

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С. З. ГІЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА
ІНФРАСТРУКТУРНОГО РОЗВИТКУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КРАЄЗНАВСТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему **”СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ”**

Виконала: здобувачка вищої освіти

IV курсу, групи ТУР-41

спеціальності 242 Туризм

(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

Штогрин Христина Юріївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник к.е.н, доцент

(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент

(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)

(ім'я та прізвище)
“ ” 2025 року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти

Штогрин Христини Юріївни
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні»

Керівник роботи

Затверджена наказом ЛНУП від “07” січня 2025 р. №7/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи до 16 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та закордонних учених з питань дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Україні, довідкові матеріали, література на туристичну тематику.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття, сутність та класифікація екскурсійної діяльності

1.2. Історія становлення та розвиток екскурсійної справи в Україні

1.3. Нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Характеристика ресурсного потенціалу забезпечення екскурсійної діяльності

2.2. Аналіз ринку екскурсійних послуг України

2.3. Закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності

2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Проблеми функціонування екскурсійної сфери

3.2. Пріоритетні напрями розвитку екскурсійної діяльності України

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах

4.2. Пожежна безпека туристичного підприємства

4.3. Інструкція з охорони праці туристичного підприємства

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання “11” січня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	11.01.2025 р.	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 20.01.2025	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.02.2025	
4.	Написання II розділу	до 18.03.2025	
5.	Написання III розділу	до 07.04.2025	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 12.05.2025	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 26.05.2025	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 09.06.2025	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	16.06.2025	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	26.06.2025	

Здобувач вищої освіти

_____ (підпис)

Христина ШТОГРИН

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (підпис)

(ім'я та прізвище)

УДК 338.487-32(477)

Кваліфікаційна робота: 105 сторінок, включаючи 10 таблиці, 24 рисунки, 73 літературних джерела.

Штогрин Х.Ю. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2025. 105 с.

У кваліфікаційній роботі всебічно розкрито теоретичні основи екскурсійної діяльності, розглянуто поняття, сутність та класифікацію екскурсійної діяльності, досліджено історію становлення та розвиток екскурсійної справи в Україні, описано нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності

Проаналізовано сучасний стан екскурсійної діяльності. Подано загальну характеристику ресурсного потенціалу забезпечення екскурсійної діяльності. Проаналізовано ринок екскурсійних послуг України. Досліджено закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності.

На основі результатів досліджень розроблено низку рекомендацій щодо удосконалення шляхів розвитку екскурсійної діяльності. Описано проблеми функціонування екскурсійної сфери. Запропоновано пріоритетні напрями розвитку екскурсійної діяльності України

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню сучасного стану, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні

В першому розділі «Теоретичні основи екскурсійної діяльності» всебічно розкрито теоретичні основи екскурсійної діяльності, розглянуто поняття, сутність та класифікацію екскурсійної діяльності, досліджено історію становлення та розвиток екскурсійної справи в Україні, описано нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності

У другому розділі «Аналіз сучасного стану екскурсійної діяльності» проаналізовано сучасний стан екскурсійної діяльності. Подано загальну характеристику ресурсного потенціалу забезпечення екскурсійної діяльності. Проаналізовано ринок екскурсійних послуг України. Досліджено закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності.

У третьому розділі «Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності» розроблено низку рекомендацій щодо удосконалення шляхів розвитку екскурсійної діяльності. Описано проблеми функціонування екскурсійної сфери. Запропоновано пріоритетні напрями розвитку екскурсійної діяльності України

Ключові слова: екскурсійний туризм, історико-культурний потенціал, розвиток.

ANNOTATION.

The thesis is devoted to studying the current state, problems and prospects of excursion activity in Ukraine.

The first chapter, 'Theoretical Foundations of Excursion Activities,' comprehensively reveals the theoretical foundations of excursion activities, examines the concept, essence, and classification of excursion activities, explores the history of the formation and development of the excursion business in Ukraine, and describes the regulatory and legal framework for excursion activities.

The second chapter, 'Analysis of the Current State of Excursion Activities,' analyses the current state of excursion activities. It provides a general description of the resource potential for excursion activities. It analyses the market for excursion services in Ukraine. It examines foreign experience in the development of excursion activities.

The third chapter, 'Problems and Prospects for the Development of Excursion Activities,' develops a series of recommendations for

improving the development of excursion activities. It describes the problems of the functioning of the excursion sector. It proposes priority areas for the development of excursion activities in Ukraine

Keywords: excursion tourism, historical and cultural potential, development.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	11
1.1. Поняття, сутність та класифікація екскурсійної діяльності.....	11
1.2. Історія становлення та розвиток екскурсійної справи в Україні.....	19
1.3. Нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	33
2.1. Характеристика ресурсного потенціалу забезпечення екскурсійної діяльності.....	33
2.2. Аналіз ринку екскурсійних послуг України.....	41
2.3 Закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності.....	59
2.4. Вплив туризму на стан охорони навколишнього середовища	68
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	71
3.1. Проблеми функціонування екскурсійної сфери.....	71
3.2 . Пріоритетні напрями розвитку екскурсійної діяльності України.....	78
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	91
4.1.Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах	91
4.2 Пожежна безпека туристичного підприємства	93
4.3 Інструкція з охорони праці туристичного підприємства.....	94
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку туризму екскурсійна діяльність виступає одним із ключових напрямів, що сприяє популяризації національної культурної спадщини, розширенню світогляду населення та формуванню позитивного іміджу країни. Україна має значний потенціал для розвитку екскурсійної сфери завдяки багатій історії, культурному різноманіттю, архітектурним пам'яткам, природним ресурсам та унікальним традиціям. Проте реалізація цього потенціалу стикається з низкою викликів — як зовнішніх, так і внутрішніх.

Екскурсійна діяльність в Україні зазнала істотного впливу з боку глобальних та національних подій, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабної війни. Ці чинники змінили підходи до організації та споживання екскурсійних послуг, зумовили необхідність адаптації до нових умов — зростання ролі цифрових технологій, підвищення безпекових стандартів, переорієнтації на внутрішній ринок. Сучасна ситуація вимагає переосмислення ролі екскурсій у туристичній галузі та розробки нових підходів до їх розвитку.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу стану екскурсійної діяльності в Україні, виявлення основних проблем та окреслення перспектив її подальшого розвитку. Розв'язання цих питань є важливим як з наукового, так і з практичного погляду, оскільки сприятиме ефективному функціонуванню туристичної індустрії в післякризовий період.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних засад та практичного інструментарію екскурсійної діяльності як одного з ключових напрямів туристичної економіки зробили як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Розгляд екскурсійної діяльності в контексті загального розвитку туристичної індустрії України став об'єктом численних наукових досліджень, у яких детально аналізуються тенденції, особливості організації, проблематика функціонування та перспективи цього напрямку.

Серед українських дослідників, що зробили значний внесок у вивчення екскурсійної діяльності, варто відзначити В. Бабарицьку, А. Короткову, О. Малиновську [1], С. Галасюк [2], С. Нездоймінова [2, 4, 5, 6], О. Любіцеву [3], Т. Сокол [7], Л. Альтгайм [8], А. Боеву [9], А. Вороніну [10], С. Голубничу [11], І. Савіну [12], І. Чагайду [13], В. Зінченко [14], О. Романенка [15]. Їхні наукові праці охоплюють широкий спектр питань, починаючи з методології екскурсійної справи і завершуючи аналізом сучасного стану туристичних ресурсів України. У свою чергу, проблематиці інклюзивного економічного зростання як передумови ефективного розвитку туризму присвячено роботи таких вчених, як А. Базилук та О. Жулин [17].

Варто зауважити, що більшість наукових напрацювань зосереджуються переважно на мікрорівні організації екскурсійної діяльності — на методиці розробки та проведення екскурсій, взаємодії з туристами, підготовці кадрів тощо. Водночас спостерігається недостатній акцент на комплексному вивченні екскурсійної діяльності як інтегрованої складової системи економіки туризму, що функціонує під впливом багатьох макроекономічних, соціокультурних, правових та інфраструктурних чинників.

Така ситуація зумовлює необхідність більш глибокого аналізу передумов, умов і факторів, що визначають розвиток екскурсійної діяльності на різних рівнях — мікро-, мезо- та макrorівні. Зокрема, актуальним є вивчення взаємозв'язку між організацією екскурсій та економічною динамікою туристичних регіонів, а також розробка дієвих моделей інтеграції екскурсійної сфери у загальнонаціональну туристичну стратегію. Це дозволить сформувати нові підходи до розвитку галузі в умовах інтеграційних процесів, зростаючої конкуренції та глобальних викликів.

Мета роботи — дослідити сучасний стан екскурсійної діяльності в Україні, виявити проблеми та визначити перспективні напрямки її розвитку.

Завдання роботи:

- з'ясувати теоретичні засади екскурсійної діяльності;

- проаналізувати структуру та динаміку розвитку екскурсійної сфери в Україні;
- визначити основні проблеми, що стримують розвиток екскурсійної діяльності;
- окреслити можливості та перспективи вдосконалення галузі в сучасних умовах;
- надати практичні рекомендації щодо покращення організації екскурсійної справи.

Об’єкт дослідження — екскурсійна діяльність як складова туристичної індустрії України.

Предмет дослідження — особливості функціонування, проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в сучасних умовах.

У процесі виконання роботи було використано комплекс **наукових методів**, що дозволили забезпечити достовірність та глибину аналізу. Зокрема:

- аналітичний метод — для вивчення теоретичних джерел та наукових підходів до поняття та функцій екскурсійної діяльності;
- статистичний метод — для обробки та інтерпретації кількісних даних про обсяги, структуру та динаміку екскурсійного ринку в Україні;
- порівняльний метод — для аналізу стану екскурсійної сфери в різні часові періоди, а також зіставлення вітчизняного досвіду з зарубіжним;
- системний підхід — для узагальнення факторів, які впливають на розвиток екскурсійної діяльності, а також формування цілісного бачення її перспектив;
- метод соціологічного аналізу — при вивченні думок туристів та операторів щодо актуальних проблем екскурсійного обслуговування (за наявності таких даних).

Інформаційну основу роботи склали:

- нормативно-правові акти України, що регламентують туристичну та екскурсійну діяльність;

- офіційна статистика Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), місцевих органів влади;
- аналітичні звіти, дослідження та публікації провідних вітчизняних і зарубіжних науковців у галузі туризму;
- дані туристичних компаній, публікації у професійних ЗМІ та профільних порталах (як-от Zruchno.Travel, Visit Ukraine, тощо);
- моніторингові матеріали громадських організацій та інтерв'ю зі спеціалістами туристичної сфери (у разі використання);
- власні спостереження, узагальнення практичного досвіду екскурсійної діяльності в Україні.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у:

- комплексному аналізі сучасного стану екскурсійної діяльності в Україні з урахуванням впливу зовнішніх чинників (пандемія COVID-19, війна);
- виявленні нових тенденцій в організації екскурсійних послуг, зокрема цифровізації, адаптації до внутрішнього ринку, інтеграції креативних форматів;
- систематизації проблем, які гальмують розвиток екскурсійної справи, та формулюванні конкретних напрямів їх подолання;
- обґрунтуванні перспектив розвитку екскурсійної діяльності як важливого чинника підтримки національного туризму в умовах криз і трансформацій.

Практичне значення роботи полягає в тому, що отримані результати:

- можуть бути використані туристичними підприємствами для вдосконалення організації екскурсій та адаптації до потреб внутрішнього туриста;
- є корисними для місцевих органів влади та державних інституцій у розробці програм підтримки екскурсійної діяльності;
- можуть стати базою для формування регіональних туристичних маршрутів та екскурсійних продуктів;

- мають освітнє значення – для підготовки фахівців туристичної галузі у закладах вищої освіти.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття, сутність та класифікація екскурсійної діяльності

Екскурсійна діяльність на сьогодні виступає одним із найбільш складних і водночас суперечливих сегментів сучасної туристичної індустрії України. Попри численні виклики, ця сфера демонструє позитивну динаміку розвитку та користується все більшим попитом серед споживачів туристичних послуг. Такий інтерес пояснюється кількома вагомими чинниками.

По-перше, сучасне українське суспільство поступово підвищує свій загальний рівень культурної та освітньої свідомості. Це спричиняє зростання інтересу до змістовного дозвілля, яке включає відвідування історичних пам'яток, музеїв, архітектурних об'єктів, культурних заходів, що є невід'ємними елементами екскурсій.

По-друге, трансформація самого поняття туризму призвела до розширення його функцій. Якщо раніше туристична подорож здебільшого асоціювалася з рекреацією та відпочинком, то нині вона дедалі частіше виконує пізнавальну, просвітницьку та виховну функції. Сучасні туристи бажають не лише розслабитися, а й здобути нові знання, враження, духовне збагачення. Екскурсійна діяльність якраз і забезпечує такий тип подорожей, задовольняючи зростаючі потреби аудиторії у пізнанні та саморозвитку.

По-третє, змінюється структура туристичного продукту. Сьогодні туристичний продукт розглядається як комплексна сукупність послуг, які надаються мандрівнику впродовж усієї подорожі. Відповідно, екскурсійне обслуговування розглядається як невід'ємна складова цього продукту. Туристичні компанії активно розширюють спектр своїх пропозицій, розробляючи пакети, що включають кілька тематичних турів (культурно-історичні, гастрономічні, екологічні, релігійні тощо), формуючи цілісну екскурсійну програму, яка орієнтована на інтереси різних груп споживачів.

Зростання попиту на екскурсійні послуги свідчить про певний етап зрілості внутрішнього туристичного ринку. В багатьох регіонах України саме

екскурсійні програми стали візитівкою туристичних дестинацій, забезпечуючи туристичний потік навіть у міжсезоння. Наприклад, такі міста як Львів, Київ, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Одеса чи Ужгород щороку приймають все більше туристів, які цікавляться історико-культурною спадщиною та унікальними локаціями.

Утім, незважаючи на позитивні тенденції, нормативно-правове поле залишається слабкою ланкою. На жаль, у чинному законодавстві України немає чіткого визначення понять «екскурсія» або «екскурсійна діяльність», що створює правові прогалини у регулюванні цієї сфери. Наявність різних підходів до розуміння терміна «екскурсія» у теорії та практиці ускладнює стандартизацію діяльності та створення єдиних вимог до організації екскурсій.

Слід зауважити, що саме поняття «екскурсія» має давнє походження – з латинської *excursio* означає «вихід», «вилазка», «подорож». У різні історичні періоди його тлумачення змінювалося, відображаючи нові змісти й цілі екскурсій. Один із перших наукових підходів до визначення терміна належить В. Далю, який у словнику 1882 року охарактеризував екскурсію як мандрівку або подорож із певною ціллю — наприклад, для збирання рослин, досліджень чи спостереження [20].

У таблиці 1.1 нижче представлено еволюцію трактування терміна «екскурсія» в науковій літературі, що ілюструє трансформацію змісту цієї категорії з плином часу.

Таблиця 1.1 - Трансформація понятійної категорії «екскурсія»

Автор визначення	Сутність поняття
М.П. Анциферов [20, с. 32.]	«екскурсія – є прогулянка, що ставить своїм завданням вивчення певної теми на конкретному матеріалі, доступному спогляданню»
Л. Бархаш [14, с. 8]	«екскурсія – це наочний метод одержання певних знань, виховання шляхом відвідувань за заздалегідь розробленою темою певних об'єктів (музей, завод, колгосп тощо) зі спеціальним керівником екскурсоводом»
Б.Е. Райков [20, с. 33]	«екскурсія – вивчення об'єктів за місцем їхнього природного розташування (локальний принцип) і в зв'язку з переміщенням свого місця в просторі (моторний принцип)»
В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух [13]	«екскурсія – туристська послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів»

У результаті проведеного аналізу стало очевидно, що більшість енциклопедичних тлумачень поняття «екскурсія», запропонованих у пізніші періоди, не вирізняються концептуальною новизною та здебільшого дублюють раніше сформульовані визначення. Вони не пропонують істотних уточнень або інтерпретацій, які б суттєво розширювали чи поглиблювали розуміння змісту цієї категорії.

У міжнародному, зокрема англomовному, контексті для позначення екскурсійної діяльності частіше використовується термін «guided tour» замість традиційного «excursion». Обидва поняття, попри відмінності в лексичному оформленні, мають подібне семантичне навантаження і вказують на організовану подорож з пізнавальною метою. Наприклад, за визначенням у «Macmillan Dictionary», термін *guided tour* трактується як коротка подорож або візит до певного місця чи об'єкта, під час якого екскурсовод або гід надає пояснення про те, що відбувається або що бачить відвідувач [28]. Це підкреслює ключову рису екскурсії — наявність інтерпретаційного супроводу, що дозволяє глибше зануритися в контекст місця.

Отже, можемо стверджувати, що поняття екскурсії поступово трансформувалося в процесі свого історичного розвитку. Його сучасне трактування в туристичній практиці передбачає не просто мандрівку з інформаційним супроводом, а цілісний пізнавальний досвід, що забезпечується участю професійних екскурсоводів або гідів.

Ми поділяємо думку, що у сьогоdnішніх умовах екскурсійну діяльність доцільно розглядати як важливий елемент процесу пізнання культурного, історичного та природного середовища. Це пізнання здійснюється в безпосередній взаємодії з об'єктами реальності — архітектурними пам'ятками, музейними експозиціями, природними ландшафтами тощо. Центральне місце в цьому процесі займає особа гідів чи екскурсоводів, який не лише передає фактичну інформацію, а й формує емоційне враження, інтерпретує зміст побаченого, сприяючи глибшому розумінню та запам'ятовуванню.

Таким чином, сучасна екскурсія — це не лише подорож, а структурований, змістовний і дослідницький досвід, спрямований на розвиток світогляду, естетичного сприйняття та критичного мислення відвідувачів.

У сучасній екскурсійній практиці важливу роль відіграє урахування таксономічних особливостей, тобто систематизації різновидів екскурсій залежно від певних класифікаційних ознак. Такий підхід дозволяє більш ефективно організовувати екскурсійну діяльність, орієнтуючись на специфіку цільової аудиторії, тематику, тривалість, спосіб подання інформації та інші параметри.

Однією з найпоширеніших класифікацій є розподіл екскурсій за змістом, тобто за тематичною спрямованістю інформації, яка подається під час подорожі. Такий підхід дозволяє виділяти екскурсії, спрямовані на задоволення різних пізнавальних, естетичних, культурних чи професійних потреб споживачів туристичних послуг.

Класифікація екскурсій за змістом відображена на рисунку 1.1, що дозволяє візуалізувати структуровану систему екскурсійної пропозиції на туристичному ринку.

Такий поділ має велике значення для практиків туристичної галузі, оскільки дозволяє чітко формувати туристичні продукти відповідно до запитів різних цільових груп, а також створювати нові маршрути та концепції, що відповідають сучасним тенденціям розвитку туризму та попиту споживачів.

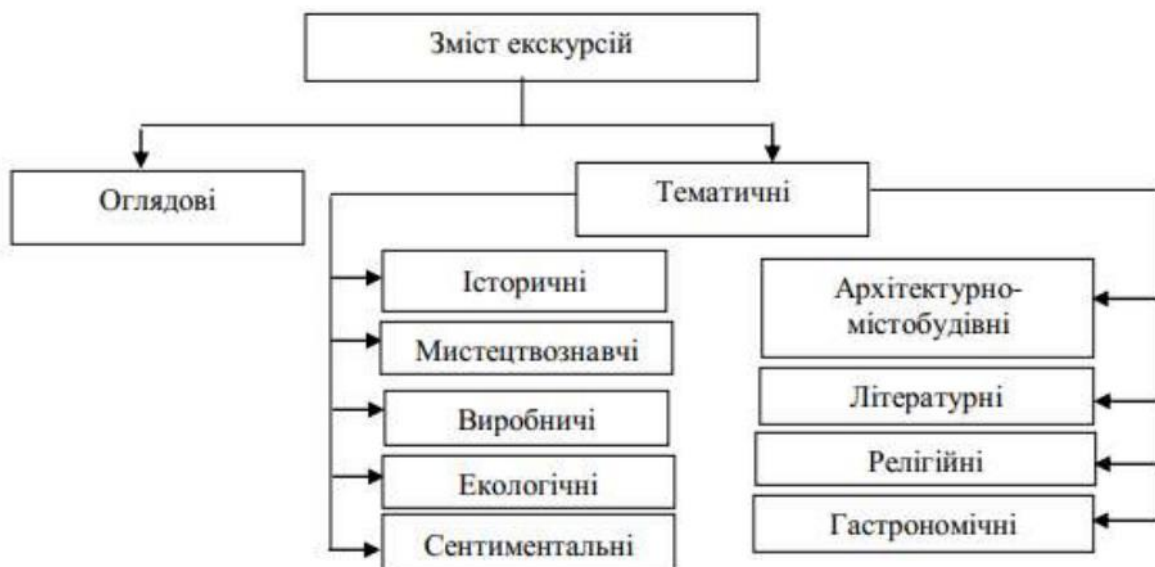


Рис.1.1 - Класифікація екскурсій за змістом [7; 9]

Оглядові екскурсії вирізняються своєю багатотематичністю, тобто охопленням одразу кількох різнопланових тем у межах однієї подорожі. Такий формат екскурсій має за мету створити загальне уявлення про територію, місто чи регіон, і є особливо актуальним для перших візитів туристів. Як правило, оглядові тури включають знайомство з ключовими історичними подіями, архітектурними об'єктами, культурними пам'ятками, сучасними діловими центрами, а також природними особливостями місцевості. Вони можуть супроводжуватись короткими зупинками, фотопаузами та елементами інтерактиву, що робить таку форму надзвичайно популярною серед широкої аудиторії – як іноземних, так і внутрішніх туристів.

Наступною важливою класифікаційною ознакою екскурсій є територіальне охоплення та форма проведення, які суттєво впливають на організаційно-логістичну складову подорожі, а також на її змістову частину.

Зазначені аспекти класифікації екскурсій за територіальною ознакою та форматом проведення візуалізовано на рисунку 1.3, що допомагає краще зрозуміти логіку побудови сучасної екскурсійної пропозиції в Україні. Такий підхід до структурування екскурсійної діяльності дозволяє туроператорам створювати більш гнучкі, адаптовані до потреб ринку продукти, а також забезпечити високу якість обслуговування та ефективне управління туристичними потоками.

Представлена класифікація ґрунтується на детальних методичних підходах, характерних для кожної з п'яти виділених груп екскурсій. У вітчизняній практиці найбільш поширеними є саме перші три групи, оскільки вони повною мірою відповідають наявним ресурсам, запитам цільової аудиторії й логістиці українських туристичних маршрутів. Решта двох груп застосовуються епізодично — переважно у вигляді пілотних проєктів або спеціалізованих турів, пов'язаних із вузькопрофільними тематиками чи інноваційними форматами.

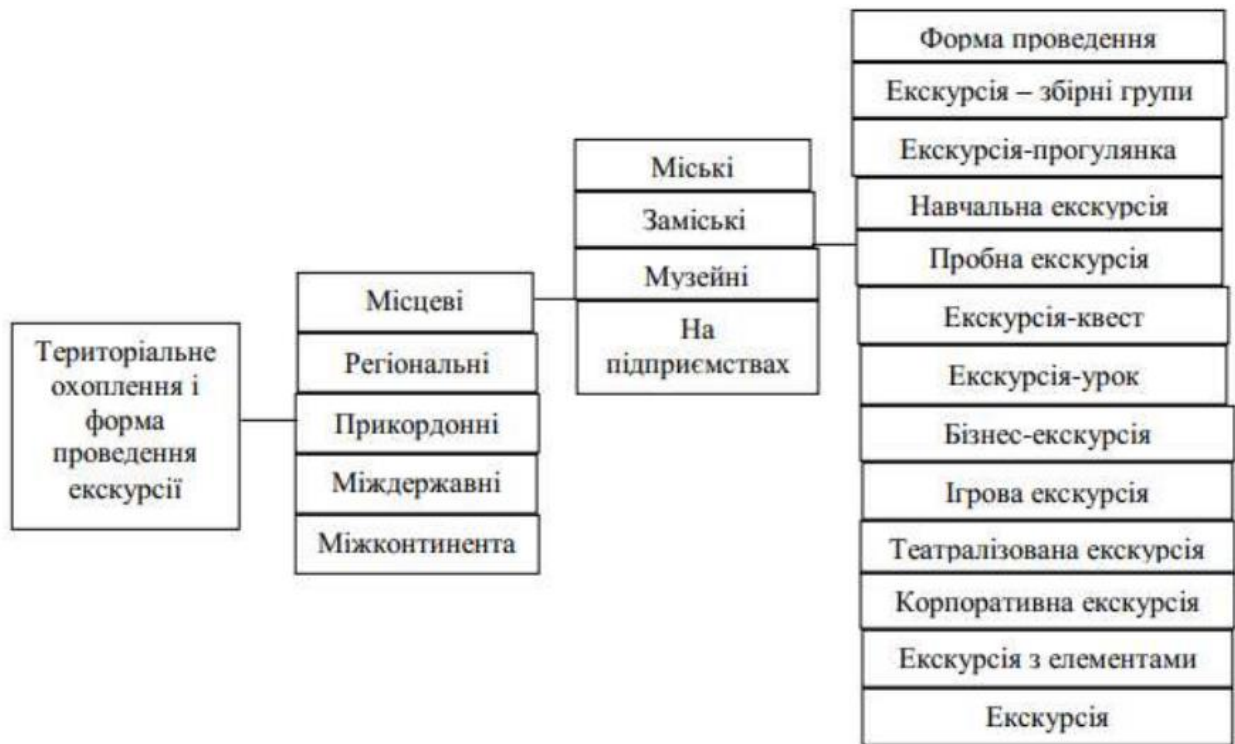


Рис. 1.2 - Класифікація екскурсій за територіальним охопленням і формою проведення екскурсії [7; 9]

Ще одним ключовим критерієм диференціації виступає спосіб пересування. За цією ознакою екскурсії умовно поділяють на два базові типи:

1. Пішохідні — оптимальні для огляду компактних історичних центрів, пішохідних кварталів, паркових та природних зон, де важливо зануритися в атмосферу місцевості й мати можливість зупинитися біля кожного об'єкта. Вони відзначаються високою інтерактивністю, можливістю тіснішої комунікації з гідом та гнучким тайм-менеджментом.

2. Транспортні (автобусні, залізничні, водні, вело тощо) — застосовуються тоді, коли маршрут охоплює значну територію або містить локації, віддалені одна від одної. Використання транспорту дозволяє поєднати кілька точок інтересу за обмежений час, забезпечити комфорт під час переїздів і підвищити місткість груп. Комбіновані формати, у яких частина програми проходить пішки, а частина — у транспортному засобі, стають дедалі популярнішими завдяки своїй універсальності.

Обидві групи та їхні комбінації наочно демонструються на рисунку 1.3, що відображає взаємозв'язок між способом пересування, тематикою екскурсії та особливостями організації маршруту.

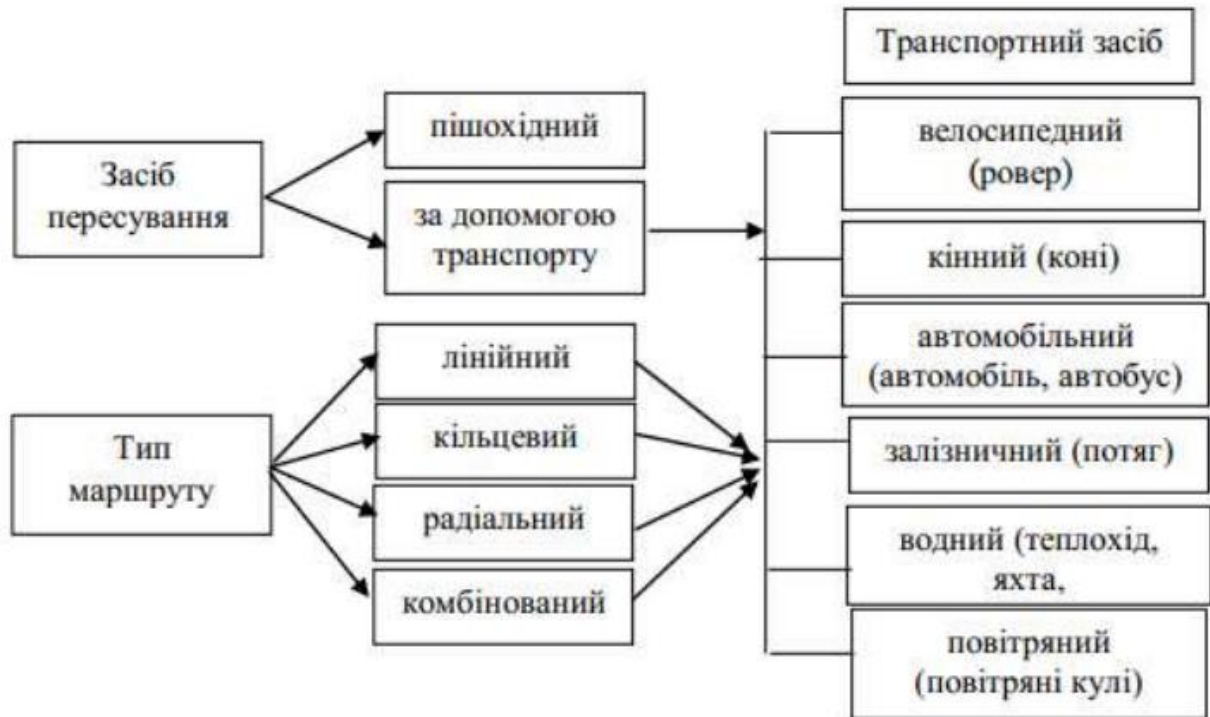


Рис. 1.3 - Класифікація екскурсій за засобом пересування та типом маршруту [7; 9]

Кожен із наведених вище типів екскурсій має власні особливості, переваги та певні обмеження. Зокрема, пішохідні екскурсії відзначаються високим рівнем мобільності та гнучкості маршруту. Їх головна перевага полягає в можливості оглянути об'єкти, що недоступні для транспорту, зокрема вузькі вулиці історичних центрів, внутрішні дворики, архітектурні ансамблі та природні пам'ятки, розташовані на обмеженій території. Повільний темп пересування сприяє кращому сприйняттю інформації, створює комфортну атмосферу для занурення в культурний та історичний контекст, а також дозволяє учасникам взаємодіяти з довкіллям: фотографувати, роздивлятися деталі, зупинятися в цікавих точках тощо. Крім того, вартість таких турів, як правило, є нижчою, що робить їх доступнішими для широкого кола споживачів.

Водночас пішохідні тури мають низку обмежень. Зокрема, радіус дії таких екскурсій зазвичай не перевищує 2–6 км, що обумовлює необхідність зосередження в межах компактного міського простору, часто — історичного

центру, де сконцентровано основні атракції. Такі маршрути не підходять для огляду об'єктів, віддалених від центральної частини міста або розкиданих на великій території.

Окрему увагу слід приділити різниці між екскурсіями та оглядовими поїздками. Екскурсія відрізняється, перш за все, місцем проведення, обмеженою тривалістю (як правило, до 24 годин), а також цільовою спрямованістю – передусім пізнавальною. Враховуючи ці характеристики, екскурсійні послуги не завжди можна кваліфікувати як туристичні послуги у вузькому розумінні, а екскурсантів не можна автоматично відносити до категорії туристів (відповідно до міжнародних стандартів, туристи мають перебувати за межами свого постійного місця проживання щонайменше 24 години).

Системна класифікація екскурсій має важливе практичне значення для організації екскурсійної діяльності в межах туристичних підприємств. Вона сприяє:

- оптимізації процесу підготовки екскурсій;
- професіоналізації роботи гідів та екскурсоводів;
- раціональному розподілу ресурсів;
- підвищенню якості розробки нових маршрутів і тематичних програм;
- кращому задоволенню запитів цільових аудиторій.

Глибоке розуміння типології екскурсій дозволяє фахівцям з туризму розробляти структуровано побудовані екскурсійні програми, які не лише відповідають усім методичним вимогам, а й забезпечують високий рівень задоволення учасників, враховуючи їхні індивідуальні потреби, вподобання та інтереси.

1.2. Історія становлення та розвиток екскурсійної справи в Україні

Історія розвитку екскурсійної справи в Україні має глибоке коріння та налічує понад два століття. На основі аналізу наукових джерел і напрацювань провідних фахівців у галузі, таких як В. К. Федорченко, О. М. Костюкова, Т. А. Дьорова, В. В. Абрамов, Т. Г. Сокол та інші, можна виокремити дев'ять ключових етапів становлення екскурсійної діяльності на українських теренах.

Перший етап (друга половина XVIII – перша половина XIX століття) ознаменував початок усвідомленої організації екскурсійних подорожей, переважно з освітньою метою. Особливу роль на цьому етапі відіграли педагоги, які почали використовувати навчальні прогулянки як ефективний метод засвоєння знань. Такі ініціативи були спрямовані на поглиблення пізнавального інтересу учнів до навколишнього світу, природи, історії та ремесел. Варто згадати, що ще у 1786 році в «Статуті народних училищ» було закладено ідеї щодо організації шкільних екскурсій, а в «Шкільному статуті» 1804 року офіційно прописано рекомендації для проведення прогулянок не лише на природу, а й до виробничих об'єктів – мануфактур, ремісничих майстерень, господарств. Це стало важливим кроком до формування освітньої екскурсійної практики в Україні.

Другий етап (середина – кінець XIX століття) відзначався активізацією суспільно-громадського життя та зростанням інтересу інтелігенції до культурно-освітнього просвітництва. Екскурсії почали набувати ширшого масштабу, зокрема, поглиблювалась їх науково-освітня спрямованість. Ідеї вітчизнознавства, що тоді формувалися, стимулювали розвиток краєзнавчої діяльності та популяризацію пізнавальних поїздок. Вплив європейських педагогічних систем, особливо Франції, Німеччини, Австро-Угорщини та Швейцарії, відіграв важливу роль у становленні української екскурсійної думки. Створення таких товариств як «Громада» (1863), «Просвіта», «Кружок етнографічно-статистичний», а також наукового товариства ім. Тараса Шевченка значно посприяло розширенню екскурсійної діяльності.

Третій етап (кінець XIX ст. – 1918 рік) позначився становленням організаційних основ екскурсійного руху. Цей період характеризується активним формуванням системи спеціалізованих екскурсій – зокрема, археологічних, ботанічних, геологічних. Зросла участь приватного сектору: екскурсійні програми починають організовуватись не лише за ініціативою освітніх установ, а й комерційними підприємствами. Кооперативні об'єднання фінансували заходи культурного спрямування, зокрема екскурсії до місць історичної спадщини. Водночас у західноукраїнських землях активно розвивалися патріотичні, краєзнавчі та спортивні організації, серед яких слід виокремити «Пласт», «Січ», «Сокіл» та «Чорногора». Саме вони започаткували численні молодіжні та дитячі екскурсійні ініціативи.

У цей період помітно зростає різноманіття екскурсійних тем: поряд з історичними, популярними стають літературно-мистецтвознавчі подорожі, релігійні паломництва, виробничі екскурсії до фабрик, друкарень, шахт, електростанцій. Також організовуються студентські поїздки професійного спрямування. Варто згадати створення у 1909 році в українських гімназіях «Самовиховної шкільної громади», яка системно займалась організацією навчальних прогулянок та екскурсій для учнів, що стало ще одним вагомим кроком до впровадження екскурсій у навчально-виховний процес.

У 1911 році в Україні було створено молодіжну організацію «Пласт», яка стала важливим етапом у формуванні патріотичного та туристичного виховання молоді. Члени «Пласту» активно брали участь у походах, під час яких вони опановували навички таборування, орієнтування на місцевості, рятувальні заходи та командну співпрацю, що заклало основи майбутньої екскурсійно-туристичної культури.

Значну роль у розвитку екскурсійної справи відіграв також документ від 16 листопада 1917 року, підписаний Іваном Стешенком – генеральним секретарем народної освіти, а згодом першим міністром освіти Української Народної Республіки. У цьому циркулярі наголошувалось на необхідності впровадження національного виховання у школах, де важливу роль відводилося

саме екскурсіям. Вони розглядалися як ефективний інструмент формування національної самосвідомості, адже дозволяли учням на власні очі знайомитися з культурними та історичними пам'ятками. Такий підхід підтримувався українською інтелігенцією, яка вбачала в екскурсійній методиці дієвий засіб патріотичного та морального виховання. Варто зазначити, що розвитком екскурсій опікувалися не лише освітяни, а й профспілки, які мали на меті сприяти загальнокультурному зростанню своїх членів.

Четвертий етап розвитку екскурсійної справи (1919–1927 рр.) часто називають «золотим десятиліттям». Саме у цей час в Україні розпочався масовий науково-просвітницький екскурсійний рух, який став фундаментом для формування вітчизняних традицій організації екскурсій. Так, у 1920 році при музеї Українського наукового товариства (УНТ) було створено спеціалізоване екскурсійне бюро. Попри короткий термін свого існування, воно відіграло важливу роль у координації екскурсійної роботи: упродовж року було проведено чотири засідання, під час яких розглядалися питання розвитку екскурсійної діяльності в країні.

У 1920-х роках екскурсії стали одним із пріоритетних напрямків роботи освітніх структур. Краєзнавці й науковці з великих міст – Києва, Львова, Харкова, Одеси, Катеринослава (нині Дніпро), Херсона – активно працювали над створенням путівників, історичних довідників та інших просвітницьких матеріалів, які допомагали урізноманітнювати екскурсійні програми та підвищувати їхню якість.

З 1924 року значного поширення набуває ідеологічна тематика екскурсій. Вперше з'являються екскурсії, присвячені життю та діяльності В. І. Леніна та інших революційних діячів. Згодом, із відкриттям пам'ятників, музеїв, а також меморіальних комплексів, такі екскурсії стають частиною державної ідеологічної політики.

У 1926 році в Україні було створено акціонерне товариство «Укртурс», основним завданням якого стала ідеологічна обробка населення через туризм і екскурсії. Крім нього, діяли й інші подібні організації – наприклад, «Українське

міжпайове екскурсійне товариство» та подібні структури, що проводили роботу у сфері організованого туризму. Важливим нововведенням того періоду стало впровадження циклів екскурсій, які дозволяли глибше вивчати окремі теми – зокрема, біологічного чи аграрного спрямування.

П'ятий етап (1928–1941 рр.) пов'язаний з утворенням перших масштабних радянських туристично-екскурсійних організацій. Серед них – УМПЕТ (Українське міжпайове екскурсійно-туристичне товариство), яке діяло у 1928–1930 роках, ВАТ «Інтурист» (засноване 1929 року), Центральна дитяча екскурсійно-туристська станція (створена у 1930 році), а також ТЕУ ЩРПС (1936–1941 рр.) – Туристсько-екскурсійне управління при Центральній раді профспілок. Активно діяли також структури РСФРР, зокрема Об'єднане екскурсійне бюро та організація «Радтур».

У цей період туристично-екскурсійна діяльність набула масового характеру. Значною популярністю користувалися екскурсії для іноземних робітничих делегацій, організовані з метою ознайомлення із досягненнями соціалістичної держави. Для обслуговування таких груп активно використовувалися різні види громадського транспорту – автобуси, трамваї, потяги – що дозволило значно розширити географію екскурсій та охопити більшу кількість учасників.

Події Другої світової війни спричинили суттєве гальмування розвитку туризму та екскурсійної діяльності в Україні. Протягом війни туристична інфраструктура зазнала значних руйнувань, а організаційні структури фактично припинили своє функціонування. Лише після закінчення бойових дій розпочався повільний, але стабільний процес відновлення екскурсійної сфери.

Шостий етап розвитку (1946–1968 рр.) позначився масштабною відбудовою туристично-екскурсійних установ. У цей період держава активно вкладала ресурси у розширення матеріально-технічної бази екскурсійної інфраструктури, реконструкцію та забудову міст, створення нових екскурсійних об'єктів. Було збудовано або оновлено житлові та громадські будівлі, промислові об'єкти, меморіали, пам'ятники військової та революційної

слави. Особливо активно екскурсійний рух розвивався на території Західної України, зокрема у Львівській області, де шкільні екскурсії набули широкого поширення та масового характеру.

Однак, у повоєнні роки екскурсійна діяльність зазнавала суттєвого ідеологічного тиску. На екскурсоводів західноукраїнських регіонів, зокрема Львівщини, покладалося завдання уникати будь-яких проявів «націоналізму». До таких проявів радянська влада відносила будь-які посилення на героїзацію минулого, відсутність ідеологічного акценту на класовій боротьбі, або ж ідеалізацію історичної спадщини без відповідного комуністичного контексту.

У той самий період ключову роль в організації екскурсійної роботи відігравали державні установи та профільні організації, серед яких: Туристсько-екскурсійне управління ВЦРПС (з 1962 року — Республіканська рада з туризму), Центральний комітет ЛКСМУ, Республіканська дитяча екскурсійно-туристська станція, Всесоюзне акціонерне товариство «Інтурист», молодіжна організація «Супутник», товариство «Знання» та Українське товариство охорони пам'яток історії та культури.

Тематика екскурсій відповідала загальній ідеологічній лінії держави — у маршрути включали пам'ятники героїв праці, дошки пошани, об'єкти, пов'язані з «досягненнями соціалістичного будівництва», а екскурсійні тексти мали чітко виражений політичний зміст. Паралельно почали видаватися методичні посібники та інструктивні матеріали для екскурсоводів та гідів-перекладачів, що сприяло уніфікації підходів до проведення екскурсій.

Сьомий етап (1969–1986 рр.) позначився активізацією розвитку екскурсійної галузі в Україні. Як зазначає відомий науковець В. К. Федорченко, значним імпульсом стало прийняття у травні 1969 року постанови ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР і ВЦРПС «Про заходи з подальшого розвитку туризму та екскурсій у країні». Цей документ офіційно визнавав туризм і екскурсії важливою складовою системи соціального обслуговування населення, а також важливим засобом ідеологічного, культурного й фізичного виховання радянських громадян.

Подальший розвиток галузі закріпила постанова від жовтня 1980 року «Про подальший розвиток і вдосконалення туристсько-екскурсійної справи в країні». У ній наголошувалося, що туристично-екскурсійна діяльність перетворилася на одну з провідних сфер соціального обслуговування населення, міцно увійшла у повсякденне життя радянських людей. Вона розглядалася не лише як форма відпочинку та пізнання, але й як потужний ідеологічний інструмент – засіб пропаганди досягнень Жовтневої революції, здобутків комуністичного будівництва та інструмент морального і трудового виховання.

Цей період відзначався суттєвим покращенням організаційної структури екскурсійної діяльності, підвищенням професійної підготовки кадрів, розробкою нових маршрутів, а також широким залученням населення до участі в туристично-екскурсійних заходах.

Згідно з твердженням В. К. Федорченка, значний вплив на вдосконалення екскурсійної діяльності в СРСР справила участь Центральної ради з туризму та екскурсій у підготовці та проведенні XXII Олімпійських ігор, які відбулися в Москві в 1980 році [74, с. 127]. Проведення заходу світового масштабу стало стимулом до якісного оновлення туристичної інфраструктури, покращення сервісу та логістики, зокрема транспортного обслуговування.

У цей період екскурсійна діяльність отримала значні можливості для технічного оновлення. Так, за даними 1983 року, в Україні діяло 23 туристичні автобази, які мали у своєму розпорядженні 911 автобусів, тоді як у 1959 році ця цифра становила лише 15 одиниць [79, с. 275]. Це свідчить про суттєве зростання транспортної мобільності туристів, розширення доступу до екскурсійних маршрутів і збільшення кількості туристичних подорожей як для місцевого, так і для всесоюзного туризму.

У 1985 році функціонування туристичної галузі України забезпечували Республіканська, 25 обласних та Київська міська ради з туризму та екскурсій. Ці організації займалися плануванням і реалізацією маршрутів, розвитком

матеріально-технічної бази, а також здійснювали координацію й управління туристичними потоками в межах УРСР [79, с. 275].

Восьмий етап розвитку екскурсійної діяльності (1987 – початок 1990-х рр.) вважається перехідним. У цей час відбувалося поступове реформування галузі: екскурсійні установи були переведені на принципи самофінансування та господарського розрахунку. Це змусило керівників адаптовуватися до нових умов, шукати альтернативні форми обслуговування клієнтів та оновлювати тематику екскурсій відповідно до інтересів населення.

На думку В. К. Федорченка, у 1980-х роках в Україні щороку проводилося понад 3 тисячі тематичних екскурсій, які загалом обслуговували близько 50 мільйонів осіб. Щоденно в екскурсіях по республіці брали участь у середньому понад 110 тисяч громадян. До цієї кількості входили туристи, що подорожували всесоюзними та місцевими маршрутами, учасники екскурсій вихідного дня, слухачі системи політичної та економічної освіти, делегати нарад і конференцій, школярі, студенти, представники різних професій [74, с. 137].

Починаючи з 1991 року, екскурсійна галузь вступила в надзвичайно складний етап, який отримав умовну назву «велика руїна». Внаслідок економічної кризи, зміни політичного устрою, розпаду СРСР та втрати централізованої системи управління туристичною галуззю більшість екскурсійних установ втратили стабільне фінансування і змушені були закрити або скоротити свою діяльність. Проте в цей же період спостерігається трансформація екскурсійного змісту: відбувається відмова від ідеологізованих тем (ленінських, партійних, комсомольських) на користь історико-краєзнавчих та релігієзнавчих тем.

На цьому тлі з'являються екскурсії, присвячені маловідомим або раніше замовчуваним сторінкам української історії. Наприклад, у Львові популярності набули маршрути «Австрійський Львів» («Міст-тур») та «Львів польського періоду» («Пілігрим»). У 1992 році було створено Державний комітет України з

туризму, що стало важливим кроком до формування нової, національно орієнтованої туристичної політики [2, с. 162].

Сучасний етап (кінець 1990-х рр. — донині) ознаменований поступовим відродженням екскурсійної справи в Україні. Значну роль у цьому процесі відіграє організація «Укрпрофтур», заснована у 1991 році. На думку В. В. Абрамова, це єдина туристична структура, яка частково зберегла традиції екскурсійно-методичної школи, що функціонувала в радянські часи в межах системи профспілкового туризму. Водночас інші інституції, зокрема Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді та акціонерне товариство «Супутник-Україна», втратили свої позиції у цій сфері.

У 2002 році, згідно з оновленими завданнями правління ЗАТ «Укрпрофтур», обласні представництва та філії здійснили конкретні заходи з активізації екскурсійної діяльності: відновлювали маршрути, вдосконалювали методичну базу, розширювали спектр освітніх та краєзнавчих програм [2, с. 177].

Провівши узагальнення історичних тенденцій, автор виокремив дев'ять ключових етапів розвитку екскурсійної справи в Україні:

1. Зародження (друга половина XVIII – перша половина XIX ст.);
2. Становлення (середина – кінець XIX ст.);
3. Виникнення організаційних форм (90-і рр. XIX ст. – 1918 р.);
4. «Золоте десятиріччя» розвитку (1919 – 1927 рр.);
5. Створення радянських екскурсійних організацій (1928 – 1941 рр.);
6. Післявоєнна відбудова (1946 – 1968 рр.);
7. Найвищий розвиток у радянський період (1969 – 1986 рр.);
8. Перехідний період (1987 – 1990-і рр.);
9. Сучасний етап (кінець 1990-х рр. – донині).

Графічне відображення цих етапів представлено на рисунку 1.4., а докладна інформація систематизована в хронологічній таблиці 1.2.

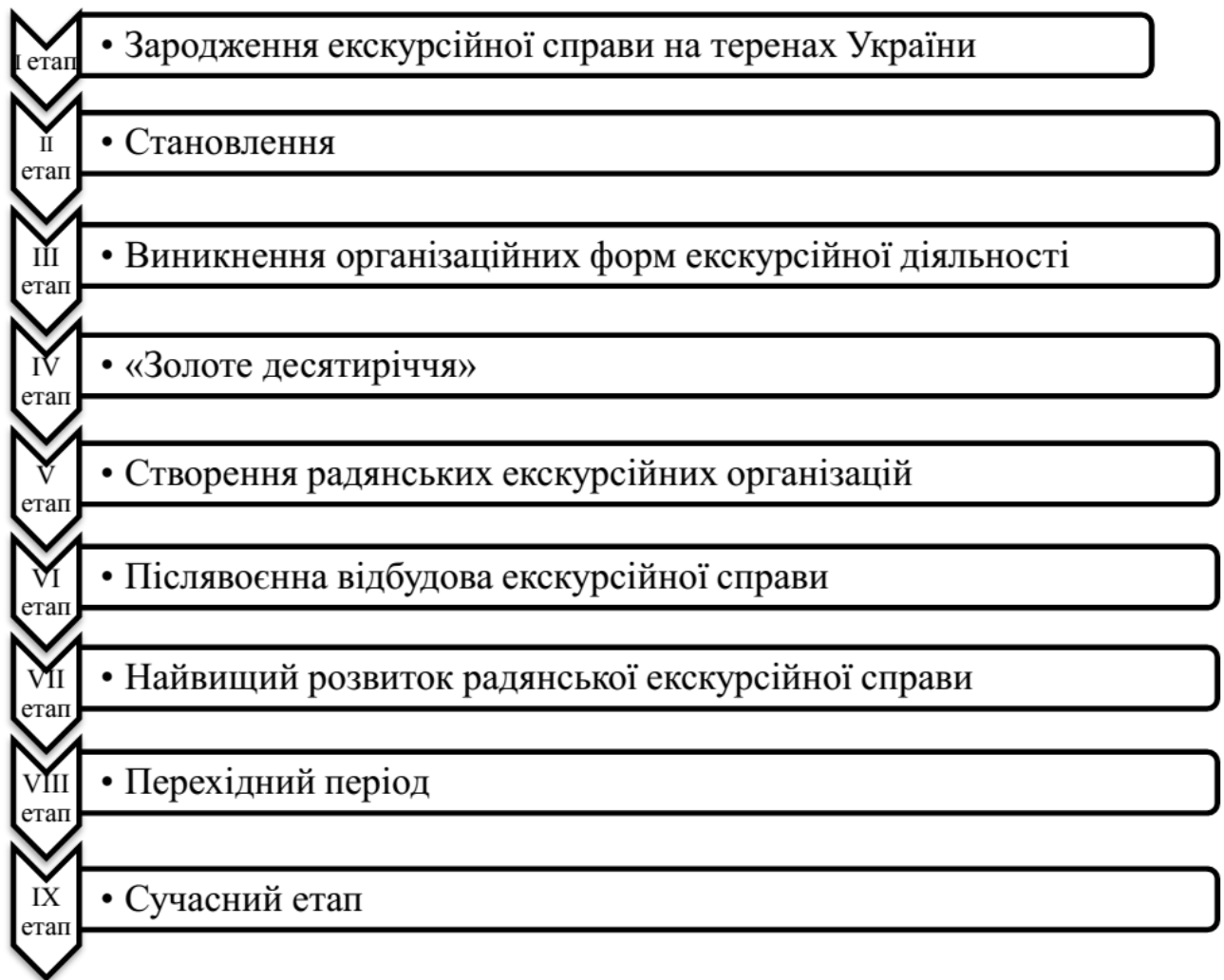


Рис.1.4. Етапи розвитку екскурсійної справи в Україні.

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Таблиця 1.2- Хронологічна таблиця розвитку екскурсійної справи в Україні

Етап	Період	Основні події
I	друга половина XVIII – перша половина XIX ст..	У цей період проводяться перші екскурсії. 1786 р. створено «Статут народних училищ», а у 1804 р. – «Шкільний статут».
II	середина – кінець XIX ст.	1863 р. створено просвітницьке об'єднання «Громада», 1883 р. – «Кружок етнографічно-статистичний», товариство «Просвіта», наукове товариство ім. Т. Шевченка.
III	90-і рр. XIX ст. – 1918 р.	З'явилися туристично-краєзнавчі та спортивні товариства «Чорногора», «Пласт», «Сокіл», «Січ». В кінці XIX – на початку XX ст. проводяться паломницькі екскурсії. 1909 р. в українських гімназіях почала діяти «Самовиховна шкільна громада», що організовувала учням прогулянки та екскурсії.
IV	1919 – 1927 рр.	1920 р. при музеї УНТ створено екскурсійне бюро. У 1926 р. в Україні було створено акціонерне товариство «Укртурс».
V	1928 – 1941 рр.	1926 р. створено туристичну організацію «Інтурист». 1930 р. – Центральна дитяча екскурсійно-туристська станція. 26 березня 1930 р. прийнято постанову «Про організацію Товариства пролетарського туризму та екскурсій». 1936 р. керівництво туристсько-екскурсійною діяльністю було передано профспілкам.
VI	1946 – 1968 рр.	1945-1948 рр. відбувається відновлення діяльності територіально-екскурсійних управлінь у Криму, Києві та інших місцях, відновились туристичні маршрути та створились нові екскурсії. 1962 р. прийнято постанову «Про подальший розвиток туризму».

VII	1969 – 1986 рр.	9 липня 1971 р. прийнято постанову «Про заходи по дальшому поліпшенню екскурсійної роботи». 1973 р. прийнято постанову « Про подальше підвищення ідейно-політичного спрямування туристсько-екскурсійної роботи». 1976 р. відбулась Всесоюзна методична конференція «Актуальні проблеми екскурсійної роботи у світлі рішень XXV з'їзду КПРС». 1977 р. прийнято постанову «Про заходи щодо розвитку місцевого туризму і екскурсій серед трудящих». 1980 р. участь Центральної ради з туризму у проведенні Ігор XXII Олімпіади у Москві.
ПХ	1987 – 1990-і рр.	6 квітня 1987 р. прийнято постанову « Про подальший розвиток самодіяльного туризму , удосконаленню його організації і управління». 2 липня 1987 р. прийнято постанову «Про подальший розвиток і удосконалення масового самодіяльного туризму». 3 лютого 1989 р. прийнято постанову «Про переведення підприємств, об'єднань і організацій Центральної ради з туризму і екскурсій на повний господарський розрахунок та фінансування».
ІХ	кінець 90-х рр. XX – сьогодні	15 вересня 1995 р. прийнято Закон України «Про туризм». 21 вересня 1998 р. – указ Президента України «Про день туризму». 18 листопада 2003 р. відбулась редакція Закону України «Про туризм». 25 листопада 1999 р. прийнято постанову « Про утворення структурних підрозділів місцевих державних адміністрацій з питань туризму». 23 січня 2001 р. – указ Президента України «Про заходи щодо підтримки краєзнавчого руху в Україні». 11 квітня 2002 р. – указ Президента України «Про державну туристську адміністрацію України».

Джерело: розроблено автором на основі [2;73;74].

Отже, розвиток екскурсійної справи в Україні є складним, багатовекторним процесом, який відображає соціальні, політичні та економічні трансформації суспільства. Виділення дев'яти історичних етапів стало можливим завдяки аналізу змісту екскурсій, організаційної структури, форм обслуговування та правового регулювання в різні історичні періоди.

1.3. Нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності

На сьогоднішній день правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні ще не є повноцінно сформованим і досконалим. Спеціального закону «Про екскурсійну діяльність» поки що не прийнято — він лише перебуває на стадії розробки. У зв'язку з цим, правове регулювання екскурсійної сфери відбувається у межах загального туристичного законодавства, зокрема на основі положень Закону України «Про туризм». Саме він наразі є базовим нормативно-правовим актом, що частково охоплює питання організації та здійснення екскурсійної діяльності.

Нормативно-правова база, яка регулює туристичну та екскурсійну діяльність, включає сукупність законів, підзаконних актів, галузевих нормативів, положень і стандартів, що стосуються різних аспектів діяльності в туризмі. Основні напрями правового регулювання екскурсій охоплюють такі ключові питання:

- Загальні правові принципи туристичної діяльності, включаючи нормативне визначення термінів, суб'єктів ринку, вимоги до безпеки, якості та стандартів обслуговування;
- Правовий статус туриста та екскурсанта, що охоплює їхні права, обов'язки, умови страхування, гарантії медичної допомоги та безпеки під час перебування на території України;
- Організація туристичного підприємництва, з урахуванням правових норм щодо ведення бізнесу, оподаткування, фінансових розрахунків, оренди землі та трудових відносин;
- Дія міжнародних правових актів і стандартів, які регламентують туристичну практику на глобальному рівні.

Окремо слід звернути увагу на законодавство щодо відповідальності за порушення у сфері туризму, яке охоплює положення з Кримінального, Цивільного, Господарського кодексів, а також Кодексу України про адміністративні правопорушення. Усі ці документи визначають міру

відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за порушення прав екскурсантів, неналежне виконання зобов'язань або інші правопорушення в цій сфері.

Важливе значення для екскурсійної галузі має також Закон України «Про охорону культурної спадщини», який регулює порядок збереження, використання та популяризації об'єктів культурної цінності. Саме ці об'єкти часто стають основними локаціями екскурсій, тому їх правовий захист є безпосередньо пов'язаним із якістю екскурсійного обслуговування.

Окремим документом, що має прикладне значення в організації екскурсій, є Положення про порядок отримання дозволу екскурсоводами, гідями та перекладачами на право провадження туристичного супроводу, розроблене Державною туристичною адміністрацією України. Це положення містить чіткі вимоги до професійної кваліфікації працівників сфери екскурсій, умови допуску до професії, ведення обліку фахівців, а також процедури атестації та сертифікації.

Крім законодавчих актів, регулювання екскурсійної діяльності здійснюється на основі міждержавних і національних стандартів. Серед них:

- ГОСТ 28681.0-90 – базові стандарти в туристсько-екскурсійному обслуговуванні;
- ГОСТ 28681.1-95 – проектування туристичних послуг;
- ГОСТ 28681.2-95 та 28681.3-95 – вимоги до забезпечення безпеки туристів і екскурсантів;
- EN 15565:2008, EN 13809:2003, ДСТУ EN 15700:2014 – європейські стандарти щодо професійної підготовки гідів, роботи туристичних агентств та безпеки відповідного обладнання.

Втім, варто зауважити, що ці міждержавні стандарти, затверджені ще у 1990-х роках, значною мірою застаріли й не повною мірою відповідають сучасним реаліям туристичного ринку. Відсутність актуалізованих норм, а також скасування ліцензування внутрішнього та іноземного туризму,

включаючи екскурсійну діяльність, створює додаткові виклики для забезпечення якості та безпеки екскурсійних послуг.

Ще однією важливою проблемою залишається відсутність окремого нормативного документа, який би чітко регламентував порядок обслуговування гостей, що приїжджають з туристичною метою, зокрема на екскурсії. Таким чином, багато аспектів діяльності екскурсіводів та туристичних фірм лишаються на рівні рекомендацій або локального врегулювання.

У загальному підсумку, варто зазначити, що державна політика в галузі екскурсійного обслуговування набуває дедалі більшої ваги. Спостерігається поступове зростання інтересу держави до розвитку цього напрямку, що відображається у підтримці освітніх ініціатив, культурних проєктів, збереженні пам'яток, а також стимулюванні професійного розвитку фахівців галузі. Успішний розвиток екскурсійної діяльності має потенціал позитивно впливати на економіку, культуру, туризм та соціальне життя країни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Характеристика ресурсного потенціалу забезпечення екскурсійної діяльності

Україна володіє значним туристичним потенціалом, який ґрунтується на унікальному поєднанні природних, історико-культурних, архітектурних та рекреаційних ресурсів. Різноманітність природного середовища – від мальовничих Карпат до морських узбереж Чорного й Азовського морів – створює сприятливі умови для розвитку різних форм туризму, зокрема екологічного, активного, рекреаційного та пізнавального.

Серед основних переваг України як туристичного напрямку можна виокремити конкурентоспроможні ціни, що є значно нижчими, ніж у багатьох країнах Європи, а також спрощений режим перетину кордону для туристів із більшості країн Європейського Союзу, держав колишнього СРСР і Північної Америки. Ці фактори сприяють доступності туристичних продуктів та потенціалу зростання галузі.

Однак воєнні дії, що тривають в Україні, серйозно вплинули на функціонування туристичної індустрії. Значна частина інфраструктури постраждала, а туристичні потоки суттєво скоротились. Незважаючи на це, уряд та туристичні установи працюють над відновленням галузі, зосереджуючи увагу на безпечних регіонах, які не охоплені бойовими діями.

У межах цієї роботи було визначено основні ресурси, що забезпечують екскурсійну діяльність в Україні:

- історико-культурні пам'ятки, пов'язані з визначними подіями минулого;
- місця, пов'язані з життям і діяльністю видатних постатей (житлові будівлі, вулиці, меморіальні місця);
- природні об'єкти, зокрема парки, озера, ліси, заповідники, які мають естетичну, наукову або рекреаційну цінність;

- музейні та виставкові експозиції, що дозволяють глибше ознайомитися з історією, мистецтвом і культурою;
- археологічні знахідки, які становлять національну й міжнародну наукову та туристичну цінність;
- об'єкти монументального мистецтва, зокрема скульптури, фонтани, художні інсталяції тощо.

До природних ресурсів України також належить розгалужена водна мережа, яка включає узбережжя морів, такі великі річки як Дніпро, Дністер, Сіверський Донець та інші. Значне значення мають родовища лікувальних грязей: Куяльницький лиман, озеро Ріпне, Солоний Лиман, а також джерела мінеральних вод, зокрема Трускавецьке, Полянське, Шаянське, та понад 500 інших.

Серед природно-заповідного фонду України – 19 національних природних заповідників, зокрема Асканія-Нова, Дунайський біосферний заповідник, «Горгани» тощо. До складу національних парків входять Хотинський, Шацький, Подільські Товтри. У 2024 році в Україні створено три нові національні природні парки: «Пуща Радзівіла», «Холодний Яр» і «Куяльницький», що свідчить про стратегічний підхід до збереження та популяризації природних багатств країни.

В Україні є ряд туристичних об'єктів, які мають статус світової спадщини ЮНЕСКО. Серед них:

- Києво-Печерська лавра,
- Софія Київська,
- історичний центр Львова,
- дерев'яні церкви Карпатського регіону,
- Херсонес Таврійський,
- букові праліси Карпат,
- Дуга Струве,
- церква Спаса на Берестові,

діяльності забезпечує не лише пізнавальну функцію, а й сприяє формуванню патріотичних цінностей, вихованню поваги до національного надбання.

У розрізі категорій цей фонд включає:

- понад 64 тисячі пам'яток археології, які засвідчують багатовікову історію людського проживання на території сучасної України, розкриваючи періоди від кам'яної доби до середньовіччя;
- приблизно 15 тисяч пам'яток архітектури та містобудування, що відображають розвиток будівельного мистецтва, стильові особливості різних епох та національних шкіл;
- понад 54 тисячі пам'яток історії, пов'язаних з подіями, особистостями та суспільними процесами, що вплинули на становлення української державності;
- близько 7 тисяч пам'яток монументального мистецтва, серед яких – пам'ятники, скульптурні композиції, меморіальні комплекси, що мають значну художню та ідеологічну цінність.

Значний обсяг пам'яток дає змогу формувати тематично орієнтовані екскурсії з урахуванням інтересів різних аудиторій – від школярів і студентів до іноземних туристів і дослідників. Такий потенціал є вагомим основою для подальшого розвитку екскурсійної справи в Україні, зокрема її адаптації до сучасних вимог культурного туризму.

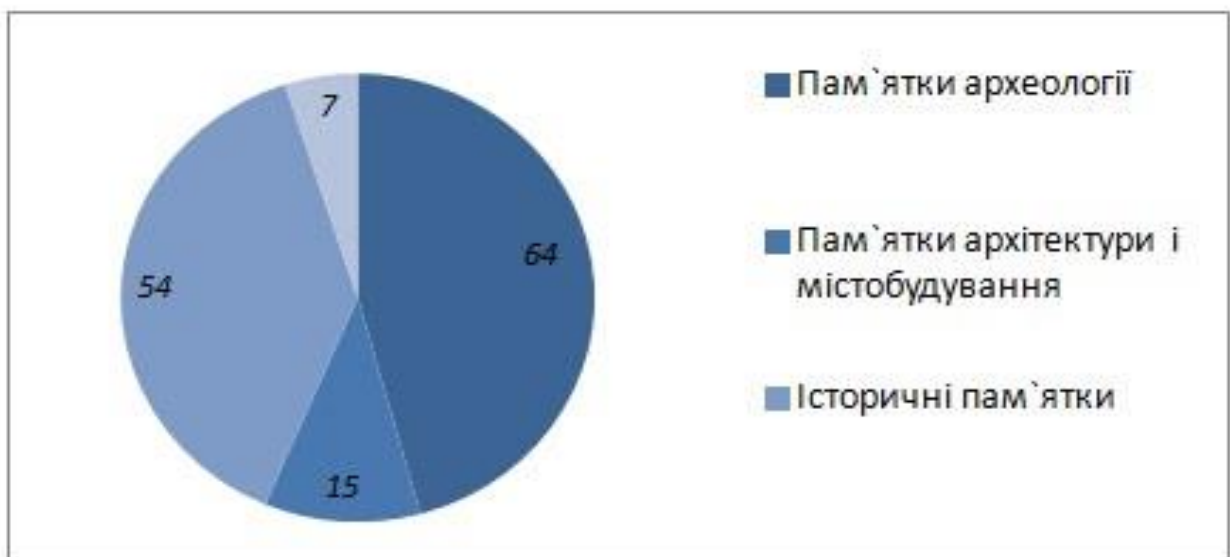


Рис. 2.2 Нерухомі пам'ятки історії та культури України (тис.од), станом на 2023 рік

На теренах України в багатьох регіонах збереглися унікальні архітектурні об'єкти, що становлять надзвичайно цінну складову національної культурної спадщини. Ці пам'ятки, які давно вже стали улюбленими серед туристів, приваблюють своєю вишуканою архітектурою, атмосферою минулих епох та багатою історичною значущістю.

Серед них особливе місце посідають старовинні палаци, загадкові замки, шляхетські садиби та маєтки, які зберігають дух колишньої розкоші та аристократизму. Вони не лише архітектурно привабливі, а й є живими свідками соціального, культурного й політичного життя різних періодів історії України.

Багато з цих споруд розташовані в мальовничих ландшафтних зонах і нерідко оточені парками, озерами або садами, що створює особливу атмосферу для екскурсій і подорожей. Їхні фасади й інтер'єри зберігають риси різних архітектурних стилів — бароко, класицизму, готики, модерну — і нерідко супроводжуються легендами, історичними переказами чи романтичними міфами.

Подорожуючи країною, туристи мають змогу не просто споглядати старовинну архітектуру, а повністю зануритися в атмосферу минулого, відчутти естетику епохи, доторкнутися до сторінок живої історії. Саме ці пам'ятки — справжні скарби української культури — є невід'ємною частиною екскурсійних маршрутів і активно використовуються для розвитку пізнавального та культурного туризму.

В Україні нараховується значна кількість історичних населених пунктів, що формують потужний екскурсійний потенціал країни. Зокрема, 39 міст мають вік понад тисячу років, а понад 500 міст і містечок можуть похвалитися щонайменше 900-річною історією. Крім того, існує понад 1 399 міст і селищ, а також приблизно 8 тисяч сіл, на території яких зосереджені цінні пам'ятки історико-культурної спадщини.

Офіційний перелік історичних міст України включає 371 населений пункт, у яких культурні та архітектурні об'єкти збереглися в особливо концентрованій формі. Ці міста вирізняються унікальними археологічними знахідками, історичними забудовами, традиційною міською структурою, сакральною архітектурою та автентичними елементами культурного ландшафту.

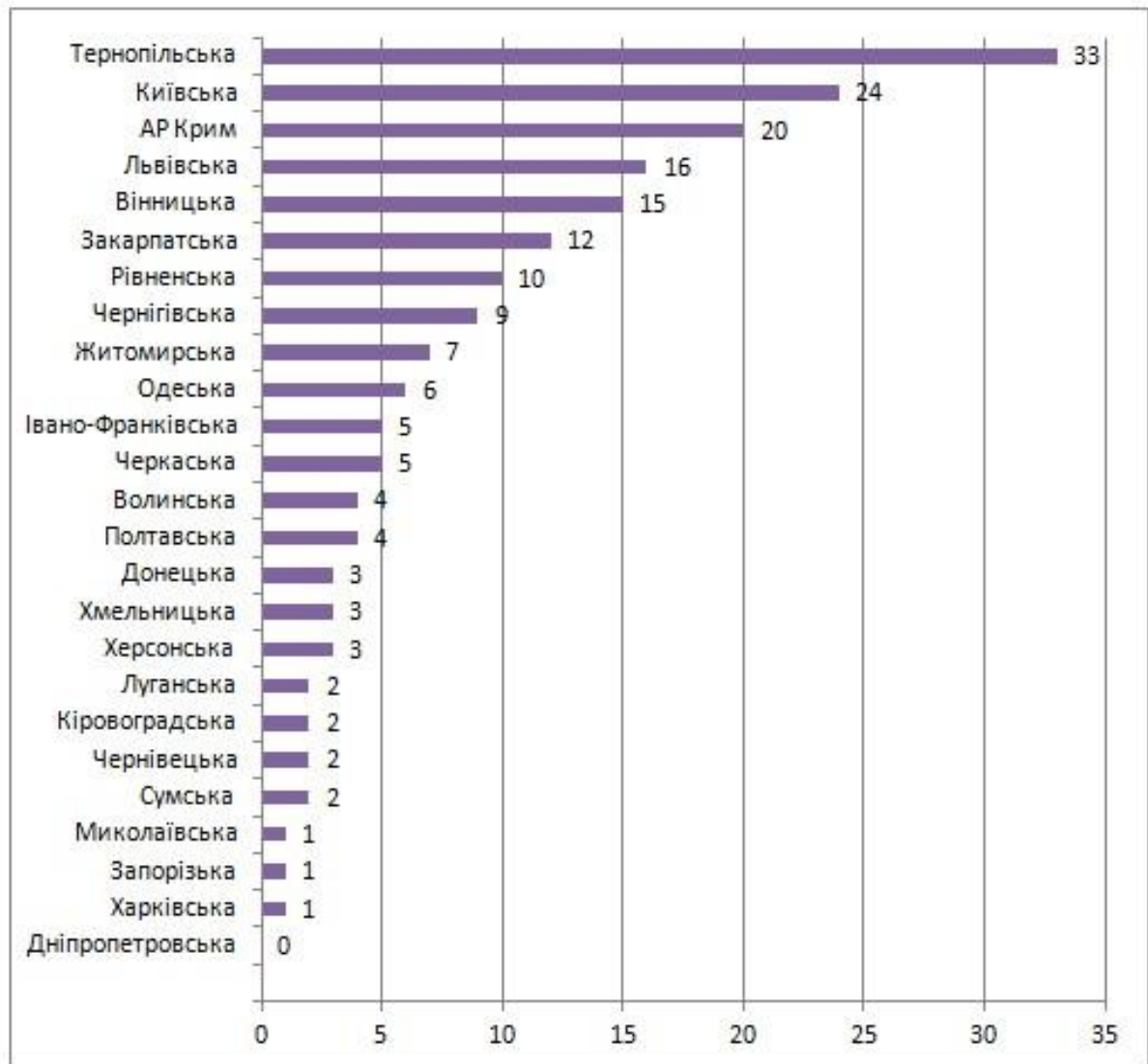


Рис. 2.3 Кількість палаців і замків по регіонах України (од.), станом на 2023 рік [26]

Проведений глибокий аналіз природно-рекреаційних і культурно-історичних ресурсів дозволяє зробити висновок, що більшість регіонів України володіють широкими можливостями для розвитку екскурсійної діяльності. Такий ресурсний потенціал формує основу для створення різноманітних

тематичних маршрутів, здатних задовольнити запити туристів із різними інтересами — від історико-культурного до природничо-екологічного туризму.

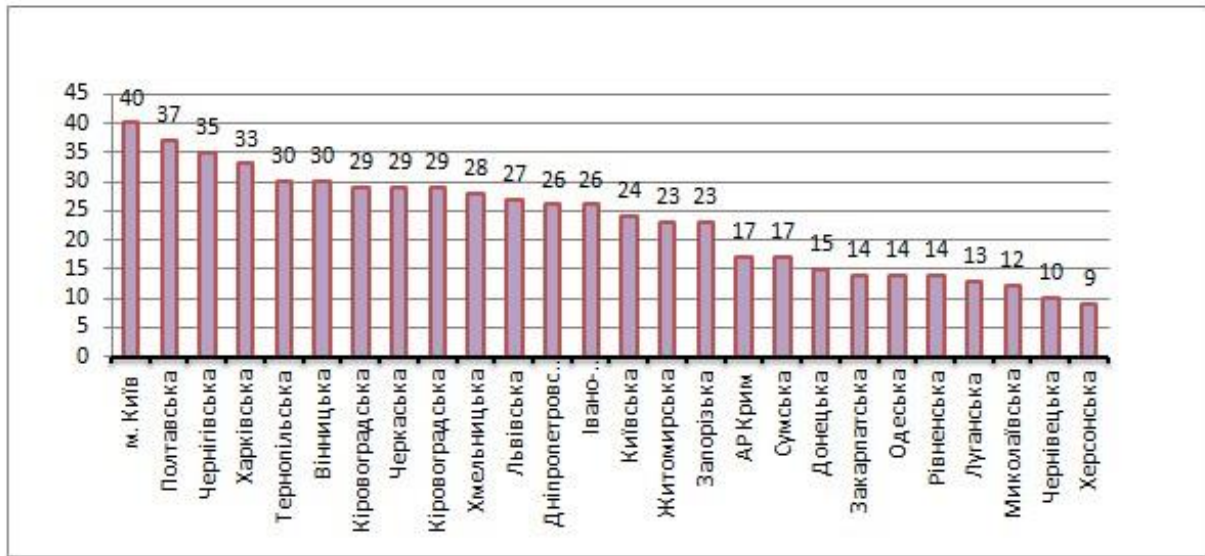


Рис.2.4 Кількість музеїв за областями України (од.), станом на 2017 рік [45]

Згідно з наявними статистичними даними, Україна має всі підстави для гордості не лише завдяки своєму багатому культурно-музейному надбання, а й через значну кількість територій та об'єктів природно-заповідного фонду. Розмаїття національних парків, біосферних та природних заповідників, пам'яток природи і заказників становить вагомую частину національного багатства та формує потужний потенціал для розвитку природоорієнтованої екскурсійної діяльності. Ці ресурси сприяють формуванню якісного туристичного продукту, орієнтованого як на внутрішнього, так і на іноземного споживача, особливо в умовах зростаючого інтересу до екологічного та пізнавального туризму.

Окремої уваги в контексті дослідження потребує питання розвитку туристичної інфраструктури, адже саме вона формує матеріальну основу для реалізації екскурсійної діяльності. Туристична інфраструктура охоплює сукупність елементів, серед яких ключовими є транспортна система (залізничне, автомобільне, авіаційне сполучення), а також заклади, що забезпечують комфортне перебування туристів і екскурсантів: готелі, хостели, заклади харчування, музеї, галереї, інформаційні центри, об'єкти дозвілля тощо.

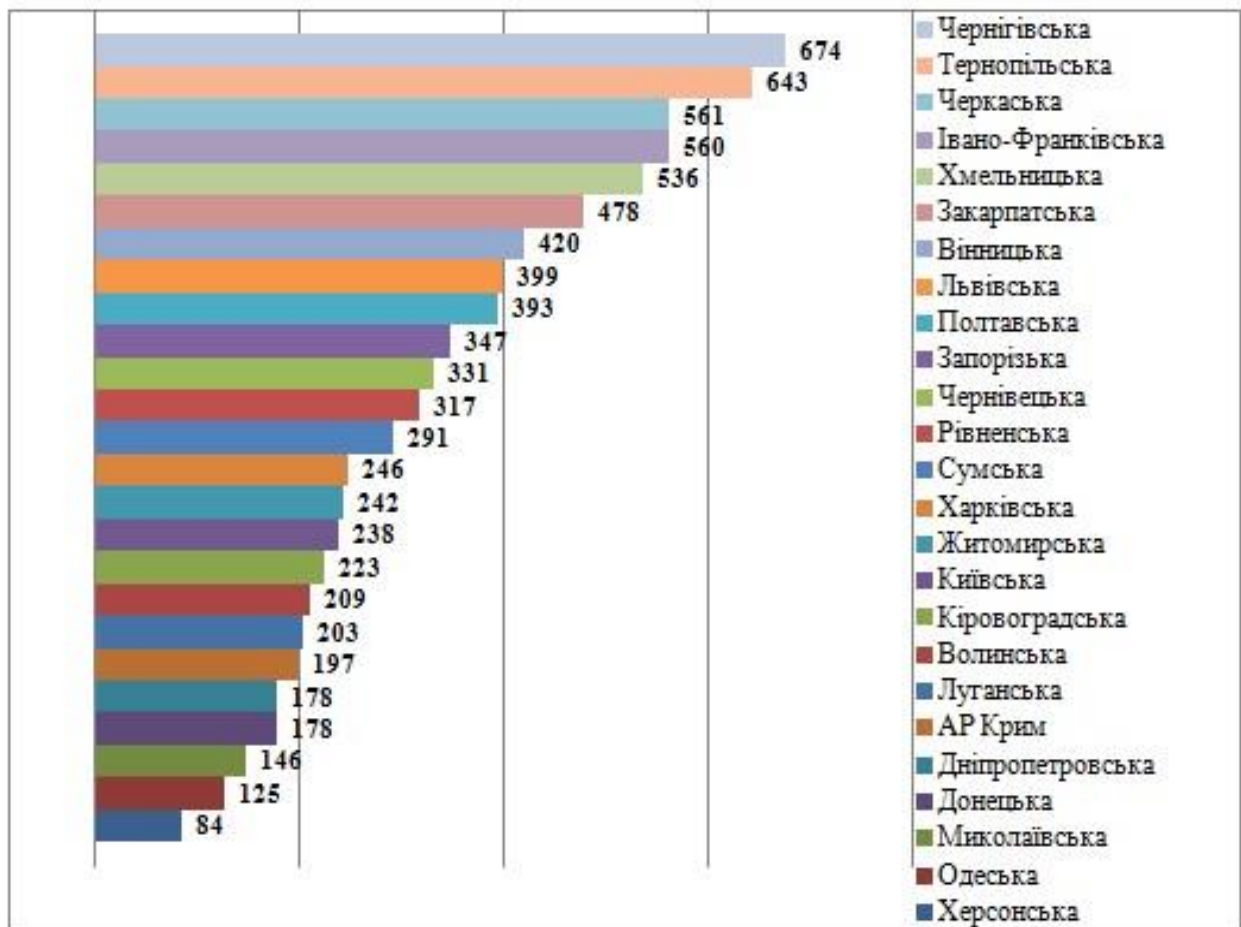


Рис.2.5 Кількість територій та об'єктів природно-заповідного фонду за регіонами України (од.), станом на 2019 рік [19;42;40]

Аналіз сучасного стану екскурсійної сфери в Україні засвідчує, що в умовах глобального туристичного ринку вітчизняна система поки що не здатна конкурувати на належному рівні. Більша частина матеріально-технічної бази застаріла, потребує термінової модернізації, реконструкції або повної заміни. За оцінками експертів, майже 70% об'єктів туристичної інфраструктури не відповідають сучасним вимогам безпеки, комфорту та екологічності. Крім того, значною проблемою залишається невідповідність рівня обслуговування міжнародним стандартам, що негативно впливає на якість туристичного продукту загалом.

Таким чином, незважаючи на надзвичайно багатий ресурсний потенціал, який Україна має для розвитку екскурсійної діяльності, існує суттєва інфраструктурна перешкода для реалізації цього потенціалу на повну силу. У

зв'язку з цим виникає нагальна потреба у впровадженні ефективних підходів до формування екскурсійного потенціалу як окремих міст, так і регіонів країни. Це передбачає не лише розробку механізмів практичного використання існуючих ресурсів, а й створення довгострокової стратегії розвитку, яка б забезпечила підвищення конкурентоспроможності України на світовому туристичному ринку та сприяла економічному зростанню в умовах європейської інтеграції.

2.2. Аналіз ринку екскурсійних послуг України

Україна має всі передумови для активного розвитку екскурсійної діяльності: вигідне географічне розташування, сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, а також багатий історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал.

Яскравим прикладом ефективного використання цього потенціалу стало проведення в Україні чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012». Завдяки цьому масштабному заходу країна змогла привернути до себе увагу міжнародної спільноти як приваблива туристична дестинація. Захід відвідали близько 1,8 млн іноземців, що на 43% більше, ніж у 2011 році. Середні витрати одного туриста становили близько 400 доларів США, що в цілому принесло країні близько 1,5 млрд доларів доходу від туризму.

У 2013 році туристичний потік до України продовжив зростати: державу відвідало понад 26 млн осіб, що на 1,5 млн більше, ніж попереднього року. Віце-прем'єр-міністр Олександр Вілкул наголосив на пріоритетності розвитку туризму як однієї з найбільш перспективних галузей економіки.

Серед важливих досягнень 2013 року в туристичній сфері можна відзначити:

1. Завершення розробки Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року. Вона передбачала створення нових програм цілорічного відпочинку, розвиток Карпатського та Кримського регіонів, а

також визначення туристичної спеціалізації окремих регіонів. Очікувалося, що кількість іноземних туристів зросте вдвічі — до 50 млн на рік.

2. Включення Херсонесу Таврійського та дерев'яних церков Карпатського регіону до списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Крім того, Петриківський розпис отримав статус нематеріальної культурної спадщини людства.

3. Успішне проведення юнацького чемпіонату Європи з баскетболу, що було високо оцінене Федерацією баскетболу Європи (ФІБА) як найкраще в історії змагань.

Проте розвиток туристичної сфери був різко перерваний трагічними подіями 2014 року. З початком російської агресії та тимчасовою окупацією Криму, бойовими діями на території Донецької й Луганської областей, екскурсійна та туристична діяльність у зазначених регіонах була фактично зупинена. Нестабільна безпекова ситуація негативно вплинула і на туристичний імідж України загалом.

У зв'язку з цим, заплановані масштабні спортивні заходи, такі як чемпіонат Європи з баскетболу серед юнаків 2014 року в Донецьку та основний чемпіонат 2015 року, були скасовані. Змагання перенесли до інших країн, зокрема до Іспанії.

Крім того, у 2014 році через економічну кризу та потребу в оптимізації бюджетних витрат, Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів до 2022 року була визнана такою, що втратила чинність. Проведення важливих національних та міжнародних туристичних і спортивних подій було відкладено або скасовано через нестачу державного фінансування.

Таким чином, попри значні успіхи в розвитку туризму на початку 2010-х років, геополітична ситуація істотно скоригувала плани та перспективи галузі, поставивши нові виклики перед державою та її туристичним сектором.

Таблиця 2.1 - Кількість туристів обслугованих туроператорами та тур агентами в Україні, 2012-2020 роки

Рік	Всього	У тому числі		
		в'їзні(іноземні туристи)	виїзні туристи	внутрішні туристи
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	323746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391
2020	2360278	11964	2125702	222612

Джерело: Державна служба статистики [39].

Попри те, що через воєнні дії Україна тимчасово втратила частину своєї туристичної привабливості, вже в серпні 2014 року Кабінет Міністрів України ухвалив постанову про затвердження нової Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року. У цій стратегії було акцентовано увагу на двох важливих напрямках:— раціональному використанні природно-ресурсного потенціалу, збереженні об'єктів культурної спадщини та цінних природоохоронних територій;— удосконаленні системи стратегічного планування регіонального розвитку як на загальнонаціональному, так і на локальному рівнях.

У 2016 році, за інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, держава демонструвала позитивну динаміку у сфері туризму. Так, Україна потрапила до переліку найбільш привабливих країн для відвідування, посівши 27-му позицію зі 100 у глобальному рейтингу. Таким чином, вона випередила понад півтори сотні країн, зокрема такі, як Швейцарія, Сінгапур та Ірландія [22].

Для об'єктивного розуміння реального стану екскурсійної сфери на місцях, варто проаналізувати показники діяльності суб'єктів екскурсійної галузі за регіонами України у 2017 році. Цей аналіз дозволяє визначити ступінь активності регіонів у формуванні та реалізації екскурсійного продукту, а також виявити потенційні точки зростання для подальшого розвитку галузі.

Таблиця 2.2 -Показники роботи суб'єктів екскурсійної діяльності в Україні, 2017 рік (тис.грн)

Юридичні особи/Фізичні особи-підприємці		
Область	Дохід від надання тур. послуг (тис. грн.)	Операційні виплати (тис. грн.)
Вінницька	409,5/252,5	273,0/110,9
Волинська	174,6/213,1	125,0/34,6
Дніпропетровська	-/-	-/-
Донецька	-/-	-/-
Житомирська	47,6/32,5	46,1/15,5
Закарпатська	78,2/280,0	104,4/-
Запорізька	-/939,4	-/366,8
Івано-Франківська	25,8/2486,0	17,5/659,9
Київська	8693,7/1682,2	8129,6/176,0
Кіровоградська	87,1/395,0	86,5/271,5
Луганська	-/-	-/-
Львівська	4025,1/2954,1	4020,7/-
Миколаївська	-/355,7	-/213,0
Одеська	5569,7/4540,0	1983,5/2196,7
Полтавська	793,6/9,0	724,6/-
Рівненська	104,3/461,6	104,3/349,8
Сумська	-/-	-/-
Тернопільська	150,8/-	137,3/-
Харківська	-/1497,7	-/882,1
Херсонська	554,8/176,6	560,9/-
Хмельницька	2232,1/344,1	2173,4/176,2
Черкаська	319,3/112,0	297,5/78,4
Чернівецька	89,6/3348	80,5/-
Чернігівська	-/-	-/-
м.Київ	10117,9/2572,0	6522,5/2276,5

Джерело: систематизовано автором, за матеріалами [39]

Таблиця 2.3 -Екскурсійна робота музеїв за регіонами України у 2017 році

Область	Кількість музеїв	Кількість проведених екскурсій, од		Обслуговано екскурсіями – усього, тис. осіб	З них		
		усього	У Середньому на один музей		Учнів, слухачів та студентів		Обслуговувано за угодами
					Усього	У% до загальної кількості обслуговуваних	
Україна	565	322 231	570	5 403,3	3 513,1	65,0	367,9
Вінницька	30	16278	543	318,6	209,8	65,9	11,7
Волинська	16	7 255	453	85,9	63,5	73,9	1,1
Дніпропетровська	26	14 975	576	228,9	166,5	72,7	21,6
Донецька	15	7 224	482	146,5	106,2	72,5	12,8
Житомирська	22	6 016	273	94,8	59,7	63,0	8,3
Закарпатська	14	3 873	277	215,0	130,5	60,7	26,3
Запорізька	23	11 601	504	231,9	154,6	66,7	10,4
Івано-Франківська	26	9 787	376	198,8	131,8	66,3	13,7
Київська	24	13 214	551	270,8	190,0	70,2	19,3
Кіровоградська	29	6 295	217	125,2	99,7	79,6	8,6
Луганська	13	3 370	259	52,9	33,7	63,7	17,8
Львівська	27	31 436	1 164	600,2	374,1	62,3	38,3
Миколаївська	12	6 970	581	97,5	68,2	70,0	11,0
Одеська	13	7 752	596	210,5	139,0	66,0	10,8
Полтавська	35	17 333	495	289,3	182,1	63,0	6,9
Рівненська	14	6 650	475	111,2	72,9	65,6	11,1
Сумська	17	8 524	501	145,7	117,4	80,6	5,9
Тернопільська	28	6 539	234	149,7	112,7	75,3	3,3
Харківська	33	12 420	376	131,9	93,4	70,8	6,3
Херсонська	9	4 819	535	63,4	49,3	77,8	7,2
Хмельницька	28	11 044	394	159,2	93,0	58,4	6,5
Черкаська	28	21 482	767	208,5	135,5	65,0	12,7
Чернівецька	10	3 163	316	37,3	24,1	64,6	10,5
Чернігівська	35	25 619	732	457,9	252,9	55,2	43,6
м. Київ	38	58 592	1 542	771,7	452,5	58,6	42,2

Джерело [39]

На жаль, Державна служба статистики України не оновлювала офіційні дані щодо екскурсійної діяльності після 2017 року, що ускладнює аналіз динаміки змін у цій сфері в останні роки.

Водночас 2017 рік став знаковим для туристичної галузі України. Проведення міжнародних подій, зокрема пісенного конкурсу «Євробачення» та Чемпіонату світу з хокею, суттєво посприяли позитивному іміджу держави на міжнародній арені та відкриттю нових туристичних напрямків.

Крім того, саме 2017 рік був проголошений ООН Міжнародним роком сталого розвитку туризму, що стало додатковим стимулом для розвитку українського туристичного сектору. За даними Світового банку, Україна піднялася з 27-го на 25-те місце у світовому рейтингу туристичної привабливості. Відзначено також, що саме з цього року Україна демонструє один із найшвидших темпів зростання за індексом конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей. Такий прорив став можливим завдяки:

- запровадженню безвізового режиму,
- економічній стабілізації,
- покращенню транспортної інфраструктури,
- удосконаленню бізнес-середовища,
- зростанню рівня безпеки та відкритості держави до зовнішнього світу [74].

Також у 2017 році було створено інноваційну туристичну онлайн-платформу discover.ua — ресурс, який сприяє промоції внутрішнього та в'їзного туризму. Портал містить:

- бібліотеку 3D-турів та панорам,
- аудіогіди найбільш популярними маршрутами,
- інтерактивну карту туристичних об'єктів України,
- можливість пошуку гідів за регіонами та тематиками.

Цей портал став зручним інструментом як для іноземних туристів, так і для громадян України, які прагнуть краще пізнати свою країну [68].

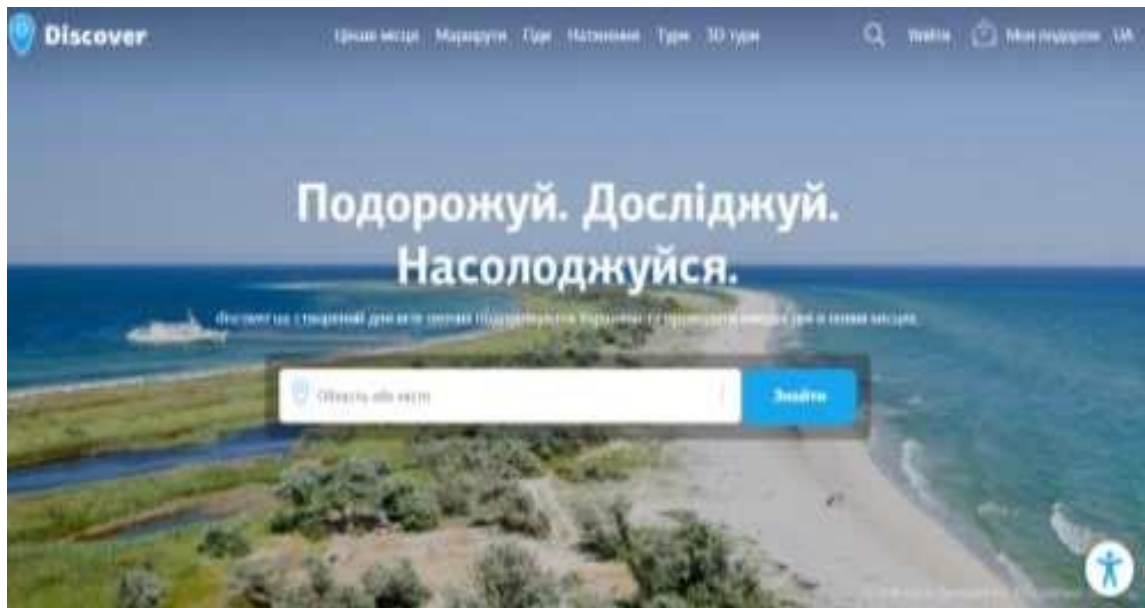


Рис. 2.6. Сайт Discover.ua [68]

У 2018 році Україна презентувала офіційний національний бренд — *Ukraine NOW*, який покликаний формувати позитивний імідж країни на міжнародній арені. Цей бренд став символом відкритості, сучасності та інноваційного потенціалу України, сприяючи зростанню її впізнаваності серед іноземної аудиторії.

На початку того ж року Міністерство закордонних справ України запустило цифрову платформу *Ukraine.ua* — офіційний онлайн-портал, орієнтований на іноземних туристів, інвесторів і партнерів. Сайт покликаний презентувати Україну як привабливу, динамічну державу з багатою культурною спадщиною, різноманітними туристичними можливостями та креативним потенціалом.



Рис. 2.7. Бренд UkraineNow [75].

За результатами 2018 року загальний обсяг надходжень до бюджету від туристичного збору та податкових платежів із туристичної галузі збільшився на

20,7% і становив 4,2 мільярда гривень. Це включає витрати як іноземних відвідувачів, так і внутрішніх туристів, які подорожували територією України. Значне зростання спостерігалось і щодо надходжень туристичного збору — на 29,2%, до 90,7 мільйона гривень [22].

У 2019 році Україну відвідали понад 14 мільйонів іноземців, а середній чек витрат на перебування одного туриста становив 526 доларів США. У столиці було проведено Міжнародну туристичну виставку UITT «Україна – Подорожі та Туризм», яка об'єднала близько 300 учасників із 23 країн світу. Під час заходу наголошувалося на важливості децентралізації місцевого самоврядування як одного з ключових напрямів реформування держави [57].

Крім того, цього ж року, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України, було створено Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ), яке отримало повноваження з формування та реалізації державної політики у сфері туризму.

Таким чином, можна зробити висновок, що після спаду туристичної активності, спричиненого подіями 2014 року, туристична галузь України почала демонструвати ознаки відновлення. Запровадження безвізового режиму у 2017 році стимулювало розвиток виїзного туризму, що, втім, призвело до дисбалансу між потоками внутрішніх, в'їзних і виїзних туристів.

Упродовж 2019 року активізувався розвиток регіонального туризму, впроваджувалися заходи з підвищення туристичної привабливості окремих областей. Динаміка туристичних потоків в Україні за період 2012–2020 років представлена на графіках 2.6 та 2.7 (згідно з даними Державної служби статистики України).

Як свідчать дані, з 2017 року спостерігалася позитивна динаміка зростання кількості туристів в Україні, однак із початком 2020 року ця тенденція різко змінилася. Відповідно до графіків, кількість туристичних прибуттів суттєво скоротилася, що було зумовлено глобальною кризою — пандемією Covid-19, яка стала найбільшим викликом для світової економіки та соціальних систем з часів Другої світової війни.

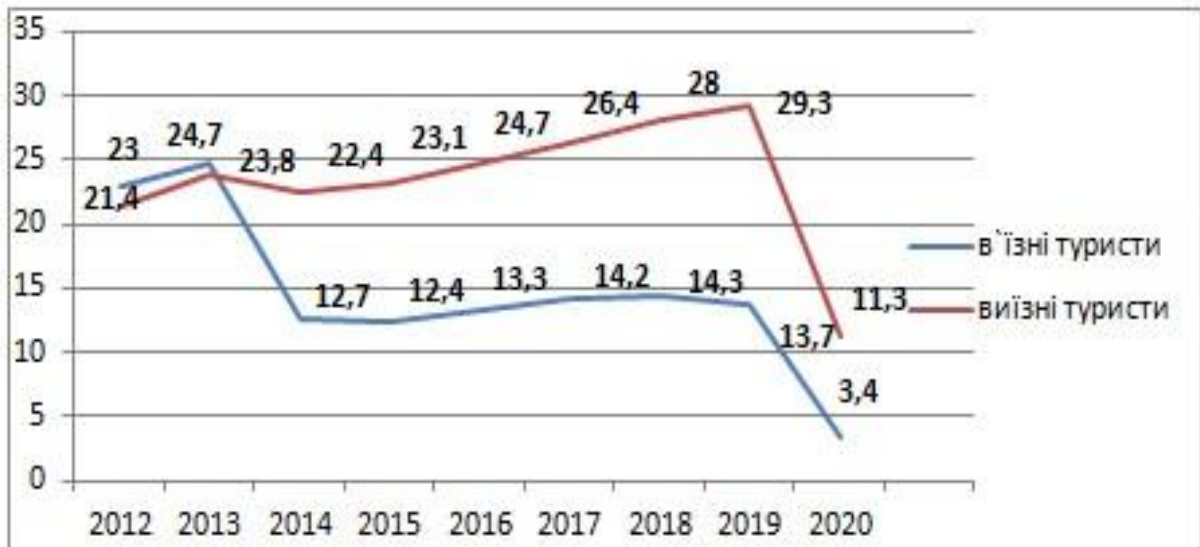


Рис. 2.8. Динаміка туристичних потоків в Україні з 2012 до 2020 року (млн. осіб)

Джерело: складено автором за матеріалами [39]



Рис. 2.9. Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами України (млн осіб) [39]

Туристична індустрія традиційно характеризується високою чутливістю до змін зовнішнього середовища, включаючи економічні, політичні та соціальні чинники. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристичний потік у світі у 2020 році зменшився на 72%, що відкинуло галузь до рівня 1990-х років. Загальна кількість туристів знизилася на понад 900 мільйонів осіб [37].

Спалах пандемії у березні 2020 року призвів до значних змін у структурі та динаміці туристичних потоків. Наслідками стали масове скасування подорожей, закриття державних кордонів, запровадження карантинних заходів, що викликало різке зниження туристичної активності як на міжнародному, так і на внутрішньому рівнях.

Зменшення кількості міжнародних прибуттів стало однією з ключових загроз для туристичного сектора, що спричинило фінансові втрати та зниження зайнятості у галузі. У відповідь на кризу, українська держава вжила низку заходів підтримки туристичної індустрії. Зокрема, у грудні 2020 року набув чинності Закон України «Про державну підтримку культури, туризму та креативних індустрій», який передбачає податкові пільги, включаючи зниження ставки ПДВ на послуги з туристичного обслуговування, зокрема на екскурсії до музеїв, заповідників, зоопарків тощо.

Для кращого розуміння масштабів змін, у наступному розділі представлено порівняльний аналіз в'їзного та виїзного туризму в Україні у 2020 та 2021 роках відповідно до статистичних даних, оприлюднених Державним агентством розвитку туризму України (ДАРТ) [59].

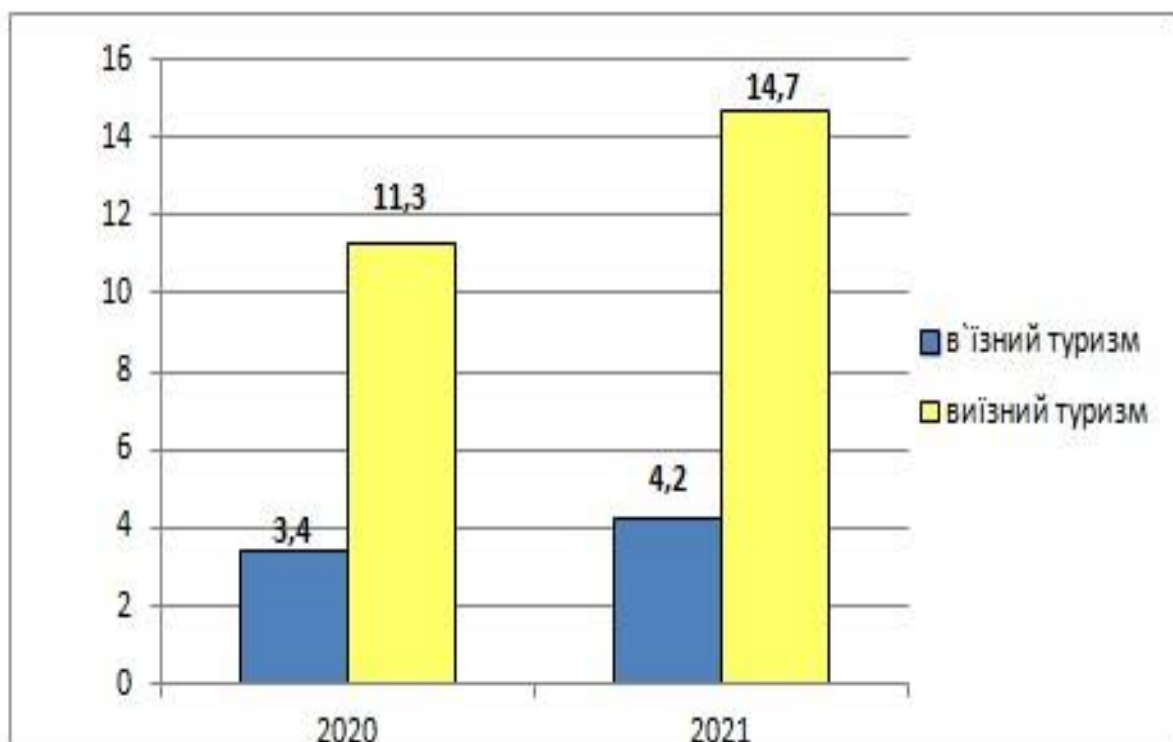


Рис. 2.10. Динаміка туристичний потоків в Україні за 2020-2021 [59].

У 2021 році, згідно з аналітичними даними, попит на внутрішній туризм серед українських громадян почав знижуватися, що було зумовлено пом'якшенням карантинних обмежень і, відповідно, відновленням можливостей для виїзного туризму. У зв'язку з цим, з метою стимулювання подорожей Україною та підтримки внутрішнього туристичного ринку, за ініціативи Міністерства культури та інформаційної політики було реалізовано всеукраїнський проєкт #МандруйУкраїною [65].

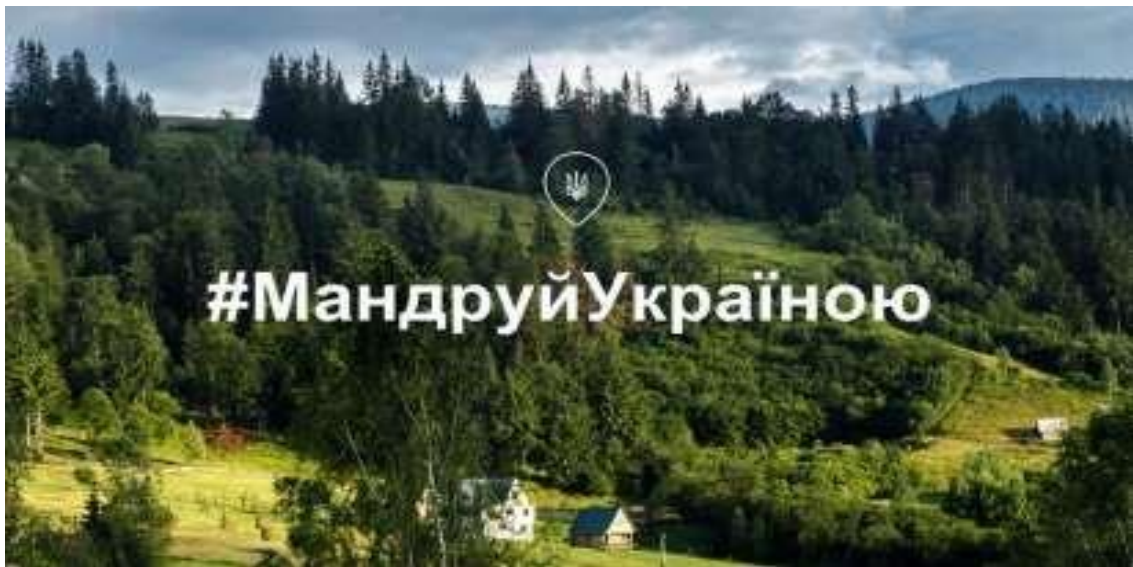


Рис.2.11. #МандруйУкраїною[65]

Іміджеві проєкти відіграють важливу роль у формуванні позитивного сприйняття України як привабливого туристичного напрямку. Вони спрямовані на підвищення туристичної привабливості держави, а також на утвердження її образу як безпечного та цікавого місця для подорожей і відпочинку.

Згідно з даними Державної служби статистики України, кількість суб'єктів, що здійснювали екскурсійну діяльність, упродовж останніх років демонструвала стійку тенденцію до зростання: у 2017 році їх було 169, у 2018 – 199, а в 2019 році – 223 [39].

На жаль, офіційна статистика за 2020–2021 роки відсутня, однак на підставі самостійного аналізу автором встановлено, що в 2020 році приблизна кількість суб'єктів екскурсійної діяльності становила близько 250.

Зведені дані про чисельність суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність в Україні, систематизовано та представлено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.4 -Кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність в Україні, 2017-2019 рр.

Область	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Вінницька	3	2	2
Волинська	9	8	7
Дніпропетровська	-	-	-
Донецька	-	1	2
Житомирська	3	5	2
Закарпатська	3	2	3
Запорізька	8	10	7
Івано-Франківська	10	10	7
Київська	6	9	8
Кіровоградська	5	4	4
Луганська	-	1	2
Львівська	43	51	61
Миколаївська	2	3	1
Одеська	24	21	31
Полтавська	2	8	-
Рівненська	3	5	9
Сумська	-	-	2
Тернопільська	2	5	9
Харківська	5	8	2
Херсонська	6	8	9
Хмельницька	9	10	8
Черкаська	2	3	9
Чернівецька	4	1	2
Чернігівська	-	-	1
м. Київ	20	24	34

Джерело [39]

Аналіз таблиці засвідчує, що кількість суб'єктів екскурсійної діяльності демонструє тенденцію до зростання, переважно у туристично привабливих регіонах України, де спостерігається стійкий попит на екскурсійні послуги.

Водночас, у таких областях як Полтавська, Харківська та Дніпропетровська зафіксовано зменшення активності в цій сфері. Основною причиною є низький рівень зацікавленості населення та туристів у місцевих

екскурсійних пропозиціях, що призводить до відсутності фахівців відповідної кваліфікації у зазначених регіонах.

З метою більш детального аналізу, далі буде розглянуто розподіл суб'єктів екскурсійної діяльності за адміністративно-територіальними одиницями України.

На початку 2022 року Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) презентувало ключові напрями розвитку внутрішнього туризму на найближчий рік. Основна увага була зосереджена на поліпшенні інфраструктури задля забезпечення комфортних умов для мандрівок Україною. Зокрема, планувались такі ініціативи:

- запуск 10 нових потягів Інтерсіті+ та будівництво 500 нових спальних вагонів «Укрзалізницею»;
- перший рейс національного авіаперевізника Ukrainian National Airlines;
- модернізація 8 діючих аеропортів та будівництво ще 2 нових;
- в рамках програми «Велике будівництво» на 2022–2024 роки планувалося відремонтувати 15 000 км доріг та 810 мостів;
- запуск програми «Велика реставрація», яка передбачала відновлення понад 100 об'єктів культурної та природної спадщини (фортець, палаців, паркових ансамблів тощо) з загальним бюджетом у 3 млрд грн;
- відновлення національних природних парків, зокрема:
 - НПП «Святі гори» (Донецька обл.);
 - НПП «Подільські Товтри» (Хмельницька обл.);
 - НПП «Карпатський» (Івано-Франківська обл.);
 - НПП «Голосіївський» (м. Київ);
 - Карпатський біосферний заповідник (Закарпатська обл.);
- розробка нових туристичних маршрутів та розвиток інфраструктури для мандрівників (паркомісця, кемпінги тощо).

Таблиця 2.5 -Розподіл суб`єктів екскурсійної діяльності в Україні, 2019 рік

Область	Юридичні особи	Фізичні особи-підприємці
Вінницька	1	1
Волинська	4	3
Дніпропетровська	-	-
Донецька	2	-
Житомирська	1	1
Закарпатська	2	1
Запорізька	7	-
Івано-Франківська	5	2
Київська	5	3
Кіровоградська	4	-
Луганська	2	-
Львівська	47	14
Миколаївська	1	-
Одеська	23	8
Полтавська	-	-
Рівненська	6	3
Сумська	1	1
Тернопільська	5	4
Харківська	7	1
Херсонська	5	4
Хмельницька	6	4
Черкаська	1	1
Чернівецька	2	-
Чернігівська	1	-
<u>м.Київ</u>	15	19

Джерело [39]

Проте, 24 лютого 2022 року, через 8 років від початку воєнного конфлікту на Донбасі, російська федерація розпочала повномасштабне вторгнення в Україну, що зумовило майже повну зупинку туристичної діяльності в державі.

Згідно з оцінками ДАРТ, державний бюджет України зазнав значних втрат у сфері туризму. Так, у 2022 році надходження податків від туристичної галузі склали 1,55 млрд грн, що на 31% менше, ніж у 2021 році (2,23 млрд грн). Кількість платників податків, які діяли у сфері туризму, зменшилася на 17%.

Найбільше зменшення відбулося за більшістю категорій туристичної діяльності: падіння показників становило від 26,7% до 57%. Єдиним винятком стала сфера тимчасового розміщення, де кількість суб'єктів, навпаки, зросла на 45,9%, що може бути пов'язано з потребами тимчасового проживання внутрішньо переміщених осіб. Детальна статистика наведена в таблиці 2.6

Таблиця 2.6. -Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022р.

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137 394,00	+45,9

Джерело: сформовано автором на основі даних ДАРТ [61].

У 2022 році значна частина податкових надходжень до державного бюджету надійшла від готелів та інших засобів тимчасового розміщення — 898 млн грн, що, попри вагому суму, становить на 30% менше, ніж у 2021 році, коли цей показник сягав 1 млрд 288 млн грн.

Натомість, відчутне зростання податкових надходжень (+46%) зафіксовано від діяльності гуртожитків і пансіонатів, які у зв'язку з війною були адаптовані для тимчасового розміщення внутрішньо переміщених осіб.

Різко зменшились податкові надходження від дитячих таборів відпочинку, туристичних баз та кемпінгів — до 141 млн грн у 2022 році, що становить мінус 57% у порівнянні з 328 млн грн у 2021 році.

Суттєве зниження податкових надходжень спостерігалось й у сфері туристичних операторів — у 2022 році було сплачено 167,86 млн грн, що на 35% менше, ніж 259,005 млн грн у 2021 році.

Аналогічна динаміка спостерігається й у діяльності туристичних агентств, які у 2022 році сплатили 204,795 млн грн податків, що на 27% менше, ніж у 2021 році (279,265 млн грн).

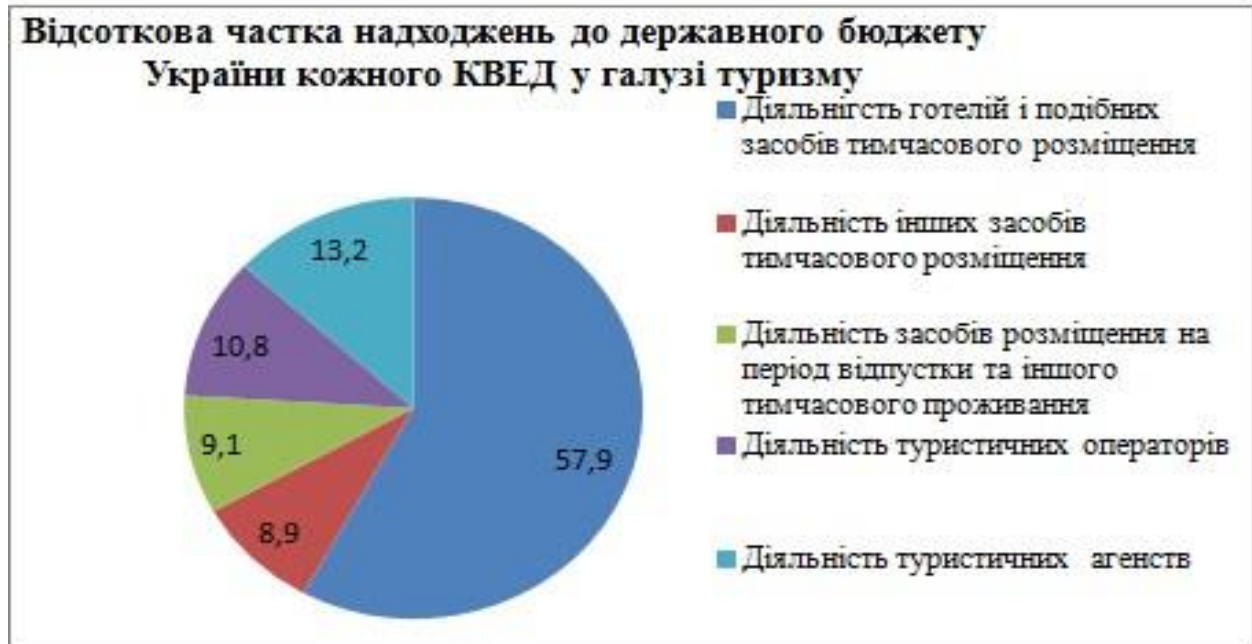


Рис. 2.12. Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму, 2022 рік

Джерело: сформовано автором на основі даних ДАРТ [61]

У 2022 році, попри загальне зниження податкових надходжень у туристичній сфері, деякі регіони України продемонстрували позитивну динаміку. Зокрема, Львівська область збільшила обсяги сплачених податків до 273 млн грн (у порівнянні з 215 млн грн у 2021 році), Київська область — до 164 млн грн (проти майже 125 млн грн), а Івано-Франківська — до 159 млн грн (замість 131 млн грн у попередньому році).

Водночас, у Києві та Одеській області спостерігалось різке скорочення податкових надходжень. Так, в Одесі вони зменшилися на 58%, а в Києві — на 46%.

Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олесків наголосила, що, незважаючи на складні обставини, туристична галузь в Україні продовжує функціонувати. Вона підкреслила важливу роль податків, сплачених громадянами, оскільки саме вони забезпечують фінансування економіки, а значна частина цих коштів спрямовується на підтримку оборони, армії та ЗСУ.

Таким чином, навіть в умовах воєнного стану, розвиток туризму в Україні розглядається не лише як елемент економічного відновлення, але й як інструмент національної стійкості.

Щодо туристичного збору, у 2022 році його загальна сума склала 178,95 млн грн, що на 24% менше, ніж у 2021 році (235,46 млн грн), що відображено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.7 -Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані [61]

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83
Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24
Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

У 2022 році значне зниження надходжень туристичного збору зафіксовано у 14 областях України. Переважно це ті регіони, які опинилися у зоні активних бойових дій або на тимчасово окупованих територіях. Наприклад:

- Херсонська область втратила 95% надходжень;
- Миколаївська — 90%;
- Донецька — 83%;
- Луганська — 80%;
- Одеська — 80%;

- Запорізька — 78%;
- Харківська — 61%;
- Сумська — 58%;
- м. Київ — 54%;
- Чернігівська — 53%;
- Київська — 43%;
- Житомирська — 24%;
- Дніпропетровська та Рівненська області — по 15%.

Натомість Львівська область стала лідером за сумою сплаченого туристичного збору — 41,43 млн грн, що на 79% більше, ніж у 2021 році. Столиця, попри значне скорочення, забезпечила 31,47 млн грн, хоча ця сума вдвічі менша за попередній рік. Серед інших регіонів, які продемонстрували високі показники, — Закарпатська область (19,47 млн грн), Івано-Франківська (17,96 млн грн) та Черкаська (12,56 млн грн).

Повномасштабне вторгнення Росії докорінно змінило екскурсійну діяльність в Україні. Окрім традиційних екскурсій історичними та архітектурними пам'ятками, з'явилися нові тури, що висвітлюють трагічні події війни та знайомлять з місцями руйнувань і героїчного спротиву.

- Чорнобаївка стала символом української стійкості. Уже зараз можна придбати квитки на майбутні екскурсії, а зібрані кошти скеровуються на підтримку ЗСУ та місцевих жителів. Тур включатиме візит до зруйнованого аеродрому, залишків техніки противника, обід, музей та супровід гіда. Вартість — 699 грн, для дітей, волонтерів і військових — пільги.

- У Києві організовуються пішохідні екскурсії, які поєднують події Другої світової війни та сучасної російсько-української війни. У маршрут входять зруйновані будівлі, зокрема телевежа, що зазнала обстрілів.

- Створено 3D-тури зруйнованими будівлями в Києві, області та Чернігові. Це частина ініціативи «Війна впритул», яка документує наслідки агресії за допомогою дронів і робить їх доступними для світової аудиторії.

- У Чорнобильській зоні знову доступні екскурсії безпечними маршрутами, зокрема тури зі спеціальними місцевими традиціями — наприклад, фірмова «чорнобильська кава» з полином.
- В Одеському художньому музеї відкрили експозицію, присвячену війні. Відвідувачам старше 18 років представлено графіку, цифрові колажі та емоційно насичені арт-об'єкти, що відображають досвід українців із початку вторгнення.

2.3 Закордонний досвід розвитку екскурсійної діяльності

Екскурсійний туризм посідає провідне місце у структурі туристичних потоків більшості європейських держав. Це пояснюється насамперед великою концентрацією історико-культурних об'єктів, які становлять потужну привабливість для мандрівників з усього світу. Популярність екскурсійного туризму обумовлена не лише різноманіттям доступних маршрутів, а й відносно невеликими фінансовими витратами для туристів. Головною умовою успішної подорожі є наявність цікавого, грамотно спланованого маршруту, що охоплює найбільш значущі й емоційно насичені пам'ятки.

Європейський туризм вигідно вирізняється своєю маршрутною різноманітністю, що дозволяє формувати тематичні, освітні, культурні та гастрономічні екскурсійні продукти на будь-який смак. Крім того, розвиток інфраструктури та активна участь держав у стимулюванні туристичної активності сприяють стабільному зростанню інтересу до цього сегмента ринку.

Аналіз досвіду організації екскурсійної діяльності в провідних країнах Європи – таких як Франція, Італія, Іспанія, Чехія та Польща – показав, що кожна з них має свої особливості у підходах до планування, управління та просування туристичних маршрутів. Водночас спільним є стратегічне бачення екскурсійної справи як важливої частини економіки, культури та міжнародного іміджу країни.

Серед усіх проаналізованих країн найближчим за ментальністю, історико-культурною спадщиною та підходами до розвитку туризму для України є досвід Польщі. Ця країна має різнопланові туристичні ресурси, що охоплюють як природні, так і культурно-історичні об'єкти. Польща давно зарекомендувала себе як один із лідерів екскурсійного туризму у Центральній Європі.

Значна частина визначних польських пам'яток – це колишні королівські резиденції, замки, собори, палаци, які розташовані уздовж так званого Королівського шляху – маршруту, що об'єднує найважливіші об'єкти культурної спадщини країни. Завдяки ефективній роботі державних інституцій, екскурсійна галузь Польщі активно розвивається, інтегруючись у загальноєвропейські туристичні потоки.

У 2016 році Міністерство спорту і туризму Польщі ініціювало сезонну національну кампанію «Польща: Дивіться більше – вихідні за півціни», яка стала надзвичайно популярною серед як внутрішніх, так і іноземних туристів. Головна мета цієї програми полягала у стимулюванні поїздок у міжсезоння, а також популяризації менш відомих туристичних локацій. У межах акції готелі, музеї, театри, ресторани та інші об'єкти індустрії гостинності пропонували суттєві знижки на свої послуги, що значно пожвавило туристичну активність у країні.

Завдяки ефективному поєднанню історичної спадщини, сучасної інфраструктури та грамотної промоції, Польща створила динамічну екскурсійну індустрію, яка може бути джерелом цінного досвіду для України. Актуальним для нашої країни є також впровадження аналогічних заходів із залучення туристів у низький сезон, активізація регіонального туризму, зниження вартості національних маршрутів і цільові рекламні кампанії.

У межах вивчення міжнародного досвіду у сфері формування та розвитку екскурсійної діяльності доцільно звернути увагу й на приклад Французької Республіки. Франція, як одна з найпопулярніших туристичних країн світу, демонструє комплексний та соціально орієнтований підхід до розвитку туризму загалом і екскурсійної галузі зокрема.



Рис.2.13. Рекламний слоган: «Польща: побач більше – вихідні за півціни» [56].

Одним із ключових напрямів державної політики у сфері туризму є підтримка соціального туризму. У країні реалізується низка програм, спрямованих на забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення. Особливу увагу приділено особам з інвалідністю – національна програма «Туризм для інвалідів» передбачає створення безбар'єрного середовища, адаптацію туристичних об'єктів до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями та навчання персоналу відповідним стандартам обслуговування.

Ця ініціатива є важливим інструментом соціальної інтеграції, а також суттєво розширює аудиторію споживачів туристичних послуг. Об'єкти, що відповідають вимогам цієї програми, отримують спеціальне маркування, яке підтверджує їхню доступність для осіб із різними видами інвалідності (руховими, зоровими, слуховими та ментальними порушеннями).

Окремої уваги заслуговує і концепція сімейного туризму, яка є найпоширенішою формою туристичного продукту у Франції. Вона офіційно визнана і затверджена національним стандартом якості, що гарантує високий рівень організації відпочинку для родин із дітьми. Такий підхід дозволяє задовольняти потреби різних вікових груп, забезпечуючи як дозвілля, так і

пізнавальні екскурсії, що стимулюють міжпоколіннєвий діалог і знайомство з культурною спадщиною.

Завдяки виваженій державній політиці, яка поєднує соціальну відповідальність, інклюзивність і якісне планування, Франція виступає прикладом країни, що активно впроваджує інноваційні моделі управління туризмом, орієнтовані на сталість, рівність і доступність. Такий досвід є надзвичайно цінним для України, яка прагне модернізувати власну екскурсійну інфраструктуру з урахуванням принципів інклюзивності та європейських стандартів.



Рис.2.14. Рекламний логотип Франції: «Tourisme&Handicap»[58].

У Франції одним із важливих інструментів забезпечення доступності екскурсійної діяльності для людей з інвалідністю є офіційний логотип "Tourisme & Handicap". Його наявність на входах до туристичних об'єктів, громадських установ, готелів, культурних центрів, а також на рекламних матеріалах або офіційній документації свідчить про те, що об'єкт відповідає встановленим стандартам доступності для осіб із різними видами порушень: опорно-рухового апарату, зору, слуху, а також когнітивних особливостей. Така

маркувальна система гарантує туристам із інвалідністю можливість самостійно та безпечно користуватися туристичними послугами, отримувати повну інформацію та мати рівні можливості для пізнання культурної спадщини.

У контексті дослідження європейського досвіду не можна не згадати й Італію, яка стабільно входить до десятки найвідвідуваніших туристичних країн світу. Туризм, зокрема екскурсійна діяльність, відіграє ключову роль у наповненні державного бюджету та є важливим фактором розвитку місцевих громад і регіональних економік. Італія приваблює мандрівників унікальною архітектурною спадщиною, шедеврами мистецтва, середньовічними містами, а також винятковими гастрономічними традиціями.

У 2013 році уряд Італії ініціював масштабну національну рекламну кампанію під назвою «Знову відкриваючи Італію» (Rediscovering Italy). Метою цієї кампанії було активне просування культурного туризму та екскурсійної діяльності як серед місцевих жителів, так і іноземних туристів. Кампанія включала створення великого обсягу мультимедійного контенту – відеороликів, фоторепортажів, інтерактивних путівників і інформаційних сайтів, що дозволяли мандрівникам заздалегідь ознайомитись з унікальністю італійських регіонів.

Такий підхід мав на меті не лише інформування, а й емоційне залучення аудиторії, створення глибшого зв'язку між туристом і культурним середовищем Італії. Кампанія також сприяла децентралізації туристичних потоків, адже акцент робився на менш відомих, але не менш автентичних місцях, що допомагає зменшити навантаження на класичні туристичні локації та розвивати інші регіони країни.

Таким чином, як Франція, так і Італія демонструють успішні приклади стратегічного управління екскурсійною діяльністю, поєднуючи державну підтримку, інклюзивність, ефективний маркетинг і цифрові технології для активного залучення туристів. Цей досвід є цінним орієнтиром для України у формуванні сучасної та конкурентоспроможної моделі розвитку екскурсійного туризму.



Рис.2.15. Рекламна кампанія Італії: «Italia-Da-Discover»[69]

Розвиток екскурсійної діяльності в Чеській Республіці здійснюється в межах державної політики підтримки туризму та культурної спадщини. Ключову роль у цій сфері відіграє Національне туристичне управління CzechTourism, яке є підпорядкованим органом Міністерства регіонального розвитку Чехії. Основна мета цієї структури – популяризація Чехії як туристично привабливої країни як на міжнародному, так і на внутрішньому рівнях. CzechTourism реалізує численні маркетингові, промоційні та освітні ініціативи, які спрямовані на формування позитивного іміджу держави, підтримку місцевих туристичних продуктів і розширення туристичних можливостей.

Одним із інноваційних інструментів підтримки екскурсійної діяльності в країні є туристичні картки, зокрема Prague Card – спеціальний абонемент, який користується великою популярністю серед гостей столиці. Ця картка дозволяє туристам безкоштовно відвідувати понад 50 визначних місць Праги, зокрема музеї, історичні пам'ятки, художні галереї, ботанічні сади, а також зоопарк. Крім того, у багатьох випадках карта надає знижки на відвідування додаткових об'єктів, на екскурсії та послуги гідів, а також доступ до громадського транспорту, що робить пересування містом більш зручним і економічно вигідним.

Практика запровадження туристичних карток є ефективним прикладом інтегрованого підходу до розвитку екскурсійної інфраструктури, оскільки одночасно сприяє зростанню кількості відвідувань культурних об'єктів, полегшує планування подорожі для туриста та забезпечує стабільні надходження до бюджету музеїв та інших установ.

Таким чином, досвід Чехії демонструє, як за допомогою державної координації, сучасного сервісу та зручних для туристів рішень можна ефективно стимулювати розвиток екскурсійної діяльності, підвищуючи загальну туристичну привабливість країни та забезпечуючи сталий розвиток туристичної галузі.



Рис. 2.16. Туристичний абонемент Prague Card[70].

В Іспанії ключову роль у просуванні країни як туристичного напрямку відіграє Інститут туризму Іспанії – Turespaña, який є спеціалізованим органом центрального уряду. Саме ця структура відповідає за розробку, реалізацію та координацію державної політики у сфері туризму, зокрема – за іміджеве просування Іспанії на міжнародній арені.

Turespaña активно організовує інформаційні кампанії, міжнародні туристичні виставки, промоційні заходи, а також співпрацює з туристичними компаніями та авіаперевізниками з метою стимулювання в'їзного туризму.

Значну увагу приділяється цифровому просуванню, зокрема, офіційні туристичні портали та соцмережі, зокрема Spain.Info, відіграють провідну роль у створенні привабливого образу Іспанії серед іноземних туристів.

Цифрова платформа Spain.Info є офіційною соціальною мережею та онлайн-гідом, який регулярно оновлюється і наповнюється візуальним і текстовим контентом про найбільш відвідувані міста, архітектурні пам'ятки, традиції, гастрономічні надбання та культурні події. Цей ресурс слугує своєрідним віртуальним провідником, який дозволяє туристам ще до поїздки ознайомитися з регіональними особливостями, маршрутами та подієвим календарем Іспанії.

Таким чином, завдяки злагодженій роботі державного інституту та використанню сучасних цифрових технологій, Іспанія ефективно розвиває екскурсійний туризм і закріплює свої позиції як одна з найпопулярніших туристичних країн світу.



Рис. 2.17. Соціальна мережа Spain.Info [71]

Світові тенденції демонструють зростаючу роль туризму як одного з ключових секторів економіки. Розвиток туристичної індустрії та формування ефективних державних управлінських інституцій у сфері туризму є пріоритетними завданнями для багатьох країн. Уряди інвестують значні кошти в розвиток туристичної інфраструктури, стимулюють підприємницьку активність у туристичному бізнесі та реалізують програми з просування

національного туристичного продукту. Розвинені країни активно працюють над створенням позитивного міжнародного іміджу, адже привабливість туристичного бренду країни значною мірою впливає на обсяги в'їзного туризму.

Країни, що розвиваються, використовують туризм як інструмент сталого розвитку – цей сектор створює нові робочі місця, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, сприяє впровадженню інновацій, забезпечує надходження до бюджету і дає змогу фінансувати збереження природної спадщини та культурних пам'яток. Таким чином, туризм виконує соціальну, економічну та екологічну функції, що робить його особливо важливим у контексті післякризової відбудови.

В умовах війни ситуація з туристичною галуззю в Україні виглядає вкрай складною та нестабільною. Проте існує обґрунтована надія на поступове відновлення та зростання цього сектору після завершення військового конфлікту. Досвід інших країн, що пережили військові дії та змогли відродити і навіть зміцнити свій туристичний сектор, вселяє оптимізм.

Так, Хорватія, яка під час війни 1990-х років практично втратила туристичний сектор, вже за кілька років після завершення конфлікту змогла не тільки відновити, а й значно примножити туристичні потоки. Вирішальну роль у цьому зіграла масштабна національна піар-кампанія, орієнтована на популяризацію нових регіонів країни. Унікальні природні ландшафти, численні острови, чисті пляжі та культурна спадщина стали основою для створення нового іміджу Хорватії як європейського курорту. Сьогодні туризм забезпечує близько 15% ВВП країни, ставши потужним джерелом економічного розвитку.

Інший приклад – Ізраїль, який не зважаючи на постійні конфлікти в регіоні, зберігає високий рівень туристичної активності. Туризм у цій країні не тільки адаптований до умов воєнного ризику, але й є стійким і структурно інтегрованим у національну економіку. Близько 6% населення Ізраїлю задіяно у сфері туризму, а сама індустрія здатна компенсувати втрати, викликані нестабільністю, завдяки високій диверсифікації джерел доходу.

Грузія, яка зазнала агресії з боку Росії, також є прикладом успішної відбудови туристичного сектору. Після конфлікту було створено сприятливе інвестиційне середовище, яке привабило міжнародних інвесторів. Активна діяльність Департаменту з туризму та курортів дала змогу не лише відновити, а й перетворити країну на популярний туристичний напрямок на карті Європи.

Проте ситуація в Україні є значно складнішою. Масштаби руйнувань, гуманітарна криза, втрата територій, тривалі бойові дії та постійні загрози з боку ворога – усе це створює унікальні умови, з якими не стикалася жодна інша країна. Тому відновлення туристичної індустрії в Україні вимагатиме нестандартних рішень, масштабних інвестицій, довгострокового стратегічного планування та міжнародної підтримки. Зважаючи на багатий культурно-історичний потенціал, сильну національну ідентичність і прагнення до розвитку, можна очікувати, що туризм в Україні зможе відродитися як один із ключових драйверів економічного зростання в післявоєнний період.

2.4. Вплив туризму на стан охорони навколишнього середовища

Незважаючи на суттєві соціально-економічні переваги, активне зростання туристичної галузі супроводжується значним негативним впливом на природне середовище. Це стосується, зокрема, погіршення якості повітря, виснаження джерел питної води, деградації санітарних, лікувальних і рекреаційних ресурсів, зменшення біорізноманіття, змін природного ландшафту, кліматичних коливань і порушення екологічного балансу в регіонах, що приймають туристів.

Основними факторами такого впливу є надмірна концентрація туристичної інфраструктури у найпривабливіших місцях, нераціональне використання природних ресурсів, сезонне перенавантаження територій великою кількістю відвідувачів, а також недостатній рівень екологічної свідомості серед туристів. Нерідко саме людський фактор — зокрема, недбале ставлення до природи — стає вирішальним у виникненні екологічних проблем.

Різні типи туризму впливають на довкілля по-різному, і ступінь їх екологічної безпеки визначає рівень забруднення, привабливість DESTИНАЦІЙ, економічну ефективність і популярність серед мандрівників. На жаль, більшість традиційних форм туризму завдають значної шкоди природі, викликаючи часто незворотні процеси в екосистемах.

У зв'язку з цим пошук нових, більш гармонійних підходів до організації туристичної діяльності є особливо актуальним. Серед основних напрямів — переорієнтація туризму на екологічні принципи, досягнення балансу між потребами людини та охороною природи, впровадження стійких підходів до управління туристичними ресурсами.

Однією з ключових концепцій, що відповідає вимогам сучасності, є сталий розвиток туризму. Цей підхід передбачає задоволення потреб нинішніх поколінь без шкоди для можливостей майбутніх поколінь забезпечувати себе необхідними ресурсами. Сталий туризм означає таку організацію діяльності, за якої задоволення інтересів людей не призводить до виснаження довкілля, а навпаки — передбачає відповідальне і довготривале використання природних і культурних ресурсів.

Сталий туризм інтегрує екологічний, економічний та соціальний компоненти. З екологічного боку — це зменшення впливу на навколишнє середовище, застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, перехід на альтернативні джерела енергії, очищення і повторне використання води, належна утилізація відходів та зниження рівня шуму і забруднення. Економічна складова полягає у залученні інвестицій у відновлення пошкоджених екосистем, а соціальна — у підвищенні рівня екологічної обізнаності як серед туристів, так і серед місцевого населення.

Екологізація туризму — це процес впровадження принципів охорони природи та збереження культурної спадщини у всі сфери туристичної діяльності. Її основною метою є зниження негативного впливу людини на довкілля при здійсненні туристичних послуг.

Важливу роль у цьому процесі відіграє **екотуризм** — форма туризму, що передбачає подорожі з метою пізнання природи, яка мінімально впливає на навколишнє середовище та сприяє його збереженню. Разом із сільським і зеленим туризмом, екотуризм демонструє стабільні темпи зростання (у середньому 10% щороку). Проте для досягнення дійсно сталого ефекту потрібно екологізувати всі форми туризму, інтегруючи екологічний підхід у їх організацію та управління.

Реалізація екологічно збалансованої туристичної діяльності потребує злагодженої співпраці між державними структурами, підприємцями туристичної сфери, громадськістю і самими туристами. Лише комплексний підхід — що включає правові, економічні, організаційні та виховні заходи — дозволить перейти до туризму, який не лише не шкодить природі, а й сприяє її збереженню та відновленню.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Проблеми функціонування екскурсійної сфери

Сучасна екскурсійна галузь демонструє активне зростання, що зумовлює зростання попиту на екскурсійні послуги серед населення. Все більше людей виявляють бажання отримати не лише змістовну, але й якісно організовану екскурсію. Це, своєю чергою, формує нові виклики перед фахівцями туристичної сфери та підвищує вимоги до професіоналізму у наданні таких послуг.

Екскурсійна діяльність у структурі туризму України залишається складним і багатоаспектним сегментом. Її розвиток супроводжується низкою проблем, які гальмують становлення екскурсій як конкурентоспроможного туристичного продукту. Проте інтерес до цього напрямку стрімко зростає, що пояснюється кількома важливими факторами: підвищенням загального рівня культури та освіченості населення, зростанням потреб у пізнавальному, духовному та інтелектуальному розвитку під час відпочинку, розширенням функцій туризму — від дозвілля до освіти й самореалізації.

Варто погодитися з позицією науковиці К. А. Смольнікової, яка вказує на системні чинники, що стримують розвиток екскурсійної діяльності та туризму загалом в Україні. Серед них особливо виділяються такі:

- Відсутність ефективної державної політики в сфері туризму, зокрема нестача стимулюючих механізмів, таких як податкові пільги для туристичних підприємств чи доступні кредити з низькою процентною ставкою (2–5%);
- Недостатнє фінансування туристичної галузі, що суперечить актуальним викликам часу — замість збільшення обсягу бюджетних видатків, спостерігається їх скорочення;
- Незадовільний стан транспортної інфраструктури, особливо в рекреаційних регіонах. Відсутність інтегрованої транспортної мережі, поганий

стан доріг, слабо розвинений придорожній сервіс і недостатнє інформаційне забезпечення суттєво знижують комфортність подорожей;

- Застаріла або зруйнована інженерна та комунальна інфраструктура у багатьох туристичних зонах, що не відповідає потребам сучасного туриста;
- Низький рівень обслуговування та сервісу, що негативно впливає на загальне враження туристів про поїздку. Також залишається актуальною проблема недостатньої підготовки кадрів, зокрема, в контексті володіння іноземними мовами та навичками роботи з клієнтами;
- Значна частина об'єктів культурної спадщини (понад 70%) знаходиться у незадовільному технічному стані, що потребує негайної реставрації або повної реконструкції;
- Недостатній рівень реклами та промоції внутрішнього туризму, що ускладнює популяризацію українських туристичних об'єктів як серед вітчизняних, так і серед іноземних відвідувачів.

Таким чином, попри зростання інтересу до екскурсійної діяльності, в Україні існує значна кількість системних бар'єрів, які потрібно подолати для забезпечення сталого розвитку цієї сфери. Комплексний підхід до вирішення зазначених проблем — як на державному, так і на місцевому рівнях — дозволить сформувати ефективну модель екскурсійного обслуговування, що відповідатиме сучасним запитам споживачів та міжнародним стандартам якості.

На думку автора, однією з найгостріших проблем, яка стримує розвиток екскурсійної сфери в Україні, є недостатній професійний рівень екскурсоводів. Причину цього явища варто шукати, насамперед, у якості підготовки фахівців у системі вищої освіти. Незважаючи на формальні вимоги до професії, на практиці часто спостерігається нестача належного рівня підготовки.

Згідно з чинними «Кваліфікаційними вимогами до екскурсоводів», до виконання екскурсійної діяльності допускаються особи, які:

- мають базову або повну вищу освіту,
- володіють однією чи кількома іноземними мовами,

- пройшли спеціальну професійну підготовку (навчальні заклади, курси підвищення кваліфікації, програми перепідготовки),
- отримали відповідний дозвіл у встановленому порядку [71].

Проте автор поділяє думку таких науковців, як В. В. Абрамов та М. М. Покоłodна, які вважають додаткову спеціалізовану підготовку (курси, тренінги) для осіб, які вже здобули вищу освіту за туристичними спеціальностями (наприклад, бакалавр «Туризм», менеджер туризму чи готельно-ресторанного сервісу), зайвим та нераціональним кроком. Адже підготовка цих фахівців регламентується освітніми стандартами, затвердженими Міністерством освіти і науки України, а сам навчальний процес проходить відповідно до чітко визначених галузевих вимог [3].

Після розпаду Радянського Союзу система централізованої підготовки екскурсоводів була зруйнована, що призвело до появи так званого "гідізму" – явища, коли люди без відповідної фахової освіти та знань виконують роль гідів. Це спричинило низку проблем, зокрема викривлення історичних фактів під час екскурсій та зниження загального рівня професійності в галузі. У зв'язку з цим Державна туристична адміністрація України докладала зусиль до відновлення професійного рівня екскурсійної діяльності, зокрема шляхом створення умов для належної підготовки кадрів.

У свою чергу, комерційні структури побачили в цьому можливість для отримання прибутку і почали відкривати приватні курси з підготовки екскурсоводів. Деякі вищі навчальні заклади також запровадили підготовку кадрів для екскурсійної сфери, однак не завжди мали для цього належну матеріально-технічну базу, досвід або кваліфікований викладацький склад [3].

Автор наголошує, що на сучасному етапі підготовкою екскурсійних кадрів повинні займатися виключно ті заклади вищої освіти, які мають відповідні профільні кафедри туризму або культурології, здатні забезпечити якісний фаховий рівень навчання.

Крім того, В. В. Абрамов та М. М. Покоłodна пропонують впровадити чітку систему підвищення кваліфікації екскурсоводів:

- базовий курс підготовки для осіб із вищою освітою має становити від 144 до 288 годин навчання;
- перепідготовка та підвищення кваліфікації, а також навчання для осіб із науковим ступенем – від 72 до 144 годин.

Окрім теоретичного навчання, передбачається обов'язкове стажування — проведення екскурсій загальною тривалістю не менше 70 годин протягом року під керівництвом досвідченого гідя, що має щонайменше 5 років стажу. По завершенню стажування складається характеристика, яка є підставою для проходження акредитації. Якщо результати стажування незадовільні, претендент зобов'язаний пройти курси повторно [3].

Таким чином, підвищення якості екскурсійних послуг в Україні можливе лише за умови цілеспрямованої, системної та професійної підготовки кадрів, орієнтованої на реальні потреби галузі та міжнародні стандарти туристичної освіти.

Найсуттєвіші виклики, що стримують розвиток екскурсійної галузі України, — та шляхи їх подолання

Однією з найболючіших проблем українського екскурсійного ринку є відсутність дієвого державного регулювання та контролю за якістю послуг. Після скасування обов'язкового ліцензування до сфери увійшло чимало нових суб'єктів підприємництва, які приваблюють замовників демпінговими цінами, але часто-густо економлять на методичній підготовці, сервісній складовій та безпеці. Як наслідок, частина турів де-факто зводиться до простого «доставляння» групи до об'єкта з мінімальним інформаційним супроводом, тобто втрачається головна місія екскурсії — просвітницька, виховна й духовно-пізнавальна.

1. Необхідність повернення інструментів державного нагляду

- Поновлення ліцензування або впровадження обов'язкової сертифікації.
 - Пропонується запровадити дворівневу модель:

1. обов'язковий базовий сертифікат для юридичних осіб (агентств, бюро), що підтверджує відповідність мінімальним вимогам до матеріально-технічного забезпечення, страхування, договорів із перевізниками та штатних фахівців;

2. персональний атестат екскурсовода / гіда-перекладача, виданий терміном, наприклад, на п'ять років із обов'язковим підтвердженням кваліфікації.

- Організаційно цю функцію могли б взяти на себе методичні ради при обласних управліннях туризму (структурні підрозділи ДАРТ). На розгляд ради суб'єкт подає пакет документів: опис маршруту, програму безпеки, трудові угоди з фахівцями, копії страхових полісів тощо.

- Польовий моніторинг якості. Запровадити практику «таємних клієнтів»- ревізорів або нерегулярних виїзних перевірок, коли уповноважений інспектор відвідує екскурсію інкогніто й заповнює чек-лист щодо методики, достовірності викладу, комунікацій і сервісу.

2. Нормативно-правові прогалини

Чинний Закон «Про туризм» окреслює лише загальну рамку для всієї індустрії, залишаючи екскурсійні послуги фактично «поза кадрам». Діють переважно:

- Положення «Про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу...» (затверджене ще у 2004 р. та майже не оновлюване);

- Міждержавні стандарти серії ГОСТ 28681 (1995 р.), які морально застаріли і не враховують сучасних вимог інклюзивності, цифровізації, стандартів гігієни та безпеки.

Що варто зробити:

1. Ухвалити окремий Закон «Про екскурсійну діяльність», де:
 - чітко прописати поняття «екскурсія», «екскурсant», «гід», «аудіогід», «цифровий тур»;
 - установити мінімальні стандарти якості та безпеки;

- визначити механізми контролю та відповідальності.

2. Оновити національні стандарти (ДСТУ), гармонізувавши їх із європейськими EN 15565 (підготовка гідів) і EN 13809 (термінологія).

3. Інфраструктурні проблеми

- Дороги та транспорт. Майже 70 % внутрішніх екскурсій в Україні здійснюються автобусами, проте якість дорожнього покриття, сервісних зон, паркувальних майданчиків і пунктів технічної допомоги відстає від вимог сучасного туризму.

- Рішення: продовжити програму «Велике будівництво», окремо виділивши маршрути, важливі для туризму, та запровадити пільги для перевізників, що інвестують у туристичні (а не рейсові) автобуси високої екокатегорії.

- Музеї та пам'ятки. Із 5 тис. музеїв державного статусу має лише ~11 %, а лєвова частка їхнього бюджету йде на зарплати та «комуналку».

- Запровадити змішану систему фінансування (державний бюджет + меценатські фонди + відсоток від туристичного збору на «Фонд збереження культурної спадщини»).

- Диджиталізувати фонди, використовуючи гранти ЄС та партнерів (оцифрування, AR/VR-експозиції).

4. Людський фактор та сервіс

Незадовільний рівень сервісу напряму поєднаний із підготовкою кадрів.

- Розбудова освітньої траєкторії:
 - базова вища освіта за спеціальністю «Туризм»,
 - професійні курси (144–288 годин) із чіткими модулями (майстерність екскурсовода, ораторика, медіаграмотність, перша медична допомога, інклюзія, цифрові гіді, управління групою).

- Стажування: мінімум 70 годин «польових» екскурсій під шефством ментора-експерта.

- Безперервний CPD (continuous professional development) — обов'язкові курси раз на 3–5 років із отриманням електронного бейджа-кваліфікації, який відображається в єдиному Реєстрі гідів.

5. Маркетинг і цифрові комунікації

Недостатня промоція екскурсійних маршрутів — це втрачений дохід не лише для бізнесу, а й для місцевих бюджетів. Потрібні:

1. Єдиний веб-портал та мобільний застосунок («Excursion UA»): інтеграція маршрутів, розкладів, миттєвого бронювання, електронних квитків, відгуків і динамічного ціноутворення.

2. Програма співфінансування локальних дестинацій (гранти на створення бренд-буків, фото- і відеобанків, SMM-кампаній).

3. Креативні формати: квест-тури, тематичні «живі музеї», гастро-екскурсії з локальними шефами, нічні екскурсії з AR-контентом.

6. Підтримка на рівні державної політики

Туризм, а особливо екскурсійна складова, потребує постійної уваги законодавців і місцевої влади. Поки галузь не отримає реальних (а не декларативних) пріоритетів у стратегіях регіонального розвитку, очікувати стійкого зростання складно. Конкретні заходи:

- запровадити податкові пільги (наприклад, знижений ПДВ на екскурсійні послуги — як у Франції та Італії);
- забезпечити пільгове кредитування МСП у туризмі під 2–5 %;
- створити “гарячу лінію” для туристів та електронний сервіс скарг / відгуків із швидкою реакцією контролюючих органів.

Узагальнюючи, системне оновлення нормативної бази, повернення елементів державного нагляду (сертифікація, контроль методики), інфраструктурні інвестиції та переорієнтація на підготовку висококласних гідів допоможуть не лише підвищити якість екскурсій, а й сформувати конкурентоспроможний, прибутковий сектор, який працюватиме на імідж і економіку країни у повоєнний час.

3.2 . Пріоритетні напрями розвитку екскурсійної діяльності України

Запровадження воєнного стану майже миттєво відбивається на туристичному секторі: більшість мандрівників сприймають територію бойових дій як зону підвищеного ризику, а тому скасовують або відкладають заплановані поїздки й екскурсії. Водночас відміна воєнного стану відкриває «вікно можливостей» — за умови грамотної стратегії туристична галузь може не лише повернутися до довоєнних показників, а й зробити ривок уперед.

Як війна б'є по туризму

1. Фізичні руйнування

- Пошкодження доріг, мостів, вокзалів, аеропортів, музеїв та пам'яток.
- Втрата частини номерного фонду: готелі перетворюються на прихистки або військові штаби.

2. Ланцюги постачання та логістика

- Перебої з паливом, продуктами і сувенірною продукцією.
- Закриття міжнародних авіаційних маршрутів і перегляд страхових тарифів перевізників.

3. Безпекові та репутаційні ризики

- Постійна медійна присутність негативних новин формує образ «небезпечної дестинації».
- Зростання вартості страхових полісів для туристів і компаній.

4. Кадровий дефіцит

- Мобілізація та міграція призводять до втрати кваліфікованих гідів, гітельєрів, перевізників.
- «Вимивання» молодих спеціалістів у безпечніші країни.

Таблиця 3.1- Шляхи відновлення після скасування воєнного стану

Крок	Суть ініціативи	Очікуваний ефект
1. «Бліц-ремонт» інфраструктури	Фронтіві дорожні/аеропортові «швидкі проекти» (cold patch, тимчасові переправи, модульні термінали)	Відновлення транспортної сполучуваності всередині країни і з ближніми державами
2. Державна програма «Безпечна дестинація»	Сертифікація областей/міст за критеріями безпеки (мінна очистка, тривожна інфраструктура, shelter-паспортизація об'єктів)	Повернення довіри іноземних та внутрішніх туристів
3. Фонд «ReTour» для МСП	Пільгові кредити 0–3 % річних та гарантійні інструменти для готелів, ресторанів, туроператорів	Швидке відновлення робочих місць, модернізація техніки й обладнання
4. Гранти на цифровізацію сервісів	Впровадження e-ticketing, онлайн-гідів, AR/VR-турів з державною дотацією 50–70 %	Підвищення конкурентоспроможності та доступності продуктів
5. Програма «Гід-2025»	Курси швидкої перекваліфікації + обов'язкове стажування 120 годин для повернення/залучення кадрів	Якісне екскурсійне обслуговування, стандартизація інформації
6. Національна кампанія «Ukraine Re-Open»	Спільний маркетинг-фонд (уряд + бізнес + донори): воркшопи, road-show, інфлюенсер-тури, співпраця з ОТА	Формування нового позитивного іміджу та швидкий вихід на глобальні ринки
7. Індустріальний кластер «Military & Memory Tourism»	Створення ліцензованих маршрутів місцями пам'яті, музеї під відкритим небом, 3D-реконструкції боїв	Контрольований розвиток ниші «свідчого туризму» без шахрайства та спекуляцій
8. ESG-рішення для сталості	«Зелена» сертифікація готелів, zero-waste фестивалі, еко-стежки з мінімальним втручанням	Залучення еко-свідомих мандрівників і донорських програм ЄС

Можливі джерела фінансування

- Мультилатеральні банки: EBRD, World Bank, EIB – інфраструктурні та МСП-кредити.
- План відновлення України (Recovery Fund) – гранти на культурну спадщину та креативні індустрії.
- Публічно-приватні партнерства – концесії аеропортів, автомагістралей, портів.
- Crowdfunding / diaspora bonds – залучення коштів українців за кордоном.

Роль держави

1. Нормативна рамка: ухвалення окремого Закону «Про екскурсійну діяльність» з чіткими ліцензійними й безпековими протоколами.
2. Податкові стимули: нульова ставка ПДВ на внутрішні тури 3–5 років; інвестиційний податковий кредит для реконструкції об'єктів спадщини.
3. Єдине вікно «Tourism One-Stop»: реєстрація бізнесу, грантові заявки, дозвільна документація у цифровій формі.

Результат, на який можна орієнтуватися

- Короткостроково (1–2 роки після війни)
 - Повернення 40–50 % довоєнного потоку внутрішніх туристів.
 - Створення 30–40 тис. робочих місць у сферах розміщення, харчування та перевезень.
- Середньостроково (3–5 років)
 - Збільшення в'їзного трафіку до 8–10 млн осіб на рік.
 - Частка туризму у ВВП зростає до 4–5 %.
 - Повне відновлення 70 % об'єктів культурної спадщини, постраждалих від війни.
- Довгостроково (8–10 років)
 - Україна входить до ТОП-30 конкурентоспроможних туристичних дестинацій Європи (за ТТСІ).
 - Туризм стає одним із трьох ключових драйверів регіональної економіки на заході та в центрі країни.

Таким чином, навіть після глибоких потрясінь туризм здатен не лише повернутися до життя, а й стати катализатором відбудови, генератором робочих місць і «м'якою силою», що формує позитивний образ України у світі. Головне — системно поєднати державну підтримку, приватні інвестиції та міжнародну допомогу, вибудовуючи галузь на принципах безпеки, сталості та цифрової інклюзії.

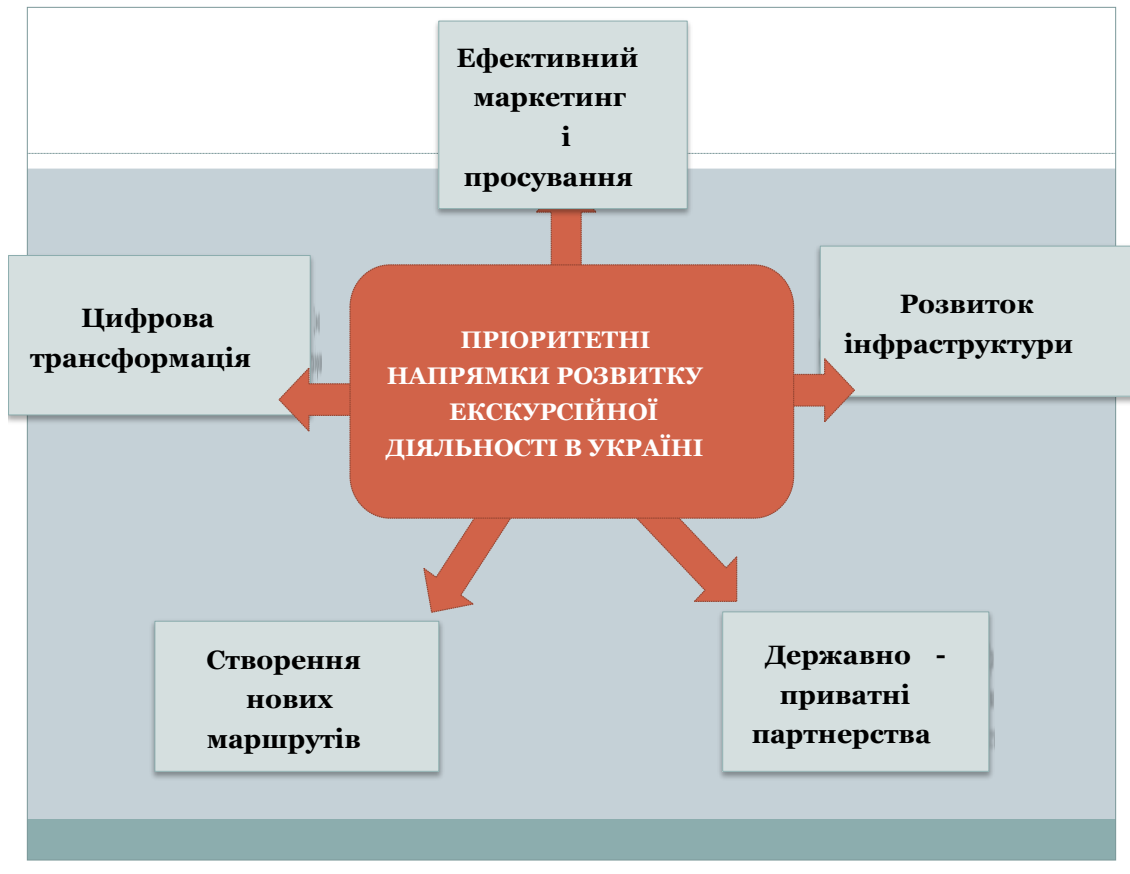


Рис. 3.1. Пріоритетні напрямки розвитку екскурсійної діяльності в Україні

Розвиток інфраструктури посідає чільне місце серед програмних моделей відновлення та розвитку екскурсійної діяльності в післявоєнний період. Цей процес є складним, ресурсомістким і потребує значних фінансових інвестицій як з боку держави, так і приватного сектору. Після завершення воєнних дій необхідно буде провести масштабне оновлення матеріально-технічної бази: відновити та модернізувати транспортну інфраструктуру, зокрема автошляхи, залізничні вузли, аеропорти, вокзали та інші логістичні об'єкти. Крім того,

важливим етапом стане реконструкція систем життєзабезпечення – електропостачання, водогонів, каналізації, телекомунікацій тощо.

Інфраструктурні проекти сприятимуть не лише фізичному поліпшенню доступу до туристичних об'єктів, а й забезпечуватимуть безпеку та комфорт пересування туристів. У свою чергу, це стимулюватиме внутрішні та зовнішні туристичні потоки. Важливо також відзначити соціально-економічний ефект: інфраструктурне відновлення забезпечить створення нових робочих місць, активізує місцевий бізнес і дасть поштовх до комплексного розвитку постраждалих територій [43].

Маркетинг і просування туристичних дестинацій у повоєнний період виступають не менш важливими інструментами, ніж фізичне відновлення. Адже навіть при наявності відремонтованих об'єктів без правильно сформованого іміджу регіон може залишатися непривабливим для потенційних відвідувачів. Рекламні та інформаційні кампанії повинні бути спрямовані на переосмислення образу територій, які зазнали руйнувань, і формування нової репутації – як безпечних, відкритих, культурно цінних та унікальних місць для туризму. Для цього важливо залучати всі доступні маркетингові канали: соціальні мережі, digital-маркетинг, відеопрезентації, медійні платформи, блогерів та лідерів думок. Рекламні кампанії мають бути націлені як на внутрішніх, так і на зовнішніх туристів, і враховувати специфіку кожної аудиторії [63].

Постконфліктний туризм, зокрема у форматі «темного туризму», є ще одним перспективним напрямом у післявоєнний час. Багато туристів у світі виявляють інтерес до місць, які стали свідками історичних трагедій, драматичних подій та героїчного спротиву. В Україні, де тисячі локацій увійдуть до новітньої історії боротьби за свободу та незалежність, є великий потенціал для створення тематичних маршрутів, меморіальних комплексів, інтерактивних музеїв воєнної історії. При цьому важливо зберегти баланс між історичним інтересом та етичними аспектами такого виду туризму. Правильне позиціонування цих об'єктів як простору пам'яті, вшанування героїзму та сили

духу українського народу може не лише залучити туристів, а й сприяти глибшому розумінню масштабів трагедії та шляхів подолання її наслідків [67].

Інвестиційний клімат у галузі туризму після завершення бойових дій може зазнати значного покращення. Очікується зростання зацікавленості з боку як державних, так і приватних інвесторів, які бачитимуть стабільність, позитивні зрушення у сфері безпеки та розвитковий потенціал регіонів. Інвестиції можуть бути спрямовані на будівництво або відновлення готелів, туристичних комплексів, культурно-розважальних центрів, екологічних таборів, SPA-курортів, етнопарків тощо. Вкладення у ці проєкти сприятимуть як розширенню туристичної інфраструктури, так і підвищенню конкурентоспроможності України на міжнародному туристичному ринку [25].

Механізм державно-приватного партнерства (ДПП) є однією з найбільш перспективних моделей для відновлення та розвитку туристичної галузі в умовах післявоєнного відновлення. Такий формат взаємодії базується на об'єднанні зусиль трьох ключових суб'єктів – державних інституцій, бізнесу та місцевих громад, кожен з яких виконує свою стратегічну функцію. Державні органи здатні надати необхідні фінансові ресурси, законодавчу підтримку, адміністративну допомогу й сприяти залученню іноземних інвесторів. Приватні компанії, своєю чергою, беруть участь у створенні нових туристичних продуктів, об'єктів інфраструктури, сервісів, готелів, екскурсійних програм, екологічних маршрутів тощо, вкладаючи власні кошти, інноваційні рішення та управлінський досвід.

У процесі реалізації ДПП важливу роль відіграють і місцеві громади, адже саме вони є носіями унікальної культурної спадщини, автентичних традицій і природного потенціалу регіону. Громади можуть активно долучатися до розробки екскурсійних маршрутів, проведення подієвих заходів, популяризації свого регіону серед внутрішніх і міжнародних туристів. Завдяки такій тристоронній співпраці можливе не лише фізичне відновлення туристичної інфраструктури, а й формування нової якості туристичного продукту, орієнтованого на сучасного споживача [49, 67].

Розвиток людського капіталу та навчальні ініціативи становлять ще один важливий елемент модернізації туристичної сфери. В умовах повоєнної перебудови галузі особливого значення набуває підвищення кваліфікації наявних кадрів, а також підготовка нових фахівців, здатних забезпечити якісний сервіс відповідно до міжнародних стандартів. Проведення тренінгів, курсів, сертифікаційних програм і стажувань сприятиме не лише покращенню професійного рівня працівників туристичної сфери, а й розвитку підприємницьких навичок серед представників громад. Такі ініціативи допоможуть сформувати конкурентоспроможне середовище, де створюються нові екскурсійні програми, тури, івенти та інші пропозиції, що відповідають актуальним запитам туристів.

Необхідно враховувати, що війна має глибокий і довготривалий вплив на туристичну галузь, позначаючись не лише на фізичній інфраструктурі, а й на сприйнятті країни як туристичного напрямку. Водночас, в історії туризму є чимало прикладів, коли після конфліктів за рахунок цілеспрямованої державної політики, стратегічного планування та залучення партнерів туристична індустрія не лише відновлювалася, а й починала активно розвиватися. Впровадження таких моделей, як відбудова інфраструктури, розвиток культурного й історичного туризму, підтримка громадських ініціатив і системна маркетингова кампанія – усе це разом створює потужний інструментарій для економічного перезапуску постраждалих територій.

В умовах сучасних викликів особливої актуальності набуває концепція сталого туризму, яка передбачає гармонійне поєднання економічного розвитку з охороною навколишнього середовища та збереженням культурної спадщини. Залучення екологічно свідомих мандрівників, розвиток зелених маршрутів, екотуристичних об'єктів, агротуризму та етнотурів відкриває нові можливості для розвитку локального бізнесу й зміцнення соціального капіталу громад. Це дозволяє не лише забезпечити сталі прибутки, але й сформувати позитивний імідж регіону як екологічно безпечного, культурно насиченого й туристично привабливого простору.

Цифрова трансформація стає невід'ємною складовою стратегії розвитку туристичної галузі, особливо в умовах післявоєнного періоду, коли важливо не лише відновити галузь, а й переосмислити її функціонування відповідно до нових глобальних викликів. Використання сучасних цифрових технологій відкриває широкі можливості для підвищення якості туристичного обслуговування, покращення управлінських процесів, зниження витрат та ефективного просування туристичних дестинацій на міжнародному ринку.

У процесі цифрової трансформації особливу роль відіграють мобільні додатки, які надають туристам зручні інструменти для планування подорожей, бронювання послуг, навігації на місцевості, отримання інформації про пам'ятки, події, заклади харчування тощо. Такі сервіси створюють персоналізований туристичний досвід, що відповідає індивідуальним інтересам та очікуванням мандрівників. Водночас платформи онлайн-бронювання дозволяють туристам легко обирати та оплачувати послуги у кілька кліків, що підвищує доступність і комфорт користування туристичними пропозиціями.

Інноваційним інструментом, який може стати справжнім проривом у промоції регіонів, є віртуальна реальність (VR). Вона дає змогу потенційним туристам здійснити віртуальні подорожі до туристичних об'єктів, навіть не виходячи з дому. Це особливо актуально для територій, які ще не повністю безпечні для фізичного відвідування або перебувають на етапі відновлення. За допомогою VR можна показати красу архітектури, ландшафтів, музеїв і культурних пам'яток, створюючи емоційне залучення аудиторії, що, своєю чергою, сприятиме формуванню позитивного іміджу регіону.

Ще одним ефективним інструментом є доповнена реальність (AR), яка дозволяє туристам «бачити більше» в реальному середовищі. Відвідувачі можуть отримувати додаткову інформацію про пам'ятки, маршрути або історичні події прямо під час прогулянки містом за допомогою смартфона або AR-окулярів. Це не лише збагачує їхній досвід, а й підвищує освітню цінність подорожі.

Спільне партнерство, зокрема між державними установами, неурядовими організаціями, технологічними компаніями та місцевими громадами, є надзвичайно важливим для впровадження цифрових інновацій у сферу туризму. Така кооперація дозволяє об'єднати ресурси, досвід і знання різних сторін, що забезпечує більш ефективну розробку цифрових рішень та адаптацію їх до потреб конкретних регіонів. Крім того, обмін найкращими практиками в межах партнерства сприяє формуванню цілісної цифрової екосистеми, що стимулює сталий розвиток туризму.

Отже, впровадження цифрових інновацій – це не лише відповідь на сучасні виклики, а й потужний інструмент трансформації туристичної індустрії України в сучасну, конкурентоспроможну, стійку галузь, здатну залучати туристів навіть в умовах складної геополітичної ситуації.

Доповнена реальність (Augmented Reality, AR) є інноваційною цифровою технологією, яка відкриває нові можливості для модернізації туристичного досвіду, особливо в умовах післявоєнного відновлення туристичної галузі. Суть AR полягає у поєднанні реального середовища з віртуальними елементами, що дозволяє накладати цифрову інформацію – тексти, зображення, 3D-моделі – на об'єкти, які турист бачить у реальному часі. Завдяки цьому туристичні маршрути та екскурсії набувають інтерактивного, пізнавального і водночас емоційно насиченого формату.

Застосування AR у туристичній діяльності дає змогу створювати віртуальні гідів, що автоматично надають інформацію про пам'ятки архітектури, об'єкти культурної спадщини чи події, які відбувалися на конкретному місці. Це підвищує освітній потенціал подорожі та робить її особливо привабливою для молодого, діджиталізованого покоління туристів, яке очікує інноваційних форматів отримання інформації. Таким чином, AR може не лише доповнити традиційні екскурсійні продукти, а й надати регіонам конкурентну перевагу на туристичному ринку.

Мобільні додатки є ще одним важливим компонентом цифрової трансформації туризму. Вони дозволяють не лише спростити процеси

бронювання, навігації, пошуку закладів і подій, а й створювати персоналізовані маршрути, що враховують інтереси, стиль подорожі та навіть емоційний настрій користувача. Завдяки мобільним застосункам туристи отримують доступ до актуальної інформації в режимі реального часу, а також можливість інтерактивного спілкування з туристичними об'єктами чи організаторами.

Ще одним потужним інструментом просування туристичних дестинацій у післявоєнний період виступає маркетинг у соціальних мережах. Соціальні платформи, зокрема Instagram, Facebook, TikTok, YouTube та інші, забезпечують миттєвий контакт з великою аудиторією як всередині країни, так і за її межами. Візуальний контент – світлини, відео, трансляції наживо – дозволяє формувати емоційно привабливий образ регіону, демонструючи його красу, культурну унікальність, відновлення інфраструктури та безпечність. У поєднанні з інструментами таргетованої реклами соціальні мережі дають змогу досягати конкретних сегментів цільової аудиторії – молоді, сімей з дітьми, поціновувачів активного або культурного туризму.

Сукупне використання інноваційних цифрових рішень, таких як доповнена реальність, віртуальна реальність, мобільні застосунки та маркетинг у соціальних медіа, формує сучасну екосистему туристичних послуг. Така екосистема здатна не лише привернути увагу потенційних туристів, а й стимулювати внутрішній попит, покращити якість туристичного сервісу та підвищити привабливість регіонів у постконфліктний період.

На підтвердження зростання інтересу до подорожей в Україні свідчать результати соціологічного дослідження, проведеного на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) компанією «Х'юмен Ресерч». Згідно з отриманими даними, понад 80% українців планують подорожі країною в найближчому майбутньому, причому основу цієї групи складає молодь віком від 18 до 35 років (84%). Це ще раз підкреслює доцільність активного використання цифрових технологій та новітніх форм комунікації для ефективного залучення цільової аудиторії.

Згідно з результатами дослідження, проведеного на замовлення Державного агентства розвитку туризму України, найбільшу активність у плануванні подорожей демонструють жителі столиці: понад 84% киян висловили готовність мандрувати країною, що свідчить про високий рівень туристичної культури та інтерес до внутрішнього туризму в мегаполісі. Аналогічна тенденція простежується і в інших регіонах України — середній показник готовності до подорожей по країні становить близько 80%, що є обнадійливим показником для сфери внутрішнього туризму в умовах післявоєнного відновлення.



Рис. 3.1 Розвиток внутрішнього туризму в Україні до війни 2022 року [36]

Ці дані доповнюються статистикою з довоєнного періоду: до початку повномасштабного вторгнення понад 85% опитаних вже мали досвід подорожей Україною. При цьому найактивнішими мандрівниками виявилися жителі Києва та західних областей, де 39% респондентів зазначили, що подорожували країною більше одного разу на рік. Це свідчить про наявність сформованої звички до пізнання рідного краю, що є важливою основою для відновлення туристичного руху в майбутньому.

Попри високий рівень зацікавленості у внутрішніх подорожах, приблизно 14% українців не мали досвіду мандрівок Україною взагалі. Це свідчить про наявність певних соціально-економічних бар'єрів, що стримують участь окремих верств населення у туристичній діяльності.

Згідно з результатами опитування, основною причиною відмови від подорожей для переважної більшості респондентів (70%) є недостатній рівень фінансових можливостей. Такий високий показник свідчить про тривалу актуальність проблеми доступності туристичних послуг для широких верств населення. Отже, забезпечення соціальної інклюзивності в туризмі, розвиток бюджетних маршрутів і програм підтримки внутрішнього туризму з боку держави є важливими напрямками майбутньої туристичної політики в Україні.

ПЕРСПЕКТИВИ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

ДАРТ

У найближчому майбутньому подорожувати країною планують **80,7%**



Рис 3.2. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні після війни [36]

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах

Безпечні умови праці — один із ключових чинників стабільного функціонування туристичної сфери. Оскільки підприємства туристичної галузі охоплюють широкий спектр діяльності — від готельного та ресторанного обслуговування до транспортних послуг та організації екскурсій, — питання охорони праці набуває особливої актуальності. Воно безпосередньо пов'язане не лише з захистом працівників, а й із забезпеченням безпеки туристів.

У процесі вдосконалення системи охорони праці важливим етапом є оцінка ризиків, які можуть виникати в різних сферах діяльності туристичних підприємств.

Оцінка ризиків включає:

- Ідентифікацію небезпек, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків: це можуть бути травмування при перенесенні важких предметів, ризики під час приготування їжі, небезпеки електрообладнання, проблеми ергономіки, тощо.
- Аналіз ризиків, який передбачає вивчення вірогідності їх настання та потенційних наслідків. Застосовується аналіз статистичних даних, експертні оцінки та інші аналітичні методи. В результаті виділяють найбільш критичні ризики.
- Розробку заходів контролю, що включають технічні рішення (використання безпечного обладнання, засобів індивідуального захисту, попереджувальних знаків) та організаційні дії (інструктажі, навчання персоналу, розробка процедур безпеки).
- Реалізацію та моніторинг заходів, коли визначені методи впроваджуються в практику, проводиться навчання працівників і постійно контролюється ефективність заходів із подальшим коригуванням.

Ефективна охорона праці базується на дотриманні чинного законодавства, стандартів, норм і внутрішніх регламентів. У туристичній сфері це питання охоплює такі напрямки:

- Дотримання законодавчих вимог, серед яких — закони України з охорони праці, санітарні правила, норми пожежної безпеки та вимоги до харчової безпеки.
- Упровадження галузевих стандартів та рекомендацій, які регламентують найкращі практики у сфері гігієни, догляду за гостями, експлуатації обладнання тощо.
- Розробка внутрішніх документів, таких як положення, інструкції та протоколи, що визначають правила поведінки персоналу, порядок дій у небезпечних ситуаціях, санітарні вимоги до обладнання й приміщень.
- Проведення перевірок і контролю, які включають регулярний огляд робочих місць, аудит дотримання нормативів, перевірки документації, навчання персоналу. Ці дії допомагають виявити порушення та оперативно реагувати на них.

У межах загальної системи охорони праці на туристичних підприємствах передбачається реалізація таких заходів:

- Регулярні перевірки стану приміщень, обладнання, умов праці з метою виявлення загроз і своєчасного усунення порушень.
- Запровадження процедур охорони праці, які враховують специфіку готельної, ресторанної, транспортної та іншої діяльності.
- Безперервне вдосконалення політики безпеки відповідно до оновлень законодавства, зміни технологій і потреб ринку.

Такі дії не лише сприяють захисту здоров'я працівників і туристів, але й забезпечують якість надання послуг, підвищують довіру до підприємств туристичної галузі та формують їх позитивний імідж.

4.2 Пожежна безпека туристичного підприємства

Забезпечення належного рівня пожежної безпеки є критично важливим елементом функціонування підприємств туристичної сфери. Безпека гостей, працівників і матеріальних цінностей у закладах розміщення, харчування, культурно-дозвіллевих об'єктах (музеї, виставки, атракціони тощо) безпосередньо залежить від дотримання чинних вимог пожежної безпеки.

Ключові напрями забезпечення пожежної безпеки:

◆ **Планування та будівництво.** На етапі проєктування нових об'єктів або реконструкції існуючих необхідно дотримуватись норм пожежної безпеки. До таких вимог належать оснащення будівель системами пожежної сигналізації, спринклерними установками, автоматичними вогнегасниками, протипожежними дверима, а також передбачення достатньої кількості евакуаційних виходів, їх належного розташування та маркування.

◆ **Профілактика пожеж.** Систематичне технічне обслуговування пожежної техніки, перевірка справності електромереж і приладів, особлива увага до кухонного обладнання та джерел тепла — усе це допомагає мінімізувати ймовірність виникнення пожеж.

Основні превентивні заходи включають:

1. Обслуговування пожежних систем: постійна перевірка справності датчиків диму, сигналізацій, спринклерів, вогнегасників тощо.
2. Контроль електропостачання: недопущення перевантаження мережі, виявлення несправностей, регулярна ревізія обладнання.
3. Безпечне користування кухнею: очищення вентиляції від жиру, дотримання інструкцій безпеки під час експлуатації теплових приладів.
4. План евакуації та підготовка персоналу: розробка чітких схем евакуації, регулярне проведення інструктажів і навчань.
5. Контроль зберігання небезпечних речовин: заборона на зберігання легкозаймистих, вибухових або заборонених матеріалів у приміщеннях туристичного призначення.

◆ Підготовка до надзвичайних ситуацій. Працівники повинні чітко знати алгоритм дій у разі виникнення пожежі: як повідомити пожежну службу, як діяти з вогнегасником, як евакуювати відвідувачів. Практичні тренування, інструктажі, пожежні навчання підвищують рівень обізнаності й реакції персоналу.

◆ Системність і документування. Кожне підприємство має мати:

- документацію з оцінки ризиків;
- затверджені плани евакуації;
- протоколи інспекцій та контрольні списки;
- регламент дій у разі пожежної тривоги.

Це забезпечує не лише ефективну організацію пожежної безпеки, а й правову захищеність підприємства у разі перевірок чи надзвичайних ситуацій.

◆ Взаємодія з пожежною службою. Важливо підтримувати партнерські відносини з місцевими органами ДСНС: проводити спільні огляди об'єктів, запрошувати інспекторів для інструктажів персоналу, консультуватися з фахівцями щодо змін у нормативній базі.

Пожежна безпека — це не разова дія, а постійний процес, який вимагає регулярного вдосконалення. Успішне функціонування туристичного бізнесу можливе лише за умови чіткої організації системи безпеки, відповідального ставлення до ризиків і підготовленого персоналу. Це не тільки захищає життя і здоров'я людей, але й зміцнює довіру клієнтів і формує позитивну репутацію підприємства.

4.3 Інструкція з охорони праці туристичного підприємства

Уявіть собі, що ви входите до тихого, затишного музею, де кожна зала пронизана духом історії, а кожен експонат — справжній скарб минулого. Повільно проходячи коридорами, ви бачите, як працівники уважно виконують свої обов'язки, піклуючись про безцінні експонати. Та за цим спокоєм ховається

серйозна і водночас невидима складова музейного функціонування — система охорони праці.

Щоб гарантувати безпеку співробітників і забезпечити їм належні умови праці, у музеї запроваджено ретельно опрацьовану Інструкцію з охорони праці. Вона спрямована на запобігання потенційним загрозам та мінімізацію ризиків, пов'язаних із повсякденною діяльністю працівників і використанням обладнання.

Цей документ охоплює широке коло питань: від рекомендацій щодо безпечних методів виконання робіт та дотримання особистої гігієни до вимог щодо використання засобів індивідуального захисту та правил пожежної безпеки. Також інструкція регламентує порядок поведінки з музейними експонатами, застосування технічних засобів, а також інформує про дії у разі виявлення небезпечних речовин.

Одним із ключових пунктів є організація регулярних навчань з охорони праці. Такі тренування дозволяють працівникам глибше засвоїти інструкції з безпеки та відпрацювати алгоритм дій у випадку надзвичайних ситуацій.

Окрема увага приділяється пожежній безпеці. У музеї систематично перевіряються протипожежні системи: тривожні сигналізації, спринклери, вентиляційні установки та шляхи евакуації. Весь персонал проходить інструктажі, щоб знати, як діяти у разі пожежі.

Кожен працівник зобов'язаний ознайомитись з Інструкцією з охорони праці та чітко дотримуватися її вимог. Керівництво контролює дотримання нормативів, слідкує за санітарним станом робочого середовища та впроваджує заходи для його постійного покращення.

Завдяки злагодженій роботі та виконанню вимог з охорони праці музей перетворюється не лише на місце збереження культурної спадщини, а й на безпечне середовище для праці. Це дозволяє працівникам повністю зосередитися на своїй місії — дарувати відвідувачам глибокі враження, знаючи, що їхня безпека — у надійних руках.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У межах кваліфікаційної роботи було ґрунтовно досліджено низку важливих аспектів, пов'язаних із функціонуванням та розвитком екскурсійної діяльності. Зокрема, проаналізовано теоретико-методологічні засади екскурсійної справи, історичні передумови формування екскурсійної діяльності у світовому та вітчизняному контекстах, а також виокремлено ключові етапи становлення екскурсійної справи в Україні. Значну увагу приділено аналізу сучасного стану ринку екскурсійних послуг в Україні, оцінці ресурсного й інфраструктурного потенціалу для їх реалізації, виявленню актуальних проблем галузі та окресленню перспектив її подальшого розвитку.

У результаті проведеного дослідження та аналізу значного обсягу наукових джерел, статистичних даних і практичних кейсів, було сформульовано низку висновків.

Поняття «екскурсія» доцільно розглядати як багатогранну категорію, що поєднує у собі два взаємопов'язаних аспекти: по-перше, як процес безпосереднього, візуального пізнання навколишнього світу, його природи, культурних, історичних, побутових та архітектурних об'єктів; по-друге, як організовану тематичну подорож маршрутом, що має чітко визначену мету — ознайомлення з визначними місцями, явищами та локаціями певної території.

Це подвійне розуміння екскурсії дозволяє глибше осягнути її роль у системі туристичного обслуговування, освітньо-культурної діяльності та формування туристичного іміджу країни. Екскурсійна діяльність сьогодні виступає не лише як форма дозвілля, а й як інструмент розвитку пізнавального туризму, засіб формування культурної ідентичності та механізм підвищення туристичної привабливості регіонів.

Таким чином, узагальнивши різні наукові підходи до тлумачення терміна «екскурсія», можна зробити висновок, що дана категорія зазнала значної еволюції — від простого визначення як «подорожі» до сучасного розуміння як організованого пізнавального процесу, що відбувається безпосередньо на місці

розташування об'єктів, які становлять історико-культурну, архітектурну чи природну цінність. У сучасних умовах туристичного ринку екскурсію доцільно розглядати як інтерактивну форму пізнання, що базується на візуальному сприйнятті об'єктів «наживо» та супроводжується компетентним коментарем фахівця – екскурсовода або гіда. Такий формат дозволяє не лише засвоїти нову інформацію, а й створює глибше емоційне занурення, що є важливим чинником у формуванні вражень та задоволеності туриста.

Класифікація екскурсій, своєю чергою, має фундаментальне значення для ефективної організації екскурсійної діяльності туристичними підприємствами. Вона дозволяє:

- чітко структурувати пропоновані послуги відповідно до тематики, територіального охоплення, тривалості та способу проведення;
- підвищити спеціалізацію екскурсоводів за різними напрямками;
- оптимізувати методичну підготовку екскурсій;
- розробляти інноваційні формати турів, орієнтовані на потреби різних аудиторій;
- забезпечити високу якість обслуговування, що відповідає очікуванням навіть найвибагливіших клієнтів.

Грунтовне знання типологічних ознак екскурсій є запорукою професійного підходу до формування екскурсійного продукту, що сприяє зростанню конкурентоспроможності туристичних підприємств та задоволенню зростаючого попиту на якісні пізнавальні тури.

Світова екскурсійна діяльність пройшла тривалий шлях трансформації: від примітивних форм мандрів, спричинених необхідністю виживання (пошук їжі, безпечного місця проживання), до сучасної високорозвиненої індустрії, що стала важливою складовою туристичного сектору глобальної економіки. У XXI столітті екскурсії виступають не лише культурно-пізнавальним інструментом, а й ефективним механізмом залучення інвестицій, розвитку територій та поширення національного бренду.

Щодо України, то екскурсійна справа тут також має глибоке історичне коріння та багатовекторний розвиток. Дослідження вітчизняної екскурсійної діяльності дозволило окреслити дев'ять ключових етапів її становлення. Першим етапом вважається період із другої половини XVIII до першої половини XIX століття, коли з'явилися перші спроби організації освітніх подорожей. Тоді екскурсії носили здебільшого шкільний і навчальний характер, ініційовані педагогами та підтримані в освітніх документах, як-от «Статут народних училищ».

У другій половині XIX століття, на тлі загального культурного та просвітницького піднесення, екскурсії набули нової актуальності. З'явилися перші організації, що сприяли їх розвитку – гуртки, товариства, освітні об'єднання, такі як «Просвіта», «Громада», «Сокіл», «Чорногора». У цей час під впливом європейського досвіду активно впроваджувалась практика краєзнавчих та науково-пізнавальних екскурсій.

На межі XIX і XX століть зародилися перші організаційні форми екскурсійної діяльності – почали з'являтися приватні ініціативи, кооперативи, а також відомчі структури, що організовували спеціалізовані екскурсії: археологічні, ботанічні, промислові. У цей період активно розвивалися студентські екскурсії, зокрема з фаховим нахилом, і навіть паломницькі поїздки.

Період 1919–1927 років вважається «золотим десятиріччям» української екскурсійної справи. Цей час ознаменувався створенням численних екскурсійних бюро, активним включенням музеїв до процесу екскурсійного обслуговування та розробкою циклів екскурсій для ґрунтовнішого вивчення окремих галузей знань. Екскурсії дедалі більше використовувались як освітній та ідеологічний інструмент.

Із кінця 1920-х до початку 1940-х років в Україні почала формуватись система радянських екскурсійних організацій. Була створена мережа установ, таких як УМПЕТ, ВАТ «Інтурист», ТЕУ, Центральна дитяча екскурсійно-

туристська станція. У цей період акцент зроблено на масовості екскурсій, їх ідеологічному навантаженні, а також залученні різних видів транспорту.

Після Другої світової війни, у 1946–1968 роках, екскурсійна діяльність поступово відновлювалась. Відбувалась реконструкція міст, зростала матеріально-технічна база, створювались меморіальні комплекси та пам'ятники. Водночас екскурсійна справа перебувала під сильним ідеологічним впливом, особливо в західних областях України.

Період 1969–1986 років ознаменувався найвищим розвитком екскурсійної системи радянського зразка. Завдяки державним постановам, екскурсійна діяльність стала невід'ємною частиною соціальної політики. У ті роки в Україні щороку організовувалися мільйони екскурсій, до яких залучалися сотні тисяч громадян. Суттєво покращилася інфраструктура, зокрема транспортне забезпечення.

У 1987–1990-х роках настала переломна доба, яка визначається як перехідна. Екскурсійні установи перейшли на самофінансування, впроваджували нові теми та формати. Із крахом радянської ідеології змінилися й теми екскурсій – з'явилися історико-релігійні тури, тури, присвячені маловідомим аспектам національної історії.

На сучасному етапі (від кінця 1990-х років до сьогодні) в Україні спостерігається поступове відновлення та модернізація екскурсійної галузі. Окремі організації, як-от «Укрпрофтур», намагаються зберігати та розвивати традиції екскурсійно-методичної школи. З'являються інноваційні підходи до екскурсійної справи, впроваджуються цифрові технології, а екскурсійний продукт стає дедалі різноманітнішим і конкурентоздатнішим.

Розвиток екскурсійної діяльності в Україні був поступовим і складним, від педагогічних практик до високорозвиненої професійної сфери, що інтегрується у світові тренди туризму. Така еволюція є свідченням її важливої ролі в культурному, освітньому та економічному житті держави.

На сучасному етапі нормативно-правове забезпечення екскурсійної діяльності в Україні залишається недостатньо розвиненим та недосконалим, що

зумовлено рядом об'єктивних факторів. Насамперед, слід зазначити, що спеціалізований Закон України «Про екскурсійну діяльність» досі перебуває на стадії розробки та не введений у дію. У зв'язку з цим, правове регулювання екскурсійної сфери здійснюється переважно в межах загального законодавства у сфері туризму. Основним нормативно-правовим актом, який на сьогодні визначає загальні засади функціонування екскурсійної галузі, виступає Закон України «Про туризм». Він лише частково охоплює питання, пов'язані з екскурсійною діяльністю, що, своєю чергою, створює прогалини в регулюванні специфічних аспектів цієї сфери.

Сфера екскурсійної діяльності в Україні стикається з низкою суттєвих проблем, серед яких:

- недосконалість державної політики щодо підтримки та розвитку екскурсійної справи;
- обмежене фінансування, що не дозволяє реалізувати повноцінні програми розвитку;
- низький рівень сервісу та організації екскурсійних послуг;
- відсутність дієвого маркетингу, що обмежує популяризацію екскурсій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- недостатній рівень професійної підготовки екскурсоводів.

Виявлення та аналіз цих проблем відкривають шлях до їх вирішення. Комплексний підхід до оптимізації екскурсійної діяльності — як на рівні туристичних компаній, так і з боку держави (національного, регіонального й місцевого) — дозволить ефективно задіяти наявний туристично-екскурсійний потенціал України та забезпечити динамічний розвиток галузі.

Екскурсійна діяльність в Україні має значні перспективи для стимулювання економічного розвитку. Різноманіття унікальних культурних та історичних об'єктів, розташованих на всій території країни, створює унікальну можливість демонструвати багатовікову спадщину, ознайомлювати туристів з культурою, традиціями та природним багатством України.

Особливої уваги заслуговують палацово-паркові комплекси, історичні садиби та архітектурні пам'ятки, які дозволяють туристам поринути в атмосферу минулого, дізнатися більше про видатні історичні постаті та культурну спадщину.

Крім того, в Україні налічується 8 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, серед яких:

- Києво-Печерська лавра,
- Софія Київська,
- історичний центр Львова,
- букові праліси Карпат,
- дерев'яні церкви та інші.

Ці об'єкти не лише становлять величезну історико-культурну цінність, але й слугують магнітами для іноземних туристів, сприяючи зростанню в'їзного туризму.

Також в Україні функціонує 574 державних музеї, що презентують багату колекцію експонатів з історії, мистецтва, науки. Музеї відіграють важливу роль у просвітництві, формуванні культурної ідентичності та популяризації національної спадщини серед туристів.

Для подолання зазначених викликів та забезпечення сталого і динамічного розвитку екскурсійної галузі в Україні необхідно вжити низку стратегічних заходів. Насамперед, важливим є удосконалення та розширення нормативно-правової бази, що регламентує екскурсійну діяльність, з урахуванням сучасних вимог та європейських стандартів. Також доцільно підвищити кваліфікаційні вимоги до фахівців екскурсійної сфери, запровадивши обов'язкове проходження практичного стажування після завершення спеціалізованих курсів чи навчальних програм. Крім того, необхідно активізувати маркетингову діяльність у сфері туризму, спрямовану на формування позитивного іміджу українських екскурсійних маршрутів, залучення внутрішніх і зовнішніх туристів, а також підвищення конкурентоспроможності українського екскурсійного продукту на

міжнародному ринку. Злагоджена реалізація цих заходів стане запорукою якісних змін в індустрії екскурсійного туризму та її перетворення на вагомий чинник економічного зростання і культурного розвитку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Туризм: Закон України від 1995, № 4385-VI від 09.02.2012
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. Кримінальний кодекс України: Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2341-III. Відомості Верховної Ради України. № 25-26. Ст. 447. (Із змінами).
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст.144 (Із змінами).
4. Кодекс про адміністративні правопорушення: Закон України від 7 грудня 1984 р. № 8073-X. Відомості Верховної Ради України. № 51. Ст. 329. (Із змінами).
5. Про затвердження Положення про порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу фахівцям туристичного супроводу: Наказ Державної туристичної адміністрації України 24.09.2004 р. № 83. 2022.
URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344-04#Text>
6. Про охорону культурної спадщини: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2000. № 39. Ст.333
7. Про порядок отримання дозволу екскурсоводами / гідами перекладачами на право надання туристичного супроводу: наказ Держтурадміністрації від 24.09.04 № 50, зареєстрований в Міністерстві 20.10.04 за № 1344/9943. 2022.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1344>
8. Стандартизація в сфері туристсько-екскурсійне обслуговування: ГОСТ 28681.0-90.
9. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги щодо забезпечення безпеки туристів і екскурсантів: ГОСТ 28681.3-95.

10. Туристсько-екскурсійне обслуговування: Міждержавний стандарт ДСТУ 28682.2-95.
11. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Проектування туристських послуг: ГОСТ 28681.1-95.
12. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV.
- Відомості Верховної Ради України. № 40-44. Ст. 1308. (Із змінами).
13. Абрамов В. В. Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної справи в Україні URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1890/>
14. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.
15. Безпечність стрічкових конвеєрів для зимових видів спорту чи туризму: ДСТУ EN 15700:2014.
16. В Україні є вісім об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО URL: <https://zaxid.net/news/>
17. Вишневський В. Екскурсія як метод пізнання. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. С 59-62.
URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2019.75.10>
18. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. Посібник .2019. 85 с.
19. Графська О.І., Підвальна О.Г., Боднарчук Х.П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. Економіка і суспільство. 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52>
20. Громик О.М., Туристично-рекреаційний потенціал Волинської області. *Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція*. 2018. УДК 379.85(477.82) С. 4-6.
21. ДАРТ оновив перелік туристично-інформаційних центрів України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-onoviv-perelik-turistichno-informaciynihcentriv-ukrayini>

22. Державне агентство автомобільних доріг України. URL: <https://ukravtodor.gov.ua/>
23. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх. Укрінформ URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-recti-v-turizmi-ukraina-nepase-zadnih.html>
24. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ – К.: НІСД, 2015. С. 26-30.
25. Загальні втрати економіки, понесені в ході війни. Київська школа економіки. URL: <http://surl.li/gnuhs>
26. 150 Замків України: замки, фортеці, садиби, палаци, оборонні церкви URL: <https://sunkissed.com.ua/castle-ukraine/>
27. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л.(2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (41)
URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
28. Кембриджський словник. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
29. Кіптенко В., Малиновська О. Організація екскурсійних послуг. 2018. С.99105
30. Кнодель Л.В. Туризм і туристська освіта у Франції: монографія. Київ.2019. С. 61-62.
31. Колесников О. В. Основи наукових досліджень. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 141 с.
32. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі.2016. С.19-30
33. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайнконференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодруку, 2022.С.337– 341 Кириченко С.
34. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги.
URL:<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>

35. Кривенкова Ю.Р. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 4. С. 3-8.
36. Мандрувати у найближчий час планують понад 80% українців
URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3729697-mandruvati-u-najblizcijcas-planuut-ponad-80-ukrainsciv.html>(
37. Мінфін. Туристичний ринок в Україні за рік скоротився на 60-70% 2021. URL: <https://minfin.com.ua/2021/01/17>
38. Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг. Навчально-методичний посібник Одеського державного економічного університету, 2011. 20-21с.
39. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
40. Паламаренко О.П. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні " Умань: Візаві, 2019. С.188-190.
41. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2003. 352 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/pankova.htm
42. Паспорт Дніпропетровської області. 2021 URL: <https://adm.dp.gov.ua/prooblast/dnipropetrovshina/pasport-oblasti>
43. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну: історичний контекст. URL: <https://uinp.gov.ua/aktualnitemy/povnomasshtabne-vtorgnennya-rosiyi-vukrayinu-istorychnyy-kontekst>
44. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/-1647724135.html>
45. Погуда Н.В. Стратегічні напрями розвитку туризму у Чернігові. *Економічні науки*. №1.2019. С.96-97.
46. Подлепіна П.О. Закордонний досвід організації туризму на сучасному етапі (на прикладі Іспанії). *Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2013. С.169-171. УДК 338.48–1(460)

47. Покоłodна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. – Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – 2017. – 32-34 с
48. Правові засади екскурсійної діяльності в Україні від 10 жовтня 2017р. 2022. URL: <https://tourcenter.kh.ua/uk/homct/normprav>
49. Про роботу Українського культурного фонду під час війни URL: https://ucf.in.ua/news/16_04_2022
50. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період.. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
51. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності, 2022. С.51
52. Смольнікова К. А. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Розвиток туризму в Україні: проблеми та перспективи» Луцьк 2016. Ч.1. С.344-346. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/smolnikova.htm
53. Стан та проблеми музейної сфери в Україні URL: <https://matrix-info.com/stanta-problemy-muzejnoyi-sfery-v-ukrayini/>
54. Трегуб Г. Як Польща розвиває туризм. Журнал «Український тиждень». 2017. № 31 (507). URL: <https://tyzhden.ua/World/197523>
55. Туризм в Україні-2019: завдання, виклики, тенденції. URL: <http://www.agroprofi.com.ua/statti/1718-2019-2>
56. Туризм для інвалідів на юге Франції. URL: <https://sudelafrance.com/pervoeznakomstvo-s-france/turizm-dlya-invalidov-na-yuge-frantsii.html>
57. Туристична статистика України (2015-2020). ДАРТ URL: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/ef4e05ee-33c4-49afb70bddb7f5568c68/page/w55UC>
58. У 2013 році Україну відвідали понад 26 млн. туристів - О. Вілкул URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/246992112>
59. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-rocinadhodzhennya-do-derzhbyudzhetuvid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhena-31>

60. У ДАРТ назвали напрямки розвитку внутрішнього туризму у 2022 році
URL:
<https://lowcost.ua/tourism-in-ukraine-2022/>
61. Україна, Литва та Польща розпочали працювати над оцифруванням культурної спадщини України. URL:<http://surl.li/gnuho>
62. "Час ікс" для українського туризму. Економічна правда URL:
<https://www.epravda.com.ua/>
63. Чорнобаївка та звільнена Зона відчуження - незвичні екскурсії пропонують у час війни URL: https://gazeta.ua/articles/culture/_cornobayivka-ta-zvilnena-zonavidchuzhennya-nezvichni-ekskursiyi-proponuyut-u-chas-vijni/
64. Як виглядає туризм під час війни. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974
65. Discover URL: <https://discover.ua/about>
66. Italia-Da-Discover. URL:<https://www.italiadascoprire.net>
67. Natsional'ne turystychne upravlinnya Ches'koyi Respubliky [National Tourist Board of the Czech Republic]
URL:<http://www.czechtourism.cz/informace-oczechtourism/statut/>
68. Spain.Info URL: <https://www.spain.info/es/>
69. Tourism services – Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes : EN 15565:2008. 2022.
URL:www.enstandard.eu
70. Tourism services – Travel agencies and tour operators – Terminology: EN13809:2003. 2022.URL: <https://standards.iteh.ai/catalog/standards/>
71. UkraineInvestURL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/>
72. UkraineNow URL: <https://ukraine.ua/>
73. «Visit Ukraine in the future»: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. URL:<https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future-ukrainski-goteli-v-garyacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku>.