

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Тези доповідей
III Міжнародної науково-практичної конференції
12 листопада 2025 року, м. Харків
Частина 1

Харків
2025

УДК 379.85:338.48(063)

М 26

Рекомендовано до видання рішенням Вченої ради Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (протокол № 11 від 25.11.2025 р.).

Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : тези доповідей III Міжнародної наук.-практ. конф., 12 листопада 2025 року, м. Харків. Частина 1 / Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». – Харків, 2025. – 633 с.
ISBN 978-617-05-0571-2

УДК 379.85:338.48(063)

Збірник містить тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України», яка відбулася 12 листопада 2025 року. У тезах доповідей частини I збірника висвітлено результати досліджень маркетингових інструментів та стратегій повоєнного розвитку туризму та гостинності в Україні, а також напрямків та механізмів розвитку туризму та гостинності в регіонах України.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії туризму та сфери гостинності.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

Автори несуть повну відповідальність за зміст доповідей, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-05-0571-2

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», 2025

4. Digital-напрямок – створення платформ онлайн-бронювання, VR-турів, мобільних додатків для персоналізованих подорожей.

Отже, ресегментація туристичного ринку України є не лише реакцією на кризові виклики, але й стратегічним інструментом його оновлення. Використання сучасних маркетингових інструментів забезпечує:

- формування нових сегментів споживачів;
- підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- розширення внутрішнього туристичного ринку;
- інтеграцію України у міжнародний простір через ESG-орієнтацію та інноваційні підходи.

У перспективі ключовими напрямками мають стати: розвиток smart-туризму, впровадження цифрових технологій у маркетингову діяльність, формування партнерських кластерів у регіонах, а також підвищення ролі брендингу України як безпечної та привабливої туристичної дестинації.

Список використаних джерел:

1. Воляник Г.М., Марушко Н.С. Сучасні маркетингові стратегії у готельному бізнесі: інструменти залучення та утримання клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск № 66.
2. Дибчук Л.В. Маркетинг як інструмент адаптації туристичної галузі до умов нестабільності. *Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф.* (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Ч 1. Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». 2024. С.463-467.
3. Крупа О. Стратегія розвитку подієвого туризму на регіональному рівні: статистичний аналіз та інноваційні перспективи. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 74.
4. Романюк І., Замкова І., Бабко Н. Управлінські стратегії та маркетингові інструменти як чинники забезпечення економічної ефективності туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2025. №5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.5.17>
5. Середа Н.М. Маркетингові стратегії для розвитку індустрії гостинності та туризму: адаптація до умов повосенної економіки в Україні. *Економіка і регіон*. 2024. № 4 (95). С. 48-56.
6. Чепурда Л., Матвійчук Л., Герман І. Сутність та значення стратегічного маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 3 (13). С. 86-94.

Балабаниць А.В.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та туризму
Маріупольський державний університет

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасних умовах воєнних викликів і глобальних трансформацій питання сталого розвитку туризму в Україні набуває особливої значущості. Туризм є не лише важливою складовою національної економіки, але й потужним інструментом соціального згуртування, відновлення територій та популяризації української культури у світі. Забезпечення сталості туристичної діяльності вимагає збалансованого підходу до використання природних, історико-

культурних і людських ресурсів із дотриманням екологічних, економічних та соціальних принципів.

Сталий туризм базується на дотриманні «критеріїв сталості», що означає, що він має бути економічно доцільним, екологічно нешкідливим в довготривалій перспективі, та соціально рівним для місцевих громад. Його основна мета полягає у забезпеченні збалансованого розвитку територій, збереженні природних і культурних ресурсів, а також підвищенні якості життя населення.

Впровадження принципів сталого туризму особливо важливе для України, де туристична сфера є не лише частиною економіки, а й потужним інструментом культурної дипломатії, соціальної інтеграції та відновлення громад у післявоєнний період.

Попри воєнні виклики, туризм в Україні демонструє тенденції стійкого відновлення. Про це свідчать статистичні дані щодо туристичного збору: у першому півріччі 2025 року надходження до місцевих бюджетів склали понад 140 мільйонів гривень, що на третину перевищує показники попереднього року і є вдвічі вищим, ніж у довоєнному 2021 році [1].

Найбільші надходження цього року забезпечили Київ (33,6 млн грн), Львівська область (26,6 млн грн) та Івано-Франківська область (22,1 млн грн). Разом ці три регіони сформували понад 58% усіх надходжень від туристичного збору, що свідчить про високу концентрацію туристичної активності у західному та центральному регіонах країни [2].

Одним із ключових факторів стабілізації галузі є діяльність Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), яке реалізує державну політику у сфері туризму. У 2025 році агентство оновило перелік «Туристичних магнітів України», в який увійшло 204 об'єкти з усіх 25 регіонів, у тому числі Криму. Найбільша їх кількість – 78 об'єктів – зосереджена у семи західних регіонах, які наразі є найбільш безпечними та популярними для подорожей [3].

Одним із пріоритетних напрямів є розвиток інклюзивного та безбар'єрного туризму. В Україні проживає понад 2,5 млн осіб з інвалідністю та близько 1,5 млн учасників бойових дій, тож забезпечення доступності туристичних послуг є надзвичайно актуальним [4]. Аналіз ДАРТ показав, що лише 23% засобів розміщення мають номери, обладнані для осіб з інвалідністю [5]. Це вимагає комплексних рішень – від удосконалення законодавчої бази до зміни суспільного сприйняття інклюзивності

З метою підтримки готельєрів створено «Довідник безбар'єрності», який містить практичні рекомендації та приклади реконструкції приміщень відповідно до міжнародних стандартів. Під час категоризації готелів особлива увага приділяється саме критеріям доступності, що є важливим кроком на шляху до європейської інтеграції у сфері гостинності.

Сталий розвиток туризму неможливий без активної міжнародної взаємодії. Україна бере участь у провідних світових туристичних виставках, зокрема ITB Berlin 2024, де представила національний стенд під гаслом «Ukraine is here». До складу стенду увійшли представники ДАРТ, міста Київ, Чернівці, Харків, Запоріжжя, Ужгород, а також Ukrainian Hotel & Resort Association.

Важливим досягненням стало визнання України на міжнародному рівні: два українські села – Ворохта та Урич – увійшли до глобальної мережі “The Best Tourism Villages by UN Tourism” [6]. Це унікальні локації, де туризм сприяє збереженню культурних традицій, локальної ідентичності та біорізноманіття. Церемонія нагородження відбулася під час III Національного туристичного саміту у Львові.

Серед ключових напрямів подальшого розвитку галузі варто виокремити:

1. Внутрішній туризм – популяризація безпечних регіонів, розвиток інфраструктури та підтримка малого бізнесу через державні програми й гранти.

Навіть у складні часи в Україні створюються нові туристичні маршрути й атракції. Наприклад, у дендропарку «Добропарк» під Києвом відкрито масштабну осінню гарбузову локацію з тематичними інсталяціями, зонами відпочинку та дегустацією сезонних страв. Улітку 2025 року офіційно запущено новий туристичний маршрут – «Закарпатський туристичний шлях». На першому етапі реалізовано 55 км траси, яка згодом розшириться до майже 400 км і з’єднає п’ять країн: Україну, Румунію, Словаччину, Угорщину та Польщу. Маршрут покликаний стати місцем сили, де ветерани та постраждалі від війни українці зможуть відновлювати фізичний і психологічний стан.

2. Екологічний (зелений) туризм – упровадження екологічних стандартів, зменшення викидів, сортування відходів, отримання «зелених сертифікатів» для готелів, ресторанів і туристичних маршрутів.

Екологічна відповідальність стає не лише етичним імперативом, а й конкурентною перевагою. 76% туристів, за даними дослідження Booking.com (2024), вважають екологічну відповідальність важливим критерієм при виборі туристичних послуг; близько 40% мандрівників шукають готелі з екологічною сертифікацією, такими як Green Key чи EarthCheck; 64% туристів готові платити більше за екологічно відповідальні послуги [7].

Серед ефективних інструментів сталого розвитку:

- екологічний аудит туристичних підприємств;
- впровадження зелених інновацій (використання відновлюваної енергії, сертифікація Green Key, ESEAT);
- розвиток систем екологічного моніторингу та раціонального природокористування.

Важливу роль у цьому процесі відіграє партнерство туроператорів, спрямоване на розробку екологічних маршрутів, популяризацію «зеленого» транспорту, зменшення відходів і викидів CO₂. Дослідники наголошують, що близько 60% туристичних компаній почали впроваджувати "зелені інновації" в операційну діяльність (в електротранспорт, у відновлювані джерела енергії) [8].

3. Військовий та меморіальний туризм – створення музеїв, меморіальних комплексів і тематичних маршрутів, які зберігають пам’ять про події російсько-української війни.

За підтримки Національного військово-історичного музею України та Асоціації в’їзних туроператорів України (АІТО) реалізується освітній проєкт «Школа для гідів. Маршрути пам’яті війни», який забезпечує екскурсіводів перевіреними істориками матеріалами для проведення тематичних турів.

Таким чином, можна зробити висновок, що сфера туризму в Україні переживає період глибоких змін і поступового відновлення. Попри воєнні виклики, спостерігається зростання туристичної активності, посилення ролі регіонів, активна міжнародна співпраця та впровадження принципів сталого розвитку. Війна привернула увагу світу до України – її культури, природи, історії та сили духу народу. Це створює потенціал для масштабного післявоєнного відродження туризму. Забезпечення сталості має стати стратегічним пріоритетом держави та бізнесу, адже саме туризм може стати одним із рушіїв економічного зростання й культурного єднання країни.

Список використаних джерел:

1. Державна податкова служба України. Туристичний збір: надходження зросли більше ніж на третину. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/948172.html>
2. Туристичний збір в Україні побив рекорди: Київ, Львівщина та Івано-Франківщина лідирують. URL: <https://business.org.ua/finance/turystychnyy-zbir-v-ukraini-pobyv-rekordy-kyiv-lvivshchyna-ta-ivano-frankivshchyna-lidyruyut/>
3. Державне агентство розвитку туризму України: офіційний сайт URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
4. Звіт про стратегічну екологічну оцінку Державної програми розвитку міжнародного територіального співробітництва на 2025 – 2027 роки URL: <https://mindev.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/sea-program-808.pdf>
5. Опитування ДАРТ: тільки 23% засобів розміщення в Україні мають номери, обладнані для осіб з інвалідністю URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/opituvannya-dart-tilki-23-zasobiv-rozmishchennya-v-ukrayini-mayut-nomeri-obladnani-dlya-osib-z-invalidnistyu>
6. Спілка сільського зеленого туризму України URL: <https://greentour.com.ua/>
7. Travel Reinvented: Booking.com's 2025 URL: <https://www.booking.com/articles/travelpredictions2025.en-gb.html>
8. Steering Consumers to Greener Travel and Tourism Choices. URL: <https://www.bcg.com/publications/2023/steering-consumers-to-more-sustainable-travel-choices>