


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

До захисту допустити:

Завідувач кафедри,

 Максим БУЛИК

«19» листопада 2024 р.

**«МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОЇ
ДИПЛОМАТІЇ: ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІСЛЯВОЄННОЇ УКРАЇНИ»**

Кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти другого (магістерського)
рівня вищої освіти освітньо-професійної програми
«Міжнародні відносини» Осіпова С.С.

Науковий керівник: Грідіна І.М., д.і.н., професорка,
професорка каф. політ. та міжн. відносин

Рецензент: Фесенко М. В., д.політ.н., ст. наук. сп.,
пров. науковий сп. відділу трансатлантичних досл.,
ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України»

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою відмінно / 91 / А

Секретар ЕК

«17» грудня 2024 р.



Анастасія ТРОФИМЕНКО

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	13
1.1. Міжнародний туризм в теорії міжнародних відносин.....	13
1.2. Теоретична та емпірична бази магістерського дослідження (література та джерела).....	19
РОЗДІЛ II. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ПІД ЧАС ВІЙНИ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.....	21
2.1. Міжнародний туризм під час війни: міжнародний досвід.....	21
2.2. Розвиток туристичної галузі України та вплив на дипломатію до повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році.....	26
2.3. Втрати туристичної галузі України від окупації РФ та бойових дій під час широкомасштабного вторгнення.....	33
РОЗДІЛ III. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИЗМУ У ПОВОЄННИЙ ЧАС. ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ІМІДЖ КРАЇНИ ТА ВІДБУДОВУ, МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ УКРАЇНИ.....	41
3.1. Міжнародний досвід у відновленні туристичної галузі після війни.....	41
3.2. Виклики для розвитку туристичної галузі України у повоєнний час.....	44
3.3. Можливості та перспективи публічної дипломатії України. Вплив міжнародного туризму на імідж країни та відбудову.....	48
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Міжнародні відносини є системною сукупністю політичних, економічних, соціальних, дипломатичних, правових, військових та гуманітарних зв'язків та відносин між основними суб'єктами світового співтовариства, до яких належать народи, держави, суспільні та громадські сили, рухи і організації.

Міжнародний туризм є однією з форм міжнародних відносин. Як елемент публічної дипломатії, міжнародний туризм дозволяє побудувати міцні горизонтальні зв'язки між населенням, бізнесом, міжнародними організаціями, тощо. Світова глобалізація останніх десятиріч призвела до стрімкого розвитку туристичної індустрії та впливу на економіку та якість публічної дипломатії.

Значний негативний вплив на розвиток туризму у світі мав перебіг та наслідки пандемії Covid-19. Однак, починаючи з 2022-го року сфера туризму мала тенденцію до відновлення та у 2024-му році можна впевнено казати про повернення до показників 2019-го року у багатьох країнах світу.

Незважаючи на це, після пандемії туристична сфера в Україні зазнала ще більших втрат та не була спроможна відновитися через повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України 24 лютого 2022 року. Разом з тим, міжнародний туризм, який є потужним інструментом м'якої сили, може сприяти культурному обміну та покращити розуміння України у світі. Ставши відомою у всьому світі як країна, що воює, завоювавши авторитет незламністю та стійкістю, Україна може і повинна розраховувати на потужний національний плейсбрендінг у якості туристичної країни у післявоєнний відновлювальний період.

Незважаючи на важливість теми, в українській науковій літературі недостатньо досліджень, присвячених використанню туризму як інструменту публічної дипломатії в умовах повоєнної відбудови. На думку автора, українським науковцям потрібно вже зараз визначити наслідки впливу бойових дій на туристичний бізнес України та перспективні напрямки розвитку сфери міжнародного туризму в Україні після війни, враховуючи світовий інтерес до України та стратегічні відносини з ЄС, США, Канадою та іншими країнами світу.

Об'єктом вивчення виступає міжнародний туризм як складова публічної дипломатії.

Предметом магістерського дослідження є вплив військової агресії російської федерації на туристичну галузь України та його перспективи розвитку у повоєнний час у якості інструменту повоєнного відновлення.

Стан наукової розробки проблеми. Міжнародний туризм, як багатогранне явище, є об'єктом дослідження для широкого кола наукових галузей. Кожна з них надає свій унікальний погляд на цей феномен, вивчаючи різні аспекти та взаємозв'язки. Міждисциплінарний підхід до вивчення досліджуваної проблеми дозволяє розподілити наявну наукову літературу на декілька груп за проблемним критерієм.

Зважаючи, що міжнародний туризм в нашому дослідженні розглядається як складова публічної дипломатії, можна виокремити дослідження, в яких міжнародний туризм представлений не лише як економічне явище. Такі науковці як Парфіненко А.Ю. визначають міжнародний туризм у якості потужного інструменту м'якої сили та невід'ємною частиною публічної дипломатії. Завдяки

туризму країни можуть формувати свій позитивний імідж, зміцнювати міжнародні відносини та досягати своїх політичних цілей.

Серед дотичних проблемі досліджень можна виокремити наукові розробки, присвячені історії туризму, розвиток туристичних маршрутів, вплив історичних подій на туризм, зокрема роботи Мальської М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М.

Політологічний аспект міжнародного туризму, а саме вплив туризму на міжнародні відносини, роль держави в розвитку туризму, туристичну політику, законодавство в сфері туризму, безпеку туристів висвітлюють розробки таких авторів як Гуляєв В. Г., Сенін В. С.

Окрему та найцікавішу для групи досліджень становлять такі, які висвітлюють міжнародний досвід країн, які успішно відновили туристичну галузь після збройних конфліктів або природних катастроф (наприклад, Хорватія, Ізраїль), в роботах Мадмужар О., Гончарової К, а також публіцистики, зокрема статті Дворської І., та міжнародних оглядачів.

Не дивлячись на наявність достатньо кількісної історіографії з проблеми, тема міжнародного туризму як інструменту публічної дипломатії (культурні обміни, туристичні маршрути, промоційні кампанії тощо) не є предметом спеціальних розвідок, зокрема й комплексні стратегії розвитку туристичної галузі, які б враховували як внутрішні, так і зовнішні чинники, а також інтегрували туризм у загальну стратегію публічної дипломатії.

Метою магістерського дослідження є визначення ролі міжнародного сектору туристичної галузі України у публічній дипломатії, у створенні позитивного бренду країни, впливу на економічні та соціальні сфери суспільства.

Мета обумовлює і постановку дослідницьких питань: Які заходи потрібно

проводити для більшої впізнаваності України? Які наративи мають бути використані у кожній з країн? Яких результатів можна досягнути, підвищуючи впізнаваність та покращуючи імідж країни? Ці питання є вкрай важливими для розвитку самої ідеї образу України та того, яке місце ми маємо зайняти у світі після війни.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення наступних дослідницьких завдань:

- визначити теоретико-методологічні засади дослідження;
- проаналізувати ступінь вивченості проблеми;
- визначити роль міжнародного туризму як складової публічної дипломатії;
- охарактеризувати стан туристичної галузі України у воєнний час;
- проаналізувати міжнародний досвід розвитку галузі під час збройних конфліктів;
- окреслити перспективні напрямки розвитку туризму в Україні;
- визначити можливий вплив розвитку галузі на дипломатичні відносини України з іншими країнами світу.

Теоретико-методологічними засадами магістерського дослідження є концепція м'якої сили через здатність держави впливати на поведінку інших акторів міжнародних відносин через привабливість своєї культури, цінностей та зовнішньої політики (Джозефом Наєм (Joseph Nye). За Наєм, м'яка сила базується на трьох основних ресурсах:

- культура (поширення культурних цінностей, традицій та мистецтва, які приваблюють інші нації);
- політичні цінності (демократія, права людини, верховенство права тощо)

- зовнішня політика (легітимність і моральний авторитет держави у міжнародних відносинах).

Міжнародний туризм як складова публічної дипломатії є одним із ключових інструментів м'якої сили, оскільки поширює культуру та цінності, підтримує міжнародний імідж, реалізує економічну дипломатію. Туризм дозволяє іноземним громадянам знайомитися з культурою, традиціями та історією країни, що створює позитивний образ держави на міжнародній арені. Враження від поїздок можуть формувати позитивне сприйняття країни та зміцнювати дипломатичні зв'язки. Туризм сприяє залученню інвестицій та розвитку міжнародної співпраці.

Отже, концептуальними підходами до дослідження проблеми є аналіз ролі туризму через публічну дипломатію як інструменту м'якої сили, використання міжнародного туризму як платформи для налагодження культурних, економічних і соціальних зв'язків, а також постконфліктна реконструкція - дослідження стратегій відновлення туристичної інфраструктури та ролі туризму у післявоєнному економічному відродженні країни.

Теоретичними підходами до дослідження проблеми виступають: функціоналізм (розуміння туризму як функціонального інструменту інтеграції та співпраці між країнами); комунікативні теорії (аналіз туризму як засобу комунікації та поширення культурних цінностей); сучасна геополітика (оцінка впливу туризму на геополітичну позицію України).

Методологічними засадами дослідження є системний підхід - міжнародний туризм як система, що включає економічні, політичні, соціальні та культурні компоненти; порівняльний аналіз - вивчення досвіду інших країн у використанні туризму для публічної дипломатії та післявоєнного відновлення;

інтегративний підхід - поєднання кількісних та якісних методів дослідження для отримання комплексної картини.

Відповідно до мети та завдань, концептуальних та теоретико-методологічних засад визначено методи дослідження:

- аналізу та синтезу: вивчення елементів туристичної галузі та їхнього впливу на публічну дипломатію;
- індукція та дедукція: висновки про загальні тенденції на основі конкретних прикладів туристичної політики;
- системно-структурний метод: оцінка функціонування туристичної галузі як структурної складової міжнародних відносин;
- метод контент-аналізу: дослідження інформаційного контенту, пов'язаного з туристичною привабливістю України на міжнародному рівні;
- SWOT-аналіз: оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз туристичної галузі у повоєнний період;
- експертний аналіз: залучення думок фахівців з питань туризму, міжнародних відносин та економіки;
- історико-логічний метод: аналіз розвитку туристичної галузі до війни, під час конфлікту та після його завершення.

Наукова новизна магістерського дослідження обумовлена самою постановкою проблеми, адже має за мету вивчення впливу повномасштабного вторгнення Росії на територію України на туристичну галузь та імідж України, а також аналіз можливих перспектив посилення публічної дипломатії України серед країн-партнерів та в світі.

Наукову новизну дослідження також визначає зміна самого контексту міжнародних відносин України з країнами Заходу. Російсько-українська війна кардинально змінила відношення до українців закордоном та відкрила Україну світу. Війна - це велика трагедія та виклик, але це й можливість привернути увагу до української ідентичності та особливостей нашої історії та культури.

У дослідженні з'ясовуються наслідки російсько-української війни для туристичної сфери, імідж та впізнаваність України, що дозволяє зрозуміти, якими шляхами потрібно йти для того, щоб використати можливі ресурси та можливості найбільш ефективно для інтересів українців та України.

У дослідженні визначається, як війна впливає на економічні та гуманітарні відносини України з іншими країнами, та приклад інших країн, що мали збройний конфлікт на своїй території.

У цілому, дослідження проблеми гуманітарних зв'язків, частиною котрих є міжнародний туризм, дає можливість дійти нових висновків та розуміння того, як різні елементи публічної дипломатії можуть вплинути на імідж країни, її відбудову, перспективи швидкого відновлення та інвестиційну привабливість.

Практичне значення магістерського дослідження полягає у можливості використання та впровадження матеріалів у навчальний процес у підготовці до семінарських та практичних занять з курсів «Зовнішня політика України», «Історії міжнародних відносин», «Євроінтеграційні студії», «Зовнішня політика Європи», тощо, розробці методичних матеріалів та підручників. Окремі положення та висновки дослідження можуть бути представлені для обговорення на наукових конференціях, присвячених проблемі публічної дипломатії та розвитку міжнародного туризму у повоєнний час.

Окрім того, дослідження перспектив розвитку туристичної галузі в Україні після війни дає підстави відповідним державним органам та особам, які приймають рішення щодо гуманітарної та зовнішньоекономічної діяльності, оцінювати стан туристичної галузі та можливості, які потрібно використати для швидкого відновлення економіки України та встановлення довгострокових горизонтальних зв'язків з громадянами країн-партнерів.

Апробація результатів магістерського дослідження проводилася шляхом участі в науково-практичних заходах, а також підготовки публікацій, які відображають основні положення та висновки роботи.

У рамках апробації були підготовлені тези на таку тему: «Міжнародний туризм як елемент публічної дипломатії». Ця тема висвітлює роль міжнародного туризму як м'якої сили у міжнародних відносинах. Досліджено вплив горизонтальних зв'язків на зміцнення економічних, соціальних та культурних зв'язків між громадянами різних країн.

Окрім тез, було підготовлено наукову статтю на тему: «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ БОЙОВИХ ДІЙ. ПРИКЛАДИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ».

Структура та обсяг роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, **трьох** розділів, які розподілені на підрозділи, висновків та списку використаних джерел.

У вступі визначені актуальність теми, об'єкт та предмет дослідження, ступінь вивченості проблеми в науковій літературі, хронологічні рамки, мети та завдання дослідження, охарактеризовані ступінь вивченості проблеми та методи дослідження, зазначені наукова новизна та практичне значення отриманих результатів, їх апробація, публікації.

У першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження»

визначено основні категорії дослідження, проаналізовано стан наукової розробки теми, схарактеризовано основні джерела та методологічна основа дисертаційної роботи.

Підрозділ 1.1. “Міжнародний туризм в теорії міжнародних відносин” присвячено визначенню теоретичних питань та їх інтерпретації: «міжнародні відносини», «глобалізація», «публічна дипломатія», висвітленню змісту дискусій, що до сьогодні точаться у середовищі сучасної політичної науки щодо змісту вищезазначених понять. Розглянуто теоретичні підходи у міжнародних відносинах такі як неоліберальний інституціоналізм та конструктивізм. Надано визначення концепцій “м’якої сили” та іміджу країни. Підкреслено важливість роботи за цими напрямками. Підрозділ 1.2. «Теоретична та емпірична бази магістерського дослідження (література та джерела).

У другому розділі «Міжнародний туризм під час війни: міжнародний та вітчизняний досвід» здійснено аналіз досвіду країн, що перебувають у стані війни чи мають бойові дії на своїй території, проаналізовано вплив російської агресії на туристичну галузь України починаючи з 2014 року, а також імідж країни у світі.

В третьому розділі “Міжнародний досвід у відновленні туризму у повоєнний час. Вплив міжнародного туризму на імідж країни та відбудову, можливості та перспективи публічної дипломатії України” надані основні засади для побудови стратегії відновлення туристичних зв’язків та приклади того, як успішна політика у цій сфері публічної дипломатії впливає на економічні показники, залучення інвестицій та розширення потенціалу розвитку гуманітарних зв’язків.

В кінці роботи надаються загальні висновки дослідження, в яких підсумовуються надані приклади та результати згідно мети дослідження. Також у висновках надаються актуальні питання, які не були розкриті в дослідженні, але могли б стати конструктивним доповненням до вирішення завдання.

Основний зміст роботи викладено на 55 сторінках. Список використаних джерел включає 57 найменувань.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Міжнародний туризм в теорії міжнародних відносин.

Аналіз ролі міжнародного туризму у публічній дипломатії неможливо уявити без з'ясування відповідного категорійно-понятійного апарату та концептів, які є відправною точкою будь-яких наукового дослідження.

У першу чергу, потрібно визначити та проаналізувати існуючі визначення тих дефініцій, що мають найбільше значення для дослідження, а саме «міжнародні відносини», «публічна дипломатія», «м'яка сила», «міжнародний туризм», «внутрішній туризм», «міжнародні інвестиції» тощо.

Згідно політичного енциклопедичного словника за редакцією Ю. С. Шемшученка міжнародні відносини є системою політичних, економічних, соціальних, культурних та інших зв'язків і взаємодій між державами, міжнародними організаціями, транснаціональними корпораціями та іншими суб'єктами міжнародної політики [11].

Не менш важливий є визначення публічної дипломатії. Публічна дипломатія - це діяльність держави, спрямована на формування позитивного іміджу та вплив на громадську думку інших країн через культурні, освітні, інформаційні та інші заходи [10].

В сучасному світі також важливо розуміти ефективність м'якої сили в зовнішньополітичній діяльності. М'яка сила (soft power) — здатність держави досягати бажаних результатів у міжнародних відносинах через привабливість своєї культури, політичних цінностей та зовнішньої політики, а не через примус

або платежі [38]. Одним з прикладів м'якої сили є, наприклад, культурна привабливість ЄС за рахунок відкритих кордонів, прав та свобод.

Одним з елементів м'якої сили є міжнародний туризм, що відкриває можливість подивитися на життя в різних країнах своїми очима та мати можливість обирати місце для життя та інвестицій. Міжнародний туризм — це подорожі осіб за межі своєї країни проживання з метою відпочинку, бізнесу, лікування, навчання тощо, що передбачають тимчасове перебування в іншій країні [4].

Не менш важливим, враховуючи мультикультурність та територію України, є розвиток внутрішнього туризму. Внутрішній туризм - це подорожі осіб у межах своєї країни проживання з метою відпочинку, бізнесу, лікування, навчання тощо, що не передбачають перетин державних кордонів [5]. Під час великих потрясінь, таких як війна або пандемія, внутрішній туризм є одним з засобів підтримки галузі та зміцнення зв'язків всередині країни.

Міжнародний туризм може бути одним зі стимулів залучення інвестицій з-за кордону. Міжнародні інвестиції — це вкладення капіталу резидентами однієї країни в економіку іншої країни з метою отримання прибутку або досягнення інших економічних вигод [9]. Одним з засобів ознайомлення міжнародних інвесторів з привабливістю тих чи інших проектів є розвинена туристична інфраструктура.

Звичайно, можна сперечатися на тему, що приходить першим - інвестиції чи інфраструктура. Однак, для початку налагодження діалогу завжди треба мати хоча б невеликий приклад того, як може виглядати картина в майбутньому. Таким чином рухалась Туреччина, ОАЕ, країни Південно-Східної Азії. Враховуючи туристичний потенціал, ці країни мали змогу залучити інвестиції для розвитку інфраструктури. В свою чергу розвинена інфраструктура зробила ці країни привабливими з точки зору інвестицій у тому числі для приватного капіталу у малий бізнес, нерухомість, тощо.

Туризм давно розглядається як ефективний інструмент для зміцнення толерантності, сприяння діалогу між народами та розвитку "народної дипломатії". Цей підхід багаторазово підкреслювався міжнародними організаціями. Наприклад, Генеральна Асамблея ООН оголосила 1967 рік «Роком міжнародного туризму» під гаслом «Туризм – паспорт миру». У Хельсінкському заключному акті 1975 року, ухваленому в рамках наради з безпеки та співробітництва в Європі, туризм визначається як засіб для налагодження міжнародних контактів і формування довіри між народами [6].

То ж які функції виконує міжнародний туризм як елемент глобальної економіки у розвитку міжнародних відносин? Його функції охоплюють широкий спектр аспектів, від економічного розвитку до культурної дипломатії та міжнародної безпеки.

До основних функцій міжнародного туризму слід віднести:

Економічна функція. Міжнародний туризм є потужним економічним чинником, що приносить значний дохід країнам через потоки туристів, створення робочих місць і розвиток інфраструктури. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туризм генерує до 10% світового ВВП і створює мільйони робочих місць у країнах, що розвиваються та розвинених економіках [44]. Завдяки цьому країни можуть розвивати економічні зв'язки, покращувати баланс торговельних відносин і стабільність національних економік.

Культурна дипломатія та взаєморозуміння. Туризм сприяє культурному обміну між державами, дозволяючи людям з різних країн знайомитися з культурою, історією та традиціями інших націй. Такий обмін культурними цінностями підтримує мир і стабільність, зменшуючи ризики конфліктів через непорозуміння та стереотипи. Як зазначає Л. Бенедетті, туризм є інструментом публічної дипломатії, який допомагає країнам зміцнювати свої міжнародні відносини шляхом заохочення до взаємоповаги та відкритості [19].

М'яка сила (Soft Power). Міжнародний туризм є важливим інструментом реалізації концепції «м'якої сили», яку визначає Джозеф Най як здатність країни привертати та залучати інші країни без застосування примусу або економічних санкцій [37]. За допомогою туризму країни можуть покращити свій імідж на міжнародній арені, сприяти позитивному сприйняттю своєї культури, традицій та способу життя. Наприклад, країни, що активно просувають свою туристичну привабливість, можуть значно покращити свою репутацію серед міжнародної спільноти, що допомагає досягати політичних, економічних та культурних цілей.



Рис. 1. М'яка сила та її складові.

Політичний та дипломатичний діалог. Туризм також відіграє важливу роль у розвитку дипломатичних відносин. Міжнародні туристичні потоки сприяють зміцненню двосторонніх та багатосторонніх зв'язків між державами, що дозволяє розвивати політичний діалог і співпрацю в різних сферах, від торгівлі до безпеки. У часи політичної напруженості туризм може виступати як канал для розрядки напруги та встановлення діалогу між країнами, де інші дипломатичні канали можуть бути менш ефективними [40].

Туризм як інструмент стабільності та безпеки. Міжнародний туризм сприяє зміцненню миру і безпеки в світі, створюючи канали для міжнародної співпраці в питаннях безпеки та захисту туристів. Для країн, що стикаються з внутрішніми чи зовнішніми конфліктами, стабільний туристичний сектор може бути важливим елементом на шляху до відновлення після кризи. На прикладі таких країн, як Ісландія та Куба, туризм продемонстрував свою здатність допомогти у відновленні після політичних або економічних потрясінь, сприяючи стабілізації і створенню умов для розвитку [29].

Нижче наведено перелік основних документів, що визначають стандарти та принципи для учасників туристичної діяльності:

1. **Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.).** Прийнята на Всесвітній конференції з туризму у Манілі, Філіппіни, ця декларація визначає основні принципи розвитку туризму, підкреслюючи його роль у соціально-економічному розвитку та міжнародному взаєморозумінні [7].

2. **Хартія туризму та Кодекс туриста (1985 р.),** Схвалені на VI сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації (ВТО) в Софії, Болгарія, ці документи встановлюють основні завдання держав у сфері туризму, а також права та обов'язки туристів [12].

3. **Гаазька декларація з туризму (1989 р.).** Прийнята на Міжнародній конференції з туризму в Гаазі, Нідерланди, ця декларація підкреслює значення туризму в соціально-економічному житті країн і необхідність міжнародного співробітництва [3].

4. **Глобальний етичний кодекс туризму (1999 р.).** Розроблений ВТО, цей кодекс містить принципи, спрямовані на сприяння відповідальному та сталому розвитку світового туризму, підкреслюючи важливість етичної поведінки всіх учасників туристичного процесу [43].

5. **Рекомендації ВТО щодо статистики туризму (2008 р.).** Ці рекомендації встановлюють міжнародні стандарти збору та аналізу

статистичних даних у сфері туризму, що сприяє порівнянню та аналізу туристичних потоків між країнами [44].

6. Міжнародний кодекс захисту туристів (2020 р.). Цей кодекс визначає мінімальні міжнародні стандарти для захисту туристів у надзвичайних ситуаціях та забезпечення їх прав як споживачів [42].

Всі ці документи формують основу міжнародного правового регулювання туризму, сприяючи його сталому та відповідальному розвитку. Однак, слід зазначити, що багато з них вже не відповідають викликам сучасності.

Наприклад, Однією з основних критичних зауважень є те, що деякі з міжнародних актів, як-от **Манільська декларація (1980)** та **Глобальний етичний кодекс туризму (1999)**, не враховують швидко змінювані реалії сучасного туризму. Наприклад, розвиток цифрових технологій, онлайн-платформ та нових форм туризму (наприклад, екотуризм, медичний туризм, туризм для старших людей) потребує більш сучасних норм і стандартів, які ці документи не охоплюють.

Також багато міжнародних стандартів і кодексів, таких як **Глобальний етичний кодекс туризму**, є рекомендаційними і не мають юридичної сили для країн-учасниць. Це призводить до того, що навіть якщо країни підписують ці документи, вони не зобов'язані їх виконувати. Відсутність санкцій за порушення або невиконання цих рекомендацій є серйозною проблемою для забезпечення їх ефективності.

Критика також стосується того, як міжнародні норми не враховують нові глобальні виклики, зокрема пандемії. Багато міжнародних організацій, включаючи **ВТО** і **ВОЗ**, мали недостатньо ефективні механізми для швидкого реагування на глобальну пандемію COVID-19, що призвело до хаосу в туристичній галузі.

1.2. Джерела та методи дослідження (література та джерела)

Джерела дослідження можна поділити на 3 групи:

1. Нормативно-правові акти, серед яких міжнародне законодавство (окремих країн та ООН), декларації (Манільська та Гаагські декларації), кодекси захисту туристів (ВТО), а також українське законодавство щодо міжнародного туризму та туристичної діяльності в Україні (Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями) [5].

2. Група джерел в ЗМІ, серед яких статті щодо впливу військових дій на туризм (Дворська І, Бут Т.), публікації та прес-релізи міністерств закордонних справ, туристичних компаній та авіаліній, тощо.

3. Статистичні матеріали щодо кількості внутрішніх та міжнародних туристів в Україні до та після повномасштабного вторгнення, а також аналіз податкових надходжень від туристичної діяльності по регіонах.

Методологічними засадами дослідження є системний підхід - міжнародний туризм як система, що включає економічні, політичні, соціальні та культурні компоненти; порівняльний аналіз - вивчення досвіду інших країн у використанні туризму для публічної дипломатії та післявоєнного відновлення; інтегративний підхід - поєднання кількісних та якісних методів дослідження для отримання комплексної картини.

Відповідно до мети та завдань, концептуальних та теоретико-методологічних засад визначено методи дослідження:

- аналізу та синтезу: вивчення елементів туристичної галузі та їхнього впливу на публічну дипломатію
- індукція та дедукція: висновки про загальні тенденції на основі конкретних прикладів туристичної політики
- системно-структурний метод: оцінка функціонування туристичної галузі як структурної складової міжнародних відносин;
- метод контент-аналізу: дослідження інформаційного контенту, пов'язаного з туристичною привабливістю України на міжнародному рівні;
- SWOT-аналіз: оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз туристичної галузі у повоєнний період;
- експертний аналіз: залучення думок фахівців з питань туризму, міжнародних відносин та економіки;
- історико-логічний метод: аналіз розвитку туристичної галузі до війни, під час конфлікту та після його завершення.

РОЗДІЛ II

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ПІД ЧАС ВІЙНИ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

2.1. Міжнародний туризм під час війни: міжнародний досвід.

Війна і туризм, на перший погляд, можуть здаватись взаємно виключними. Однак взаємодія між ними часто виявляється значною, навіть під час активних бойових дій. Це стосується не тільки туристичних відвідин колишніх полів битв, але й таких явищ, як туризм в умовах війни, що стало предметом малої кількості досліджень до недавнього часу. Як зазначав історик Джон Уолтон ще в 1996 році, звичайна практика туризму в роки Першої та Другої світових воєн тривала через відпустки солдатів, працюючі курорти і готелі, а також завдяки інтересам різних зацікавлених сторін, які намагалися планувати і підготуватися до повоєнного періоду.

Протягом Першої та Другої світових воєн туризм не припинявся, навіть у зонах бойових дій. Солдати, що перебували у відпустці, відвідували курорти та готелі, які продовжували працювати, незважаючи на умови війни. Листи солдатів до родин часто описували ландшафти і зустрічі, що сприяло зростанню популярності таких місць серед цивільного населення. Туризм і війна не є несумісними; він існував у різних формах навіть під час війни, особливо в зонах, розташованих поблизу фронтів або в місцях відпочинку солдатів.

Беррам Гордон у своїй книзі *War Tourism* (2018) зосереджує увагу на туризмі у Франції під час і після Другої світової війни. Вивчаючи розвиток

туризму в контексті війни, автор розглядає як туристичні практики, так і нарративи, які виникли в результаті цих подій. Книга охоплює різні етапи: від поразки та окупації Франції до створення пам'яток та спадщини, пов'язаних з війною. Зокрема, увага звертається на те, як нацисти використовували туризм для демонстрації політичного домінування, зокрема через фотоальбоми з візитами Гітлера до французьких туристичних місць, таких як Ейфелева вежа, а також через інтерпретацію таких місць, як Лінія Мажино, як символів німецької переваги [20].

Додатково, французи також були туристами під час окупації, користуючись оплачуваними відпустками, що стимулювало повернення до природи, підкреслюючи значення регіонального фольклору та туризму на короткі відстані через розподіл Франції на зони, контрольовані німецькими військами та урядом Віші. Туристична інфраструктура була частково переорієнтована на потреби війни, а місто Віші стало символом режиму Віші.

Щодо пам'ятного туризму, то він почав розвиватися ще до закінчення війни, із перших відвідин полів битв та обговорень щодо цього на рівні держав. Після війни ці практики набули більш організованого характеру, зокрема через національні туристичні офіси та створення меморіалів на місцях важливих битв, таких як День "Д" у Франції.

Книга *Tourisme et Grande Guerre* (2019), редагована Івом-Марі Еванно та Йоганом Вінсентом, надає глибокий аналіз зв'язку між туризмом і Першою світовою війною через двадцять вісім кейс-стаді, що охоплюють різні країни та регіони, включаючи Францію, Шотландію, Португалію, Австрію, Італію, Бельгію та інші. Це колективне видання розглядає, як туризм підтримувався під час війни, наприклад, через курорти та відпустки для солдатів, а також як цей

феномен вплинув на повоєнний туризм [27].

У сучасній історії варто звернути увагу на досвід Ізраїлю, який за останні 50 років перебував у декількох збройних конфліктах. З 1967 року Ізраїль пережив низку воєн та масштабних військових операцій, включаючи Шестиденну війну, Війну Судного дня, Першу та Другу інтифади, а також війну 2023 року між Ізраїлем та ХАМА. Протягом останніх 40 років періоди насильства між палестинцями та ізраїльтянами періодично відлякували туристів (21) Israeli Ministry of Tourism. (2022). "Tourism Statistics".). Після Другої інтифади Ізраїль втратив приблизно третину своїх туристів [44].

Позитивним аспектом є те, що Ізраїль звик до періодів конфліктів, і його економіка швидко відновлюється. Звичайно, туристична галузь особливо вразлива.

Одна з найбільших туристичних організацій країни, Tourist Israel, зазначає, що індустрія звикла до відновлення. Ізраїль відкрився для туристів у січні 2022 року. Того року країна прийняла майже 2,7 мільйона туристів (на 41% менше порівняно з понад 4,5 мільйонами відвідувачів у 2019 році) [31]. Однак до подій 7 жовтня 2023 року кількість туристів наближалася до рівня до пандемії [41].

З початком поточного конфлікту між Ізраїлем та ХАМАС тисячі туристів покинули Ізраїль, що передбачає значне сповільнення туристичної індустрії країни. Від'їзд туристів став серйозним ударом для туристичної галузі Ізраїлю, яка щойно відновлювалася після пандемії COVID-19 [41].

Війна Ізраїлю з Газою також помірно вплинула на туризм до Єгипту, особливо в Південному Синаї, який становить 32% від загальних туристичних бронювань Єгипту. З початку конфлікту більше половини поїздок до Південного

Синаю було скасовано, за даними Єгипетської асоціації туризму та дружби між народами [25]. Міжнародний туризм є важливим джерелом іноземної валюти для Єгипту.

У Йорданії та Лівані також спостерігалися негативні наслідки для туристичної індустрії, де високий сезон триває з жовтня до кінця травня, і де туризм також є основним джерелом іноземної валюти. Жодна з цих країн не перебуває в економічно сильному становищі. Ліван страждає від фінансового колапсу, що триває вже чотири роки. Єгипет має кризу з іноземною валютою та високу інфляцію, тоді як економіка Йорданії вже близько десятиліття перебуває в стагнації [47].

Повертаючись до конкретних учасників туристичної індустрії, слід зазначити, що вплив відчували авіакомпанії, круїзні лінії, туристичні компанії, готелі та ресторани. Великі міжнародні авіакомпанії, такі як United та American Airlines, змінили розклад, зазвичай скасовуючи рейси до та з Ізраїлю [30]. Деякі авіакомпанії також призупинили послуги до Лівану, тоді як національний перевізник Middle East Airlines скоротив кількість рейсів більш ніж наполовину [36]. Бюджетні авіакомпанії, такі як EasyJet, скасували пакети до Ізраїлю, тоді як інші дозволили туристам перенести дати подорожі на майбутнє або отримати відшкодування [26].

Круїзні лінії також скасували свої заходи в Ізраїлі, скорочуючи розклади або відвідуючи інші порти Східного Середземномор'я [22]. Ті, хто базував частину свого флоту в портах Ізраїлю, таких як Хайфа, (наприклад, Royal Caribbean), тепер обрали порти в інших країнах [39]. Що стосується наземних турів, туроператори були змушені скасувати поїздки через ситуацію з безпекою в Ізраїлі та на Західному березі, або через те, що туристи самі скасовували або

відкладали свої поїздки до країни [31]. Що стосується розміщення, деякі готелі в Ізраїлі були змушені закритися, включаючи деякі готелі InterContinental та Isrotel – одну з основних мереж країни. Це пов'язано з двома факторами: падінням кількості бронювань та мобілізацією персоналу для служби в ізраїльській армії [34]. Останнє також вплинуло на інші частини гостинної індустрії, з ресторанами, які були змушені закритися через мобілізацію їхнього персоналу [32]. Також багато історичних місць закрито, а національні парки та резервати також призупинили свою діяльність [33].

2.2. Розвиток туристичної галузі України та вплив на дипломатію до повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році.

Україна, з її багатою культурною спадщиною, природними красотами та історичними пам'ятками, має великий потенціал для розвитку туризму, однак цей потенціал часто не реалізується через економічні, політичні та соціальні чинники.

До початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в 2022 році Україна демонструвала позитивну динаміку розвитку міжнародного туризму. У період з 2010 по 2019 рік кількість іноземних туристів в Україні постійно зростала, досягнувши близько 14 мільйонів візитів на рік за даними Державної служби статистики України (2020). У цей час були започатковані численні програми з розвитку туризму, зокрема унікальні туристичні маршрути, спрямовані на популяризацію історико-культурної спадщини, екологічного туризму та медичного туризму [47].

Великий внесок у розвиток міжнародного туризму в Україні зробили крупні міжнародні події, такі як Євро-2012, міжнародні фестивалі, виставки, а також залучення іноземних туристів на Міжнародний фестиваль "Таврійські ігри" та інші культурні заходи, які проводилися на території країни. Водночас, географічне розташування України, на перехресті Європи та Азії, дозволяє залучати туристів з різних регіонів світу.

Міжнародний туризм в Україні має вагомий економічний вплив. За даними Світового банку, сектор туризму в Україні до 2020 року складав близько 3,7% ВВП країни, а кількість робочих місць, пов'язаних з туризмом,

була однією з найбільших серед інших сфер економіки. Туризм створює додаткові можливості для розвитку інфраструктури, інвестицій у готельний бізнес, транспортні послуги та пов'язані з ним галузі (ресторанний бізнес, послуги перевезень, тощо).

Незважаючи на високий потенціал для розвитку, сектор туризму в Україні все ще стикається з низкою проблем, серед яких недофінансування рекламних кампаній, недостатня інвестиційна привабливість регіонів та зношена туристична інфраструктура. Проте через реформування туристичної сфери та збільшення міжнародного співробітництва Україна зберігає перспективи для залучення більшої кількості іноземних туристів.

Міжнародний туризм в Україні має важливу роль у сфері публічної дипломатії. Туризм дозволяє формувати позитивний імідж держави на міжнародній арені, презентуючи культурні та історичні досягнення країни. Крім того, він сприяє зміцненню дипломатичних відносин та розвитку міжкультурного діалогу. Тури, спрямовані на вивчення української культури, гастрономії та традицій, а також участь у великих міжнародних культурних проектах, стали потужними інструментами для побудови мостів між Україною та іншими країнами.

Зокрема, під час Євро-2012, Україна активно використовувала спортивний туризм для залучення уваги до своїх культурних та туристичних можливостей. Влада розробила спеціальні програми для іноземних туристів, включаючи спільні ініціативи з сусідніми країнами, що значно підвищило міжнародний статус України.

Проте, в умовах військових дій та окупації частини території України, міжнародний туризм зазнав значних втрат. Проте важливим аспектом є викори-

стання туризму для відновлення країни після війни. Відновлення туристичних напрямків, в тому числі через маркетинг та культурну дипломатію, стане ключовим завданням у післявоєнний період.

Вплив війни на туристичну галузь. З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації у 2022 році міжнародний туризм в Україні зазнав значних втрат. У результаті бойових дій туристична інфраструктура була зруйнована або серйозно пошкоджена, що суттєво знизило кількість іноземних туристів. Проте навіть у цей складний період Україна продовжує використовувати туризм як інструмент публічної дипломатії, інвестуючи в рекламу своїх відновлених культурних та природних пам'яток через онлайн платформи та міжнародні партнерства

Зокрема, після деокупації частини територій України спостерігається поступове відновлення інтересу до туризму в західних і центральних регіонах, що дозволяє говорити про відновлення туризму як важливого фактору економічного відновлення та міжнародних відносин.

Україна об'єктивно володіє багатьма ресурсними та інфраструктурними передумовами для перетворення сфери міжнародного туризму на чинник соціально-економічного розвитку та публічної дипломатії. Суспільно-політичні та ринкові перетворення у пострадянській Україні дозволи сформувати сталі потоки міжнародних візитів та перетворили країну на впливову туристичну дестинацію. Протягом 2005-2013 років Україна мала позитивне сальдо в'їзного туристичного потоку рис. 2 [46].

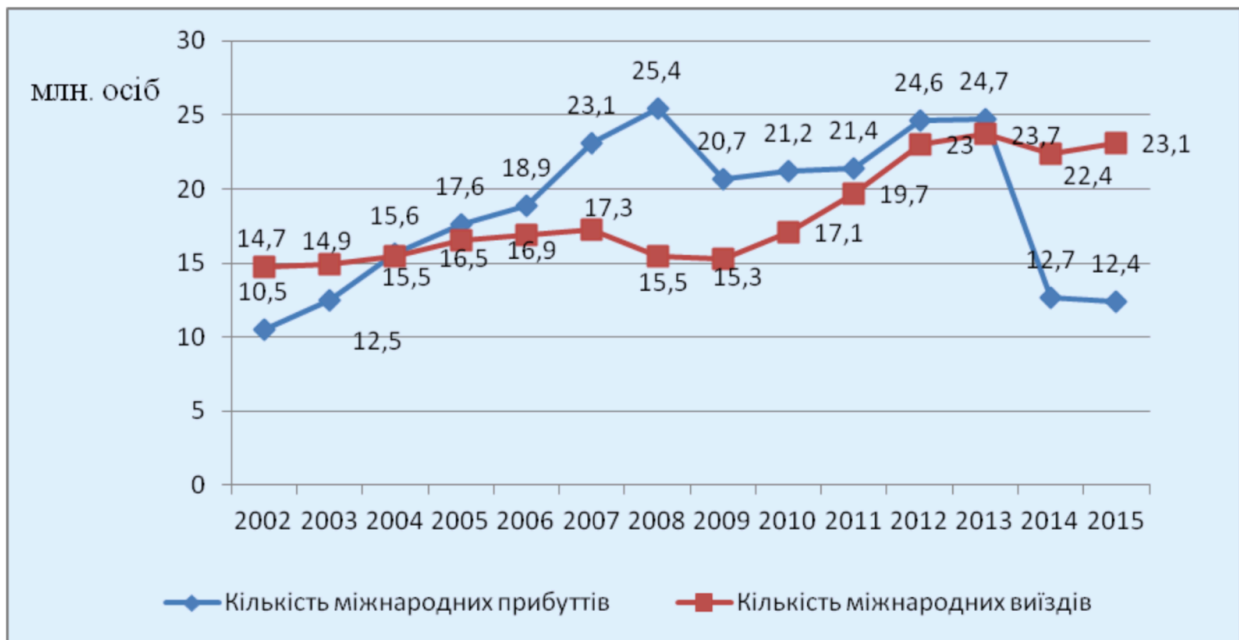


Рис. 2. Динаміка потоку міжнародних прибуттів та виїздів в Україні, 2002-2015 рр.

Навіть попри те, що туристична політика останніх 25 років характеризувалася непослідовністю, постійними трансформаціями центрального органу управління у сфері туризму, відсутністю дієвих програм підтримки галузі, за кількістю міжнародних туристичних прибуттів аж до 2014 року Україна була серед лідерів світового туристичного ринку.

Рекордним для України став 2008 р., коли країну відвідало 25,4 млн. іноземців, що дозволило увійти до першої десятки країн за кількістю міжнародних туристичних прибуттів. (рис. 3) [43]. Російська агресія з 2014 р. спричинила різке зменшення у 2014 р. (на 48,5%) обсягу міжнародних туристичних прибуттів до України і вплинуло на докорінне переформатування їхньої просторової структури [43].

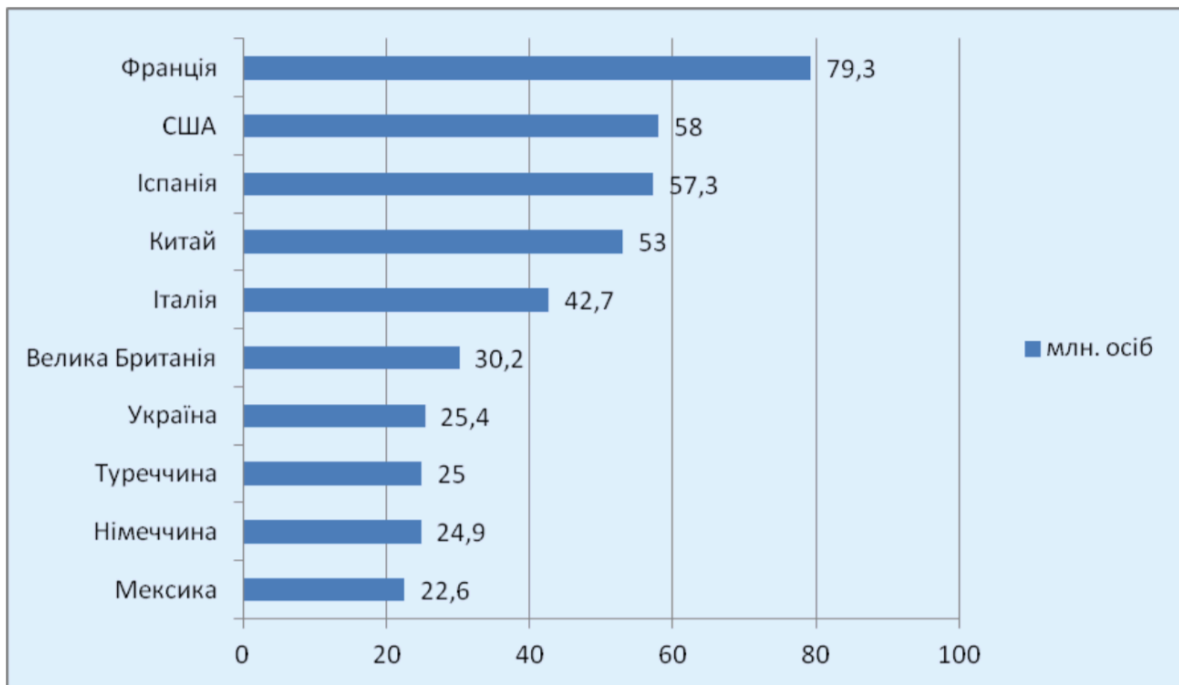


Рис. 3. Україна у ТОП-10 туристичних дестинацій світу, 2008 р.

Очевидно, що на тлі проведення антитерористичної операції на сході України чимало іноземців відчували побоювання за перебування в країні, що використовувалося і підігрівалося засобами масової інформації Росії. Ситуація ускладнилася ліквідацією центрального органа управління у сфері туризму, функції якого протягом 2011-2014 рр. виконувало Державне агентство України з туризму. Нині його функції покладено на новостворене управління туризму і курортів у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі.

Доволі показово, що за роки незалежності центральний орган управління у сфері туризму зазнавав принципових реорганізацій цілих 7 разів, що, звісно, не сприяло забезпеченню ефективності роботи. В ході багатьох реформувань неодноразово виникало питання про створення національного туристичного офісу як визнаної світовим досвідом моделі просування і рекламування національного туристичного продукту. Щоправда, напередодні проведення

«Євро-2012» було створено ДП «Національний туристичний офіс», діяльність і доля якого сьогодні залишається невідомою. Промоція України як туристичної країни здійснюється безсистемно, а у нинішніх умовах фактично відсутня. Причому це відбувається на фоні загострення міжнародної конкуренції за світові туристичні потоки, за які сьогодні активно борються не тільки країни, а й окремі регіони, великі мегаполіси та невиразні містечка.

Щороку зростають бюджети та кількість туристичних представництв за кордоном національних туристичних офісів, таких як: агентство з розвитку туризму Франції «Atout France» (33 представництва), інститут туризму Іспанії «Turespaña» (33 представництва), Національний комітет з туризму Німеччини «DZT» (30 представництв), італійська рада з туризму «ENIT» (25 представництв) та ін. Маркетингову активність виявляють національні туристичні офіси країн Центральної та Східної Європи [48].

На тлі активізації інструментів публічної дипломатії в Україні, що пов'язано з об'єктивною необхідністю протистояння інформаційному наступу з боку Росії, використання таких дієвих інструментів «м'якої сили» як туризм залишається серед першочергових завдань. Причому як зовнішньополітичних, так і суто економічних. У даному випадку ефективним інструментом реалізації туристичної політики держави може бути створення центрального органу управління у сфері туризму з широкими повноваженнями, а також національного туристичного офісу як маркетингової структури на засадах державно-приватного партнерства.

Разом з тим, для України, державна політика якої у гуманітарній сфері сконцентрована на консолідації та розвитку української нації, формуванні її історичної свідомості, підтримка культурно-туристичних проектів у межах ре-

алізації завдань публічної дипломатії надає туризму політичного значення як чинника формування громадянської активності і політичної свідомості власних громадян. У цьому сенсі туризм не тільки репрезентує національну культуру світовій спільноті, а й конструює національну ідентичність народу, від ставлення якого до своєї країни багато у чому залежить сприйняття зарубіжною аудиторією.

2.3. Втрати туристичної галузі України від окупації РФ та бойових дій під час повномасштабного вторгнення.

Війна в Україні, що почалася з окупації Криму у 2014 році та перейшла у повномасштабне вторгнення у 2022 році, завдала значних збитків туристичній галузі країни. Туризм, який раніше генерував вагомі доходи для місцевих бюджетів і сприяв економічному розвитку, втратив можливість функціонувати в багатьох регіонах, зокрема на півдні та сході країни.

Наразі туризм в Україні переживає дуже складні часи. Перш за все, українська інфраструктура та природа постійно страждають від російських атак. При чому значну частину унікальних природно-рекреаційних об'єктів, таких як Асканія Нова чи Кінбурнська коса у Херсонській області, було повністю знищено під час бойових дій або наразі вони перебувають під окупацією.

Крім фактичного знищення та терору з боку Російської Федерації проблема полягає й у самих туристах, адже іноземний потік громадян значно скоротився, у той час, як українці часто не мають фінансових та психоемоційних можливостей для регулярних подорожей країною.

Водночас війна – це не тільки стагнуючий фактор, але й специфічний інструмент, який відкриває чимало можливостей. І вже сьогодні можна спостерігати певні зміни, адже в Україні значно збільшилась кількість туристів, які приїхали навіть під час війни, щоб на власні очі побачити унікальність української культури та землі [49].

Крім того, якщо раніше іноземці їхали переважно в Київ, сьогодні значна частина з них подорожують й іншими регіонами України. Щобільше, воєнні дії зумовлюють зміни не тільки в сьогоденні.

Так, згідно з досвідом інших країн, туризм може стати справжньою опорою післявоєнного відродження України. За даними звіту Державного агентства розвитку туризму, туристична галузь вже почала відновлюватись від початку повномасштабного вторгнення та принесла у державний бюджет майже 2 мільярди гривень лише за перші 9 місяців 2023 року.

То ж який стан саме міжнародного туризму в Україні до та після повномасштабного вторгнення? За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2021 році Україну відвідали понад 4 мільйони іноземців, що майже на 26% більше, ніж у 2020 році. Метою поїздок іноземців в Україну у 2021 році були відпочинок, відпочинок та рекреація. Так сказали 29,5% респондентів [8].

Україна інвестувала у розвиток туристичної інфраструктури: з'явилися нові готелі, ресторани, аеропорти, вокзали. Наприклад, міжнародний аеропорт «Бориспіль» у Києві є одним із найбільших і найсучасніших аеропортів Східної Європи, було запущено багато маршрутів популярними європейськими авіалініями, такими як Wizzair, Ryanair та інші.

Індустрія туризму в Україні передбачувано різко впала після вторгнення Росії. Тепер, замість іноземних туристів з ЄС чи Близького Сходу, у готелях розміщуються закордонні дипломати, громадські активісти, журналісти всіх світових видань та різноманітні волонтери. Лише за 2022-й рік в Україну в'їхало майже 2 мільйони іноземців, з яких мільйон — уже під час повномасштабного вторгнення РФ [47].

Цікаво, що активні бойові дії не завадили хасидам святкувати Рош га Шана в Умані у 2022 році. Так, 23 тисячі паломників все ж приїхали до міста, що вдвічі перевищило очікування влади.

Для прикладу, під час пандемії коронавірусу у 2020 році на свято прибуло

2,5 тисячі, а у 2021-му — 30 тисяч [50].

Початковий шквал журналістів і політичних делегацій, які прибули до країни після вторгнення, також згас, оскільки відвідувачі мігрували в інші місця. Україна зіткнулася із закритим повітряним простором, політичною нестабільністю, проблемами з оплатою та ненадійним середовищем безпеки. Незважаючи на це, український туристичний бізнес продовжує працювати, забезпечуючи Україні позитивний економічний ефект. Україна адаптується до нових реалій, відроджується з попелу та розвиває свій туристичний бренд.

Основні втрати галузі. Одним із ключових наслідків військових дій стало зменшення туристичних потоків. За даними Державного агентства з розвитку туризму України (DART), у 2022 році доходи від туристичного збору зменшилися на 24%, досягнувши лише 178 млн грн у порівнянні з 235 млн грн у 2021 році [23] Найбільші втрати спостерігалися у регіонах, що перебувають у зоні бойових дій або під окупацією: Херсонська область (-95%), Миколаївська область (-90%), Донецька область (-83%), Одеська область (-80%) [23].

Окрім економічних втрат, значних руйнувань зазнала інфраструктура. Знищення або пошкодження об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО, туристичних зон і природних заповідників, таких як Асканія-Нова, стали серйозною перешкодою для відновлення галузі [51].

Вплив на працівників галузі. Багато працівників туристичної сфери залишили країну, шукаючи безпеки за кордоном, що призвело до кадрового дефіциту. Ті, хто залишився, часто стикаються з емоційним виснаженням, що негативно впливає на якість послуг [21].

Екологічні наслідки. Військові дії значно погіршили екологічний стан туристичних зон. Вибухи, пожежі та забруднення навколишнього середовища

створили загрозу для природних ресурсів, що традиційно використовувалися для розвитку рекреаційного та медичного туризму. За даними платформи Ecodozor, більше 40% природоохоронних зон України перебувають у зоні бойових дій, а екологічні злочини включають забруднення води, ґрунтів та повітря [24].

Культурні втрати. З початку широкомасштабного вторгнення Росії культура України зазнала найбільших втрат за всю історію незалежності. Культура є основою самовизначення нації, і знищення таких культурних об'єктів, як музеї, історичні будівлі, пам'ятники та мистецькі твори, є великим ударом для народу, оскільки з кожним знищеним об'єктом втрачається частина історії та культурної спадщини України.

Внаслідок активних бойових дій на сході та півдні країни, а також регулярних ракетних обстрілів, багато культурних і спортивних установ припинили свою роботу, що призвело до втрати доступу до культурних послуг для понад 12 мільйонів людей. Сьогодні в Україні налічується близько 15,5 тисяч об'єктів культурної спадщини, з яких 1,2 тисячі мають загальнодержавне значення.

Особливо болісні втрати, такі як знищення Свято-Успенської Святогірської лаври, музей Григорія Сковороди, скіфське золото та інші важливі культурні пам'ятки. Оцінка збитків на сьогодні складає понад 2,4 мільярда доларів, що включає не лише пошкодження самих об'єктів, а й втрати у туристичній сфері. Водночас, через труднощі в оцінці культурної вартості об'єктів, це число може бути знижене.

Відновлення культурних об'єктів потребує ретельного планування та залучення міжнародних експертів. Важливим є те, що сфери культури і туризму

тісно взаємопов'язані, і руйнування культурно-туристичних об'єктів призводить не лише до культурних втрат, а й до значних економічних втрат для регіонів [52].

Туризм в Україні зазнає значних фінансових втрат через зменшення кількості туристів. Відсутність іноземних туристів, яких було близько 4 мільйонів у 2020 році, а також проблеми внутрішнього туризму через бойові дії, ракетні удари та заміновані зони, призводять до повного або часткового припинення роботи туристичних підприємств у 13 з 24 областей. В результаті, непрямі втрати у сфері культури, туризму та спорту в червні 2023 року оцінюються в значні суми.

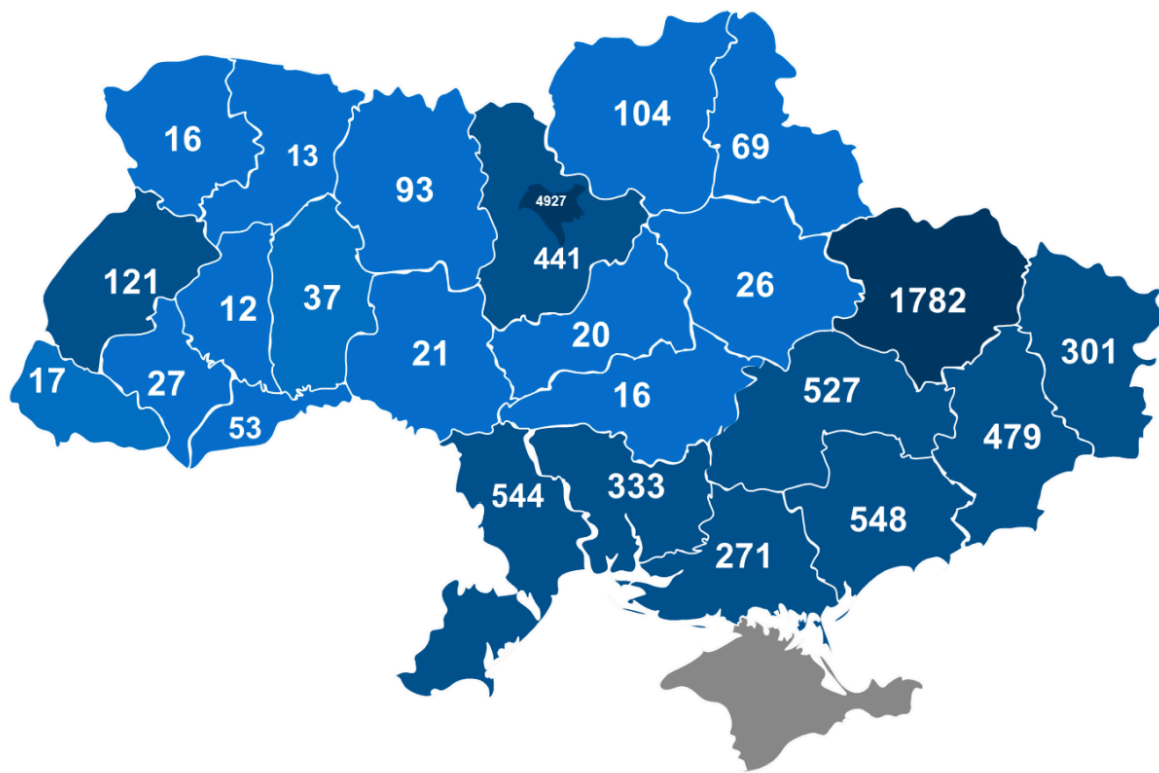


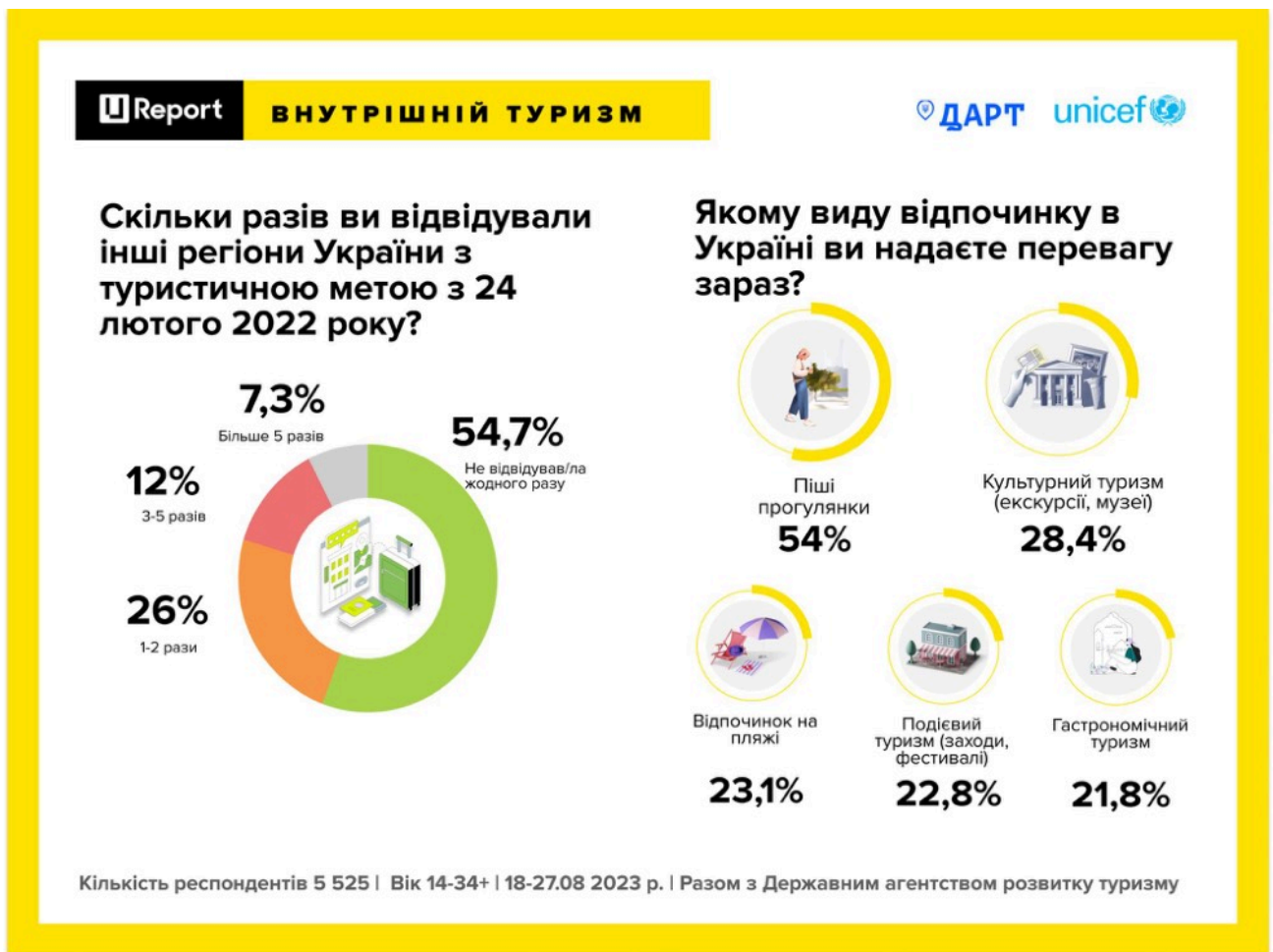
Рис. 4. Непрямі втрати сфер культури, туризму та спорту станом на червень 2023 року в розбивці по регіонам, млн дол [52].

Внутрішній туризм. Приклад інших країн доводить, що навіть стан війни не є перешкодою для відвідування країни. І все ж таки, доки лунають гармати, казати про швидкий зріст іноземних відвідувачів в Україні зарано. Більшість посольств іноземних держав в Україні не рекомендують своїм громадянам відвідувати нашу країну без нагальної потреби, повідомлення про необхідність дотримуватись правил поведінки під час повітряних тривог публікуються на регулярній основі посольствами іноземних держав. Тому наразі саме внутрішній туризм є опорою для місцевих бізнесів, і залишає надію на розвиток галузі у повоєнний час.

Влітку 2023 року Державне агентство розвитку туризму в партнерстві з проєктом UNICEF U-Report Ukraine провели онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни.

Опитано понад 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років. Згідно з дослідженням, з часу повномасштабного вторгнення – 24 лютого 2022 року, понад 45% опитаних українців подорожували країною з туристичною метою. За останні півтора року 26% опитаних мандрували регіонами країни 1-2 рази, 12% – 3-5 разів. Понад 5 разів подорожували Україною 7% респондентів [15].

Ставлення до подорожей через повномасштабну війну у 23 % українців не змінилося взагалі. 21% зазначили, що, подорожуючи, вони підтримують економіку країни. Стільки ж заявили, що уникають будь-яких вояжів через можливу небезпеку (додаток 1) [16].



Додаток 1. Внутрішній туризм в Україні після повномасштабного вторгнення.

Голова Державного агентства розвитку туризму України, Мар'яна Олесків зазначила, що внутрішній туризм за час повномасштабного вторгнення став тією основою, завдяки якій тримається туристична галузь країни в цілому. «Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників і їхніх родин, так і для цивільних. А ще це спосіб підтримати економіку країни, яка сьогодні працює виключно на нашу оборону», - зазначила Голова ДАРТ.

Аналіз динаміки податкових надходжень від туристичної індустрії в Україні за останні 4 роки включно з 1-м кварталом 2024-го року показують, що в

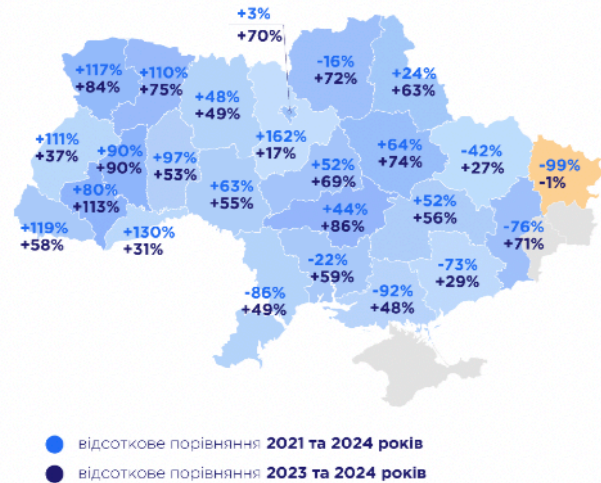
більшості областей такі показники зросли на 20-50%, а в Західних областях України майже вдвічі (додаток 2) [16].

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ



ВІД ТУРГАЛУЗІ ПО ОБЛАСТЯХ ЗА 1 КВАРТАЛ (2021-2024 рр.)

ПОДАТКИ, млн грн:	2021	2022	2023	2024
Вінницька	5,2	6,0	5,5	8,5
Волинська	2,6	3,1	3,1	5,6
Дніпропетровська	19,4	21,0	18,9	29,4
Донецька	10,6	10,4	1,5	2,6
Житомирська	2,7	3,0	2,7	4,0
Закарпатська	12,7	15,7	17,7	27,9
Запорізька	14,3	13,8	3,0	3,8
Івано-Франківська	40,6	81,7	34,2	73,1
Київська	22,4	30,6	50,0	58,7
Кіровоградська	3,3	2,9	2,6	4,7
Луганська	2,1	1,6	0,01	0,01
Львівська	45,4	63,5	70,0	95,9
Миколаївська	6,6	7,4	3,2	5,1
Одеська	201,0	30,6	18,9	28,2
Полтавська	8,8	9,6	8,3	14,4
Рівненська	3,2	3,9	3,8	6,7
Сумська	2,4	2,4	1,8	3,0
Тернопільська	3,7	4,9	3,7	7,0
Харківська	19,2	20,4	8,8	11,2
Херсонська	7,8	8,0	0,4	0,6
Хмельницька	4,1	5,2	5,3	8,1
Черкаська	4,2	4,7	3,8	6,4
Чернівецька	3,6	3,8	6,3	8,3
Чернігівська	4,0	3,7	2,0	3,4
м. Київ	179,2	182,6	108,0	183,7



Додаток 2. Динаміка податкових надходжень по областях за 1-й квартал 2024 р.

Таким чином можна зазначити, що втрати туристичної галузі України є масштабними та багатовимірними. Проте навіть у цих умовах внутрішній туризм продовжує частково функціонувати в західних і центральних регіонах країни, пропонуючи нові формати відпочинку для українців. Відновлення галузі потребуватиме значних інвестицій, модернізації інфраструктури та розробки програм меморіального туризму, які зможуть залучити міжнародну увагу та сприяти економічному відродженню країни, водночас внутрішній туризм є тим інструментом, що дає змогу бізнесу вижити в умовах війни.

РОЗДІЛ III

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИЗМУ У ПОВОЄННИЙ ЧАС. ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ІМІДЖ КРАЇНИ ТА ВІДБУДОВУ

3.1. Міжнародний досвід у відновленні туристичної галузі після війни.

Як свідчить міжнародний досвід, навіть у розпал війни туристична галузь може не тільки зберегти свою діяльність, але й розвиватися. Це можливо завдяки підвищеному інтересу міжнародних організацій, які сприяють відновленню країн через проведення конференцій, гуманітарних місій тощо. Такі заходи не лише підвищують рівень компетентності працівників туристичної сфери, а й сприяють покращенню інфраструктури.

Розглянемо досвід кількох країн, які, незважаючи на військові конфлікти на своїй території, змогли розвивати туристичну галузь та покращувати свій міжнародний імідж.

Ізраїль. Ізраїль перебуває в стані збройного конфлікту понад 70 років, але це не завадило країні залишатися популярною серед туристів. Міста, такі як Єрусалим, Тель-Авів, Назарет, Вифлеєм і Хайфа, а також курорти на Мертвому морі продовжують приймати значну кількість відвідувачів. Туристичний сектор забезпечує приблизно 6,2% доходів державного бюджету Ізраїлю, переважно завдяки паломницькому, медичному та культурному туризму. Також він є значним джерелом зайнятості, забезпечуючи близько 6% робочих місць у країні [31].

Єгипет. Єгипет є яскравим прикладом відновлення туризму після конфлікту. Військові дії, що тривали у 1967–1970 роках, а також у період до 1982 року, не завадили країні повернутися до активного туристичного життя. Завдяки унікальним історичним пам'яткам та привабливості морських курортів, таких як Синайський півострів та Хургада, Єгипет зміг поступово відновити потік відвідувачів. У 2019 році країну відвідало майже 15 мільйонів туристів, а внесок туризму в економіку досяг 12% ВВП. Єгипет продовжує активно розвивати як історичні тури, так і відпочинок на узбережжі. [57]

Боснія і Герцеговина. Після завершення конфлікту в 1992–1995 роках Боснія і Герцеговина стала однією з країн з найшвидшими темпами розвитку туризму. Уже в 1995 році приріст туристичних потоків складав 24% щорічно. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, до 2020 року країна мала посісти третє місце у світі за темпами розвитку туризму. У 2019 році туризм забезпечив 10,5% ВВП країни. У столиці Сараєво розвивався "темний" туризм: створено меморіали загиблим, пам'ятники дітям та інші пам'ятки, що відображають трагічні події війни. Старе місто також зберегло багату османську спадщину, включно з мечетями, християнськими храмами та синагогами, створюючи образ духовного центру – "Єрусалиму Балкан" [35].

Хорватія. Туристична галузь Хорватії зазнала серйозного удару під час конфліктів 1990-х років, однак після завершення військових дій країна розпочала масштабну рекламну кампанію для популяризації своїх туристичних об'єктів. Особливу увагу приділили розвитку бюджетного туризму, круїзних маршрутів та покращенню інфраструктури. Унікальність Хорватії полягає в її численних островах – понад 1000, з яких 66 населені. Це привернуло увагу туристів, які раніше віддавали перевагу Греції. Зараз Хорватія є популярним

напрямок із часткою туризму близько 15% у ВВП країни. У 2017 році лише за перші вісім місяців країну відвідало 15 мільйонів туристів. Значний акцент зроблено на екологічності пляжів, які отримують відзнаки за чистоту, що приваблює нових відвідувачів і міжнародних інвесторів.

Досвід Хорватії, Туреччини та Кіпру в розвитку туризму після завершення військових дій є схожим. Усі три країни реалізували масштабні рекламні кампанії, спрямовані на підвищення впізнаваності та іміджу. Нині туризм є значним джерелом доходів їхніх економік: у Кіпрі – 18% ВВП, у Хорватії – 15%, у Туреччині – 13%. Завдяки цьому в цих країнах також розвивається ринок нерухомості та залучаються інвестиції [35].

Кіпр. Кіпр пройшов складний шлях відновлення після міжетнічного конфлікту між грецькими та турецькими громадами. Завдяки активному розвитку туристичної інфраструктури та маркетинговим кампаніям країна вийшла на новий рівень популярності. У 2018 році Кіпр прийняв рекордну кількість туристів – 3,8 мільйона при населенні в 1,22 мільйона. Частка туризму в економіці досягла 18% ВВП. У 2021 році туристичний потік у пікові місяці збільшився на 300% порівняно з попереднім роком. Острів активно розвиває відпочинок на узбережжі, екологічні тури в центральній частині країни та морські круїзи до сусідніх держав [35].

Грузія. Грузія, подібно до України, привернула міжнародну увагу через військові конфлікти, які підкреслили унікальність її культури та історії. Багато людей почали відвідувати курорти Грузії, що також стимулювало інвестиції в країну [45].

3.2. Вплив міжнародного туризму на імідж країни та відбудову.

Розвиток міжнародної економіки та підвищення рівня добробуту людей сприяє підвищенню попиту на туристичні послуги та їх різноманітність [8]. Сучасний туризм став засобом пізнання світу, самореалізації, розширення кругозору й отримання нових знань. Туристу нового покоління властиві високий рівень освіти, вимогливість, самовираження, активність. Це сприятливо позначається на розвитку національних економік: створюються нові робочі місця, збільшуються експортні надходження, розвивається інфраструктура. Міжнародний туризм також є потужним інструментом публічної дипломатії, або “м’якої сили”, задля покращення іміджу країни та ставлення до неї мешканців країн-партнерів.

На тлі активізації публічної дипломатії в Україні, спричиненої необхідністю протидіяти інформаційній агресії з боку Росії, туризм виступає одним із ключових інструментів «м’якої сили». Його значення охоплює як зовнішньополітичні, так і економічні аспекти. Для ефективної реалізації державної туристичної політики доцільно створити центральний орган управління у цій сфері з розширеними повноваженнями, а також заснувати національний туристичний офіс на основі державно-приватного партнерства. Такий офіс має тісно співпрацювати з Міністерством культури та Міністерством закордонних справ України, забезпечуючи інтегровану роботу в напрямку популяризації національної культури, мистецтва та сучасних досягнень у світі.

Туризм, побудований на основі міжособистісних контактів, здатен оживити культурну спадщину, перетворюючи її на ресурс соціально-економічного розвитку й інструмент міжнародного впливу.

Для України, яка зосереджена на формуванні національної ідентичності та історичної пам'яті, підтримка культурно-туристичних проектів у контексті публічної дипломатії надає туризму політичного значення. Він стає інструментом не лише репрезентації країни на міжнародній арені, а й консолідації нації, впливаючи на громадянську свідомість і національну гордість. Ставлення громадян до своєї держави значною мірою формує й зовнішнє сприйняття країни.

Глобалізація значно посилила політичну роль міжнародного туризму. У сучасній практиці підтримка туристичної галузі розглядається не лише в соціально-економічному контексті, а й як важливий чинник зовнішньополітичного впливу. Туристичні потоки формують глобальний простір соціокультурних зв'язків із відповідними економічними та політичними наслідками. Репутація країни як туристичного напрямку стала важливим засобом просування цінностей та зміцнення національного бренду.

Туризм сьогодні є невід'ємною частиною публічної дипломатії, яка спрямована на досягнення національних інтересів. Для України, попри виклики, пов'язані з російською агресією, важливо розвивати міжнародні туристичні програми, які сприятимуть поширенню її зовнішньополітичного впливу. Таким чином, туризм і дипломатія формують взаємодоповнюючу стратегію, що здатна підсилити позиції України на міжнародній арені.

Міжнародний туризм відіграє важливу роль у формуванні національного бренду та політичного впливу через публічну дипломатію, що відображено в роботах Саймона Анхольта та Уоллі Уоллінса. Уоллінс, характеризуючи національний бренд, підкреслює, що культурні програми, спорт і туризм є частиною структури бренду і безпосередньо пов'язані з політичним впливом, виступаючи своєю публічною дипломатією [56].

Саймон Анхольт розглядає туризм як одну з "конкурентних ідентичностей" і включає його до створеного ним "Рейтингу національних брендів" (Anholt-GfK Roper Nation Brands Index). Цей рейтинг оцінює сприйняття країни міжнародною спільнотою, її зусилля у розвитку бізнесу, торгівлі, туризму, а також у дипломатичних та культурних зв'язках з іншими країнами. "Конкурентні ідентичності" охоплюють шість взаємозв'язаних факторів: туристичну привабливість, людський капітал, якість експортованих товарів, справедливість уряду, привабливість культури та спорту, а також інвестиційну привабливість і привабливість країни як місця постійного проживання [55].



Рис. 4. Основні складові бренду території («шестикутник Анхольта»). Джерело: [55, р. 21].

Варто зазначити, що поки в Україні триває війна, розвиток туризму значно ускладнений, особливо у східних і південних регіонах, які знаходяться в безпосередній близькості до зони бойових дій. Аналіз проблем, спричинених війною, дозволяє визначити основні напрями післявоєнного відновлення туристичної галузі України.

3.3. Можливості та перспективи публічної дипломатії України.

У туристичній галузі вже розпочаті дискусії щодо відновлення галузі в повоєнний період. Експерти вважають, що регіони, які найменше постраждали від війни, відновляться найшвидше. Водночас у звільнених містах туризм матиме свою специфіку: необхідно розробляти екскурсійні маршрути з урахуванням місць пам'яті та трагедій. Ці локації мають стати частиною меморіального туризму, і на них не повинні розміщуватися розважальні об'єкти.

Малий і середній бізнеси відіграватимуть ключову роль у відновленні туристичної галузі. Їхня гнучкість дозволяє швидко адаптуватися до нестабільних умов та максимально використовувати власні ресурси. Внесок цих підприємств залежатиме від підтримки з боку міжнародних партнерів і держави. Ця підтримка має стати частиною чіткої державної політики, орієнтованої на принципи сталого розвитку. Це включає:

- впровадження сучасних підходів до міського планування;
- адаптацію інфраструктури до змін клімату;
- урахування інтересів місцевих громад;
- забезпечення доступності подорожей для всіх верств населення.

Для вдосконалення існуючих цільових, регіональних і державних програм розвитку туризму необхідно, щоб післявоєнна програма економічного відновлення України включала технологічну модернізацію туристичної галузі, що стимулюватиме попит на туристичні послуги.

Важливими заходами є:

- впровадження спеціальних інструментів державної підтримки для стимулювання розвитку туризму та впровадження інновацій;
- залучення інвестицій у туристичний сектор України та створення партнерств із міжнародними компаніями.

Це можливо за умови ефективної державної політики та спрямування зусиль у післявоєнний період на відновлення і вдосконалення туристичної інфраструктури.

Війна завдала серйозного удару по туристичній галузі України, але вона має значний потенціал для післявоєнного відновлення. За умови ефективної підтримки з боку держави, міжнародних партнерів та впровадження інноваційних підходів, туризм може стати важливим драйвером економічного зростання та сприяти формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Підвищення уваги до об'єктів і подій, що документують наслідки російсько-української війни, має як економічну, так і гуманістичну цінність. Це сприятиме підтримці міжнародного іміджу України та увічненню пам'яті про події війни. Ключовою стратегією є створення "маршрутів пам'яті", які включатимуть зруйновані окупантами об'єкти як свідчення злочинів агресора. Відновлення туризму має розпочатися з найменш постраждалих регіонів із залученням фінансування уряду та міжнародної допомоги для розвитку військово-історичного туризму [1].

Згідно з оцінками експертів Trends and analytics відновлення туризму в Україні можуть сприяти такі тенденції:

- Найбільший інтерес у туристів викликають оздоровчі поїздки до санаторіїв та інших рекреаційних закладів, де можна відновити здоров'я та нервову систему, перебуваючи далеко від вибухів та повітряних тривог.
- Попит на індивідуальні чи сімейні подорожі зріс, тоді як популярність групових турів зменшилася.
- Для готелів, хостелів та інших місць проживання ключовим пріоритетом є забезпечення електроенергії, водопостачання, зв'язку та укриттів.
- Українці найчастіше бронюють тури "в останню хвилину", наприклад, на завтра, адже через повномасштабну війну неможливо планувати поїздки заздалегідь [54].

З огляду на досвід інших країн, які відновлювали туристичну галузь після воєн і криз, Україна має значний потенціал для розвитку туризму. Зокрема, підвищений інтерес туристів до місць, які стали символічними або меморіальними після війни, може сприяти створенню нових маршрутів. Це стосується відвідування місць трагедій, таких як Маріуполь, Буча, Ірпінь, Харків та інші постраждалі регіони, що стане важливою складовою освітнього туризму [1].

Для відновлення галузі необхідно наповнювати фонди для реконструкції інфраструктури та впроваджувати програми, спрямовані на підтримку туристичної діяльності. Це передбачає розробку раціональних маркетингових стратегій для реклами туристичних продуктів і послуг, які забезпечать синергетичний ефект у просуванні України на міжнародному туристичному

ринку.

Досвід інших країн, зокрема Хорватії, може слугувати прикладом успішного повоєнного відновлення. У 1990-х роках, після громадянської війни, Хорватія запустила масштабну промокампанію, зосереджену на унікальних туристичних ресурсах, зокрема понад 1000 островів, з яких 66 заселені. Завдяки цим особливостям та отриманню сертифікатів «блакитного прапора» за екологічність, країна приваблює щорічно близько 10 мільйонів туристів, що становить 15% ВВП Хорватії.

Інший успішний приклад — Кіпр, який після етнічних конфліктів між грецькою та турецькою громадами зумів стати популярним туристичним напрямком через чітке позиціонування своїх переваг та активну рекламу. Ізраїль також демонструє ефективність адаптації туристичної сфери до тривалих конфліктів, зберігаючи туристичний потік навіть під час військових дій [2].

Основними напрямками відновлення туристичної галузі в Україні мають стати:

- розвиток різних видів туризму, включаючи діловий, освітній, спортивний, медичний, зелений та воєнний;
- реалізація програм підтримки туристичних підприємств на державному та міжнародному рівнях;
- налагодження міжнародної співпраці для взаємної підтримки у сфері туризму;
- залучення іноземних туристів до відвідування пам'ятних маршрутів і символічних місць;
- використання нових підходів до просування та реалізації туристичних послуг.

Україна має спиратися на досвід таких країн, як Хорватія, Кіпр та Ізраїль, які успішно відновили свої туристичні індустрії після кризових ситуацій. Це дозволить відновити туристичний імідж країни та зробити туризм важливим інструментом економічного розвитку.

ВИСНОВКИ

Міжнародний туризм як складова публічної дипломатії є одним із ключових інструментів м'якої сили, оскільки поширює культуру та цінності, підтримує міжнародний імідж, реалізує економічну дипломатію. Туризм дозволяє іноземним громадянам знайомитися з культурою, традиціями та історією країни, що створює позитивний образ держави на міжнародній арені. Враження від поїздок можуть формувати позитивне сприйняття країни та зміцнювати дипломатичні зв'язки. Туризм сприяє залученню інвестицій та розвитку міжнародної співпраці.

Одним з основних викликів туристичної галузі України є бойові дії внаслідок повномасштабного вторгнення Російської Федерації у лютому 2022 року. Однак, як вдалося визначити під час дослідження, трагічні події стали поштовхом для розвитку внутрішнього туризму, вивчення культурної спадщини та рекреаційних можливостей всередині країни.

Таким чином, було визначено основні проблеми туризму в Україні під час воєнних дій і окреслено шляхи його відновлення у післявоєнний період. Проблеми туристичної галузі тривають з 2014 року (анексія Криму та бойові дії на сході України), а згодом їх посилили пандемія COVID-19 та повномасштабна військова агресія Росії з 24 лютого 2022 року. Зафіксовано зростання внутрішнього туризму в західних та центральних регіонах України в умовах бойових дій.

Основні проблеми туризму під час війни:

- Україна стала найнебезпечнішою туристичною країною світу у 2023 році;
- велика кількість забруднених територій;

- воєнні злочини проти довкілля;
- переорієнтація частини туристичної інфраструктури на інші сфери діяльності;
- повне припинення роботи через економічну нерентабельність;
- зупинка діяльності партнерів у туристичній сфері або їх відмова працювати з туристами;
- значна кількість туристичних об'єктів опинилась в зоні окупації;
- знищення та пошкодження об'єктів, що входять до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;
- відтік кадрів за кордон;
- емоційне виснаження тих, хто залишився, та їх небажання працювати.

Незважаючи на активні бойові дії в багатьох регіонах України та накладені обмеження, туризм продовжує функціонувати у відносно безпечних регіонах, де немає активних бойових дій і які розташовані далеко від окупованих територій.

Шляхи відновлення туристичної галузі в післявоєнний період включають:

- залучення малого та середнього бізнесу до процесу відновлення;
- розвиток меморіального туризму, створення екскурсійних маршрутів, що охоплюють місця пам'яті та трагедій, без використання розважальних атракцій;
- впровадження в програму економічного відновлення технологічної модернізації туристичної галузі, що сприятиме розвитку регіональних і державних програм підтримки туризму;
- впровадження інноваційних інструментів державної підтримки;
- залучення інвестицій у туристичну сферу України та розвиток партнерства з міжнародними компаніями;

- ефективна державна політика, спрямована на відновлення та покращення туристичної інфраструктури.

Проаналізувавши літературу та джерела з наведеної теми, мною були зроблені наступні **висновки**:

1. Виклики, з якими стикнулася Україна в останні роки, мають підштовхнути нас до більш ефективної роботи над іміджем країни, впізнаністю серед виборців країн-партнерів, та створення міцних горизонтальних зв'язків на культурному та економічному рівнях для довготривалого співробітництва та підтримки.

2. Українське суспільство має усвідомити, що міжнародні організації не мають фактичного впливу на агресора, а запорукою безпечного майбутнього є інтереси країн-партнерів на нашій території. Тому чим більше та глибше буде співпраця, культурний обмін, залучення інвестицій в масштабні інфраструктурні та бізнес-проекти, тим більший вплив та підтримку буде мати український інтерес закордоном. І саме міжнародний туризм є одним з тих факторів, що сприяє розвитку цих відносин.

3. Війна є не тільки великим викликом та трагедією, але й можливістю побудувати нові стосунки з іншими країнами, донести до них цінність української культури, показати привабливість інвестицій в українську економіку та наголосити про важливість підтримки України урядами країн-партнерів у боротьбі з російською агресією та відновленні української економіки та інфраструктури.

Досвід інших країн, зокрема Хорватії, Кіпру, Ізраїлю, доводить, що розвиток туристичної галузі можливий навіть після бойових дій на території цих країн. Навіть більше, туризм є одним з драйверів відбудови інфраструктури країни у повоєнний час.

Міжнародний туризм надає можливість громадянам інших країн отримати інформацію щодо культури, історії та особливостей країни, що відвідують. Проведення спільних конференцій та міжнародних заходів, таких як ЄВРО-2012, Євробачення та інші, є потужним елементом публічної дипломатії. Також міжнародний туризм є одним з факторів зміцнення національної валюти.

Війна завдала серйозного удару по туристичній галузі України, але вона має значний потенціал для післявоєнного відновлення. За умови ефективної підтримки з боку держави, міжнародних партнерів та впровадження інноваційних підходів, туризм може стати важливим драйвером економічного зростання та сприяти формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені. Не менш важливим є те, що завдяки залученню іноземних туристів Україна матиме можливість розповісти світу правду про війну, що триває з 2014 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
2. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
3. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції по туризму ООН від 14 квітня 1989 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_904#Text
4. Гуляєв В. Г. Організація міжнародного туризму: підручник. — М.: Нолидж, 2003. — 12 с.
5. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями). — Стаття 1.
6. Заключний акт Наради з безпеки та співробітництва в Європі – URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_055.
7. Манільська декларація зі світового туризму (10 жовтня 1980 р.) – URL: <https://studfile.net/preview/5128376/page:15/>.
8. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
9. Міжнародна економіка: підручник / за ред. А. С. Філіпенка. — К.: Либідь, 2008. — 312 с.
10. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм як інструмент публічної дипломатії: нові можливості для посилення зовнішньополітичного впливу

- України // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. — 2016. — № 1185. — С. 114–118
11. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемшученка. – К.: Інститут держави і права НАН України, 2004. – 396 с.
 12. Сенін В. С. Організація міжнародного туризму: підручник. - М: Фінанси і статистика, 2003. - 400 с.
 13. URL: <https://www.unwto.org/international-code-for-the-protection-of-tourists>
 14. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/157297___157297
 15. КМУ URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2023/zvit_DART_2023.pdf
 16. КМУ URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2023/zvit_DART_2023.pdf
 17. Укрстат: Vyizd hromadian Ukrainy za kordon za krainamy, do yakykh vony vyizhdzhaly, u 2015 rotsi – [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.ukr-stat.gov.ua>.
 18. Arabian travel market series. Egypt source markets. January 2020. URL: <https://www.ATM-SeriesGCC-Source-Market-Egypt-January-2020>.
 19. Benedetti, L. Cultural Diplomacy in Global Relations. Routledge, 2016.
 20. Bertram Gordon. War Tourism, Second World War France From Defeat and Occupation to the Creation of Heritage. Cornell University Press, Ithaca and London, 2018.

21. But, T. Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 2024, 1(27), 32-43. DOI: 10.26661/2522-1566/2024-1/27-03
22. Cruise Lines International Association. "Impact on Cruises in the Eastern Mediterranean", 2023.
23. DART. State agency for tourism development of Ukraine. 2023. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
24. Ecodozor. Environmental consequences and risks of the fighting in Ukraine. 2024. URL: <https://ecodozor.org/index.php?lang=en>
25. Egyptian Tourism Ministry. "Tourism Revenue and Impact of Conflicts", 2023.
26. EasyJet. "Travel Package Cancellations", 2023.
27. Évanno, Y.-M., & Vincent, J. *Tourisme et Grande Guerre. Voyage(s) sur un front historique méconnu (1914-2019)*. Éditions Codex, 2019.
28. Gordon, B. *War Tourism, Second World War France From Defeat and Occupation to the Creation of Heritage*. Cornell University Press, Ithaca and London, 2018.
29. Harrison, D. *Tourism and the Politics of Cultural Exchange*. Channel View Publications, 2012.
30. International Air Transport Association. "Flight Cancellations in Israel and Lebanon", 2023.
31. Israeli Ministry of Tourism. "Tourism Statistics", 2022.
32. Israeli Restaurant Association. "Impact of Military Call-Up on Restaurants", 2023.

33. Israel Nature and Parks Authority. "National Parks and Site Closures", 2023.
34. Isrotel. "Hotel Closures Due to Military Mobilization", 2023.
35. Madzhumar O., Goncharova K. Povstati z ruin. Yaki kraini pislya v'nyни stali popularnymi y turistiv. RBK-Ukraina – RBCUkraine, 2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html> (accessed 22 July 2022). (in Ukrainian)
36. Middle East Airlines. "Flight Suspension to Israel", 2023.
37. Nye, J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. — New York: PublicAffairs, 2004. — 5 p.
38. Nye, J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs, 2004.
39. Royal Caribbean. "Schedule Changes and Impact in Israel", 2023.
40. The Soft Power 30: A global ranking of soft power URL: https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf.
41. Tourism Economics. "Impact of Conflicts on Israeli Tourism", 2023.
42. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 // United Nations Publication Sales. - No. E.08.XVII.27-2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: unstats.un.org.
43. Tourism highlights. 2009 Edition. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
44. UNWTO. Tourism Highlights 2023 Edition. United Nations World Tourism Organization, 2023.

45. Voyna v Yuzhnoy Osetii nanesla udar po turizmu v Gruzii. DW, 2022. URL: <https://www.dw.com/ru-3594321> (accessed 23 July 2022). (in Ukrainian)
46. Vyizd hromadian Ukrainy za kordon za krainamy, do yakykh vony vyizhdzhaly, u 2015 rotsi – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
47. Ukraine State Statistic Service URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
48. URL: https://www.researchgate.net/publication/307559724_MIZNARODNIJ_TURIZM_AK_INSTRUMENT_PUBLICNOI_DIPLOMATII_NOVI_MOZLIVOSTI_DLA_POSILENNA_ZOVNISNOPOLITICNOGO_VPLIVU_UKRAINI
49. URL: <https://www.sarganserlaender.ch/artikel/urlaubziel-ukraine-kriegstouristen-auf-den-spuren-der-zerstoerung>.
50. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>.
51. URL: <https://www.global-monitoring.com/>, Risk map, 2023. A3M Global Monitoring.
52. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24_Damages_Report.pdf
53. URL: <https://www.ATM-SeriesGCC-Source-Market-Egypt-January-2020>.
54. URL: <https://management-journal.org.ua/index.php/journal/article/view/485>.
55. URL: <https://archive.org/details/brandamericamoth0000anho/page/194/mode/2up>
56. World Bank. "Economic Situation in Lebanon, Jordan, and Egypt", 2023.

57. W. Olins, Making a National Brand / Olins W. // The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations / Edited by Jan Melissen. – Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2005. – P. 169-179.