокої трансформації та адаптації до кризових умов. Незважаючи на наявні обмеження, галузь демонструє здатність до часткового відновлення за рахунок внутрішнього попиту, що створює передумови для її подальшого розвитку в післявоєнний період.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Адаптаційні та інноваційні напрями розвитку міського туризму в кризових умовах

Розвиток міського туризму в Україні в умовах воєнного стану потребує переосмислення традиційних підходів до його організації та управління. Враховуючи сучасні виклики, особливого значення набуває визначення перспективних напрямів і адаптаційних механізмів, здатних забезпечити стійкість та поступове відновлення туристичної сфери. В умовах тривалих воєнних дій міський туризм в Україні перебуває на етапі трансформації, що зумовлює необхідність пошуку нових моделей його функціонування. Попри складні умови функціонування, міський туризм в Україні зберігає потенціал для подальшого розвитку. У зв'язку з цим важливим є визначення перспективних напрямів його відновлення, а також впровадження інноваційних та адаптаційних рішень, що дозволять підвищити конкурентоспроможність галузі в кризових умовах.

В умовах воєнного стану в Україні міський туризм зазнає суттєвих трансформацій, що зумовлює необхідність впровадження адаптаційних та інноваційних підходів до його розвитку (див. рис. 3.1). Основною метою таких змін є забезпечення стійкості туристичної галузі, збереження її функціонування та формування передумов для подальшого відновлення. Передусім значна увага приділяється адаптації туристичної інфраструктури до безпечових умов, що передбачає облаштування укриттів у готелях, закладах харчування та туристичних об'єктах, а також коригування екскурсійних маршрутів з урахуванням ризиків. У містах України формується нова модель туристичного простору, де пріоритет надається відносно безпечним регіонам, зокрема західним областям.



Рис. 3.1 – Адаптаційні та інноваційні напрями розвитку міського туризму в умовах війни

Важливим напрямом трансформації є переорієнтація туристичних потоків на внутрішній ринок, що відбувається на тлі суттєвого скорочення в'їзного туризму. Українські міста, такі як Київ, Львів, Чернівці та Ужгород, поступово посилюють свою роль як основні центри внутрішнього туризму, пропонуючи короткострокові подорожі, культурні події та регіональні туристичні продукти. Це сприяє формуванню нової структури туристичного попиту, орієнтованої на внутрішнього споживача.

Паралельно активно розвиваються процеси цифровізації туристичної сфери, що є важливим інноваційним напрямом. В Україні впроваджуються онлайн-екскурсії музеями, цифрові туристичні карти міст, мобільні застосунки для навігації та бронювання, а також віртуальні культурні платформи. Такі інструменти дозволяють підтримувати інтерес до міського туризму навіть за умов обмеженої фізичної мобільності та підвищених безпекових ризиків.

Окрему роль відіграє розвиток культурно-подієвого туризму, який у сучасних умовах набуває нового значення. У відносно безпечних містах України проводяться локальні фестивалі, гастрономічні та культурні заходи, що сприяє підтримці туристичної активності та формуванню нових туристичних брендів міст. Це дозволяє частково компенсувати втрати міжнародного туризму та підтримувати економічну активність у сфері гостинності.

Важливим елементом розвитку міського туризму є також міжнародна підтримка та інтеграція України у глобальні програми відновлення. Залучення грантових ресурсів, співпраця з міжнародними організаціями та участь у проєктах відновлення інфраструктури сприяють зміцненню туристичного потенціалу українських міст та їх поступовому відновленню.

Таким чином, міський туризм в Україні в умовах війни трансформується у більш гнучку, цифровізовану та внутрішньо орієнтовану систему, яка поєднує елементи адаптації до кризових умов та впровадження інноваційних рішень, що створює передумови для його подальшого розвитку.

В умовах воєнного стану стратегічний розвиток міського туризму в Україні потребує комплексного підходу, який поєднує елементи антикризового управління, відновлення інфраструктури та формування нової моделі туристичної галузі. Основною метою стратегічних змін є забезпечення стійкості туристичного сектору, збереження його функціонального потенціалу та підготовка до повоєнного відновлення і інтеграції у міжнародний туристичний ринок.

Одним із ключових стратегічних напрямів є формування безпеково орієнтованої моделі розвитку міського туризму. Вона передбачає адаптацію туристичної інфраструктури до умов воєнного стану шляхом впровадження стандартів безпеки, облаштування укриттів у готелях, музеях та громадських просторах, а також створення чітких протоколів дій для туристичних об'єктів у кризових ситуаціях. Це дозволяє частково зберігати туристичну активність навіть в умовах підвищених ризиків.

Важливим стратегічним напрямом є підтримка та стимулювання внутрішнього туризму як основного джерела розвитку галузі в кризових умовах. Зменшення в'їзного туристичного потоку зумовлює необхідність орієнтації на внутрішнього споживача, розвиток міжрегіональних подорожей та формування доступних туристичних продуктів. Особливого значення набуває розвиток міст Західної та Центральної України, які виступають основними центрами концентрації туристичної активності.

Окрему роль відіграє стратегія цифрової трансформації міського туризму, що передбачає впровадження інноваційних технологій у сфері туристичного обслуговування. Розвиток цифрових платформ, мобільних застосунків, онлайн-екскурсій та віртуальних музеїв дозволяє підтримувати туристичну активність навіть за умов обмеженої мобільності населення. Цифровізація також сприяє підвищенню доступності туристичних послуг та розширенню аудиторії.

Не менш важливим стратегічним напрямом є розвиток брендингу та міжнародного позиціонування українських міст. У сучасних умовах необхідно

формувати новий позитивний імідж України як країни, що зберігає культурну спадщину та поступово відновлює туристичну сферу. Це передбачає активну інформаційну політику, участь у міжнародних туристичних заходах, а також співпрацю з глобальними організаціями у сфері культури і туризму.

Також стратегічного значення набуває розвиток партнерства між державою, бізнесом та міжнародними інституціями. Залучення грантового фінансування, інвестицій та технічної допомоги сприяє відновленню туристичної інфраструктури та підвищенню конкурентоспроможності українських міст у післявоєнний період.

Отже, стратегічні напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни формуються на основі поєднання безпекових, економічних, цифрових та іміджевих підходів. Їх реалізація дозволяє не лише підтримувати функціонування галузі в кризових умовах, але й створює підґрунтя для її подальшого відновлення та інтеграції у світовий туристичний простір.

Нижче наведено узагальнення основних стратегічних напрямів розвитку міського туризму в Україні в умовах воєнного стану (див. табл. 3.1). Їх систематизація дозволяє комплексно оцінити пріоритети відновлення та подальшого функціонування туристичної галузі, а також визначити ключові інструменти її адаптації до кризових умов.

Таблиця 3.1 – Стратегічні напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни

Стратегічний напрям	Зміст	Результат
1	2	3
Безпеково орієнтований розвиток	Впровадження протоколів безпеки, облаштування укриттів у готелях, музеях, туристичних об'єктах.	Підвищення рівня безпеки туристів, збереження туристичної активності.

Продовження таблиці 3.1

1	2	3
Розвиток внутрішнього туризму	Формування доступних туристичних продуктів, популяризація подорожей між містами України.	Компенсація втрат в'їзного туризму, зростання внутрішніх потоків.
Цифровізація туристичної сфери	Онлайн-екскурсії, мобільні застосунки, цифрові карти міст, віртуальні музеї.	Підвищення доступності туристичних послуг та залучення нових аудиторій.
Брендинг і міжнародне позиціонування	Формування нового іміджу українських міст, участь у міжнародних туристичних заходах.	Відновлення міжнародної довіри та туристичної привабливості.
Культурно-подієвий розвиток	Проведення фестивалів, культурних заходів, розвиток креативних індустрій.	Активізація туристичного попиту та розвиток міського бренду.
Партнерство та міжнародна підтримка	Залучення грантів, інвестицій, співпраця з міжнародними організаціями.	Відновлення інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності.

У таблиці 3.1 подано основні стратегічні напрями, їх зміст та очікувані результати реалізації, що дає змогу сформуванню цілісного уявлення про можливі вектори розвитку міського туризму в Україні.

Узагальнення стратегічних напрямів розвитку міського туризму в Україні в умовах війни свідчить про необхідність комплексного підходу до його трансформації. Реалізація визначених напрямів – безпеково орієнтованого розвитку, стимулювання внутрішнього туризму, цифровізації туристичної сфери, формування позитивного міжнародного іміджу, розвитку культурно-подієвого туризму та розширення міжнародного партнерства – є ключовою передумовою стабілізації галузі.

Встановлено, що в умовах воєнного стану пріоритетного значення набуває забезпечення безпеки туристів та адаптація інфраструктури до кризових умов, що дозволяє зберігати базову туристичну активність. Водночас розвиток внутрішнього туризму та цифрових технологій виступає основним компенсаторним механізмом скорочення міжнародних туристичних потоків.

Крім того, важливу роль відіграє формування нового іміджу українських міст на міжнародному рівні, що є необхідною умовою для відновлення їх конкурентоспроможності у післявоєнний період. Підтримка культурних ініціатив та розвиток партнерських відносин із міжнародними організаціями сприяють залученню додаткових ресурсів для відновлення туристичної інфраструктури.

Таким чином, реалізація стратегічних напрямів розвитку міського туризму створює передумови не лише для його адаптації до умов війни, але й для формування основ стійкого відновлення та подальшого інтегрування України у світовий туристичний простір.

3.2. Розробка міського туристичного маршруту «Шлях козацької слави»

Нами запропоновано туристичний маршрут до міста Запоріжжя, оскільки воно є одним із найважливіших центрів історико-культурного та міського туризму в Україні. Особливу цінність становить розташований тут об'єкт Запорозька Січ, який є унікальною пам'яткою козацької доби та символом української державності. Передусім Запоріжжя є одним із ключових історичних центрів формування української державності та козацької спадщини. Саме тут розташований унікальний об'єкт – Запорозька Січ [57], який є символом українського козацтва та важливим осередком національної ідентичності. Це робить місто особливо привабливим для культурно-пізнавального туризму, який у післявоєнний період має тенденцію до зростання.

Початковою точкою маршруту обрано Київ як головний транспортний та

туристичний центр країни, що забезпечує зручне та регулярне залізничне сполучення з регіонами. Це дозволяє організувати доступний і логістично простий тур для внутрішніх туристів. Вибір даного маршруту обґрунтований також необхідністю розвитку внутрішнього туризму в умовах воєнного стану, коли особливого значення набувають безпечні, пізнавальні та культурно орієнтовані подорожі. Запоріжжя, попри складну безпекову ситуацію в регіоні, залишається містом із потужним історичним потенціалом та важливими туристичними об'єктами, що формують унікальний туристичний продукт. Після завершення воєнних дій Запоріжжя має значні перспективи для відновлення та розвитку міського туризму, оскільки місто володіє потужним історико-культурним потенціалом і низкою унікальних туристичних об'єктів, що формують конкурентоспроможний туристичний продукт. Центральне місце серед них займає Запорозька Січ, яка є символом українського козацтва та важливою складовою національної культурної спадщини.

У післявоєнний період очікується зростання інтересу до історико-пізнавального та культурного туризму, що сприятиме відновленню туристичних потоків до міста. Відбудова інфраструктури, підвищення рівня безпеки та активізація внутрішнього туризму створять сприятливі умови для розвитку Запоріжжя як одного з ключових туристичних центрів південно-східної України.

Отже, маршрут «Київ – Запоріжжя – Запорозька Січ» є обґрунтованим вибором, оскільки поєднує зручну логістику, високу культурну цінність та сприяє розвитку міського туризму в Україні.

Запропонований туристичний маршрут «Київ – Запоріжжя – Запорозька Січ – Київ» є внутрішнім міським туром культурно-пізнавального спрямування, розрахованим на 4 дні (3 ночі), з яких 2 ночі припадають на залізничний переїзд та 1 ніч – на проживання в готелі.

Початковою та кінцевою точкою маршруту є місто Київ, яке виступає головним транспортним і туристичним вузлом країни та забезпечує зручне залізничне сполучення з регіональними центрами. Основним напрямком

подорожі є місто Запоріжжя – важливий історико-культурний центр південно-східної України.

Ключовим об'єктом відвідування є історико-культурний комплекс Запорозька Січ, який є унікальною пам'яткою козацької доби та одним із найвизначніших символів української державності.

За змістом тур є культурно-пізнавальним і спрямований на популяризацію історичної спадщини України, розвиток внутрішнього туризму та формування національної ідентичності. За способом пересування він є залізнично-екскурсійним, а за тривалістю – короткостроковим (міжміським).

Таким чином, тур поєднує елементи міського, історичного та культурного туризму, має помірний рівень вартості та орієнтований на внутрішнього туриста, що робить його актуальним як в умовах війни, так і в перспективі післявоєнного відновлення.

Розроблена програма туру призначена для широкого кола внутрішніх туристів, які цікавляться історією, культурою та національною спадщиною України, зокрема козацькою добою. Вона орієнтована на осіб різних вікових категорій – студентську молодь, сімейних туристів, організовані групи, а також індивідуальних подорожуючих, які прагнуть змістовного та пізнавального відпочинку.

Особливу актуальність тур має для мешканців великих міст, насамперед Київ, які шукають короткострокові подорожі вихідного формату з високим культурно-освітнім навантаженням. Крім того, програма може бути цікавою для освітніх закладів як елемент навчально-екскурсійної діяльності, спрямованої на поглиблення знань з історії України.

З огляду на відвідування об'єкта Запорозька Січ, тур також має виховний і патріотичний характер, оскільки сприяє формуванню національної свідомості та поваги до історичної спадщини.

Програма туру «Шлях козацької слави».

День 1.

18:30 – Збір групи біля залізничного вокзалу в місті Київ, проходження

реєстрації, посадка на поїзд.

19:30 – Відправлення поїзда за маршрутом Київ – Запоріжжя. Ніч у потязі (1-ша ніч).

День 2.

07:00 – 08:00 – Прибуття до міста Запоріжжя, трансфер до центру міста.

08:30 – Сніданок, короткий інструктаж, оглядова екскурсія містом.

10:00 – 13:00 – Відвідування ключових міських локацій, ознайомлення з історією та сучасним розвитком Запоріжжя.

14:00 – 17:00 – Екскурсія до історико-культурного комплексу Запорозька Січ (острів Хортиця).

18:00 – Поселення в готель «Театральний», вільний час.

19:00 – Вечеря, вільний час. Ніч у готелі (1 ніч).

День 3.

08:00 – Сніданок у готелі, виселення.

09:30 – 13:00 – Вільний час або додаткові екскурсії містом Запоріжжя.

15:00 – Збір групи, посадка на поїзд Запоріжжя – Київ. Ніч у потязі (2-га ніч).

День 4.

06:00 – 08:00 – Прибуття до міста Київ.

08:00 – Завершення туру.

Туристичний маршрут «Шлях козацької слави» є короткостроковим культурно-пізнавальним туром тривалістю 4 дні / 3 ночі, який передбачає подорож із міста Київ до міста Запоріжжя залізничним транспортом (див. табл. 3.2). Програма туру включає оглядову екскурсію містом, відвідування історико-культурного комплексу Запорозька Січ, ознайомлення з історією українського козацтва та культурною спадщиною регіону. Тур передбачає одну ніч проживання в готелі «Театральний» та дві ночі у потязі. Готель Театральний розташований у центральній частині міста Запоріжжя, що забезпечує зручний доступ до основних туристичних, культурних та транспортних об'єктів міста.

Таблиця 3.2 – Програма туристичного маршруту «Шлях козацької слави»

День	Час	Програма	Місце	Примітки
День 1	18:30	Збір групи біля залізничного вокзалу, посадка на поїзд	Київ	Початок туру
	19:30	Відправлення поїзда Київ – Запоріжжя	Київ	Ніч у потязі (1)
День 2	07:00 – 08:00	Прибуття, трансфер до міста	Запоріжжя	Початок програми в місті
	08:30	Сніданок, організаційні заходи	Запоріжжя	
	10:00 – 13:00	Оглядова екскурсія містом	Запоріжжя	Культурно-пізнавальна програма
	14:00 – 17:00	Відвідування історико-культурного комплексу «Запорозька Січ»	Запорозька Січ	Головний об’єкт туру
	18:00	Поселення в готель «Театральний»	Запоріжжя	1 ніч у готелі
	19:00	Вечеря, вільний час	Запоріжжя	
День 3	08:00	Сніданок, виселення з готелю	Запоріжжя	Підготовка до виїзду
	09:30 – 13:00	Вільний час / додаткові екскурсії	Запоріжжя	За бажанням
	15:00	Посадка на поїзд Запоріжжя – Київ	Запоріжжя	Ніч у потязі (2)
День 4	06:00 – 08:00	Прибуття та завершення туру	Київ	Кінець програми

Вигідне місце розташування готелю сприяє комфортному перебуванню туристів та дозволяє швидко дістатися до ключових екскурсійних локацій, зокрема острова Хортиця та історико-культурного комплексу Запорозька Січ.

Маршрут орієнтований на розвиток внутрішнього міського туризму, популяризацію історико-культурних ресурсів України та організацію доступного туристичного відпочинку.

Орієнтовна вартість туру на 1 особу (4 дні / 3 ночі).

1. Проїзд (залізничний транспорт)

Київ – Запоріжжя – Київ

Середня вартість: ~700 грн в один бік

Разом: $700 \times 2 = 1\,400$ грн.

2. Проживання:

1 ніч у готелі «Театральний» (м. Запоріжжя) – Стандарт Single або Стандарт Double.

Разом: 1 600 – 1 750 грн.

3. Харчування:

2 дні перебування в місті.

Середній бюджет: 1 000 – 1 200 грн.

4. Відвідування туристичного об'єкта:

Історико-культурний комплекс Запорозька Січ

Разом: 150 грн.

5. Додаткові витрати – міський транспорт, дрібні витрати

Разом: 350 грн.

Загальна вартість туристичного маршруту Київ – Запоріжжя – Київ із відвідуванням історико-культурного комплексу «Запорозька Січ» становить приблизно 4 500 – 4 850 грн на 1 особу (див. табл. 3.3).

Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ» є унікальною реконструкцією козацької фортеці, що відтворює традиції, побут і військову організацію українського козацтва. Він виступає важливим об'єктом національної культурної спадщини та значущою туристичною дестинацією, яка сприяє популяризації історії та формуванню національної ідентичності України.

Найбільшу частку витрат формують проживання та харчування, тоді як

транспорт і екскурсійні послуги займають меншу питому вагу. Це підтверджує економічну доцільність маршруту для розвитку внутрішнього міського туризму в Україні.

Таблиця 3.3 – Загальна вартість туру «Шлях козацької слави» на 1 особу

Стаття витрат	Сума (грн)
Проїзд	1400
Проживання	1 600 – 1 750
Харчування	1 000 – 1 200
Вхід до історико-культурного комплексу «Запорозька Січ»	150
Додаткові витрати	350
Разом	4 500 – 4 850

Запропонований маршрут «Шлях козацької слави: Київ – Запоріжжя – Запорозька Січ» є актуальним для розвитку міського туризму України, особливо в післявоєнний період, оскільки він поєднує потужний історико-культурний потенціал із високим рівнем пізнавальної цінності та міжрегіональної туристичної інтеграції.

Висновки до розділу 3.

Отже, було досліджено перспективи та основні напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни. Встановлено, що сучасний етап функціонування туристичної сфери характеризується необхідністю адаптації до кризових умов, трансформації туристичних продуктів та впровадження інноваційних підходів до організації туристичної діяльності. У процесі дослідження визначено, що ключовими напрямками розвитку міського туризму є забезпечення безпеки туристів, розвиток внутрішнього туризму, цифровізація туристичних послуг, підтримка культурно-пізнавальних маршрутів, а також формування нових туристичних продуктів, орієнтованих

на історико-культурну спадщину України. Особливого значення набуває розвиток міжрегіональних туристичних маршрутів, які сприяють популяризації українських міст та активізації внутрішніх туристичних потоків. У межах практичної частини роботи було розроблено міський туристичний маршрут «Шлях козацької слави» за напрямом Київ – Запоріжжя із відвідуванням історико-культурного комплексу Запорозька Січ. Запропонований тур поєднує елементи міського, культурно-пізнавального та історичного туризму, має доступну логістику та помірний рівень вартості, що робить його привабливим для внутрішніх туристів. Обґрунтовано, що після завершення воєнних дій місто Запоріжжя матиме значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїй історичній спадщині, культурним ресурсам та стратегічному значенню для формування національної туристичної ідентичності. Реалізація подібних маршрутів сприятиме відновленню туристичної галузі, розвитку міської інфраструктури та зміцненню міжрегіональних туристичних зв'язків. Таким чином, розвиток міського туризму в Україні в умовах війни та у післявоєнний період потребує комплексного підходу, який поєднуватиме інноваційні рішення, культурну складову та адаптацію туристичної сфери до сучасних викликів.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційної роботі досліджено особливості функціонування міського туризму в Україні в умовах війни та розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку і відновлення галузі. Одержані в процесі дослідження результати та їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки й внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення.

1. Охарактеризовано теоретичні основи міського туризму. Узагальнюючи теоретичні підходи до дослідження міського туризму, можна зробити висновок, що в сучасних умовах він є одним із найбільш динамічних і перспективних напрямів розвитку туристичної індустрії. Міський туризм характеризується високою мобільністю туристичних потоків, багатофункціональністю міського середовища, концентрацією культурно-історичних ресурсів та розвиненою інфраструктурою, що забезпечує різноманітність туристичних послуг і форм туристичної діяльності. На основі узагальнення наукових підходів визначено, що міський туризм є видом туристичної діяльності, який базується на використанні історико-культурних, архітектурних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів міста.

2. Дослідження основних ознак міського туризму дозволило встановити, що його характерними рисами є поліфункціональність, територіальна концентрація туристичних ресурсів, доступність транспортної інфраструктури, різноманітність туристичних мотивів та цілорічний характер туристичної активності. Водночас функції міського туризму мають комплексний характер і проявляються у культурному, економічному, соціальному, рекреаційному та іміджевому впливі на розвиток міста та його територіальної громади.

3. Узагальнення факторів розвитку міського туризму за групами та видами дозволило зробити висновок, що формування та функціонування міського туристичного середовища є складним багатокомпонентним процесом. Вплив на розвиток міського туризму здійснюють природно-

географічні, історико-культурні, соціально-економічні, інфраструктурні, інформаційно-комунікаційні та управлінські фактори, кожен з яких визначає рівень туристичної привабливості міста та конкурентоспроможність туристичного продукту.

4. У результаті дослідження особливостей функціонування міського туризму в Україні в умовах війни встановлено, що воєнні дії суттєво трансформували структуру туристичної діяльності, характер туристичних потоків та роль міст у розвитку туристичної сфери. Війна спричинила не лише різке скорочення туристичної активності в окремих регіонах, але й зумовила переосмислення функціонального значення міського туризму, формування нових туристичних тенденцій та адаптацію туристичної інфраструктури до умов воєнного стану.

5. Дослідження показало, що міста України продовжують залишатися важливими центрами економічного, культурного та туристичного розвитку держави. Станом на 2026 рік міська система України налічує близько 425 міст, серед яких провідне місце займає Київ як столиця держави та ключовий адміністративний, культурний, економічний і туристичний центр країни. Значну роль у розвитку міського туризму також відіграють Львів та Одеса, які традиційно характеризуються високим рівнем туристичної привабливості, розвиненою інфраструктурою та концентрацією історико-культурних ресурсів. Саме ці міста формують основу сучасного туристичного простору України та забезпечують розвиток внутрішнього і міжнародного туризму.

6. У процесі дослідження встановлено, що в умовах війни суттєво зросла роль міст Західної України, зокрема таких туристичних центрів, як Трускавець, Моршин, Славське, Івано-Франківськ та Ужгород. Популяризація цих DESTINACIЙ пов'язана зі зростанням попиту на оздоровчий, екологічний та гірський туризм, а також із прагненням туристів обирати більш безпечні регіони для подорожей і відпочинку. Таким чином, війна сприяла формуванню нової географії внутрішнього туризму та посиленню значення західного регіону у структурі міського туризму України.

7. Проведений SWOT-аналіз сучасного стану розвитку міського туризму дозволив визначити ключові проблеми та перспективи функціонування галузі в умовах війни. Основними стримуючими чинниками розвитку міського туризму залишаються низький рівень безпеки, повітряні тривоги та бойові дії, руйнування туристичної й транспортної інфраструктури, скорочення інвестицій, відтік кадрів із туристичної сфери та формування негативного міжнародного іміджу України як туристичної дестинації. Водночас кризові умови стимулювали розвиток внутрішнього туризму, активізацію локальних туристичних ініціатив та пошук нових підходів до організації туристичної діяльності.

8. Визначено перспективи та напрями розвитку міського туризму в Україні в умовах війни. Одним із ключових напрямів адаптації стало забезпечення безпеково орієнтованого розвитку туристичної сфери. Значна увага приділяється модернізації туристичної інфраструктури відповідно до вимог воєнного часу, зокрема облаштуванню укриттів у готелях, закладах харчування, культурних установах і туристичних об'єктах, а також коригуванню туристичних маршрутів із урахуванням потенційних ризиків та безпекової ситуації. У результаті в Україні формується нова модель туристичного простору, у межах якої туристичні потоки переорієнтовуються на відносно безпечні регіони, передусім західні області країни.

9. Практичним результатом дослідження стала розробка туристичного маршруту «Київ – Запоріжжя – Запорозька Січ – Київ», який орієнтований на розвиток внутрішнього культурно-пізнавального туризму. Вибір міста Запоріжжя як ключового туристичного центру обґрунтовується його значним історико-культурним потенціалом та наявністю унікального об'єкта — Запорозької Січі, що є символом українського козацтва та важливою складовою національної культурної спадщини. Запропонований маршрут розрахований на туристів різних вікових категорій і спрямований на популяризацію історико-культурних ресурсів України, формування національної ідентичності та розвиток внутрішнього туризму.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Пасека С., Пісецький М. Геоекономічні детермінанти розвитку туристичної галузі України в умовах викликів сьогодення. 2025. Том 29. № 2. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки»*. URL: https://econom-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/5519?utm_source= (дата звернення: 06.04.2026).
2. Lyubitseva O., Buchko Z., Patrusheva L., Kochetkova I. (2023). Resource losses to Ukrainian tourism caused by full-scale Russian aggression. *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*. 2023. № 37(4). С. 103–125. URL: <https://doi.org/10.24917/20801653.374.7> (дата звернення: 06.04.2026).
3. Tomej K., Bilynets I. Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856> (дата звернення: 06.04.2026).
4. Худавердієва В. Розвиток міського туризму у найбільших історичних центрах світу. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2022. № 308(4). С. 169–172. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-308-4-26> (дата звернення: 06.04.2026).
5. Фастовець, О. О. Міста як центри розвитку міського (урбан) туризму. *Молодий вчений*. 2018. № 4.2.(56.2). С. 167–170.
6. Божко Л. Д., Зайцева, М. М. Соціально-культурні та економічні засади міського туризму. *Культура України*. 2021. № 72. С. 13–20.
7. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
9. Мирян Д. Й. Розвиток міського туризму. *Регіональна політика : історія, політико-правові засади, урбаністика, просторове планування*,

архітектура : зб. наук. праць. URL:
<https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8213> (дата звернення:
 06.04.2026).

10. Нохріна Л. А. Міський туризм як інструмент сталого розвитку регіону. *Стратегія розвитку міст: молодь і майбутнє (інноваційний ліфт)* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (квіт.-трав. 2019 р.). Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О.Б. Бекетова, 2019. С. 173–175.

11. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

12. Ткаченко Т. І. Туризм: теорія та практика. Монографія К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463.

13. Нохріна Л. А., Циба Д. В. Детермінанти функціонування міського туризму. *Економіка та управління підприємствами, регіонами і країнами в умовах ризиків* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернігів, 27–28 листопада 2014 р.). Дніпропетровськ, 2014. С. 53–56.

14. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2011. 284 с.

15. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку : монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського. Харків : ХНАМГ, 2012. 209 с.

16. Гладкий О. В., Скляров О. А. Особливості формування та розвитку міського туризму в Україні. *Географія та туризм*. 2017. Вип. 38. С. 71–81.

17. Дуцяк І. З., Теребух А. А. Методологічні аспекти аналізу ресурсів міського туризму. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. № 13. С. 144–147.

18. Хитра О., Кобилянська А., Цегельник М. Роль міського туризму в забезпеченні сталого розвитку і відновлення українських міст від наслідків воєнного урбіциду. *Економіка та суспільство*. 2025. № 81. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-82> (дата звернення: 16.04.2026).

19. Пильченко А. О. Світовий досвід міського туризму та перспективи

для України. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Історія, економіка, філософія»*. 2021. № 26. С. 112–121.

20. Худавердієва В. Розвиток міського туризму у найбільших історичних центрах світу. *Вісник ХНУ. Серія «Економічні науки»*. 2022. № 4. С. 169–172.

21. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Сучасні особливості розвитку урботуризму в світі. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Серія «Економічні науки»*. 2023. Вип. 1 (68). С. 10–15. URL: <https://surl.li/zkgyza> (дата звернення: 18.04.2026).

22. Олішевська Ю. А. Сучасні виклики та перспективи розвитку міського туризму в Україні у повоєнний період. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2024. Вип. 4 (Спец.). С. 88–93. URL: <https://surl.li/enbram> (дата звернення: 18.04.2026).

23. Рябєв А. А., Салій В. С. Рекреація та міський туризм: спільна проблема та перспектива її вирішення. *Бізнес Інформ*. 2021. № 11. С. 205–210.

24. Надольська В. В. Урботуризм як складова формування і популяризації ідентичності культурного простору міст. *Старий Луцьк : наук.-інформ. зб. Луцьк: Терен*, 2025. Вип. XX. С. 257–263.

25. Шлапак А. В., Іващенко О. А., Юрченко О. А. Сучасні підходи до розуміння ролі міських агломерацій у сталому розвитку національної економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 67. URL: <https://surl.li/teirgw> (дата звернення: 18.04.2026).

26. Urban Tourism Events. URL: https://www.untourism.int/urban-tourism?utm_source= (дата звернення: 19.04.2026).

27. European Commission – Tourism in cities. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/economy-works-people/tourism_en?utm_source= (дата звернення: 19.04.2026).

28. UNWTO. URL: <http://unwto.org> (дата звернення: 19.04.2026).

29. European Commission – Tourism in cities. URL: <https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/economy->

works-people/tourism_en?utm_source= (дата звернення: 19.04.2026).

30. OECD – Tourism Trends. URL: <https://www.oecd.org/en/data/dashboards/oecd-tourism-trends.html> (дата звернення: 19.04.2026).

31. UNEP – Sustainable Tourism. URL: https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-tourism?utm_source= (дата звернення: 19.04.2026).

32. Список міст України за населенням. URL: https://population-hub.com/ua/ua/list-of-cities-in-ukraine-by-population.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 19.04.2026).

33. Скільки сіл в Україні: статистика 2026 року та глибина сільського серця. URL: <https://wem.ua/skilky-sil-v-ukrayini-statystyka-2026-roku-ta-glybyna-silskogo-serczya/> (дата звернення: 19.04.2026).

34. Популярність мандрівок Україною зростає: надходження туристичного збору збільшилися на 23,6 %. URL: <https://zp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/1000296.html> (дата звернення: 19.04.2026).

35. Туристичний збір на Львівщині у січні перевищив 5,9 млн грн. URL: <https://sport.loda.gov.ua/new/home/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80-%D0%BD%D0%B0-%D0%BB%D1%8C%D0%B2%D1%96%D0%B2%D1%89%D0%B8%D0%BD%D1%96-%D1%83-%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96> (дата звернення: 19.04.2026).

36. Київ та три області очолили рейтинг найбільш привабливих туристичних місць в Україні. URL: <https://unn.ua/news/kyiv-ta-try-oblasti-ocholyly-reitynh-naibilsh-pryvablyvykh-turystychnykh-mists-v-ukraini>. (дата звернення: 19.04.2026).

37. Міста в Україні. URL: <https://www.csi.org.ua/news/mista-v-ukrayini/> (дата звернення: 19.04.2026).

38. Кобалія В. К., Шелеметьєва Т. В. Передумови та чинники розвитку

сільського туризму в Україні. *«Тиждень науки – 2024»* : матеріали щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 145–147.

39. Popularity of traveling in Ukraine is growing: tourist tax revenues increased by 23.6%. URL: <https://www.tax.gov.ua/en/mass-media/news/1000294.html> (дата звернення: 19.04.2026).

40. Київ та Львівська область принесли 40% від загального туристичного збору. URL: <https://mediacenter.org.ua/uk/kiyiv-ta-lvivska-oblast-prinesli-40-vid-zagalnogo-turistichnogo-zboru/> (дата звернення: 19.04.2026).

41. Росія пошкодила 453 об'єкти туристичної інфраструктури України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/4106579-rosia-poskodila-453-obekti-turistichnoi-infrastrukturi-ukraini.html> (дата звернення: 19.04.2026).

42. Ukraine: UNESCO estimates the damage to culture and tourism after 2 years of war at \$3.5 billion. URL: <https://voxukraine.org/rosiya-prodovzhuye-znyshhuvaty-kulturnu-spadshhynu-ukrayiny> (дата звернення: 19.04.2026).

43. Пошкоджені об'єкти культурної спадщини в Україні, верифіковані ЮНЕСКО. URL: <https://www.unesco.org/en/ukraine-war/damaged-cultural-sites>. (дата звернення: 19.04.2026).

44. 1553 пам'ятки культурної спадщини та 2388 об'єктів культурної інфраструктури постраждали в Україні через російську агресію. URL: <https://mincult.gov.ua/news/1553-pamyatky-kulturnoyi-spadshhyny-ta-2388-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury-postrazhdaly-v-ukrayini-cherez-rosijsku-agresiyu/> (дата звернення: 19.04.2026).

45. В Україні зростає популярність мандрівок: як збільшився туристичний збір. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/4112014-v-ukraini-zrostaе-popularnist-mandrivok-ak-zbilsivsa-turistichnij-zbir.html> (дата звернення: 19.04.2026).

46. Мойсей С. Туристичні дестинації України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2025. (78). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-70> (дата звернення: 19.04.2026).

47. Цього літа туристичний потік в Україні зріс на 70%. URL: <https://ubn.news/this-summer-the-number-of-tourists-in-ukraine-increased-by-70/> (дата звернення: 19.04.2026).

48. Popularity of traveling in Ukraine is growing: tourist tax revenues increased by 23.6%. URL: <https://www.tax.gov.ua/en/mass-media/news/1000294.html> (дата звернення: 19.04.2026).

49. Kyiv and Lviv region are the most popular tourist regions: their budgets account for 43% of the total tourist tax for the first half of the year. URL: <https://tax.gov.ua/en/mass-media/news/917930.html> (дата звернення: 19.04.2026).

50. BDO in Ukraine on Human Resource Development in Ukraine: State Instruments, Implementation Dynamics and Strategic Direction. URL: <https://usubc.org/bdo-in-ukraine-on-human-resource-development-in-ukraine-state-instruments-implementation-dynamics-and-strategic-direction/> (дата звернення: 19.04.2026).

51. Ukraine's Labor Market Faces Severe Crisis, Especially in Hospitality Sector. URL: <https://www.newukrainedaily.com/news/ukraines-labor-market-faces-deepening-crisis-expert-says> (дата звернення: 19.04.2026).

52. Складно закривати вакансії. Кого найбільше бракує у готельній галузі в Україні. URL: <https://www.rbc.ua/rus/news/skladno-zakrivati-vakansiyi-kogo-naybilshe-1718615723.html> (дата звернення: 19.04.2026).

53. Розвиток людського потенціалу в Україні: державні інструменти, динаміка впровадження та стратегічний напрямок. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2025/rozvytok-lyudskogo-potentsialu-ukrayina-instrumenty-strategiya> (дата звернення: 19.04.2026).

54. Формування туристичного іміджу України в умовах глобальних трансформацій у країнознавчому контексті. DOI:10.26906/EiR.2025.4(99).4150

55. Римар С., Никига О. Передумови формування туристичного іміджу України. *Економіка та суспільство*. 2026. (83). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-58> (дата звернення: 19.04.2026).

56. Нечева Н. PR-стратегії туристичних підприємств України в умовах війни та післявоєнного відновлення. 2026. *Економіка та суспільство*. (83). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-147> (дата звернення: 19.04.2026).

57. Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ». URL: <https://ostriv.org/tourist/zaporizka-sich/> (дата звернення: 19.04.2026).

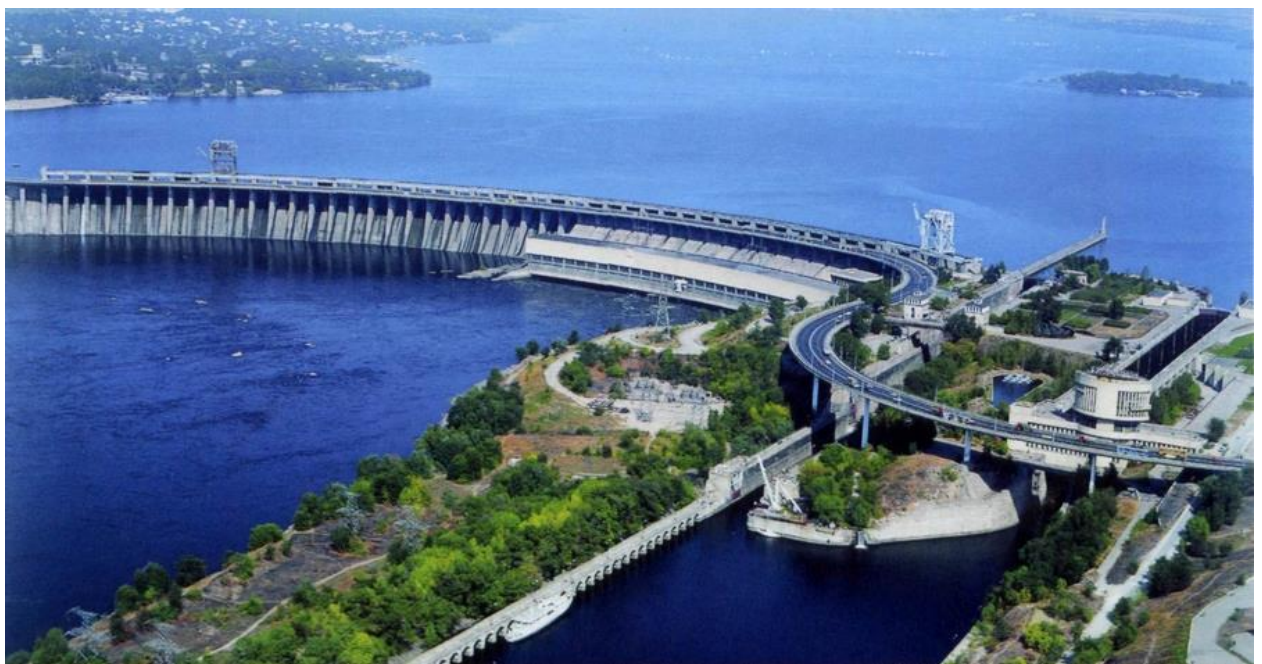
58. Аналітичні матеріали про регіони-лідери туристичних надходжень (Київ, Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області). Lviv, Ivano-Frankivsk, Zakarpattia, and Kyiv Top Ukraine's Tourist Destinations in 2026. URL: <https://mezha.net/eng/bukvy/lviv-ivano-frankivsk-zakarpattia-and-kyiv-top-ukraine-s-tourist-destinations-in-2026/> (дата звернення: 19.04.2026).

59. Ukraine Cities by Population 2026. URL: <https://worldpopulationreview.com/cities/ukraine> (дата звернення: 19.04.2026).

60. Білецькій О. В., Шелеметьєва Т. В. Автомобільний туризм як чинник стабілізації внутрішнього туристичного ринку в умовах війни. «Тиждень науки – 2026» : матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ., 13 – 17 квітня 2026 р., м. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2026. С.

ДОДАТКИ

Додаток А
Місто Запоріжжя



Додаток Б

Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ»

