МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«___»_____20__ р.
Завідувач кафедри_____
(вчене звання, науковий ступінь)

_____
(ПІБ)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіт

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Виконала: здобувачка вищої освіти
IV курсу, 471 групи
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньо-професійна програма
«Готельно-ресторанна справа»
Олександр Драганович ТРПЕВСКІ
Науковий керівник: доктор філософії,
старший викладач
Наталія БАРВІНОК

Умань – 2026

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Освітній ступінь Бакалавр
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____

(підпис) (ініціали ,прізвище)

«___»_____20__ р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувачці вищої освіти_____
(ім'я та прізвище)

1. Тема кваліфікаційної роботи _____
_____
керівник кваліфікаційної роботи
_____
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)
2. Строк подання здобувачем роботи_____
_____
3. Вихідні дані до роботи_____
_____
_____
_____
_____
4. Перелік питань, які потрібно розробити_____
_____
_____
_____
_____
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____
_____
_____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи		
2.	Одержання індивідуального завдання		
3.	Складання індивідуального плану-графіка написання роботи		
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи		
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка		
6.	Написання розділів кваліфікаційної роботи		
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень керівника кваліфікаційної роботи		
8.	Написання та оформлення кваліфікаційної роботи в остаточному варіанті		
9.	Подання роботи для перевірки на плагіат		
10.	Одержання відгуку наукового керівника		
11.	Одержання рецензії		
12.	Висновок завідувача кафедрою		
13.	Захист кваліфікаційної роботи		

Здобувач вищої освіти _____ _____

(підпис) (ім'я та прізвище)

Науковий керівник _____ _____

(підпис) (ім'я та прізвище)

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота складається із 60 сторінок. Кількість розділів – 3, основний текст викладено на 48 сторінці, в т.ч. рисунків – 2, таблиць – 4, список використаних джерел налічує 48 найменувань.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування та розвитку сфери внутрішнього туризму в Україні в умовах сучасних соціально-економічних та безпекових викликів.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку внутрішнього туризму в Україні, його сучасні тенденції, проблеми та перспективи.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних засад, сучасного стану та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення його функціонування в умовах сучасних викликів.

У 1 розділі визначено теоретичні засади розвитку внутрішнього туризму. Досліджено сутність та особливості внутрішнього туризму, розглянуто його класифікацію та фактори розвитку, а також проаналізовано роль внутрішнього туризму в соціально-економічному розвитку держави та регіонів.

У 2 розділі проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні. Досліджено динаміку туристичних потоків, вплив пандемії COVID-19 та воєнного стану на туристичну сферу, а також сучасні тенденції трансформації внутрішнього туризму та популярні туристичні напрямки в Україні.

У 3 розділі визначено перспективи та шляхи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Обґрунтовано рекомендації щодо вдосконалення туристичної інфраструктури, цифровізації туристичних послуг, розвитку безпечного та інклюзивного туризму, підтримки регіональних туристичних продуктів та підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туристичного ринку.

Ключові слова: внутрішній туризм, туристична галузь, туристичні потоки, туристична інфраструктура, регіональний розвиток, цифровізація, безпека, туристичний ринок, Україна.

АНОТАЦІЯ

У роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій. Визначено сутність внутрішнього туризму, його функції, класифікаційні ознаки та значення для розвитку національної економіки й регіонів. Проаналізовано основні фактори розвитку внутрішнього туризму, серед яких соціально-економічні, інфраструктурні, культурно-історичні, технологічні та безпекові чинники.

Проаналізовано сучасний стан внутрішнього туризму в Україні в умовах пандемії COVID-19 та воєнного стану. Досліджено динаміку туристичних потоків, особливості трансформації туристичного попиту, зміну географії внутрішніх подорожей та роль безпечних регіонів у розвитку туристичної сфери. Визначено основні тенденції розвитку внутрішнього туризму, серед яких зростання популярності екологічного, оздоровчого, гастрономічного та короткотривалого туризму.

Розроблено практичні рекомендації щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні на основі цифровізації туристичних послуг, модернізації туристичної інфраструктури, підвищення безпеки туристичних подорожей, розвитку інклюзивного середовища та підтримки регіональних туристичних ініціатив. Обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туристичного продукту в умовах сучасних викликів та післявоєнного відновлення України.

Ключові слова: внутрішній туризм, туристична галузь, туристичні потоки, туристична інфраструктура, регіональний розвиток, цифровізація, безпека, туристичний ринок, Україна.

SUMMARY

The paper explores theoretical and practical aspects of the development of domestic tourism in Ukraine in the context of modern socio-economic transformations. The essence of domestic tourism, its functions, classification features and significance for the development of the national economy and regions are determined. The main factors of domestic tourism development are analyzed, including socio-economic, infrastructure, cultural-historical, technological and security factors.

The current state of domestic tourism in Ukraine in the context of the COVID-19 pandemic and martial law is analyzed. The dynamics of tourist flows, the features of the transformation of tourist demand, the change in the geography of domestic travel and the role of safe regions in the development of the tourism sector are studied. The main trends in the development of domestic tourism are identified, including the growth of the popularity of ecological, health, gastronomic and short-term tourism.

Practical recommendations are developed for the development of domestic tourism in Ukraine based on the digitalization of tourist services, modernization of tourist infrastructure, increasing the safety of tourist travel, the development of an inclusive environment and support for regional tourism initiatives. The directions of increasing the competitiveness of the domestic tourism product in the conditions of modern challenges and post-war reconstruction of Ukraine are substantiated.

Keywords: domestic tourism, tourism industry, tourist flows, tourist infrastructure, regional development, digitalization, security, tourist market, Ukraine.

ЗМІСТ

ЗМІСТ 6
ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ 10
1.1. Сутність та особливості внутрішнього туризму 10
1.2. Класифікація внутрішнього туризму та фактори його розвитку ... 19
РОЗДІЛ 2. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 24
2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні 24
2.2. Аналіз податкових надходжень від внутрішнього туризму в Україні 36
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 44
3.1. Проблеми та перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму 44
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення розвитку внутрішнього туризму в Україні 48
ВИСНОВКИ 52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 55

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний етап розвитку України характеризується впливом складних зовнішніх і внутрішніх факторів, зокрема наслідків пандемії COVID-19, воєнних дій, змін у соціально-економічному середовищі та переорієнтації туристичних потоків. У цих умовах внутрішній туризм виступає не лише альтернативою міжнародному туризму, а й важливим інструментом підтримки національної економіки, збереження культурної спадщини та забезпечення соціальної стабільності. Зростає значення безпечних туристичних дестинацій, короткотривалих подорожей, оздоровчого та екологічного туризму, що сьогодні потребує детального аналізу.

Актуальність теми зумовлена зростанням ролі внутрішнього туризму як важливого чинника соціально-економічного розвитку України, що сприяє створенню робочих місць, наповненню бюджету, розвитку інфраструктури та підвищенню інвестиційної привабливості регіонів. Особливого значення він набуває в умовах обмежень міжнародних подорожей, економічної нестабільності та трансформаційних процесів у країні, що обумовлює необхідність дослідження сучасних тенденцій розвитку, а також визначення проблем і перспектив розвитку внутрішнього туризму з урахуванням регіональних особливостей.

Крім того, в умовах воєнного стану внутрішній туризм виконує не лише економічну, а й соціальну функцію, сприяючи психологічному відновленню населення, вирішення проблеми альтернативних рішень щодо відпочинку особам, які не можуть поїхати за кордон та підтримці національної ідентичності. Це обумовлює необхідність пошуку нових підходів до розвитку туристичних продуктів, орієнтованих на безпеку, доступність і якість послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних засад та практичних аспектів розвитку туристичної галузі як важливого

чинника економічного зростання присвячено праці багатьох вітчизняних науковців. Проблеми теоретичних засад і практичних аспектів розвитку туристичної галузі, а також питання визначення сутності, класифікації та місця туризму в системі економічних відносин досліджували А. Г. Охріменко, Н. А. Опанасюк [28, 29], О. О. Колесник [19], О. О. Любіцева [23], С. Ю. Цьохла [47], Т. В. Момонт [24] та О. О. Комліченко [20]. Вплив глобальних викликів і кризових явищ на розвиток туристичної сфери, зокрема наслідки пандемії COVID-19, висвітлено у працях О. Графської, О. Підвальної, Х. Боднарчук [13], а також В. А. Худавердієвої та В. В. Мерчанського [46]. Питання розвитку внутрішнього туризму в умовах воєнного стану, перспектив відновлення галузі, а також регіональних аспектів безпеки та інвестиційної привабливості територій розглянуто у наукових працях Н. Габчак та С. Габчак [11], О. В. Тхожевського та Ю. Б. Миронова [44], Д. С. Виговського [9], А. П. Голода [12] та В. Ф. Кіфяка [18].

Метою дослідження є вивчення теоретичних засад та сучасного стану розвитку внутрішнього туризму України, а також визначення проблем і перспектив його розвитку в умовах сучасних викликів.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд **завдань**:

- розкрити сутність та особливості внутрішнього туризму, а також фактори, що впливають на його розвиток;
- проаналізувати сучасний стан та основні тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в кризових умовах;
- дослідити динаміку та структуру податкових надходжень, зокрема туристичного збору, як індикатора стану туристичної галузі;
- виявити основні проблеми, що стримують розвиток внутрішнього туризму в сучасних умовах;
- визначити перспективні напрями та розробити рекомендації щодо вдосконалення розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування та розвитку сфери внутрішнього туризму в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування тенденцій та перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні під впливом сучасних чинників.

Методи дослідження. Для досягнення мети роботи використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів, серед яких: теоретичне узагальнення та аналіз для уточнення понятійного апарату та класифікації внутрішнього туризму; статистичний та порівняльний аналіз для дослідження динаміки туристичного збору та регіональної структури туристичних потоків; графічний метод для наочного представлення результатів аналізу та перспективних напрямів розвитку; системний підхід для формування рекомендацій щодо вдосконалення управління туристичною галуззю.

Інформаційною базою дослідження є публікації вітчизняних і зарубіжних вчених із проблем формування та забезпечення економічної безпеки на туристичних підприємствах, основні положення Законів України та Указів Президента України, нормативних документів Кабінету Міністрів України, офіційні дані Державного комітету статистики України; Головного управління статистики Черкаської області; статистична звітність туристичних підприємств.

Апробація матеріалів роботи. Публікація тез на тему «Виклики та можливості сталого розвитку внутрішнього туризму в Україні» у збірнику Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії» та тез на тему «Цифрова трансформація ресторанного бізнесу як драйвер розвитку гастрономічного та внутрішнього туризму в умовах SMART-економіки» у збірнику IV Всеукраїнської наукової конференції здобувачів освіти та молоді «dATA-DRIVEN в економіці, бізнесі та HR-інжинірингу у стратегії цифрової трансформації інноваційного розвитку України».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості внутрішнього туризму

Розвиток туризму в країнах Європи та світу свідчить про те, що ця сфера є важливою складовою національної економіки, оскільки доходи від туристичних подорожей формують значну частину державних надходжень. Туризм сприяє активізації різних секторів інфраструктури, зокрема сфери послуг, створює нові робочі місця та забезпечує сприятливі умови для функціонування підприємств, пов'язаних із туристичною та рекреаційною діяльністю [11].

Внутрішній туризм також має вагоме значення для економіки країни, оскільки виступає важливим чинником регіонального розвитку, сприяє залученню інвестицій та збереженню культурної спадщини. Його розвиток забезпечує більш рівномірний розподіл туристичних потоків у межах держави, що позитивно позначається на соціально-економічному становищі малих міст і сільських територій. Окрім економічного ефекту, внутрішній туризм відіграє важливу соціальну роль, адже дає змогу громадянам краще пізнавати власну країну, її історію, традиції та культурні особливості, що сприяє формуванню національної ідентичності та патріотичних цінностей.

У сучасних умовах більшість країн приділяють увагу розвитку внутрішнього туризму як одному з важливих секторів економіки. Це зумовлює підвищений науковий інтерес до дослідження його сутності, особливостей функціонування та пошуку ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності.

У Законі України «Про туризм» визначено дві основні організаційні форми туризму – міжнародний та внутрішній. Згідно з цим нормативно-правовим актом, внутрішній туризм розглядається як подорожі в межах

території України, які здійснюють громадяни держави, а також особи, що постійно проживають на її території [32].

Відповідно до Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності, внутрішній туризм трактується як поїздки відвідувачів-резидентів за межі їхнього звичного середовища, але в межах власної країни, тобто подорожі територією України осіб, які постійно в ній проживають [31].

Згідно з підходом, запропонованим Всесвітньою туристичною організацією у межах системи «Допоміжний рахунок туризму» (Tourism Satellite Account), внутрішній туризм охоплює діяльність відвідувачів-резидентів у межах власної країни як складову як внутрішніх подорожей, так і частину виїзних (міжнародних) туристичних поїздок [5, с. 15].

У Рекомендації щодо статистики туризму зазначається, що поняття «внутрішній» у сфері туризму застосовується до резидентів, які здійснюють подорожі в межах власної країни [3, с. 5].

А. Охріменко та Н. Опанасюк визначають внутрішній туризм як туристичну діяльність у межах території країни, що здійснюється особами, які постійно в ній проживають [29, с. 65].

Проведений аналіз наукових підходів до трактування внутрішнього туризму свідчить про наявність спільної основи, оскільки більшість визначень є подібними за змістом і не мають суттєвих відмінностей, тому до основних характеристик внутрішнього туризму доцільно віднести:

– територіальну обмеженість, що передбачає тимчасові подорожі особи в межах власної країни без виїзду за кордон;

– надання та отримання туристичних послуг виключно громадянами держави;

– регулювання правових відносин між учасниками туристичної діяльності відповідно до національного законодавства [3, с. 849].

Також науковці Н. Опанасюк та А. Охріменко підкреслюють, що важливою ознакою внутрішнього туризму є домінування підприємств-резидентів у процесі надання туристичних послуг. Водночас у цій сфері

можуть функціонувати й іноземні компанії за умови їх офіційної реєстрації відповідно до чинного законодавства країни. До таких суб'єктів належать [28]:

– міжнародні туристичні оператори;

– авіакомпанії, зокрема іноземні перевізники, що здійснюють внутрішні рейси;

– готелі міжнародних мереж, які працюють на території країни, але підпорядковуються закордонним штаб-квартирам;

– страхові компанії та інші організації, що забезпечують надання туристичних послуг.

Таким чином, можна стверджувати про певну відмінність між поняттями «внутрішній туризм» та «внутрішнє туристичне споживання», оскільки перше є ширшим за змістом і охоплює більшу кількість суб'єктів та процесів [3, с. 849]. Продовжуючи цю думку, варто зазначити, що вагомий вплив на розвиток внутрішнього туризму мають транснаціональні корпорації туристичного профілю. Їх діяльність сприяє впровадженню міжнародних стандартів обслуговування, сучасних управлінських підходів та інноваційних туристичних продуктів.

Водночас вплив транснаціональних корпорацій є неоднозначним. З одного боку, їх присутність позитивно позначається на якості послуг, розвитку туристичної інфраструктури та інтеграції національного ринку у світовий туристичний простір. З іншого боку, існує ризик відтоку фінансових ресурсів за кордон, оскільки значна частина прибутків може виводитися до країн походження цих компаній.

Окрім цього, важливу роль у розвитку внутрішнього туризму відіграють глобальні системи бронювання та онлайн-платформи, такі як Booking.com, Airbnb, Expedia. Незважаючи на іноземне походження, вони активно впливають на формування внутрішніх туристичних потоків, визначаючи вибір туристами засобів розміщення, транспорту та інших супутніх послуг.

Як зазначає О. Скарга, транснаціоналізацію ринку туристичних послуг доцільно розглядати як процес посилення інтеграції міжнародного туристичного сектору в адміністративно-правовій, інноваційно-інвестиційній, просторово-територіальній та соціально-економічній сферах. Це відбувається шляхом формування транснаціональних туристичних корпорацій, які створюють нові умови конкуренції на глобальному туристичному ринку, що відображено у відповідній концептуальній моделі його розвитку [34, с. 68].

Отже, в умовах сучасних глобалізаційних процесів поняття внутрішнього туризму набуває нових характеристик і потребує комплексного наукового підходу з урахуванням впливу міжнародних суб'єктів туристичного бізнесу на національні ринки. Із поширенням глобалізації внутрішній туризм дедалі активніше включається у конкурентну боротьбу за споживача, що зумовлює необхідність підвищення його ефективності та привабливості.

Система внутрішнього туризму формується як складна сукупність взаємопов'язаних елементів. Передусім до неї належать кінцеві споживачі туристичного продукту – внутрішні туристи різних категорій (індивідуальні, групові, сімейні, ділові мандрівники, екскурсанти), попит яких визначає напрями розвитку туристичного ринку. Важливу роль відіграють також регуляторні інституції, до яких відносяться центральні органи державної влади (зокрема Міністерство інфраструктури, Державне агентство розвитку туризму України), регіональні органи управління туризмом, органи місцевого самоврядування, контролюючі структури, а також установи стандартизації та сертифікації туристичних послуг.

Не менш значущими є суб'єкти безпосередньої туристичної діяльності, серед яких туроператори, що формують туристичний продукт, турагентства, які займаються його реалізацією та просуванням, заклади розміщення (готелі, мотелі, хостели, апартаменти, кемпінги), підприємства харчування, транспортні компанії, екскурсійні організації, анімаційні та івент-агенції,

санаторно-курортні установи, рекреаційні комплекси, а також культурні та природні об’єкти – музеї, театри, заповідники, національні парки та історико-архітектурні пам’ятки. Окрему групу становлять суб’єкти забезпечувальної інфраструктури, зокрема страхові компанії, фінансові установи, телекомунікаційні оператори, маркетингові агентства, освітні заклади та професійні об’єднання.

Уся ця система характеризується складною мережею горизонтальних і вертикальних зв’язків, формуючи цілісну екосистему внутрішнього туризму, ефективність функціонування якої залежить від узгодженої взаємодії всіх її елементів та здатності адаптуватися до змін ринкового середовища. Особливості внутрішнього туризму найбільш повно розкриваються через його значення для різних груп стейкхолдерів – держави, бізнесу та споживачів. У науковій літературі виділяють його основні переваги порівняно з іншими видами туризму за економічними, соціокультурними, нормативно-правовими, технологічними та інфраструктурними критеріями [16, 17, 28, 29].

З економічної точки зору внутрішній туризм забезпечує низку вагомих переваг. Для споживачів важливим є оптимальне співвідношення ціни та якості туристичних послуг, що проявляється у доступності транспортних, готельних та екскурсійних витрат. Відсутність необхідності здійснення валютних операцій і проходження митних процедур також сприяє економії ресурсів. Для підприємств туристичної сфери внутрішній туризм створює більш стабільний попит, зменшує сезонні коливання, сприяє формуванню гнучкої цінової політики та налагодженню ефективних партнерських зв’язків із місцевими постачальниками. Крім того, знижується вплив зовнішніх ризиків, пов’язаних із валютними коливаннями та міжнародним регулюванням.

На рівні держави та регіонів розвиток внутрішнього туризму стимулює збільшення бюджетних надходжень, сприяє створенню нових робочих місць, активізує інвестиційні процеси та модернізацію інфраструктури, підтримує

розвиток малого і середнього бізнесу, а також забезпечує більш рівномірний розподіл економічної активності між територіями. Важливим є й те, що внутрішній туризм сприяє зменшенню відтоку валютних коштів за кордон і виступає чинником детінізації економіки. Крім того, він забезпечує перерозподіл внутрішнього валового продукту між регіонами, підтримуючи розвиток територій із високим туристичним потенціалом.

Соціальний аспект внутрішнього туризму також має значний вплив. Для туристів важливою перевагою є перебування у звичному культурному середовищі, що зменшує рівень стресу та полегшує адаптацію. Відсутність мовного бар'єру, схожість традицій і способу життя сприяють комфортному відпочинку. Додатковими перевагами є відсутність потреби в акліматизації, можливість споживання звичних продуктів, доступ до національної системи охорони здоров'я та відсутність зміни часових поясів.

Для суб'єктів туристичного бізнесу соціальні переваги проявляються у кращому розумінні потреб споживачів, можливості формування індивідуалізованих туристичних продуктів, спрощенні комунікації та зниженні витрат на обслуговування клієнтів. На макрорівні розвиток внутрішнього туризму сприяє підвищенню соціальної мобільності населення, створенню нових робочих місць, зниженню рівня безробіття, особливо у депресивних регіонах, зменшенню трудової міграції, зміцненню міжрегіональних зв'язків, а також формуванню національної ідентичності та патріотизму. У підсумку це сприяє соціальній інтеграції населення та підвищенню якості життя в країні.

Важливим соціальним ефектом внутрішнього туризму є його здатність знижувати соціально-психологічну напругу в суспільстві, що особливо актуально в умовах економічної та політичної нестабільності. Подорожі в межах країни сприяють емоційному відновленню населення, підвищенню рівня задоволеності життям та формуванню позитивного соціального клімату.

Правові переваги внутрішнього туризму для населення та суб’єктів господарювання визначаються функціонуванням у межах єдиного правового поля. Зокрема, відсутня необхідність врахування паспортно-візових, митних та інших формальностей, що значно спрощує організацію подорожей. Крім того, не виникає потреби враховувати фактори міжнародної політики, що робить внутрішній туризм більш стабільним і передбачуваним. Для регіонів позитивним аспектом є відсутність необхідності створення складної прикордонної інфраструктури та забезпечення контролю за міжнародними потоками туристів.

У правовому аспекті внутрішній туризм формує сприятливі умови для всіх учасників туристичного ринку. Для туристів це означає відсутність потреби оформлення закордонних документів, спрощення процедур ідентифікації особи, уникнення митних формальностей та валютного декларування, а також можливість захисту своїх прав відповідно до національного законодавства. Крім того, громадяни можуть безперешкодно користуватися соціальними гарантіями, страховими механізмами та іншими державними інструментами підтримки.

Для суб’єктів туристичного бізнесу правові переваги проявляються у функціонуванні в уніфікованому нормативному середовищі, що не потребує адаптації до іноземних правових систем. Це спрощує укладання договорів, зменшує юридичні ризики та сприяє ефективному використанню механізмів правового захисту. Водночас оптимізується документообіг і зменшуються адміністративні бар’єри, що позитивно впливає на ведення бізнесу. На регіональному рівні це забезпечує спрощення управління туристичною діяльністю, можливість гнучкого регулювання туристичних потоків та оперативного впровадження локальних нормативних рішень.

Особливої ваги в сучасних умовах набуває те, що внутрішній туризм мінімізує вплив міжнародних геополітичних чинників, що дозволяє зберігати стабільність туристичних потоків навіть у періоди загострення міждержавних відносин.

У культурному аспекті внутрішній туризм створює широкі можливості для розвитку як окремих громадян, так і суспільства в цілому. Для туристів він забезпечує комфортне спілкування рідною мовою, глибше пізнання національних традицій, звичаїв і історії, а також формування цілісного уявлення про культурну ідентичність країни. Подорожі сприяють інтелектуальному розвитку та розширенню світогляду через ознайомлення з регіональними культурними особливостями.

Для підприємств туристичної сфери культурні переваги полягають у кращому розумінні потреб споживачів, можливості створення автентичного туристичного продукту та адаптації послуг до національних особливостей. Це дозволяє формувати конкурентоспроможні пропозиції з високою доданою вартістю. На державному та регіональному рівнях розвиток внутрішнього туризму сприяє збереженню культурної спадщини, реставрації історичних пам’яток, активізації культурного обміну між регіонами та розвитку креативних індустрій. Важливим результатом є зміцнення національної єдності, подолання регіональних стереотипів і формування патріотичних цінностей.

Окремо слід відзначити роль внутрішнього туризму у передачі культурного досвіду між поколіннями, що відбувається під час спільних подорожей і сприяє збереженню національних традицій.

З технологічної точки зору внутрішній туризм також має суттєві переваги. Для туристів це проявляється у можливості користування звичними транспортними, телекомунікаційними та фінансовими сервісами без додаткових витрат. Зокрема, зберігається доступ до національних мобільних додатків, платіжних систем, онлайн-сервісів бронювання та цифрового контенту. Це значно підвищує зручність подорожей.

Для бізнесу технологічні переваги полягають у використанні уніфікованих ІТ-рішень, адаптованих до місцевого ринку, спрощенні технічної підтримки та можливості швидкого впровадження інновацій. Крім того, полегшується обмін досвідом між підприємствами різних регіонів та

зменшуються технологічні ризики. На макрорівні розвиток внутрішнього туризму стимулює цифровізацію економіки, розвиток ІТ-інфраструктури, впровадження інноваційних технологій та формування стартап-екосистеми у сфері туризму.

Інфраструктурні переваги внутрішнього туризму проявляються у доступності та зрозумілості національної інфраструктури для туристів, можливості користування соціальними послугами на рівних умовах з місцевими жителями, а також у відповідності інфраструктури національним стандартам якості та безпеки. Для бізнесу це означає спрощення процесів інвестування, підключення до інженерних мереж та інтеграції у регіональні логістичні системи.

На рівні держави розвиток внутрішнього туризму сприяє модернізації транспортної та соціальної інфраструктури, розвитку туристичних кластерів, залученню інвестицій та підвищенню енергоефективності об’єктів. Крім того, створюються умови для інклюзивного середовища та підвищення рівня безпеки і комфорту.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що внутрішній туризм формує комплексну систему переваг, які проявляються в економічному, соціальному, правовому, культурному, технологічному та інфраструктурному вимірах. Він забезпечує стабільний розвиток туристичної галузі, сприяє підвищенню якості життя населення та виступає важливим інструментом соціально-економічного розвитку держави.

Внутрішній туризм є поширеним явищем у більшості країн світу. За результатами дослідження, проведеного виконавчим директором ЮНВТО Ф. Піретом у 2011 році, встановлено, що саме внутрішній туризм історично був першою формою туристичної діяльності. У сучасних умовах він продовжує займати провідні позиції: із загальної кількості туристів у світі (4,8 млрд) близько 83% становлять внутрішні туристи. За оцінками фахівців ЮНВТО, на внутрішній туризм припадає 73% загальної кількості ночівель, 74%

туристичних прибуттів і 69% ночівель у готелях, а також 89% прибуттів і 75% ночівель в інших засобах розміщення [6].

Наведені дані підтверджують важливу роль внутрішнього туризму в економічному розвитку країн, оскільки він сприяє створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню рівня добробуту населення. Крім того, внутрішній туризм відіграє значну роль у збереженні культурної спадщини та природних ресурсів, адже місцеві жителі більш відповідально ставляться до їх використання. У періоди глобальних криз, зокрема пандемій чи економічних спадів, внутрішній туризм виступає стабілізуючим фактором, компенсуючи втрати міжнародного туристичного потоку. Таким чином, його розвиток є важливим напрямом для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі.

1.2. Класифікація внутрішнього туризму та фактори його розвитку

Внутрішній туризм виступає важливою складовою туристичної галузі, оскільки сприяє економічному розвитку регіонів і популяризації національної культурної спадщини. Його різноманітність визначається цілями подорожей, особливостями маршрутів та рівнем туристичної активності населення. Саме тому для більш глибокого розуміння цього явища доцільно розглянути основні підходи до класифікації внутрішнього туризму.

Оскільки внутрішній туризм є частиною загальної туристичної діяльності, його класифікація ґрунтується на загальноприйнятих підходах до поділу туризму в цілому. Зокрема, використовуються такі критерії, як мета подорожі, спосіб організації, тривалість, сезонність та інші. Водночас при класифікації внутрішнього туризму враховується його специфіка, яка полягає у територіальній обмеженості та орієнтації на населення однієї країни. Таким чином, класифікація внутрішнього туризму є складовою загальної системи

класифікації туристичної діяльності [21].

Вивчення класифікації внутрішнього туризму має важливе значення, оскільки дозволяє структурувати цю сферу, визначити її основні форми та перспективні напрями розвитку. Чітке розмежування видів туризму сприяє більш ефективному управлінню галуззю, створенню спеціалізованих туристичних продуктів і розробці цільових маркетингових стратегій. Крім того, це дає можливість оцінити вплив внутрішнього туризму на економічний розвиток регіонів, інфраструктуру та соціально-культурне середовище [21].

Питання класифікації туризму досліджувалося багатьма науковцями. Зокрема, М. Крачило запропонував поділ туризму за кількома ознаками [35]: за характером організації (організований і неорганізований), за тривалістю подорожі, за віковими групами туристів (дитячий, молодіжний, дорослий), за інтенсивністю туристичних потоків (постійний і сезонний), за способом пересування та видами транспорту (авіаційний, автомобільний, залізничний, водний, пішохідний тощо), а також за метою подорожі (культурно-пізнавальний, лікувальний, релігійний, спортивний, діловий та інші).

У науковій літературі також представлено розширені підходи до класифікації туризму. Так, в енциклопедичних джерелах додатково виділяються такі види туризму, як науковий, пригодницький, сімейний, етнокультурний, музейний, діловий, екологічний, зелений, соціальний, гастрономічний, сільський та інші [35]. Це свідчить про значну різноманітність туристичної діяльності та її постійний розвиток.

О. Топчієв, розглядаючи туризм як різновид рекреаційної діяльності, запропонував класифікацію за функціональним призначенням [37]. Він виділяє пізнавальний туризм (у тому числі краєзнавчий і релігійний), історико-культурний, ландшафтно-екологічний, спортивний, діловий і науковий, родинно-гостьовий, торговельний, громадсько-політичний, розважальний та релігійний туризм.

О. Колісник розглядає такі види, як науковий, екскурсійний, етнічний, сільський і релігійний туризм, як складові пізнавального туризму, об’єднані

спільною метою отримання нових знань та розширення світогляду туристів [19].

У дослідженнях В. Кіфяка запропоновано поняття «внутрішньорегіональний туризм», який розглядається як складова внутрішнього туризму поряд із приміським і внутрішньодержавним. Автор визначає його як подорожі в межах окремого регіону, який може розумітися як адміністративна одиниця або як територія, об'єднана спільними характеристиками [18, с. 81].

Ю. Юхновська вдосконалила підходи до класифікації, запропонувавши розширений перелік критеріїв. Зокрема, вона виділяє туризм за соціальним статусом (масовий, елітний, для осіб з інвалідністю), за цільовими ринками (науковий, освітній, аграрний, індустріальний, гастрономічний, патріотичний тощо), а також за особливостями географічного середовища (ландшафтний, водний, підводний, повітряний) [48, с. 57].

Аналізуючи різні підходи до класифікації туризму, можна зробити висновок, що вони відображають багатогранність туристичної діяльності та базуються на різних критеріях. Водночас туризм як сфера послуг постійно змінюється під впливом соціально-економічних процесів і науково-технічного прогресу. Слід зазначити, що на законодавчому рівні відсутня єдина узгоджена класифікація видів туризму, а з розвитком галузі з'являються нові його форми, такі як апітуризм, solo-туризм, волонтерський туризм, віртуальний туризм тощо.

Розвиток внутрішнього туризму значною мірою залежить від впливу різноманітних факторів, які визначають динаміку туристичних потоків, рівень доступності та якість туристичних послуг. Їх систематичний аналіз і прогнозування є необхідною умовою ефективного управління туристичною сферою [8, 20, 23, 24, 36].

Науковці поділяють фактори розвитку туризму на зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні). До зовнішніх факторів відносять демографічні зміни, економічний розвиток, політичну ситуацію, технологічний прогрес,

міжнародні відносини, транспортну доступність та рівень безпеки. Внутрішні фактори включають природні ресурси, клімат, рівень розвитку інфраструктури, економічний стан країни, добробут населення та культурно-освітній рівень суспільства [24].

Т. Алексєєва та А. Соколовська виділяють вісім основних груп факторів, серед яких важливу роль відіграють соціально-демографічні зміни, економічний розвиток, екологічна ситуація та рівень життя населення [8, с. 45]. Зокрема, зміни у віковій структурі населення, зростання доходів і трансформація способу життя безпосередньо впливають на попит на туристичні послуги.

Серед основних груп факторів розвитку туризму можна виділити соціально-економічні, демографічні, екологічні, політичні, соціально-психологічні, природні, культурно-історичні та матеріально-технологічні [23]. Кожна з цих груп має свій вплив на формування туристичного ринку та визначає його особливості.

Окремо слід відзначити вплив науково-технічного прогресу, який сприяє розвитку матеріально-технічної бази туризму та створює умови для його масовості [20, с. 76; 36, с. 169]. Усі ці фактори є динамічними, оскільки змінюються з часом і потребують постійного аналізу.

Водночас існують і статичні фактори, до яких належать природно-кліматичні, географічні та культурно-історичні умови. Вони є відносно незмінними і формують основу туристичного потенціалу території, визначаючи її привабливість для туристів.

С. Цьохла додатково класифікує фактори за характером впливу (екстенсивні та інтенсивні) та за наслідками (позитивні і негативні) [47]. О. Комліченко розширює цю класифікацію, додаючи такі ознаки, як механізм впливу, географічна належність, територіальний рівень та результативність впливу [20, с. 77].

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що для більш повного розуміння розвитку внутрішнього туризму доцільно доповнити

існуючі класифікації рядом сучасних факторів. До них можна віднести культурно-освітні фактори, які формують туристичну обізнаність населення; інфраструктурні, що визначають рівень доступності туристичних об’єктів; екологічні, пов’язані зі збереженням природних ресурсів; маркетингові, які впливають на просування туристичних продуктів; соціально-економічні, що визначають платоспроможність населення; а також технологічні фактори, які забезпечують цифровізацію туристичної діяльності.

Загалом, поєднання статичних і динамічних факторів дозволяє сформувати комплексне уявлення про розвиток внутрішнього туризму. Їх ефективне використання сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних напрямків, збільшенню туристичних потоків та економічному зростанню регіонів. Таким чином, для забезпечення сталого розвитку внутрішнього туризму необхідно не лише раціонально використовувати наявні ресурси, але й активно розвивати інфраструктуру, підвищувати якість послуг і впроваджувати інноваційні підходи в туристичній діяльності.

РОЗДІЛ 2. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні

Упродовж останніх років внутрішній туризм в Україні зазнав суттєвих трансформацій, поступово перетворившись на важливу складову як економічного розвитку, так і суспільного життя держави. Вплив пандемії COVID-19, повномасштабної війни та загальних економічних викликів зумовив необхідність адаптації туристичної галузі до нових умов функціонування та пошуку альтернативних напрямів розвитку. У сучасних умовах внутрішній туризм виконує не лише рекреаційну функцію, але й сприяє активізації регіонального розвитку, збереженню культурної спадщини та підвищенню туристичної привабливості країни.

Динаміку розвитку внутрішнього туризму доцільно аналізувати в контексті загальних змін туристичних потоків, розглядаючи окремо період до 2022 року та етап після початку повномасштабного вторгнення рф в Україну, що дозволяє більш наочно оцінити вплив кризових чинників на функціонування туристичної сфери (рис. 2.1).

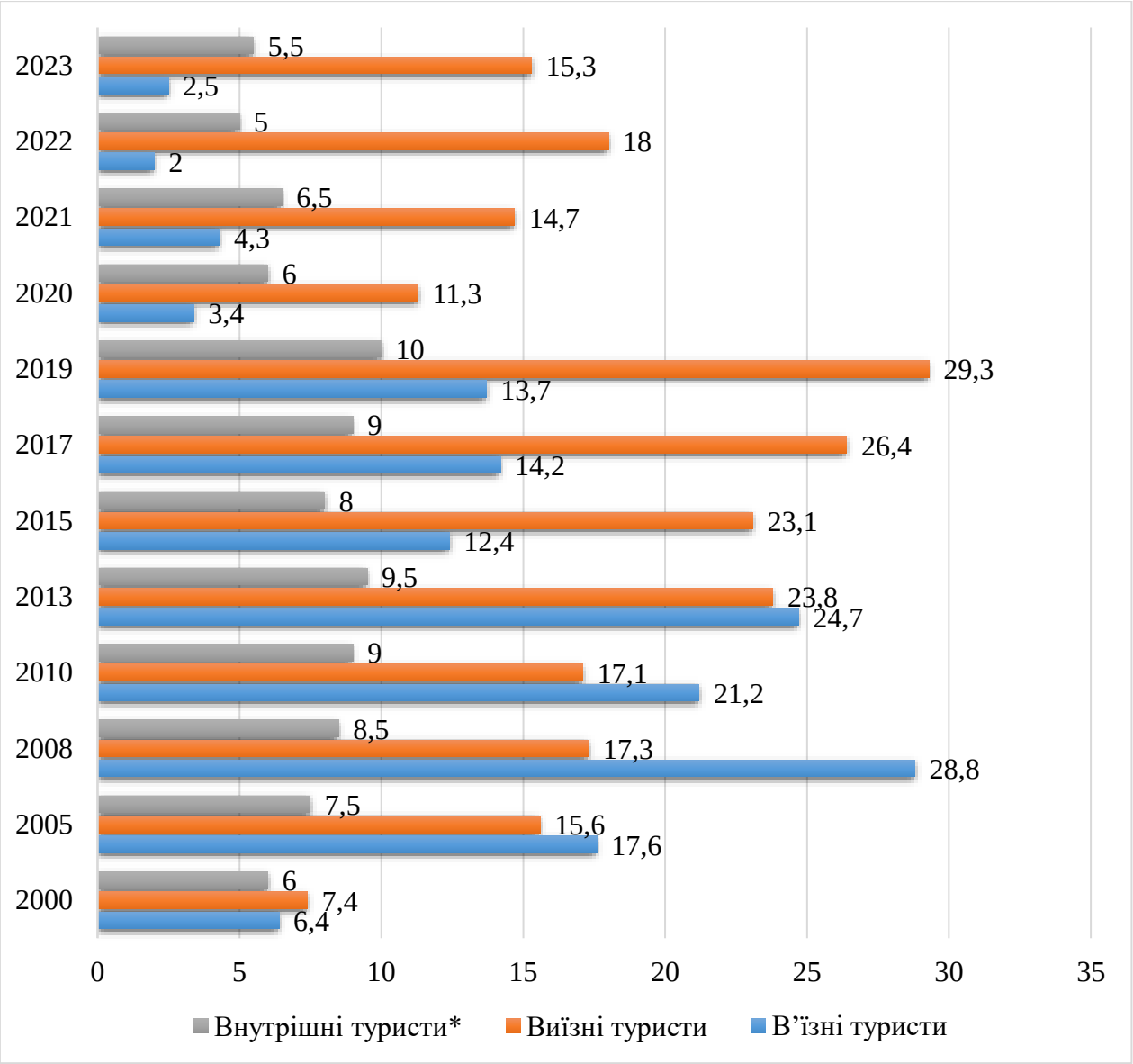


Рис. 2.1. Динаміка туристичних потоків у 2000-2023 рр. (млн осіб)*

**Джерело: систематизовано автором на основі [4; 6; 7; 14].*

Проведений аналіз статистичних даних дає змогу не лише охарактеризувати загальну динаміку туристичних потоків в Україні, а й детально простежити зміни обсягів внутрішнього туризму у порівнянні з в'їзним та виїзним, із визначенням темпів зростання і скорочення та чинників, що зумовили такі коливання.

У період 2000–2013 рр. внутрішній туризм демонструє стійку позитивну динаміку: його обсяги зросли з 6,0 млн до 9,5 млн осіб, тобто на 58,3%. Найбільш інтенсивне зростання спостерігалося у 2000–2008 рр., коли

показник збільшився з 6,0 до 8,5 млн осіб (+41,7%). Це пояснюється економічним зростанням країни, підвищенням рівня доходів населення та розвитком туристичної інфраструктури. У цей період відбувалося формування внутрішнього туристичного попиту та поступове становлення культури подорожей серед населення. Водночас в'їзний туризм у цей період зріс значно швидше – з 6,4 до 24,7 млн осіб (+285,9%), що свідчить про активне включення України у міжнародний туристичний простір.

Після 2013 року ситуація різко змінюється. У 2013–2015 рр. внутрішній туризм скоротився з 9,5 до 8,0 млн осіб, тобто на 15,8%. Це зниження є значно меншим порівняно з в'їзним туризмом, який за цей же період скоротився з 24,7 до 12,4 млн (–49,8%). Основними причинами стали анексія Криму, бойові дії на сході України та загальна політична нестабільність. Втрата Криму як одного з основних туристичних центрів України суттєво вплинула саме на внутрішній туризм. Проте, внутрішній туризм у цей період продемонстрував відносну стійкість завдяки переорієнтації туристичних потоків на інші регіони, зокрема Карпати та західні області України.

У 2015–2019 рр. спостерігається відновлення внутрішнього туризму: його обсяги зросли з 8,0 до 10,0 млн осіб, що становить +25%. Найбільш відчутне зростання відбулося у 2017–2019 рр. (з 9,0 до 10,0 млн, тобто +11,1%). Це пов'язано зі стабілізацією економічної ситуації, розвитком внутрішніх туристичних напрямків та зростанням попиту на локальні подорожі. Водночас виїзний туризм у цей період зріс значно швидше – з 23,1 до 29,3 млн (+26,8%), що свідчить про підвищення купівельної спроможності населення та лібералізацію візового режиму (зокрема запровадження безвізу з ЄС). Це, своєю чергою, частково стримувало темпи зростання внутрішнього туризму.

Найбільш різке падіння внутрішнього туризму зафіксовано у 2019–2020 рр.: з 10,0 до 6,0 млн осіб, що становить –40%. Основною причиною стала пандемія COVID-19, яка призвела до обмеження пересування населення, закриття туристичних об'єктів та зниження ділової активності.

При цьому в’їзний туризм скоротився ще більш різко – на –75,2% (з 13,7 до 3,4 млн), що підтверджує вищу стійкість внутрішнього туризму до глобальних криз.

У 2020–2021 рр. спостерігається часткове відновлення внутрішнього туризму – з 6,0 до 6,5 млн осіб (+8,3%). Це пояснюється адаптацією населення до умов пандемії та переорієнтацією на подорожі всередині країни через обмеження міжнародного туризму. Як зазначають дослідники, у цей період внутрішній туризм став основним рушієм відновлення туристичної галузі.

Однак у 2022 році відбулося нове суттєве скорочення – з 6,5 до 5,0 млн осіб (–23,1%), що пов’язано з повномасштабним вторгненням рф в Україну. Основними факторами стали безпекові ризики, руйнування туристичної інфраструктури, внутрішня міграція населення та зниження доходів. Водночас у 2023 році зафіксовано певне відновлення внутрішнього туризму до 5,5 млн осіб (+10%), що свідчить про поступову адаптацію галузі до воєнних умов. У цей період внутрішній туризм трансформується, набуваючи нових форм, зокрема реабілітаційного, волонтерського та короткотривалого туризму.

Порівняльний аналіз показує, що внутрішній туризм є найбільш стабільним серед усіх видів туристичних потоків. Наприклад, у період 2008–2020 рр. він скоротився з 8,5 до 6,0 млн (–29,4%), тоді як в’їзний туризм за цей же період зменшився з 28,8 до 3,4 млн (–88,2%). Це підтверджує висновки науковців про те, що внутрішній туризм виконує стабілізуючу функцію та є менш чутливим до зовнішніх викликів.

Таким чином, внутрішній туризм в Україні характеризується хвилеподібною динамікою: періоди зростання змінюються кризовими спадами, однак амплітуда цих коливань є значно меншою порівняно з міжнародним туризмом. Основними факторами впливу виступають економічні умови, політична ситуація, безпекові ризики та глобальні кризи. Водночас внутрішній туризм зберігає здатність до швидкого відновлення та

відіграє основну роль у підтримці туристичної галузі, що узгоджується з науковими підходами щодо його стратегічного значення для національної економіки.

Можна зробити висновок, що внутрішній туризм в Україні, попри відносну стійкість до впливу зовнішніх чинників, все ж залишається чутливим до масштабних політичних, економічних і глобальних кризових явищ, зокрема пандемій та воєнних конфліктів. Ці риси чітко проявилися і в період 2022–2025 років, коли функціонування туристичної сфери відбувалося в умовах повномасштабної війни та запровадження воєнного стану.

Період пандемії COVID-19 суттєво обмежив розвиток міжнародного туризму, зокрема в'їзного та виїзного, що водночас стимулювало активізацію внутрішніх туристичних потоків. Як зазначають О. Графська, О. Підвальна та Х. Боднарчук, у цей період спостерігалося зростання внутрішнього туризму, зокрема у 2020 році південні регіони України прийняли на 30–170% більше туристів порівняно з попереднім роком. За рівнем популярності після них слідували Західна Україна та Карпатський регіон, а також місто Київ і Київська область. Дослідники також підкреслюють, що в Карпатському регіоні статистичні дані є більш достовірними через переважно легальну діяльність закладів розміщення [13].

До початку пандемії, зокрема у 2019 році, основними центрами внутрішнього туризму були Львівська, Одеська, Закарпатська, Івано-Франківська, Херсонська, Запорізька та Тернопільська області. Вони спеціалізувалися на різних видах туризму: екскурсійному, пляжному, гастрономічному, активному та сімейному відпочинку. Серед найпопулярніших туристичних об'єктів варто відзначити курорт Затока, біосферний заповідник «Асканія-Нова», Києво-Печерську лавру та історичний центр Львова [22, с. 27].

За результатами досліджень Державного агентства розвитку туризму України, у 2021 році близько 38% населення здійснювали подорожі в межах країни, витрачаючи в середньому близько 6 тис. грн на одну поїздку.

Основною метою подорожей для 68% респондентів були відпочинок і дозвілля. Найпопулярнішими видами туризму стали пляжний (48%), екскурсійний (36%), гірськолижний (17%) та оздоровчий (14%). Інформацію про подорожі туристи найчастіше отримували із соціальних мереж (50%), рекомендацій знайомих (40%) та інтернет-ресурсів (33%). При цьому більшість туристів (83%) самостійно планували свої подорожі, використовуючи цифрові сервіси та онлайн-платформи [1].

Щодо транспортних вподобань, переважали подорожі власним автомобілем (57%), автобусами (26%) та залізничним транспортом (25%). Для проживання туристи обирали переважно орендовані апартаменти (26%) та готелі (25%). За складом подорожей домінували сімейні (37%), подорожі з партнером (22%) та самостійні поїздки (21%), тоді як організовані групові тури залишалися малопоширеними (близько 1%) [1].

Науковці відзначають, що станом на кінець 2021 року внутрішній туризм в Україні демонстрував позитивну динаміку розвитку: зросла зацікавленість природними та культурними об’єктами, розширився спектр туристичних послуг і з’явилися нові туристичні продукти [9]. Водночас розвиток галузі стримувався низкою проблем, серед яких варто виділити недостатню взаємодію між учасниками туристичного ринку, невідповідність ціни та якості послуг, проблеми транспортної доступності та безпеки, а також високу частку самодіяльного туризму [12].

Суттєвим переломним моментом для внутрішнього туризму став 2014 рік, коли внаслідок анексії Криму та окупації частини територій Донецької і Луганської областей Україна втратила значну частину туристично-рекреаційного потенціалу. Особливо відчутною стала втрата Криму як одного з основних центрів внутрішнього туризму.

Ще більшого удару туристична галузь зазнала у 2022 році після початку повномасштабного вторгнення рф. Воєнні дії призвели до значних руйнувань інфраструктури, обмеження доступу до туристичних об’єктів і зниження рівня безпеки. Багато популярних напрямків, особливо на сході та

півдні країни, стали недоступними через бойові дії, мінування територій та постійну загрозу обстрілів [11].

У цих умовах змінився і портрет внутрішнього туриста: значна частина подорожей була зумовлена не відпочинком, а вимушеним переміщенням населення. Внутрішній туризм частково трансформувався у форму міграційної мобільності, пов’язаної з пошуком безпечних регіонів для проживання.

Поступово, після початкового шоку, туристичний ринок почав адаптуватися до нових умов. Найбільш затребуваними стали відносно безпечні регіони Західної України (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області) та Київська область, які зберегли туристичний потенціал і змогли частково компенсувати втрати інших територій [39; 44]. У цих регіонах активно розвиваються культурно-пізнавальні, природні та оздоровчі види туризму.

Особливої популярності набули агротуризм та екологічний туризм. Туристи все частіше обирають відпочинок у природних локаціях, таких як Полісся, озеро Світязь, озеро Синевир або національний парк «Прип’ять-Стохід». Також спостерігається розвиток гастрономічного туризму, зокрема в межах проєкту «Дороги вина та смаку України», що сприяє популяризації місцевих продуктів і туристичних маршрутів [30].

Важливу роль у просуванні туристичних можливостей відіграють цифрові платформи, зокрема портал «Мандруй Київщиною», який забезпечує доступ до актуальної інформації про туристичні маршрути, об’єкти та послуги, а також сприяє залученню інвесторів і партнерів у туристичну сферу [44].

Отже, сучасний етап розвитку внутрішнього туризму в Україні характеризується гнучкою адаптацією до кризових умов, зміною структури туристичного попиту та переорієнтацією на безпечні регіони. Попри значні виклики, внутрішній туризм продовжує відігравати важливу роль у підтримці економіки, розвитку регіонів та збереженні культурної спадщини.

В умовах сучасної ситуації в Україні у сфері внутрішнього туризму сформувався ряд характерних тенденцій, що відображають адаптацію галузі до нових соціально-економічних та безпекових викликів. До основних із них доцільно віднести: зростання попиту на санаторно-оздоровчі подорожі; поширення практики бронювання туристичних поїздок у короткостроковій перспективі (зокрема «на завтра»); скорочення тривалості туристичних поїздок; підвищення вимог туристів до якості та безпеки послуг; трансформацію портрета сучасного українського туриста; зростання популярності соло-подорожей; а також активізацію туристичних ініціатив, спрямованих на підтримку Збройних Сил України [16].

Однією з найбільш помітних тенденцій є зростання попиту на санаторно-оздоровчий туризм та подорожі, орієнтовані на психологічне відновлення. В умовах воєнного стану питання фізичного та ментального здоров’я набуває особливої актуальності, що зумовлює прагнення населення відпочивати у відносно безпечних регіонах, віддалених від зон активних бойових дій, повітряних тривог та інших загроз. Такі подорожі сприяють зниженню рівня стресу, відновленню емоційного стану та покращенню загального самопочуття.

Крім того, важливо зазначити, що у 2022 році санаторно-курортні заклади відіграли значну соціальну роль, оскільки стали місцем тимчасового розміщення внутрішньо переміщених осіб. Вони забезпечували людей житлом, харчуванням, а також надавали медичну та психологічну допомогу. Таким чином, ці установи виконували не лише рекреаційну, а й гуманітарну функцію, сприяючи адаптації населення до нових умов життя та підтримці в кризових ситуаціях.

Важливим аспектом дослідження окреслених тенденцій розвитку внутрішнього туризму є аналіз просторової структури туристичних потоків, зокрема визначення найбільш популярних напрямків подорожей українців у сучасних умовах. З урахуванням змін у поведінці туристів, зростання попиту на безпечні регіони та оздоровчий відпочинок, доцільно розглянути

географію внутрішнього туризму, що відображає актуальні пріоритети туристів у 2023–2025 роках (табл. 2.2).

Таблиця 2.1

Популярні напрямки внутрішнього туризму в Україні (2023–2025)*

№	Напрямок / регіон	Частка / показник популярності
1.	Карпати (Івано-Франківська, Закарпатська обл.)	75,7% туристів обирають цей напрямок
2.	Одеса та узбережжя Чорного моря	48,5%
3.	Львів та Львівська область	21%
4.	Київ та Київська область	16,9%
5.	Центральні області (зокрема Черкаська)	Входять у ТОП за туристичним збором
6.	Закарпатська область	Лідер за туристичним збором
7.	Дніпропетровська область	У ТОП за надходженнями від туризму

**Джерело: систематизовано автором на основі* [10; 15; 27; 49]

В умовах воєнного стану внутрішній туризм в Україні зазнав суттєвих трансформацій, пов’язаних із безпековими, економічними та соціальними чинниками. Обмеження міжнародних подорожей, зниження платоспроможності населення, а також зростання попиту на короткотривалий відпочинок сприяли активізації внутрішніх туристичних потоків.

Аналіз статистичних даних свідчить, що структура туристичних потоків змістилася у бік відносно безпечних регіонів, а також територій із розвиненою туристичною інфраструктурою. Водночас спостерігається зростання ролі регіонів, які раніше не належали до основних туристичних центрів.

Найбільш затребуваним напрямком внутрішнього туризму в Україні залишається Карпатський регіон, який обирають 75,7% туристів. Такий високий рівень популярності зумовлений поєднанням кількох важливих чинників, серед яких відносно високий рівень безпеки порівняно з іншими територіями країни, значний природно-рекреаційний потенціал (гірські ландшафти, ліси, мінеральні води), а також добре розвинена туристична інфраструктура, що включає готелі, садиби та курортні комплекси.

Додатковою перевагою є можливість організації відпочинку протягом усього року, зокрема розвиток як гірськолижного, так і літнього туризму. У сучасних умовах Карпати фактично виконують роль основного туристичного центру країни.

Другу позицію за популярністю займає Одеський регіон та узбережжя Чорного моря, частка якого становить 48,5%. Незважаючи на підвищені безпекові ризики, цей напрямок зберігає свою привабливість завдяки усталеному попиту на морський відпочинок, сформованому туристичному іміджу та частковому відновленню інфраструктури. Водночас розвиток цього регіону є нестабільним і значною мірою залежить від безпекової ситуації, зокрема ракетних загроз і мінної небезпеки прибережних територій.

Львівський регіон, який обирають близько 21% туристів, демонструє стабільність завдяки значному історико-культурному потенціалу, високому рівню розвитку сфери гостинності та активній організації культурних заходів. Місто Львів виступає не лише як центр культурно-пізнавального туризму, а й як важливий транзитний пункт для подорожей до Карпатського регіону.

Київ та Київська область, частка яких становить 16,9%, характеризуються розвитком ділового туризму, зростанням попиту на короткотривалі подорожі (тур вихідного дня), а також концентрацією значної кількості культурних і історичних об’єктів. Незважаючи на складну безпекову ситуацію у 2022 році, столичний регіон поступово відновлює туристичну активність.

Водночас центральні області України, зокрема Черкаська, демонструють позитивну динаміку розвитку та входять до числа регіонів із високими надходженнями туристичного збору. Це пояснюється їх вигідним географічним положенням, відносною безпечністю та активним розвитком внутрішніх туристичних продуктів, зокрема екологічного туризму та історико-культурних маршрутів. Така тенденція свідчить про поступову деконцентрацію туристичних потоків у межах країни.

Окрім того, до лідерів за обсягами туристичного збору належать Закарпатська та Дніпропетровська області. Закарпаття приваблює туристів завдяки унікальному поєднанню природних ресурсів та близькості до країн Європейського Союзу, тоді як Дніпропетровська область демонструє зростання за рахунок розвитку ділового туризму та внутрішніх переміщень населення. Загалом це свідчить про диверсифікацію туристичних потоків та поступове розширення географії внутрішнього туризму в Україні.

На основі проведеного аналізу можна виокремити основні тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах воєнного стану. Передусім визначальним чинником вибору туристичного напрямку став рівень безпеки регіону, що суттєво впливає на поведінку споживачів туристичних послуг. Водночас спостерігається зміщення попиту у бік природного туризму, зокрема зростає популярність гірського, екологічного та оздоровчого відпочинку, що пояснюється прагненням населення до відновлення фізичного та психологічного стану.

Крім того, характерною рисою сучасного етапу є скорочення тривалості подорожей: переважають короткотривалі поїздки тривалістю 2–5 днів, що обумовлено як економічними обмеженнями, так і загальною нестабільністю ситуації в країні. Поряд із цим спостерігається формування нової туристичної географії, що проявляється у зростанні ролі регіонів, які раніше не належали до основних туристичних центрів.

Разом із позитивними тенденціями розвиток внутрішнього туризму супроводжується низкою проблем, серед яких варто виділити нестабільну безпекову ситуацію, обмежений доступ до морських курортів, зниження доходів населення, часткове руйнування туристичної інфраструктури, а також нерівномірність розвитку окремих регіонів.

Узагальнюючи, слід зазначити, що внутрішній туризм в Україні в умовах воєнного стану демонструє адаптивність і відносну стійкість до зовнішніх викликів. Провідні позиції займає Карпатський регіон, який акумулює основні туристичні потоки, тоді як загальна туристична активність

зміщується у більш безпечні регіони, насамперед Західної та Центральної України. Водночас спостерігається посилення ролі нових регіонів, що свідчить про поступову трансформацію туристичної галузі. Подальший розвиток внутрішнього туризму значною мірою залежатиме від безпекової ситуації в країні та ефективності державної підтримки галузі.

Слід звернути увагу на основні тенденції внутрішнього у 2023-2025 роках, які вказують на його адаптивність та поступове відновлення у воєнний період (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Загальні тенденції внутрішнього туризму у 2023-2025 рр.*

Показник	**Значення**
Частка українців, які подорожували Україною з початку війни	понад **45%**
Частка тих, хто планує відпочинок в Україні (2024)	**51%**
Частка у 2025 році	до **85%**
Туристичний збір 2024	**273,1 млн грн**
Зростання турзбору 2024 vs 2023	**+23%**

**Джерело: систематизовано автором на основі [10; 15; 27; 49]*

Аналіз наведених даних дозволяє охарактеризувати сучасний стан та ключові тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах воєнного стану. Насамперед слід відзначити суттєве зростання ролі внутрішніх подорожей: понад 45% українців здійснювали поїздки територією країни з початку повномасштабної війни. Це свідчить про переорієнтацію туристичних потоків із міжнародного на внутрішній ринок, що стало вимушеною, але водночас стабілізуючою реакцією галузі на зовнішні обмеження.

Важливим індикатором є також наміри населення щодо майбутніх подорожей. Зокрема, у 2024 році 51% українців планували відпочинок у межах країни, тоді як у 2025 році цей показник зріс до 85%. Така динаміка демонструє не лише відновлення довіри до внутрішнього туризму, але й формування стійкого попиту на національний туристичний продукт. Зростання інтересу до подорожей Україною можна пояснити як

обмеженнями виїзду за кордон, так і поступовою адаптацією населення до умов воєнного часу.

Окремої уваги заслуговують фінансові показники галузі. Обсяг туристичного збору у 2024 році склав 273,1 млн грн, що на 23% більше порівняно з 2023 роком. Це свідчить про поступове відновлення економічної активності в туристичній сфері та зростання обсягів споживання туристичних послуг. Незважаючи на складні умови функціонування, галузь демонструє позитивну динаміку надходжень, що є важливим показником її життєздатності.

Таким чином, наведені дані підтверджують, що внутрішній туризм в Україні в умовах воєнного стану характеризується зростанням попиту, підвищенням економічних показників та поступовою стабілізацією. Основними аспектами розвитку є переорієнтація туристичних потоків на внутрішній ринок, зростання довіри населення до подорожей країною та відновлення фінансових показників галузі. У перспективі це створює передумови для подальшого розвитку внутрішнього туризму як одного з важливих напрямів економічної активності.

2.2. Аналіз податкових надходжень від внутрішнього туризму в Україні

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі важливим інструментом оцінки її ефективності та динаміки є аналіз обсягів туристичного збору. Даний показник відображає не лише рівень туристичної активності, але й виступає показником економічної стійкості галузі, її здатності адаптуватися до зовнішніх викликів та забезпечувати надходження до державного і місцевих бюджетів.

Особливої актуальності набуває дослідження динаміки туристичного збору в Україні за останні роки, оскільки цей період характеризується впливом двох масштабних кризових явищ – пандемії COVID-19 та

повномасштабної війни. Кожен із цих факторів суттєво вплинув на функціонування туристичної сфери, зумовивши різкі коливання обсягів надходжень, зміну географії туристичних потоків та трансформацію структури попиту.

У таблиці 2.3 відображається динаміка туристичного збору в Україні за 2020–2024 роки та дозволяє простежити основні етапи розвитку галузі, де слід виділити: кризове падіння у 2020 році, стрімке відновлення у 2021 році, різке скорочення у 2022 році внаслідок воєнних дій, а також поступову стабілізацію та зростання у 2023–2024 роках. Аналіз наведених даних дає змогу оцінити сучасний стан туристичної галузі та визначити основні тенденції її подальшого розвитку.

Таблиця 2.3

Туристичний збір в Україні (2020–2024)*

Рік	Загальний туристичний збір в Україні, млн грн	Основні регіони-лідери	Коментар
2020	130,6	м. Київ, Львівська, Одеська	Падіння через COVID-19
2021	244,0	м. Київ (≈68 млн), Одеська, Львівська	Рекордне зростання
2022	178,9	Західні області	Різке падіння через війну
2023	222,6	Київ, Львівська, Закарпатська	Початок відновлення
2024	273,1	Київ (49 млн), Закарпатська, Львівська	+23% зростання

**Джерело: систематизовано автором на основі [25; 26; 39; 40; 41; 42; 43; 45].*

Аналіз динаміки туристичного збору в Україні за 2020–2024 роки дозволяє простежити чітку циклічність розвитку туристичної галузі під впливом зовнішніх кризових факторів, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабної війни. Загальна тенденція свідчить про те, що галузь зазнавала різких коливань, однак при цьому демонструвала здатність до поступового відновлення після кожного етапу кризових потрясінь.

У 2020 році спостерігається найнижчий рівень туристичного збору (130,6 млн грн), що безпосередньо пов’язано з глобальними обмеженнями через пандемію COVID-19, які практично зупинили міжнародний та суттєво обмежили внутрішній туризм. Вже у 2021 році відбувається стрімке відновлення галузі, коли обсяг туристичного збору зріс до 244,0 млн грн. Це зростання пояснюється послабленням карантинних обмежень, відновленням мобільності населення та активізацією внутрішніх туристичних потоків, що дозволило галузі частково компенсувати попередні втрати.

Однак у 2022 році спостерігається нове різке падіння показників до 178,9 млн грн, що стало наслідком повномасштабного вторгнення рф в Україну. Військові дії призвели до руйнування туристичної інфраструктури, зменшення безпеки пересування та значного скорочення туристичної активності, особливо у східних та південних регіонах. У цей період туристичні потоки були переорієнтовані переважно на західні області, які стали відносно безпечними зонами для відпочинку.

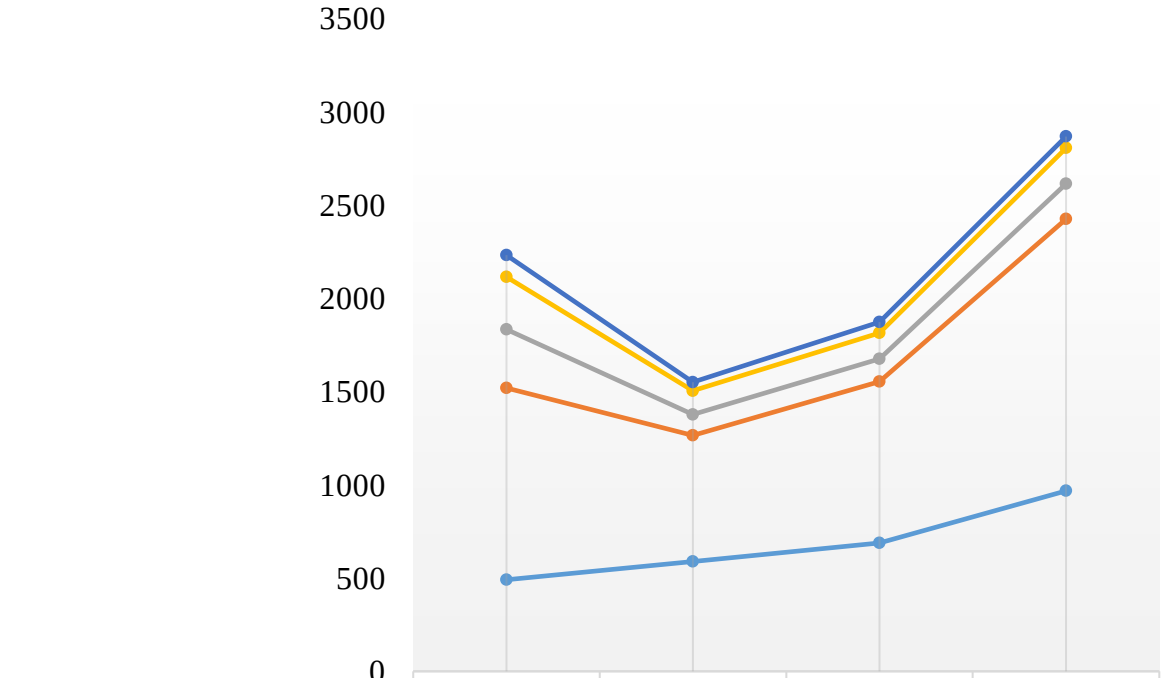
Починаючи з 2023 року, галузь демонструє поступове відновлення, що проявляється у зростанні туристичного збору до 222,6 млн грн. Це свідчить про адаптацію туристичного бізнесу до умов воєнного стану, розвиток внутрішнього туризму та часткове відновлення довіри населення до подорожей країною. У 2024 році позитивна динаміка посилюється, і обсяг туристичного збору досягає 273,1 млн грн, що на 23% більше порівняно з попереднім роком. Така тенденція свідчить про стабілізацію галузі та поступове відновлення її економічного потенціалу.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що туристична галузь України в цей період перебувала під впливом двох послідовних криз, однак продемонструвала високу адаптивність. Попри значні втрати у 2020 та 2022 роках, спостерігається чітка тенденція до відновлення та зростання у 2021, 2023 та 2024 роках. Це свідчить про поступове формування нової моделі внутрішнього туризму, яка базується на безпекових факторах, внутрішньому попиті та регіональній переорієнтації туристичних потоків.

Аналіз динаміки туристичного збору за макрорегіонами України у 2021–2024 рр. дозволяє оцінити вплив воєнних дій на різні території та виявити основні тенденції відновлення галузі. Доцільність такого підходу зумовлена поділом регіонів за рівнем безпеки, економічного розвитку та туристичного потенціалу. Саме виділення таких макрорегіонів, як Карпатсько-Подільський, Полісько-Столичний, Причорноморський, Придніпровсько-Донецький та Харківський) дає змогу узагальнити статистичні дані та сформувати цілісне уявлення про регіональні особливості функціонування туристичної галузі.

У таблиці 2.3 відображено динаміку туристичного збору в розрізі макрорегіонів України, що дозволяє простежити як загальні, так і специфічні тенденції розвитку туризму в умовах кризи. Зокрема, вона дає можливість оцінити масштаби падіння надходжень у 2022 році, визначити темпи відновлення у 2023–2024 роках, а також виявити регіони-лідери та аутсайдери за рівнем адаптації до нових умов.

Аналіз динаміки туристичного збору в розрізі макрорегіонів України за 2021–2024 роки (рис. 2.2) дозволяє виявити суттєву диференціацію впливу воєнних дій на розвиток туристичної галузі та визначити ключові тенденції її відновлення. Загалом, 2022 рік став кризовим для всіх регіонів, що проявилося у різкому скороченні надходжень, однак подальші періоди характеризуються поступовою стабілізацією та нерівномірним відновленням.



	2021	2022	2023	2024
Харківський	116,2	46,2	59,4	61,8
Придніпровсько-Донецький	281	127,3	138,4	191,7
Причорноморський	315,4	112,3	122,2	189,1
Поліcько-Столичний	1028	677,3	865,7	1458,2
Карпатсько-Подільський	491,2	588,2	688	968

Рис. 2.2. Динаміка туристичного збору в 2021–2024 рр. у розрізі макрорегіонів*

**Джерело: систематизовано автором на основі [25; 26; 39; 40; 41; 42; 43; 45].*

Найбільш позитивну динаміку демонструє Карпатсько-Подільський макрорегіон, де спостерігається стабільне зростання туристичного збору протягом усього досліджуваного періоду: з 491,2 млн грн у 2021 році до 968,0 млн грн у 2024 році. Така тенденція зумовлена передусім відносно безпечним географічним положенням регіону, що сприяло переорієнтації туристичних потоків саме в цей напрям. Крім того, важливу роль відіграє розвинена туристична інфраструктура та значний природно-рекреаційний потенціал, що забезпечує привабливість регіону протягом усього року.

Фактично, Карпатсько-Подільський регіон виступає основним рушієм розвитку внутрішнього туризму в умовах воєнного стану.

Поліcько-Столичний макрорегіон, який включає столицю та прилеглі території, характеризується найбільшими обсягами туристичного збору. У 2022 році тут зафіксовано суттєве падіння надходжень (з 1028,0 до 677,3 млн грн), що було зумовлено безпосередньою загрозою бойових дій. Водночас у 2023–2024 роках регіон продемонстрував стрімке відновлення, досягнувши 1458,2 млн грн у 2024 році, що перевищує довоєнний рівень. Така динаміка пояснюється концентрацією ділової активності, розвитком внутрішніх переміщень населення та відновленням функціонування туристичної та сервісної інфраструктури. Це свідчить про високу адаптивність регіону та його ключову роль у формуванні доходів галузі.

Причорноморський макрорегіон зазнав одного з найбільш суттєвих негативних впливів. У 2022 році обсяг туристичного збору скоротився майже втричі – з 315,4 до 112,3 млн грн. Незважаючи на подальше відновлення до 189,1 млн грн у 2024 році, показники залишаються значно нижчими за довоєнний рівень. Основними причинами є безпекові ризики, обмежений доступ до морських курортів та часткове руйнування туристичної інфраструктури. Це свідчить про високу залежність регіону від сезонного морського туризму та його вразливість до зовнішніх факторів.

Придніпровсько-Донецький макрорегіон демонструє повільне відновлення туристичної активності. Після падіння у 2022 році (з 281,0 до 127,3 млн грн) надходження поступово зростають, досягнувши 191,7 млн грн у 2024 році. Однак рівень відновлення залишається обмеженим, що пояснюється близькістю до зони бойових дій, зниженням туристичної привабливості та частковим порушенням інфраструктури. Аналогічна ситуація спостерігається у Харківському макрорегіоні, який характеризується найнижчими показниками серед усіх регіонів. Попри певне зростання після різкого падіння у 2022 році (з 116,2 до 46,2 млн грн), у 2024 році

надходження становлять лише 61,8 млн грн, що свідчить про слабкі темпи відновлення.

Слід зазначити, що динаміка туристичного збору в Україні чітко відображає нову просторову структуру туристичного ринку, яка сформувалася під впливом воєнних дій. Спостерігається виразний перерозподіл туристичних потоків на користь західних та центральних регіонів, тоді як східні та південні території зазнали значного скорочення активності. Водночас загальна тенденція до зростання надходжень у 2023–2024 роках свідчить про поступову стабілізацію галузі та її здатність адаптуватися до складних умов. Це створює передумови для подальшого розвитку внутрішнього туризму як важливого сектору національної економіки.

Аналіз податкових надходжень від внутрішнього туризму є важливим для розуміння реального стану туристичної галузі України в умовах воєнного стану. Оскільки офіційна статистика не виділяє окремо податки саме від внутрішнього туризму, їх оцінка здійснюється на основі загального туристичного збору з урахуванням того, що після 2022 року внутрішній туризм фактично став домінуючим сегментом ринку. У таблиці 2.4 відображається частка внутрішнього туризму у формуванні туристичного збору за 2021–2024 роки, що дозволяє простежити його роль у наповненні місцевих бюджетів.

Таблиця 2.4

Частка внутрішнього туризму у формуванні туристичного збору за 2021-2024 рр.*

Рік	Загальний туристичний збір в Україні, млн грн	Частка, яку формує внутрішній туризм (оцінка)	Оціночний внесок внутрішнього туризму, млн грн
2021	244,0	70–75%	170–183 млн грн
2022	178,9	90%	161 млн грн
2023	222,6	90–92%	200–205 млн грн
2024	273,1	90–95%	246–259 млн грн

**Джерело: систематизовано автором на основі [25; 26; 39; 40; 41; 42; 43; 45].*

Аналіз наведених даних свідчить про поступове зростання ролі внутрішнього туризму у формуванні податкових надходжень туристичної галузі України. У 2021 році частка внутрішнього туризму у структурі туристичного збору оцінювалася на рівні 70–75%, що пояснюється ще значною присутністю міжнародного туризму до початку повномасштабної війни. Уже у 2022 році цей показник різко зріс до близько 90%, що стало прямим наслідком припинення або суттєвого скорочення в'їзного та виїзного туризму через воєнні дії. Відповідно, внутрішні туристичні потоки почали формувати майже весь обсяг податкових надходжень галузі.

У 2023–2024 роках тенденція до домінування внутрішнього туризму лише посилилася. Його внесок у туристичний збір стабільно утримується на рівні 90–95%, що свідчить про структурну трансформацію туристичного ринку України. Зростання абсолютних показників у 2024 році до приблизно 246–259 млн грн підтверджує поступове відновлення галузі та підвищення активності внутрішніх туристичних потоків.

Загалом можна зробити висновок, що внутрішній туризм у сучасних умовах виконує функцію основного джерела податкових надходжень туристичної сфери. Саме він забезпечує стабільність фінансових показників галузі, підтримує місцеві бюджети та компенсує втрати від практично повного згортання міжнародного туризму. Це свідчить про формування нової моделі розвитку туристичної галузі України, орієнтованої насамперед на внутрішній ринок.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми та перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму

В умовах воєнного стану внутрішній туризм в Україні набув важливого значення для підтримки функціонування туристичної галузі, однак його розвиток супроводжується низкою системних проблем. Вони мають комплексний характер і охоплюють безпекові, економічні, інфраструктурні та організаційні аспекти, що суттєво впливають на якість туристичних послуг та географію туристичних потоків.

Виявлення та аналіз цих проблем є необхідною умовою для формування ефективної державної політики у сфері туризму, а також для визначення перспектив подальшого відновлення та розвитку галузі. Узагальнення основних проблем розвитку (табл. 3.1) дозволяє систематизувати сучасний стан внутрішнього туризму та оцінити його адаптивність до кризових умов.

Таблиця 3.1

Основні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні*

Група проблем	Суть проблеми	Вплив на туризм
Безпекові	Воєнні дії, ракетні обстріли, мінна небезпека	Скорочення туристичних потоків, зміна географії подорожей
Інфраструктурні	Руйнування готелів, доріг, туристичних об’єктів	Зниження якості сервісу та доступності дестинацій
Економічні	Зниження доходів населення, інфляція	Скорочення витрат на подорожі
Логістичні	Обмеження пересування, затори, дефіцит транспорту	Ускладнення доступу до туристичних регіонів
Ринкові	Зникнення частини туроператорів, скорочення пропозиції	Зменшення конкуренції та вибору
Сезонні	Переорієнтація на короткі поїздки	Зменшення тривалості перебування туристів

**Джерело: систематизовано автором на основі*.

Однією з основних проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні є безпековий фактор, який визначає практично всі аспекти туристичної активності. Суттєво обмежують можливості вільного пересування туристів воєнні дії, ракетні обстріли та загроза повітряних тривог, чим формують нерівномірний попит між регіонами. Це призводить до концентрації туристичних потоків у відносно безпечних областях, насамперед у західній частині країни.

Другою важливою проблемою є руйнування та зношення туристичної інфраструктури. Частина готелів, баз відпочинку, закладів харчування та транспортної інфраструктури була пошкоджена або повністю знищена, що знижує загальний рівень туристичного сервісу. Навіть у безпечних регіонах спостерігається перевантаження інфраструктури через різке зростання внутрішнього попиту.

Економічні фактори також суттєво впливають на розвиток галузі. Зниження реальних доходів населення, інфляційні процеси та загальна економічна нестабільність призводять до скорочення витрат на відпочинок. У результаті переважають короткострокові та бюджетні подорожі, що зменшує середній чек у туристичній галузі.

Окремо варто відзначити логістичні проблеми, які ускладнюють доступ до туристичних дестинацій. Обмеження транспортного сполучення, тривалі маршрути через зміни в інфраструктурі та безпекові обмеження створюють додаткові бар’єри для розвитку внутрішнього туризму. Це особливо відчутно для віддалених регіонів.

Також спостерігається трансформація ринкової структури туристичної галузі. Частина туристичних операторів припинила діяльність або скоротила спектр послуг, що призвело до зменшення конкуренції на ринку. Це впливає на різноманітність туристичних продуктів і стримує розвиток інновацій у сфері туризму.

Узагальнюючи, слід зазначити, що внутрішній туризм в Україні, попри свою зростаючу роль у період війни, функціонує в умовах значних обмежень.

Його розвиток стримується комплексом взаємопов'язаних проблем, які потребують системного вирішення на рівні державної політики, інвестицій у відновлення інфраструктури та формування безпечного туристичного середовища.

Розвиток внутрішнього туризму в Україні в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення має значний потенціал, який формуватиметься під впливом безпекових, економічних та інфраструктурних факторів. Вже сьогодні спостерігається поступова трансформація туристичного ринку, що створює передумови для появи нових та посилення існуючих туристичних напрямків. Особливої актуальності набуває орієнтація на безпечні регіони та розвиток локальних туристичних продуктів.

Перспективи розвитку внутрішнього туризму тісно пов'язані з необхідністю відновлення інфраструктури, підвищення якості сервісу та формування конкурентоспроможного туристичного середовища. У цьому контексті важливу роль відіграватимуть державні та приватні інвестиції, а також розвиток цифрових технологій у сфері туризму. Саме ці чинники визначатимуть нову модель функціонування туристичної галузі України (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Перспективні напрямки розвитку внутрішнього туризму*

Напрямок	**Характеристика**	**Перспективність**
Гірський туризм (Карпати)	Еко-, активний, оздоровчий туризм	Дуже висока
Медичний та оздоровчий туризм	Санаторії, мінеральні води, реабілітація	Висока
Екотуризм	Національні парки, природні заповідники	Висока
Культурно-історичний туризм	Львів, Київ, Кам'янець-Подільський	Висока
Сільський туризм (агротуризм)	Проживання в сільських садибах	Зростаюча
Подієвий туризм	Фестивалі, події, локальні заходи	Середня–висока
Weekend-туризм	Короткі поїздки 2–3 дні	Дуже висока

**Джерело: систематизовано автором*.

Одним із найбільш перспективних напрямків розвитку внутрішнього туризму в Україні залишається гірський туризм, зокрема в Карпатському регіоні. Його популярність зумовлена поєднанням природних ресурсів, відносної безпеки та вже сформованої туристичної інфраструктури. У майбутньому цей напрямок має потенціал до подальшого розширення за рахунок розвитку нових маршрутів, екологічних стежок та активних видів відпочинку.

Важливим перспективним сегментом є медичний та оздоровчий туризм, який базується на використанні природних лікувальних ресурсів України. Санаторно-курортні комплекси можуть стати одним із основних драйверів галузі, особливо в умовах зростання попиту на відновлення фізичного та психологічного стану населення. Це створює передумови для модернізації існуючої інфраструктури та залучення інвестицій.

Значний потенціал має також екологічний туризм, який передбачає розвиток подорожей до національних парків, заповідників та природних територій. У сучасних умовах зростає попит на «тихий» відпочинок, що сприяє популяризації природоорієнтованих туристичних продуктів. Це також відповідає європейським тенденціям сталого туризму.

Культурно-історичний туризм залишається стабільно привабливим напрямком, особливо у містах з розвиненою історичною спадщиною. Такі міста, як Львів, Київ, Кам’янець-Подільський та інші, мають потенціал до подальшого розвитку через розширення екскурсійних програм, музеєфікацію об’єктів та проведення культурних заходів. Це сприяє підвищенню туристичної привабливості регіонів.

Окремо варто виділити розвиток сільського туризму, який набуває популярності завдяки автентичності та можливості відпочинку в природному середовищі. Цей напрямок є перспективним для малих громад, оскільки сприяє розвитку місцевої економіки та створенню нових робочих місць. Його розвиток може стати важливим елементом децентралізації туристичної галузі.

Таким чином, перспективи внутрішнього туризму в Україні пов’язані з диверсифікацією туристичних продуктів, розвитком безпечних регіонів та орієнтацією на внутрішній попит. У довгостроковій перспективі очікується формування більш збалансованої та стійкої моделі туристичної галузі, яка базуватиметься на поєднанні природних, культурних та оздоровчих ресурсів країни.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення розвитку внутрішнього туризму в Україні

Внутрішній туризм в Україні сьогодні є одним із найважливіших напрямів відновлення та підтримки національної економіки, особливо в умовах воєнного стану та післякризового періоду. Його розвиток безпосередньо пов’язаний із соціальною стабільністю, зайнятістю населення, збереженням культурної спадщини та формуванням позитивного іміджу держави. У сучасних умовах туристична галузь потребує не лише відновлення, а й глибокої трансформації відповідно до нових безпекових, економічних і цифрових реалій.

Актуальність удосконалення внутрішнього туризму зумовлена необхідністю підвищення його конкурентоспроможності, оновлення туристичного продукту та забезпечення доступності подорожей для широких верств населення. Важливим є також формування ефективної системи управління туристичною сферою, яка б поєднувала державне регулювання, діяльність приватних підприємств та міжнародний досвід. Серед напрямів вдосконалення розвитку внутрішнього туризму необхідно звернути увагу на основні, які відображено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Основні напрями вдосконалення розвитку внутрішнього туризму в Україні

Напрям розвитку	Зміст заходів	Очікуваний результат
Інфраструктурний	модернізація доріг, транспортних вузлів, готельної бази	підвищення доступності туристичних об'єктів
Цифровізація	розвиток онлайн-платформ бронювання, мобільних застосунків	спрощення планування подорожей
Маркетинг	промоція внутрішніх дестинацій через медіа та соцмережі	зростання туристичних потоків
Безпека	розвиток систем оповіщення, укриттів у туристичних зонах	підвищення довіри туристів
Кадрове забезпечення	підготовка фахівців туристичної сфери	підвищення якості сервісу

**Джерело: систематизовано автором*.

У таблиці 3.3 представлено основні стратегічні напрями, які мають стати базою для розвитку внутрішнього туризму в Україні. Насамперед, інфраструктурний напрям є основним, оскільки без якісних доріг, сучасних засобів розміщення та зручної логістики неможливо забезпечити стабільний розвиток туристичних потоків.

Цифровізація туристичної сфери є ще одним важливим фактором, оскільки сучасний турист орієнтується на онлайн-сервіси, швидке бронювання та доступ до актуальної інформації. Розвиток цифрових рішень значно підвищує зручність планування подорожей та сприяє легалізації туристичного ринку.

Маркетингові заходи дозволяють формувати позитивний імідж України як туристичної дестинації, популяризувати регіони та залучати внутрішніх туристів до нових маршрутів. Особливо важливим є просування маловідомих територій із туристичним потенціалом.

Окрему роль відіграє безпековий компонент, який в умовах війни стає визначальним для вибору туристичних напрямків. Створення безпечної інфраструктури та системи інформування туристів є необхідною умовою відновлення галузі.

В таблиці 3.4 запропоновано інструменти, які можуть стати практичним механізмом реалізації стратегічних напрямів розвитку внутрішнього туризму, серед яких державні програми підтримки відіграють провідну роль у формуванні базових умов для функціонування галузі, особливо у відновлювальний період.

Таблиця 3.2

Інструменти реалізації розвитку внутрішнього туризму

Інструмент	**Суть впровадження**	**Рівень впливу**
Державні програми підтримки	фінансування туристичних проєктів	національний
Приватно-державне партнерство	спільна реалізація інфраструктурних проєктів	регіональний
Грантові програми	підтримка малого туристичного бізнесу	локальний
Освітні програми	підготовка кадрів у сфері туризму	довгостроковий
Інноваційні технології	VR/AR тури, цифрові гіди	інноваційний

**Джерело: систематизовано автором*.

Важливе значення має розвиток державно-приватного партнерства, яке дозволяє залучати інвестиції у туристичну інфраструктуру та підвищувати ефективність управління проєктами. Це сприяє більш швидкому розвитку регіональних туристичних кластерів. Ефективним інструментом підтримки малого та середнього бізнесу є грантові програми, які формують основу внутрішнього туризму, зокрема у сфері сільського, зеленого та гастрономічного туризму.

Освітні програми забезпечують формування кваліфікованих кадрів, що є надважливим для підвищення якості туристичних послуг. У свою чергу, інноваційні технології відкривають нові можливості для розвитку цифрового туризму, підвищуючи його привабливість для сучасного споживача.

Загалом, реалізація запропонованих рекомендацій дозволить сформувати більш стійку, конкурентоспроможну та інноваційну модель внутрішнього туризму в Україні, яка відповідатиме сучасним викликам і потребам суспільства.

Отже, розвиток внутрішнього туризму в Україні потребує системного та комплексного підходу, який поєднує інфраструктурні, економічні, організаційні та цифрові заходи. У сучасних умовах внутрішній туризм виступає не лише сферою відпочинку, а й важливим інструментом економічного відновлення, соціальної стабільності та підтримки регіонального розвитку.

Проведений аналіз показує, що основними проблемами галузі залишаються недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури, нерівномірність туристичної активності між регіонами, обмеженість інвестиційних ресурсів, а також недостатня інтеграція сучасних цифрових технологій у процес організації туристичних послуг. Вирішення цих проблем є базовою передумовою підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туризму.

Важливе значення має також активізація державної політики у сфері туризму, зокрема через підтримку малого та середнього бізнесу, розвиток державно-приватного партнерства та стимулювання інвестицій у туристичну інфраструктуру. Окрему роль відіграє формування ефективної маркетингової стратегії просування внутрішніх туристичних дестинацій як на національному, так і на регіональному рівнях.

Не менш важливим напрямом є цифрова трансформація туристичної сфери, яка включає впровадження онлайн-платформ, мобільних сервісів, систем електронного бронювання та інноваційних технологій, таких як VR/AR-рішення. Це дозволяє значно підвищити доступність туристичних послуг та покращити якість обслуговування туристів.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що реалізація запропонованих рекомендацій сприятиме формуванню сучасної, гнучкої та конкурентоспроможної моделі внутрішнього туризму в Україні. Це забезпечить не лише зростання туристичних потоків, а й позитивно вплине на економічний розвиток регіонів, зайнятість населення та збереження національної культурної спадщини.

ВИСНОВКИ

Під час дослідження було розкрито теоретичну сутність внутрішнього туризму як пріоритетного напряму національної економіки, що забезпечує перерозподіл доходів між регіонами та сприяє збереженню культурної ідентичності. Встановлено, що внутрішній туризм характеризується територіальною обмеженістю межами країни та регулюється переважно національним законодавством, виступаючи фундаментом для стабільності всієї туристичної галузі. Теоретичний аналіз підтвердив, що ця сфера є складним комплексом взаємодії споживачів, держави та суб'єктів бізнесу, включаючи мережі готелів та транспортні компанії.

Класифікація внутрішнього туризму за метою подорожі, способом пересування та сезонністю дозволила структурувати ринок і визначити основні напрями його розвитку, такі як культурно-пізнавальний, оздоровчий та екологічний туризм. Виявлено, що на розвиток галузі впливає сукупність ендогенних та екзогенних факторів, серед яких особливе значення в сучасних умовах мають безпековий стан, рівень доходів населення та цифровізація послуг. Це підкреслює необхідність адаптивного управління, здатного реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища.

Аналіз сучасного стану галузі показав, що внутрішній туризм в Україні пройшов через два послідовні етапи глибокої кризи: пандемію COVID-19 та повномасштабне вторгнення. Попри значні руйнування інфраструктури та логістичні розриви, сфера продемонструвала високу життєздатність, ставши для багатьох громадян єдиним доступним засобом психологічного відновлення. Спостерігається чітка тенденція до переорієнтації туристичних потоків із зовнішніх ринків на внутрішні дестинації.

Статистичне дослідження динаміки туристичного збору за 2020–2024 роки виявило циклічність розвитку: після різкого падіння у 2022 році до 178,9 млн грн, уже у 2024 році показник досяг рекордних 273,1 млн грн. Це свідчить про адаптацію бізнесу до умов воєнного стану та поступове

відновлення платоспроможного попиту. Водночас зростання надходжень у західних регіонах на фоні падіння у східних підтверджує докорінну зміну географії внутрішнього туризму.

Регіональна структура подорожей демонструє безумовне лідерство Карпатського макрорегіону, який обирають понад 75% внутрішніх туристів завдяки відносній безпеці та розвиненій базі розміщення. Одеський регіон, попри безпекові ризики, зберігає другу позицію, що вказує на стійкість звички населення до морського відпочинку. Зростання популярності раніше маловідомих локацій у центральних областях свідчить про формування нових туристичних центрів.

Проте розвиток внутрішнього туризму стримується низкою критичних проблем, першою з яких є постійна загроза безпеці та ракетні обстріли. Економічна нестабільність та зниження реальних доходів призвели до скорочення середньої тривалості поїздок і переходу до бюджетних моделей відпочинку. Також гостро стоїть питання зношеності транспортної інфраструктури та дефіциту кваліфікованих кадрів, що виїхали за кордон або змінили сферу діяльності.

Визначено, що найбільш перспективними напрямами в майбутньому стануть гірський та оздоровчий туризм, орієнтований на медичну реабілітацію населення. Значний потенціал має сільський зелений туризм, який дозволяє розосередити потоки людей та підтримати економіку малих громад. Тур вихідного дня залишатиметься домінуючим через зручність планування в умовах невизначеності.

Для вдосконалення галузі запропоновано комплекс стратегічних заходів, що включають модернізацію логістичних вузлів та активне впровадження цифрових сервісів бронювання. Важливим аспектом є державна підтримка маркетингових кампаній з промоції безпечних дестинацій та створення мережі інклюзивних туристичних об’єктів. Безпековий компонент має стати частиною сертифікації закладів розміщення, що включатиме наявність облаштованих укриттів.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання отриманих даних для розробки регіональних програм розвитку туризму в післявоєнний період. Запропоновані рекомендації спрямовані на підвищення якості сервісу та легалізацію ринку через цифровізацію, що дозволить збільшити податкові надходження до бюджетів усіх рівнів. Використання потенціалу внутрішніх подорожей стане важливим інструментом для соціальної інтеграції та економічного відродження країни.

Узагальнюючи результати дослідження, можна констатувати, що внутрішній туризм в Україні трансформувався з допоміжної галузі у важливий сектор. Подальший розвиток потребує синергії зусиль держави, бізнесу та громад для створення безпечного, доступного та інноваційного національного туристичного продукту. Лише через системний підхід до вирішення інфраструктурних та безпекових проблем Україна зможе повноцінно реалізувати свій рекреаційний потенціал у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 68% подорожують із метою відпочинку: портрет українського мандрівника. *Факти*. URL: https://life.fakty.com.ua/ua/vidpochynok/68-podorozhuyut-iz-metoyu-vidpochynku-portret-ukrayinskogo-mandrivnyka/ (дата звернення: 10.04.2026).
2. Outbound tourism Ukraine. Statbase (on the basis of UNWTO) : website. URL: https://statbase.org (дата звернення: 10.04.2026).
3. Recommendations on Tourism Statistics. *Statistical Papers Series*. No. 83. United Nations. New York, 1994. P. 5. URL: https://unstats.un.org/unsd/newsletter/unsd_workshops/tourism/st_esa_stat_ser_M_83.pdf (дата звернення: 06.04.2026).
4. TheGlobalEconomy. Ukraine tourist arrivals : website. URL: https://www.theglobaleconomy.com (дата звернення: 07.04.2026).
5. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, World Tourism Organization. Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010. 15 p. URL: http://unstats.un.org (дата звернення: 12.04.2026).
6. UN Tourism (UNWTO). Tourism Data Dashboard : website. URL: https://www.unwto.org/tourism-data (дата звернення: 04.04.2026).
7. World Bank. International tourism, arrivals (Ukraine) : website. URL: https://data.worldbank.org (дата звернення: 10.04.2026).
8. Алексєєва Т. І., Соколовська А. С. Вплив глобальних факторів на розвиток туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 44–47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_11_11 (дата звернення: 13.04.2026).
9. Виговський Д. С. Тенденції та перспективи розвитку туризму: Україна та світ. *Причорноморські економічні студії*. 2024. Вип. 86. С. 15–20. URL: http://bses.in.ua/journals/2024/86_2024/4.pdf (дата звернення: 11.04.2026).

10. Внутрішній туризм: з початку війни понад 45% українців подорожували країною. Forbes Ukraine. URL: https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885 (дата звернення: 13.03.2026).

11. Габчак Н., Габчак С. Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67 (дата звернення: 15.04.2026).

12. Голод А. П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія. Львів : ЛДУФК, 2017. 350 с.

13. Графська О., Підвальна О., Боднарчук Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 25. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52 (дата звернення: 15.03.2026).

14. Державне агентство розвитку туризму України : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua (дата звернення: 10.03.2026).

15. Запит на безпеку і відсутність стресу: куди та як українці подорожували в 2025 році. *УНІАН* : вебсайт. URL: https://www.unian.ua/tourism/news/zapit-na-bezpeku-i-vidsutnist-stresu-kudi-ta-yak-ukrajinci-podorozhuvali-v-2025-roci-novini-amp-13277760.html (дата звернення: 10.04.2026).

16. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32 (дата звернення: 10.04.2026).

17. Кацемір Я. В. Соціально-економічні чинники розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52, ч. 2. С. 7–11.

18. Кіфяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. *Економіка та право*. 2013. № 1. С. 128–132.

19. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2009. № 1 (47). С. 171–175.

20. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 8, ч. 2. С. 75–79.

21. Крачило М. П. Географія туризму. Київ : Вища школа, 1987. 208 с.

22. Крупіца І. В., Євтушок О. В., Киричук В. Г. Світові тренди та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний простір*. 2022. № 178. С. 24–30. DOI: https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4.

23. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2012. 210 с.

24. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2012. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_32 (дата звернення: 15.03.2026).

25. Надходження туристичного збору до бюджету. *Державна податкова служба України* : офіц. вебсайт. URL: https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/873272.html (дата звернення: 15.03.2026).

26. Новини економіки та туризму. *Економічна правда* : вебсайт. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2023/01/ (дата звернення: 06.04.2026).

27. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. *Kyivstar Business Hub* : вебсайт. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi (дата звернення: 13.04.2026).

28. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. Вип. 2. С. 848–853.

29. Охріменко А. Г., Опанасюк Н. А. Теоретико-праксеологічні аспекти визначення обсягів внутрішнього туризму. *Університетські наукові записки*. 2021. № 3 (81). С. 61–75.

30. Підтримка та розвиток агротуризму на Київщині під час війни – брифінг КОВА (відео). *Київська обласна військова адміністрація* : офіц. вебсайт. URL: https://koda.gov.ua/pidtrymka-ta-rozvytokagroturyzmuna-kyyivshhyni-pid-chas-vijny-bryfing-kova-video (дата звернення: 11.04.2026).

31. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності : Наказ Державної туристичної адміністрації України, Держкомстату України від 12 листоп. 2003 р. № 142/394. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?code=z1128-03 (дата звернення: 15.04.2026).

32. Про туризм : Закон України від 15 верес. 1995 р. № 324/95-ВР. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр (дата звернення: 13.04.2026).

33. Розвиток внутрішнього туризму як фактора підвищення соціально-економічного зростання регіону : монографія / за ред. І. М. Поворознюк. Умань : Візаві, 2020. 183 с.

34. Скарга О. О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 63–70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2020_2_8 (дата звернення: 15.04.2026).

35. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 372 с.

36. Солодовник А. В. Фактори розвитку туристичної галузі. *Інновації інфраструктури транспортно-логістичних систем. Проблеми, досвід, перспективи* : зб. тез конф. (м. Трускавець, 11–17 квіт. 2016 р.) / відп. ред. Н. Б. Чернецька-Білецька. Сєвєродонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2016. С. 168–170.

37. Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики : навч. посібник. Одеса : Астропринт, 2005. 632 с.

38. Туризм в Україні: аналітика та тенденції. *Kyivstar Business Hub* : вебсайт. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/turizm-v-ukrayini (дата звернення: 18.04.2026).

39. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. *Kyivstar Business Hub* : вебсайт. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzmpid-chas-vijnyyak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-dovidnovlennya (дата звернення: 14.04.2026).

40. Туристичний збір в Україні за 2020 рік. *Державне агентство розвитку туризму* : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/turystychnyi-zbir-2020 (дата звернення: 15.03.2026).

41. Туристичний збір в Україні за 2022 рік. *Державне агентство розвитку туризму* : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/turystychnyi-zbir-2022 (дата звернення: 15.03.2026).

42. Туристичний збір в Україні за 2023 рік. *Державне агентство розвитку туризму* : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/turystychnyi-zbir-2023 (дата звернення: 15.03.2026).

43. Туристичний збір в Україні за 2024 рік. *Державне агентство розвитку туризму* : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/turystychnyi-zbir-2024 (дата звернення: 15.03.2026).

44. Тхожевський О. В., Миронов Ю. Б. Внутрішній туризм в Україні в умовах війни та перспективи відновлення сфери туризму. *Географія та туризм* : матеріали VI Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Харків, 28 лют. – 1 берез. 2023 р.). Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. С. 365–367.

45. Україна отримала рекордні 244 млн грн туристичного збору. *Державне агентство розвитку туризму* : офіц. вебсайт. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turystychnogo-zbopy (дата звернення: 16.04.2026).

46. Худавердієва В. А., Мерчанський В. В. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2022. № 3. С. 17–19. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2057-2022-3.

47. Юхновська Ю. О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України: теорія, методологія, практика : дис. … д-ра екон. наук : 08.00.03 / Дніпров. гуманітар. ун-т. Дніпро, 2021. 580 с.

48. Як і де відпочивають українці влітку. *Kyiv Life* : вебсайт. URL: https://life.kyiv.ua/news/yak-i-de-vidpochivayut-ukranci-vlitku (дата звернення: 12.04.2026).