

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему:**

**«РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ В УМОВАХ
ВОЄННОГО ЧАСУ»**

Виконав: здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти, Т1-В21 групи
спеціальності: 242 Туризм
за ОПП «Туризмознавство»
денної форми навчання
Олександр ФАРЕНЮК

Науковий керівник:
кандидат історичних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Богдана ОПРЯ

Рецензент:
кандидат.....,
доцент.....
.....

Кам'янець-Подільський
2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ.....	7
1.1. Поняття та класифікація туристичних послуг у кризових умовах.....	7
1.2. Вплив воєнних дій на розвиток туризму: міжнародний та український досвід.....	11
1.3. Адаптація туристичної сфери до умов воєнного часу.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	20
2.1. Туристичний потенціал Хмельницької області до початку воєнних дій...20	
2.2. Вплив воєнних дій на туристичний сектор регіону.....	24
2.3. Нові формати туризму: внутрішній туризм, волонтерський та військовий туризм.....	28
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ ПІСЛЯ ВІЙНИ.....	33
3.1. Основні виклики та проблеми відновлення туристичної галузі.....	33
3.2. Роль державних та міжнародних програм у підтримці туризму.....	38
3.3. Стратегії розвитку туристичної сфери в післявоєнний період.....	44
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми. Економічне та соціальне значення туризму в сучасних умовах полягає у сприянні розвитку економіки, створенні нових робочих місць та підвищенні престижу країни. Туризм є важливою складовою економіки України, а його розвиток сприяє регіональному розвитку та інтеграції в європейське економічне середовище. Проте повномасштабна агресія росії проти України, яка триває з 2022 року, значно змінила умови функціонування туристичної галузі.

На сучасному етапі туризм в Україні загалом та у Хмельницькій області зокрема зазнав значних трансформацій. З одного боку, військові дії обмежили потік іноземних туристів і ускладнили функціонування традиційних туристичних маршрутів. З іншого боку, зростає значення внутрішнього туризму, військово-історичного туризму, а також нових форматів відпочинку, орієнтованих на потреби внутрішньо переміщених осіб та військових.

Хмельницька область має значний туристичний потенціал, зокрема історико-культурні пам'ятки, природні ресурси та розвинену інфраструктуру для відпочинку. В умовах війни регіон став важливим хабом для внутрішньо переміщених осіб, що стимулює розвиток місцевого бізнесу та адаптацію туристичної інфраструктури до нових викликів. Крім того, після завершення бойових дій область може стати одним із центрів відновлення національного туризму, що потребує стратегічного планування та залучення інвестицій.

Дослідження сучасного стану та перспектив розвитку туризму в Хмельницькій області в умовах воєнного часу є актуальним з огляду на кілька ключових чинників. По-перше, необхідно оцінити вплив війни на туристичний сектор регіону та адаптаційні механізми бізнесу. По-друге, важливо проаналізувати потенційні можливості для розвитку альтернативних видів туризму, таких як екотуризм, волонтерський туризм та історико-військовий туризм. По-третє, дослідження сприятиме розробці стратегічних

напрямків відновлення туристичної сфери після завершення війни, що допоможе залучити інвестиції та створити сталу туристичну інфраструктуру.

Таким чином, тема роботи є актуальною та має важливе практичне значення для розвитку туристичної сфери України, відновлення економіки регіонів та посилення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

Зв'язок роботи з науковим програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота бакалавра виконана у контексті тематики, яку розробляє кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Мета роботи – дослідити тенденції, проблеми та перспективи розвитку туризму в Хмельницькій області в умовах воєнного часу та запропонувати шляхи вирішення ключових проблем галузі, спрямовані на її адаптацію, відновлення та подальший розвиток.

Для досягнення цієї мети передбачено вирішення таких завдань:

- проаналізувати вплив воєнних дій на туристичну сферу України загалом та Хмельницької області зокрема;
- дослідити ключові зміни в туристичних потоках та структуру попиту на туристичні послуги в регіоні;
- оцінити потенціал розвитку нових форматів туризму, таких як внутрішній, військово-історичний, екотуризм та волонтерський туризм;
- розглянути досвід адаптації туристичної галузі в кризових умовах та визначити ефективні механізми підтримки і відновлення туризму;
- розробити стратегічні напрями розвитку туристичної інфраструктури регіону в післявоєнний період;
- визначити можливості залучення інвестицій та міжнародної підтримки для відбудови і модернізації туристичної галузі в Хмельницькій області.

Результати дослідження можуть бути корисними для органів державного управління, місцевої влади, туристичних підприємств та інших

зацікавлених сторін, які працюють над розвитком і відновленням туристичного сектору в Україні.

Об’єкт даного дослідження – туристична галузь Хмельницької області в умовах воєнного часу.

Предмет дослідження – стан, особливості функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі Хмельницької області в умовах воєнного часу та післявоєнного відновлення.

Методи та методологія дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи (аналіз, синтез, порівняння), а також статистичний, соціологічний та картографічний аналіз. Аналіз і синтез застосовувалися для вивчення компонентів туристичного потенціалу Хмельницької області та змін, що відбулися в умовах війни. Метод порівняння дозволив зіставити туристичні потоки до 2022 року та в період 2022 – 2025 рр. Статистичний аналіз охоплював оцінку динаміки ринку, попиту та структурних змін у сфері туризму. Соціологічні методи (опитування та анкетування) допомогли визначити проблеми та перспективи розвитку галузі. Картографічний метод використовувався для просторового аналізу розміщення туристичних об’єктів і змін у їх використанні. Комплексний підхід забезпечив об’єктивне уявлення про стан та перспективи туризму в регіоні й сприяв формуванню рекомендацій щодо його відновлення.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що їх можна використати у практичній діяльності фахівців туристичної сфери, органів державного управління та місцевого самоврядування для розробки стратегій відновлення та розвитку туризму в Хмельницькій області. Отримані результати також можуть бути застосовані у навчальному процесі під час вивчення таких дисциплін, як «Регіональна економіка», «Туристичне країнознавство», «Менеджмент туристичної діяльності», «Економіка туризму» та інших. Дослідження може стати основою для подальших наукових робіт, присвячених відновленню туристичної індустрії України у післявоєнний період.

Елементи наукової новизни роботи полягають у вивченні теми, яка ще недостатньо досліджена, зокрема розвитку туризму в Хмельницькій області в умовах воєнного часу. У процесі дослідження: охарактеризовано сучасний стан туристичної сфери регіону та визначено її основні зміни внаслідок війни; виявлено ключові чинники, що впливають на розвиток внутрішнього туризму, включаючи військово-історичний, волонтерський та екотуризм; проаналізовано проблеми туристичного бізнесу в умовах воєнного стану та розглянуто механізми його адаптації; окреслено стратегічні напрямки та перспективи відновлення туристичної галузі після завершення воєнних дій, з урахуванням міжнародного досвіду та особливостей регіону. Дослідження сприятиме розробці ефективних підходів до відбудови туристичної індустрії в Україні та забезпеченню її конкурентоспроможності в майбутньому.

Апробація результатів дослідження здійснена шляхом обговорення її основних положень на попередньому захисті на кафедрі туризму та готельно-ресторанної справи, а також через виголошення її окремих положень на студентській науковій конференції навесні 2025 р.

Публікації. Окремі тези та напрацювання дипломної роботи були сформульовані у статті «Особливості та перспективи розвитку туризму у Хмельницькій області в умовах воєнного стану», поданій до друку за матеріалами зазначеної вище конференції.

Структура роботи визначена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків, та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 53 сторінках. Загальний обсяг роботи – 62 сторінки. Список використаних джерел налічує 66 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ

1.1. Поняття та класифікація туристичних послуг у кризових умовах.

Туристичні послуги є комплексом заходів, спрямованих на задоволення потреб туристів під час подорожі, включаючи перевезення, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, страхування та інші додаткові послуги. У звичайних умовах туристичні послуги формуються на основі стабільного попиту, розвитку інфраструктури та прогнозованих тенденцій ринку. Проте в сучасних умовах, зокрема в контексті воєнного стану в Україні, їх значення набуває нових аспектів актуальності. Туристична сфера стикається з викликами, які змінюють структуру попиту, пріоритети споживачів та можливості надання послуг. Зростає роль внутрішнього туризму, адаптивності бізнесу, безпеки туристичних маршрутів, а також важливість підтримки галузі на державному та регіональному рівнях. Актуальність дослідження туристичних послуг в умовах кризи полягає у необхідності розробки нових підходів до організації туризму, здатних забезпечити життєздатність і розвиток галузі навіть в умовах нестабільності.

Однак у кризових ситуаціях, таких як збройні конфлікти, природні катаклізми, пандемії чи економічні кризи, характер туристичних послуг суттєво змінюється. По-перше, знижується рівень споживчого попиту через фінансові труднощі або фізичні обмеження на пересування, що змушує операторів переглядати свої пропозиції. По-друге, зростає попит на послуги, пов'язані з безпекою та адаптацією до нових реалій, наприклад, евакуаційний туризм, релокаційні пакети, підвищена увага до медичного страхування та кризового менеджменту. Туристичні послуги в умовах кризи характеризуються підвищеною гнучкістю, швидким реагуванням на зміни ринку, а також необхідністю інтеграції цифрових технологій для дистанційного бронювання, онлайн-консультацій та підтримки клієнтів.

Важливим аспектом є й психологічна складова: туристичні компанії мають адаптувати свої програми з урахуванням емоційного стану клієнтів, пропонуючи варіанти відпочинку, які сприяють зниженню рівня стресу та підтримці ментального здоров'я. Загалом, кризові ситуації змінюють баланс між традиційними туристичними послугами та новими формами обслуговування, що змушує операторів бути більш інноваційними, оперативними та орієнтованими на специфічні потреби туристів [27].

Класифікація туристичних послуг у кризових умовах базується на типах кризових ситуацій, що впливають на туристичний ринок, і визначає специфіку надання послуг відповідно до викликів, які постають перед галуззю. Умовно туристичні послуги можна поділити на кілька груп залежно від характеру кризи: воєнні, економічні, природні, санітарно-епідеміологічні та соціально-політичні. У період збройних конфліктів ключову роль відіграють евакуаційні та релокаційні послуги, тимчасове розміщення вимушених переселенців, а також туризм із гуманітарною місією, що включає волонтерські поїздки. Під час економічних криз туристичні компанії орієнтуються на бюджетні варіанти відпочинку, акційні пропозиції та програми підтримки локального туризму. У разі природних катаклізмів, таких як землетруси, повені чи урагани, популярними стають туристичні послуги, пов'язані з екологічним волонтерством та відновленням зруйнованих територій, а також забезпеченням безпечного розміщення туристів.

Санітарно-епідеміологічні кризи, подібні до пандемії COVID-19, змінили акцент на медичний та wellness-туризм, підвищили попит на страхові послуги та сформували тренд на ізольовані, безконтактні подорожі. Соціально-політичні кризи, зокрема масові заворушення або теракти, спричиняють зниження міжнародного туризму та перефокусування на внутрішній туризм у стабільніших регіонах. У відповідь на різні кризи туристична галузь змушена швидко адаптувати свої послуги, пропонуючи нові формати подорожей, змінюючи маршрути та підходи до обслуговування

клієнтів, що сприяє її стійкості та здатності до відновлення навіть у найскладніших умовах [61].

Особливості надання туристичних послуг під час кризових ситуацій зумовлені необхідністю оперативного реагування на нові виклики, адаптації до динамічно змінених умов ринку, а також забезпечення максимального рівня безпеки для туристів і персоналу. Сучасна практика показує, що в умовах таких криз – як пандемія, збройний конфлікт чи масштабна природна катастрофа – туристичні підприємства повинні діяти проактивно, впроваджуючи антикризові плани та моделі гнучкого управління ризиками. Однією з ключових змін є посилений акцент на кризове планування, моніторинг загроз і адаптацію туристичних продуктів до нових реалій.

У цих умовах туристичні компанії змушені переглядати та коригувати стандартні маршрути, обмежуючи поїздки до потенційно небезпечних регіонів або пропонуючи альтернативні напрямки з нижчим рівнем ризику. Часто це супроводжується модифікацією програм турів – із включенням додаткових днів на адаптацію, зміною графіків подорожей, скороченням груп, а також запровадженням спеціальних протоколів безпеки, що враховують як санітарно-гігієнічні, так і емоційно-психологічні потреби туристів.

Важливим інструментом у кризових умовах стає технологічна трансформація галузі: туристичні сервіси активно використовують онлайн-консультації, відеозв'язок з менеджерами, віртуальні тури, мобільні застосунки для моніторингу безпеки, електронні сповіщення про зміни у маршрутах, погоді, загрозах тощо. Такі інструменти дають змогу підтримувати постійну комунікацію з клієнтами, підвищують рівень довіри та допомагають уникнути панічних настроїв [8].

Одночасно зростає роль гнучких умов бронювання, перенесення або скасування поїздок без фінансових втрат, що є ключовим фактором для клієнтів в умовах непередбачуваності. Гнучкість стала не лише конкурентною перевагою, а й етичним стандартом ведення бізнесу в часи нестабільності.

Окрему роль відіграє турбота про психологічний комфорт клієнтів. У кризових ситуаціях рівень тривожності населення суттєво зростає, тому туристичні компанії все більше впроваджують індивідуальні підходи: невеликі туристичні групи, приватні екскурсії, маршрути в малолюдні або природні зони, організацію тиші, стабільності, передбачуваності. Готелі й туроператори активно працюють над підвищенням стандартів безпеки, посилюючи санітарні норми, впроваджуючи контроль за кількістю відвідувачів, регулярну дезінфекцію приміщень, використання безконтактних сервісів, а також інвестуючи у професійну підготовку персоналу до роботи в умовах стресу та кризи.

Особливої актуальності набуває соціально орієнтований туризм – новий формат подорожей, у яких важливими стають не лише відпочинок чи враження, а й можливість зробити внесок у вирішення нагальних проблем. У контексті воєнного часу це, зокрема, участь у волонтерських ініціативах, підтримка місцевих бізнесів, культурних інституцій, допомога внутрішньо переміщеним особам. Такі подорожі можуть включати відвідування громад, які постраждали від бойових дій, з метою економічної підтримки, участь у майстер-класах, благодійних подіях, висадці дерев, прибиранні територій, збереженні пам'яток історії та культури. Таким чином, туризм стає формою активного громадянства, засобом прояву солідарності, а для самих туристів – способом подолання власної травми та пошуку сенсу в період невизначеності.

Це формує нову ціннісну парадигму туризму, в якій пріоритетами виступають не стільки розвага чи споживання, як гуманізм, відповідальність, стійкість і співпричетність. Все це трансформує туристичну галузь у механізм соціального відновлення, канал міжрегіонального і міжнародного діалогу, інструмент розбудови довіри в посткризових суспільствах.

Загалом, сучасний туризм в умовах кризи вимагає переосмислення традиційних бізнес-моделей, орієнтації на довгострокову стійкість, розвиток інновацій, екосвідомість та активне включення у соціальні процеси. Це

підкреслює потребу в комплексній трансформації туристичних стратегій, де поряд із комерційною ефективністю ключового значення набуває внесок туризму у розвиток громади, збереження культурної спадщини, формування ідентичності та соціального капіталу. Такий підхід не лише підвищує адаптивність галузі, а й сприяє відновленню довіри до подорожей у суспільстві, яке переживає травматичний досвід.

1.2. Вплив воєнних дій на розвиток туризму: міжнародний та український досвід.

Міжнародний досвід впливу воєнних дій на туристичну сферу демонструє, що військові конфлікти мають руйнівний, але водночас неоднорідний ефект на галузь туризму. Країни, які стикалися з війною, переживали значний спад туристичних потоків, втрати інфраструктури та відтік інвесторів, однак деякі з них змогли успішно адаптуватися та знайти нові можливості для розвитку галузі. Актуальність цього досвіду особливо відчутна для України, яка нині проходить через масштабну трансформацію всієї економіки, включаючи туристичний сектор. Практика постконфліктного відновлення в таких країнах, як Хорватія, Боснія і Герцеговина, Ізраїль чи Колумбія, доводить, що туризм може стати одним із каталізаторів економічного зростання, якщо вчасно впроваджуються державні програми підтримки, стимулюється розвиток внутрішнього туризму, а також активно залучається міжнародна допомога. В умовах сучасних викликів для України цей досвід є надзвичайно цінним для формування стратегій стійкості, відновлення та модернізації туристичної галузі з урахуванням її ролі у зміцненні соціальної єдності та міжнародного іміджу держави [31].

Наприклад, у Хорватії, яка зазнала масштабних руйнувань під час Балканських війн у 1990-х роках, туристична індустрія відновилася завдяки активному міжнародному маркетингу, державним програмам підтримки та реконструкції історичних пам'яток. В'єтнам, який постраждав від затяжного воєнного конфлікту, сьогодні є одним із популярних туристичних напрямків

завдяки розвитку екологічного та історичного туризму, а також державній стратегії залучення іноземних інвесторів [39].

Подібний приклад демонструє й Ізраїль, де регулярні військові загрози не завадили розвитку туризму завдяки посиленню безпекових заходів, активній промоції країни як культурного центру та впровадженню релігійного туризму. У Сирії та Лівії, які досі переживають наслідки військових конфліктів, туристична сфера залишається в глибокій кризі, що підтверджує важливість стабільності та підтримки на державному рівні для відродження галузі. Загалом, міжнародний досвід свідчить, що успішне відновлення туризму після війни залежить від стратегічного планування, інвестицій у безпекові заходи, державної підтримки бізнесу та активного залучення міжнародної спільноти до процесу відбудови індустрії [32].

Особливості розвитку туризму в Україні під час війни суттєво відрізняються від мирного часу, оскільки галузь змушена адаптуватися до складних умов, викликаних воєнними діями, масовими переміщеннями населення та руйнуванням інфраструктури. Насамперед, традиційний міжнародний туризм практично зупинився, а внутрішній туризм зазнав значних трансформацій. У 2025 році спостерігається чітка тенденція до формування нових туристичних форматів, зокрема патріотичного, волонтерського та реабілітаційного туризму. Туристичні ініціативи дедалі частіше поєднуються з культурною дипломатією, благодійністю або підтримкою внутрішньо переміщених осіб. Також активізуються регіони, віддалені від лінії фронту, які пропонують безпечні й змістовні маршрути з акцентом на культурну спадщину, природу та історичну самобутність.

Актуальність питання зростає також у зв'язку з прагненням України інтегруватися в європейський туристичний простір після перемоги, що вже зараз формує потребу в адаптації галузі до європейських стандартів якості, безпеки та сталого розвитку. У 2025 році туризм в Україні стає не лише елементом економіки, а й інструментом соціальної стійкості, відновлення національної ідентичності та підтримки місцевих громад. Роль держави у

формуванні ефективної туристичної політики, зокрема через дотації, інформаційну підтримку та інвестиції в інфраструктуру, стає вирішальною. Така трансформація туризму потребує гнучкості, інновацій та стратегічного бачення, щоб забезпечити його життєздатність як у воєнний час, так і в майбутньому мирному періоді [1].

Основну роль почали відігравати евакуаційні та релокаційні послуги, тимчасове розміщення вимушених переселенців, а також волонтерський та військовий туризм. Багато туристичних об'єктів, таких як готелі, бази відпочинку та санаторії, перепрофільовано під центри допомоги для переселенців або військових. Водночас з'явилися нові формати подорожей, серед яких популярність здобув волонтерський туризм, де люди подорожують з метою допомоги місцевим громадам або відбудови зруйнованих територій.

Незважаючи на складну ситуацію, зростає інтерес до патріотичного туризму – відвідування історичних місць, пов'язаних із боротьбою за незалежність, а також екскурсій до звільнених територій, що дає змогу українцям краще усвідомити події, які відбуваються в країні. Крім того, активно розвивається цифровий туризм, зокрема онлайн-екскурсії та віртуальні подорожі, що дає можливість підтримувати зацікавленість до культурної спадщини навіть за умов обмеженого фізичного доступу [4].

Туристичні компанії та локальні підприємства намагаються адаптувати свою діяльність, пропонуючи нові формати дозвілля, такі як екологічний туризм у відносно безпечних регіонах, що сприяє підтримці місцевих економік. Загалом, розвиток туризму в Україні під час війни відбувається в умовах значних обмежень, але водночас демонструє високу стійкість та здатність до адаптації, що створює передумови для відновлення галузі після завершення бойових дій [38].

Відновлення туристичної індустрії після воєнних дій є складним і багатоступеневим процесом, що потребує комплексного підходу з боку держави, бізнесу та міжнародної спільноти. Насамперед необхідно провести відбудову зруйнованої туристичної інфраструктури, включаючи готелі,

транспортні вузли, історико-культурні пам'ятки та рекреаційні зони. Важливу роль у цьому відіграють інвестиційні програми, державні дотації та міжнародні гранти, спрямовані на підтримку малого та середнього бізнесу в туристичній сфері. Також критичним фактором є забезпечення безпеки туристів, що включає розмінування територій, підвищення рівня безпекових стандартів у туристичних зонах та розвиток кризового менеджменту. Відновлення довіри до туристичного ринку передбачає активну рекламну кампанію як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні, спрямовану на промоцію України як безпечного та привабливого туристичного напрямку [56].

Велике значення у 2025 році матиме розвиток нових форматів туризму, зокрема патріотичного, волонтерського, медичного та екологічного туризму, що все більше відповідають новим суспільним запитам українців, сформованим у період війни. Патріотичний туризм сприяє збереженню національної пам'яті, підтримує інтерес до героїчної історії та культурної спадщини. Волонтерський туризм поєднує подорожі з конкретною допомогою громадам і територіям, що постраждали від бойових дій. Медичний туризм розвивається як відповідь на зростаючий попит на реабілітацію, оздоровлення та психологічну підтримку. А екологічний туризм фокусується на збереженні природи, сталому розвитку та відновленні гармонії між людиною й довкіллям [60].

Крім того, цифровізація індустрії туризму у 2025 році стала не лише трендом, а й необхідністю. Впровадження сучасних технологій бронювання, мобільних додатків, віртуальних екскурсій, онлайн-просування туристичних продуктів та інтеграція big data для аналізу попиту дозволяють значно розширити охоплення аудиторії й забезпечити гнучкість у змінних умовах.

Співпраця з міжнародними туристичними організаціями, активне долучення до грантових програм та обмін досвідом з країнами, що пройшли через військові конфлікти (наприклад, Хорватія, Ізраїль, Грузія), відкриває можливості для впровадження найкращих практик відновлення. Загалом, процес відбудови туристичної галузі в Україні потребуватиме часу,

комплексного підходу та ефективного стратегічного планування. Але за умови тісної співпраці держави, бізнесу, громадськості та міжнародних партнерів туризм може стати одним із ключових драйверів економічного зростання, соціальної згуртованості та міжнародної репутації країни.

1.3. Адаптація туристичної сфери до умов воєнного часу.

Стратегії адаптації туристичних компаній в умовах війни базуються на гнучкості, інноваційності та оперативному реагуванні на виклики, спричинені бойовими діями та зміною туристичних пріоритетів. Одним із ключових напрямів стало переорієнтування бізнесу на внутрішній туризм, зокрема на організацію подорожей до відносно безпечних регіонів, де туристи можуть відпочити та водночас підтримати місцеву економіку. Також популярності набув волонтерський туризм, що передбачає участь мандрівників у гуманітарних ініціативах, допомозі переселенцям та відбудові зруйнованих населених пунктів. Туристичні компанії активно впроваджують цифрові технології, розвиваючи онлайн-екскурсії, дистанційне бронювання та мобільні додатки для інформування туристів про безпекову ситуацію. Готельний бізнес адаптується до потреб населення, трансформуючи свої послуги для прийому внутрішньо переміщених осіб, а також надаючи тимчасове житло міжнародним волонтерам та журналістам [51].

Значну увагу приділяють антикризовому менеджменту, що включає розробку нових страхових продуктів, гнучкі умови бронювання та механізми швидкого реагування на надзвичайні ситуації. Крім того, туристичні компанії розширюють співпрацю з міжнародними партнерами, що дозволяє залучати фінансову підтримку, обмінюватися досвідом та просувати український туристичний ринок на глобальному рівні. Загалом, адаптація туристичних компаній до умов війни потребує нестандартних рішень, оперативності та стратегічного планування, що дозволить зберегти бізнес та створити міцний фундамент для його подальшого відновлення у післявоєнний період [62].

Ще одним важливим аспектом адаптації туристичних компаній в умовах війни є переосмислення маркетингових стратегій та зміщення акценту на соціальну відповідальність і підтримку населення. Туроператори та агенції змушені не лише змінювати свої пропозиції, а й вести активну комунікацію з клієнтами, підкреслюючи безпечні напрями, можливості для корисного відпочинку та волонтерства. Використання соціальних мереж, партнерських програм з міжнародними організаціями та активна участь у соціальних ініціативах допомагають компаніям не лише зберегти свою присутність на ринку, а й підвищити довіру з боку клієнтів [10].

Крім того, адаптація туристичної галузі в умовах триваючої війни у 2025 році відбувається через активну диверсифікацію послуг: туристичні компанії почали пропонувати альтернативні формати відпочинку, зокрема лікувально-оздоровчий туризм у безпечних регіонах, культурно-освітні подорожі, а також спеціалізовані екскурсії, що знайомлять з історією української боротьби, героїчними місцями та новітніми символами національного спротиву. Зростає інтерес до локальних маршрутів, які поєднують відпочинок з пізнанням власної культури, а також до програм психоемоційного відновлення, спрямованих на підтримку як цивільного населення, так і військовослужбовців після ротацій.

У 2025 році дедалі більше компаній переорієнтовують свою діяльність, інтегруючи логістичні та транспортні послуги, беручи участь в евакуації населення, організації внутрішніх переміщень, доставці гуманітарної допомоги та співпраці з волонтерськими ініціативами. Ця мультифункціональність стала вимушеною, але водночас відкрила нові можливості для бізнесу, дозволивши залишатися на плаву в умовах економічної нестабільності. Така адаптація сприяє формуванню більш стійкої, соціально відповідальної туристичної моделі, здатної ефективно реагувати на виклики часу та бути частиною загального процесу національного відновлення.

Фінансова стійкість також є критичним фактором для виживання туристичного бізнесу. У зв'язку з нестабільною економічною ситуацією компанії впроваджують більш гнучкі ціни, поетапну оплату та партнерські програми з місцевими підприємствами, що дозволяє оптимізувати витрати та підтримувати рентабельність. Державні гранти, міжнародні фінансові ініціативи та участь у проєктах з відновлення туристичної індустрії стають додатковими ресурсами для стабілізації бізнесу [20].

Таким чином, успішна адаптація туристичних компаній в умовах війни ґрунтується на інноваціях, диверсифікації послуг, соціальній відповідальності та активному використанні цифрових технологій. Гнучкість, швидке реагування на зміни та стратегічне планування не лише допомагають галузі втриматися в кризовий період, а й створюють міцну основу для її подальшого розвитку після війни.

Перегляд туристичних продуктів під час кризових ситуацій є необхідним кроком для забезпечення життєздатності туристичної галузі та її адаптації до нових реалій. В умовах воєнного конфлікту або інших криз значно змінюються потреби туристів, що змушує компанії розробляти альтернативні та більш безпечні формати подорожей. Одним із ключових напрямів стає зміщення фокусу на внутрішній туризм, який дозволяє підтримувати місцеву економіку та надавати можливості для короткострокового відпочинку в безпечних регіонах країни [44].

Також актуальним є розвиток волонтерського та гуманітарного туризму, що залучає як місцевих мешканців, так і міжнародних гостей до відбудови зруйнованих міст, допомоги переселенцям та підтримки соціальних ініціатив. Крім того, зростає популярність екологічного та агротуризму, який пропонує безпечне та спокійне дозвілля на природі, подалі від урбанізованих зон, що можуть бути більш вразливими до військових загроз. Окрему увагу приділяють адаптації туристичних маршрутів, включаючи патріотичні та історичні екскурсії, що допомагають зберігати національну культуру та зміцнювати ідентичність.

Важливим аспектом перегляду туристичних продуктів є впровадження цифрових технологій, які дозволяють проводити віртуальні тури, дистанційні екскурсії та онлайн-бронювання без ризику для життя туристів. Загалом, кризові ситуації змушують туристичні компанії переосмислювати свої пропозиції, шукати нові ніші та впроваджувати інноваційні рішення, що сприяють збереженню ринку та створюють умови для його подальшого відновлення після стабілізації ситуації [33].

Використання технологій та інновацій для адаптації туристичної галузі в умовах кризи стало ключовим фактором її виживання та подальшого розвитку. Сучасні цифрові рішення дозволяють туристичним компаніям швидко реагувати на зміни та забезпечувати клієнтам безпечний і зручний досвід подорожей навіть за складних обставин. Одним із найпоширеніших технологічних рішень стало впровадження онлайн-сервісів для бронювання, віртуальних екскурсій та інтерактивних мап, які допомагають туристам отримувати актуальну інформацію щодо безпечних маршрутів та доступних послуг. Крім того, активно використовуються мобільні додатки з функціями моніторингу безпеки, що дозволяють отримувати оперативні сповіщення про загрози, зміни в логістиці чи нові обмеження [19].

Великого значення набувають технології штучного інтелекту та аналізу даних, які допомагають прогнозувати попит на туристичні послуги, оптимізувати логістику та персоналізувати пропозиції для клієнтів. Також усе більше компаній впроваджують блокчейн-технології для забезпечення прозорості фінансових операцій та підвищення довіри між туристами та постачальниками послуг. У кризових умовах важливу роль відіграє цифровізація бізнес-процесів, що дозволяє компаніям працювати в дистанційному форматі, знижувати витрати та адаптуватися до нестабільної ситуації на ринку. Використання інноваційних технологій не лише допомагає туристичному бізнесу пережити кризу, а й відкриває нові можливості для розвитку галузі, роблячи її більш стійкою, ефективною та орієнтованою на потреби сучасних мандрівників [34].

Таким чином, у результаті аналізу теоретичних аспектів розвитку туризму в умовах кризових ситуацій можна зробити висновок, що кризові ситуації, зокрема воєнні дії, мають значний вплив на туристичний сектор, змінюючи як характер попиту на туристичні послуги, так і саму структуру та організацію туристичних послуг. Важливою складовою є адаптація туристичної сфери до нових реалій, що включає як зміну напрямків туризму, так і переорієнтацію на безпечні та менш уразливі регіони. Міжнародний та український досвід свідчать про необхідність швидкого реагування на кризові умови, гнучкої адаптації інфраструктури та маркетингових стратегій, а також активної підтримки постраждалих від воєнних дій туристичних дестинацій. Таким чином, розвиток туризму в умовах криз вимагає комплексного підходу, що включає в себе як економічні, так і соціокультурні аспекти, для забезпечення сталого функціонування галузі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Туристичний потенціал Хмельницької області до початку воєнних дій.

Хмельницька область володіє значним туристичним потенціалом, що зумовлено її багатими природними ресурсами, історико-культурною спадщиною та вигідним географічним розташуванням. До початку воєнних дій регіон приваблював туристів завдяки унікальним природним ландшафтам, мальовничим річкам, заповідним територіям та історичним пам'яткам, що мають національне та міжнародне значення.

Однією з головних природних перлин Хмельниччини є Національний природний парк «Подільські Товтри», що є найбільшим природним парком України. Його територія охоплює унікальні геологічні утворення, мальовничі каньйони та численні джерела мінеральних вод, що робить його популярним місцем для екотуризму, активного відпочинку та лікувально-оздоровчого туризму. Окрім цього, річки Дністер, Збруч, Південний Буг та їхні притоки формують мальовничі долини, створюючи сприятливі умови для водного туризму, риболовлі та відпочинку на природі [54].

Хмельницька область також багата на історико-культурні пам'ятки, серед яких особливе місце займає Кам'янець-Подільська фортеця — один із семи чудес України та важливий центр історичного туризму. Старовинні замки, такі як Меджибізький замок та Старокостянтинівський замок, приваблюють туристів своєю автентичністю, історичним значенням та цікавими екскурсійними програмами. Міста області, зокрема Кам'янець-Подільський, Сатанів, Старокостянтинів, зберегли унікальні архітектурні ансамблі, що відображають багатовікову історію регіону [41].

У країні, що вже три роки переживає війну, практично всі види туризму та заходи заборонені, що значно обмежує можливості для розвитку туристичної галузі. Проте навіть у таких умовах, Кам'янець-Подільський,

завдяки своєму багатому природному та культурному надбання, зміг зберегти свій статус одного з важливих туристичних центрів. Завдяки невеликим але важливим ініціативам, регіон зумів зберегти та розвинути гастрономічний і фестивальний туризм, адаптуючи свої заходи до нових реалій.

Кам'янець-Подільський славився своєю здатністю організовувати міжнародні фестивалі середньовічної культури, повітроплавання та музичні заходи, які стали знаковими подіями для туристів з усієї України та з-за кордону. Ці фестивалі стали важливою частиною культурного життя регіону, об'єднуючи не лише місцевих мешканців, а й відвідувачів, які прагнули доторкнутися до історії, традицій і мистецтва.

Зокрема, фестивалі середньовічної культури, що проводяться в Кам'янець-Подільському, включають реконструкції історичних подій, турніри та виступи народних колективів, що привертають увагу любителів історії та культури. Фестиваль повітроплавання, що відбувається кожного року, дає змогу насолоджуватися захоплюючими видами на місто та навколишні пейзажі з висоти пташиного польоту. Музичні заходи, як-от джазові та класичні концерти, додають культурної різноманітності, створюючи атмосферу гармонії і творчості навіть в умовах війни [29].

Попри те, що наявність війни сильно обмежує можливості для організації більш масштабних подій, Кам'янець-Подільський все ж залишається важливим осередком культурного життя і туристичних вражень, адаптуючи свої заходи до безпеки та потреб місцевих мешканців і відвідувачів.

Таким чином, до початку воєнних дій Хмельницька область мала всі передумови для активного розвитку туризму, ставши перспективним регіоном, який міг би приваблювати відвідувачів з усієї України та з-за кордону. Це був багатий на ресурси край, що поєднував в собі неповторну природну красу, історичну спадщину та культурні традиції, створюючи ідеальні умови для розвитку різноманітних видів туризму.

Одним з основних напрямків, на яких область могла б зосередитись, був екологічний туризм. Чисте повітря, мальовничі ландшафти, національні парки та природні резервати, такі як Кам'янець-Подільський каньйон або природний парк «Подільські Товтри», привертали туристів, які прагнули відпочити на природі, насолоджуючись краєвидами та відновлюючи своє здоров'я серед зелених просторах. Завдяки наявності численних екологічних маршрутів, область могла запропонувати туристам відпочинок, що поєднує фізичну активність із пізнанням природних чудес.

Ще одним важливим аспектом розвитку туризму в Хмельницькій області був оздоровчий туризм. Місцеві санаторії та курорти, зокрема в районах, багатих на мінеральні джерела та цілющі води, стали б популярними серед тих, хто шукає релаксацію, відновлення сил і покращення здоров'я. Професійно організовані спа-послуги, оздоровчі програми та масажі приваблювали б туристів, охочих поєднати відпочинок з турботою про своє здоров'я.

Хмельницька область також мала всі можливості для розвитку культурно-історичних маршрутів. Стародавні замки, монастирі, музеї та археологічні пам'ятки, такі як Кам'янець-Подільська фортеця чи Хмельницький музей, ставали б важливими пунктами на туристичних картах. Історичні та культурні пам'ятки області дозволяли би створити унікальні туристичні маршрути, які поєднують минуле і сучасність, розповідаючи про багатий спадок регіону.

Не менш важливим напрямком був гастрономічний туризм. Місцеві страви, що ґрунтуються на традиційних рецептах, могли б стати окремою атракцією для туристів. Продукти місцевого виробництва, такі як мед, сири, м'ясні вироби та вина, створювали б можливості для організації гастрономічних фестивалів та дегустацій, що дозволяють відвідувачам не тільки насолодитися смаками регіону, а й пізнати його культуру через їжу.

Хмельницька область мала всі передумови для становлення успішної туристичної дестинації, з широким спектром можливостей, що могли б

задовольнити різноманітні інтереси відпочиваючих і стати вагомим чинником для економічного розвитку регіону. Однак початок воєнних дій змінив ці перспективи, зупинивши багато з цих ініціатив і обмеживши доступ туристів до регіону.

До початку воєнних дій туристична інфраструктура Хмельницької області активно розвивалася, сприяючи комфортному перебуванню відвідувачів та збільшенню туристичних потоків. У регіоні функціонувала широка мережа готелів, санаторіїв, баз відпочинку та агросадиб, що забезпечували різні рівні комфорту – від бюджетного житла до преміум-класу. Особливо популярними були санаторно-курортні комплекси, такі як у Сатанові, де використовували цілющі мінеральні води для лікування та оздоровлення. Розгалужена мережа ресторанів і кафе пропонувала традиційну подільську кухню, а також сучасні гастрономічні концепції, що сприяло розвитку гастрономічного туризму [24].

Важливу роль у туристичній інфраструктурі відігравала транспортна доступність: Хмельницький мав залізничне та автомобільне сполучення з іншими регіонами України, а міжнародні траси забезпечували зручний під'їзд до ключових туристичних об'єктів. Крім того, до війни в області проводилася активна модернізація дорожньої інфраструктури, що сприяло покращенню умов для автомобільного туризму. Значний розвиток отримали туристичні інформаційні центри та організовані екскурсійні маршрути, які допомагали туристам відкривати історичні та природні пам'ятки регіону. Таким чином, до початку воєнних дій туристична інфраструктура Хмельницької області мала високий потенціал для подальшого зростання та залучення нових туристичних потоків [5].

До початку воєнного стану туристична галузь Хмельницької області демонструвала стійке зростання, орієнтуючись на диверсифікацію туристичних послуг та залучення інвестицій у розвиток інфраструктури. За даними Державної служби статистики України, у 2019 році область прийняла понад 500 тисяч туристів, що на 12% більше, ніж у 2018 році. Основними

напрямами розвитку були культурно-історичний, екологічний, оздоровчий та гастрономічний туризм.

Кам'янець-Подільський, який входив до топ-5 найвідвідуваніших туристичних міст України, активно розвивав подієвий туризм, щорічно проводячи фестивалі середньовічної культури, повітроплавання та вуличної музики, що приваблювали десятки тисяч гостей [15]. Значні інвестиції спрямовувалися у модернізацію курортно-санаторного комплексу, зокрема у Сатанові, де планувалося розширення лікувальних програм на базі унікальних мінеральних вод. Активно розвивався агротуризм – у 2021 році в області функціонувало понад 50 сертифікованих агросадиб, що пропонували туристам автентичний подільський досвід. Державні та місцеві програми підтримки туризму сприяли розвитку інфраструктури, зокрема у 2020 році було відремонтовано понад 150 км доріг, що ведуть до ключових туристичних локацій [26].

До 2022 року планувалося розширення кількості готельних комплексів та створення нових туристичних маршрутів, що охоплювали менш досліджені природні та культурні об'єкти області. Таким чином, до початку воєнного стану туристична галузь регіону мала позитивні тенденції розвитку, орієнтуючись на інфраструктурне покращення, розширення спектра туристичних послуг та збільшення туристичних потоків.

2.2. Вплив воєнних дій на туристичний сектор регіону.

З початком повномасштабного вторгнення у 2022 році туристичний сектор Хмельницької області зазнав значних втрат через різке зниження туристичного потоку та економічні наслідки, пов'язані з воєнними діями. За даними Департаменту економічного розвитку Хмельницької ОВА, у 2022 році кількість туристів скоротилася на понад 70% порівняно з довоєнним періодом, що спричинило значні збитки для підприємців туристичної сфери. Найбільше постраждав подієвий туризм: скасування щорічних фестивалів у

Кам'янці-Подільському та зупинка міжнародних туристичних груп призвели до втрат у розмірі понад 150 мільйонів гривень для місцевого бюджету [3].

Готельний бізнес зазнав значного скорочення попиту – рівень завантаженості готелів у 2022 році не перевищував 20%, що спричинило закриття понад 30% об'єктів розміщення. Санаторно-курортний сектор також зазнав економічних збитків – частина закладів була змушена перепрофілюватися під центри тимчасового розміщення внутрішньо переміщених осіб. Втрата туристичних доходів негативно вплинула на суміжні галузі, такі як громадське харчування, транспорт та торгівля, що призвело до скорочення робочих місць та зменшення надходжень до місцевого бюджету. Загальні економічні втрати туристичної галузі регіону у 2022 році оцінювалися в понад 500 мільйонів гривень, а відновлення довоєнного рівня туристичного потоку потребуватиме комплексних заходів, спрямованих на стабілізацію ситуації та відновлення інфраструктури [3].

В умовах війни попит на туристичні послуги в Хмельницькій області зазнав суттєвих змін, що було зумовлено як безпековими ризиками, так і економічною ситуацією в країні. Традиційні напрями туризму, зокрема культурно-історичний, фестивальний та міжнародний, зазнали різкого спаду, тоді як внутрішній туризм набув нового формату. За даними Хмельницької ОВА, у 2022 році майже 60% бронювань у готелях та садибах були пов'язані не з туристичними поїздками, а з тимчасовим розміщенням внутрішньо переміщених осіб (ВПО).

Курортно-санаторні комплекси, такі як у Сатанові, переорієнтували свої послуги на реабілітацію військових та осіб, які постраждали від бойових дій, що сприяло збереженню частини інфраструктури галузі. Попит на оздоровчий туризм зріс, особливо серед громадян, які шукали психологічне відновлення та медичну реабілітацію [46].

Крім того, відбулося зростання інтересу до сільського та екотуризму – у 2023 році кількість відвідувачів агросадиб регіону зросла на 30% порівняно з 2021 роком, оскільки туристи обирали безпечніші та віддаленіші локації для

відпочинку. Водночас значно зменшився попит на розважальні заходи, а серед туристів переважали короткотривалі поїздки на вихідні, без значних витрат. Таким чином, туристичний ринок регіону адаптувався до воєнних умов, переорієнтовуючись на потреби внутрішнього туризму, оздоровлення та розміщення ВПО, що стало ключовим фактором збереження частини туристичної інфраструктури в умовах кризи [47].

В умовах війни туристичні підприємства Хмельницької області змушені були швидко адаптуватися до нових викликів, змінюючи формат своєї діяльності та переорієнтовуючи послуги на актуальні потреби суспільства. За даними Хмельницької торгово-промислової палати, понад 40% готелів та туристичних баз області у 2022 році перепрофілювалися для розміщення внутрішньо переміщених осіб (ВПО), що дозволило їм частково зберегти фінансову стабільність. Санаторно-курортні комплекси, зокрема в Сатанові та Гусятині, почали активно надавати послуги реабілітації для військових та осіб, які постраждали від бойових дій, що дозволило їм продовжити функціонування навіть у кризових умовах [58].

Також суттєво змінилися маркетингові стратегії підприємств: туристичні агенції почали просувати короткотривалі екскурсійні маршрути по області, роблячи акцент на екотуризм, агротуризм та відвідування природних заповідників, таких як Національний природний парк «Подільські Товтри». У 2023 році кількість туристів, які відвідували ці локації, зросла на 25% у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про адаптацію ринку до нових умов.

Деякі ресторани та гастротури, що до війни були орієнтовані на туристів, змінили свою діяльність, відкривши соціальні ініціативи для підтримки військових і ВПО, зокрема, безкоштовне харчування та організацію волонтерських центрів. Окрім цього, туристичні підприємства активно використовували державні програми підтримки, такі як гранти на розвиток малого бізнесу, що допомогло зберегти робочі місця та продовжити діяльність.

Таким чином, туристичні підприємства регіону продемонстрували високу гнучкість, переорієнтовуючи свою діяльність на нові потреби та використовуючи доступні ресурси для збереження економічної активності, що стало ключовим фактором їхнього виживання в умовах війни [30].

Воєнні дії суттєво вплинули на туристичну інфраструктуру Хмельницької області, призвівши до зниження її функціональності, скорочення кількості працюючих об'єктів та зміни їхнього призначення. За даними Хмельницької ОВА, у 2022 році понад 35% готелів і баз відпочинку тимчасово припинили свою діяльність або змінили формат роботи через відсутність туристичного потоку. Водночас близько 50% готельного фонду було переорієнтовано під розміщення внутрішньо переміщених осіб (ВПО), що дозволило частково зберегти робочі місця у сфері гостинності.

Транспортна інфраструктура регіону також зазнала змін. Залізничне та автобусне сполучення було перепрофільоване для евакуації населення та перевезення гуманітарних вантажів, що значно обмежило можливості для організованих туристичних поїздок. Деякі маршрути, які до війни використовувалися для перевезення туристів до таких популярних місць, як Кам'янець-Подільський чи Національний природний парк «Подільські Товтри», тимчасово скоротили або скасували [9].

Суттєвих змін зазнали культурні та історичні об'єкти. Через безпекові ризики більшість музеїв, замків і туристичних центрів або скоротили графік роботи, або тимчасово припинили прийом відвідувачів. Наприклад, Кам'янець-Подільська фортеця у 2022 році працювала в обмеженому режимі, а відвідуваність впала більш ніж на 60% у порівнянні з довоєнним рівнем, що спричинило значні втрати для місцевої економіки та сфери обслуговування. Подібна ситуація спостерігалась і в Меджибізькому замку, де було змушено перенести або скасувати більшість культурних подій, зокрема щорічний фестиваль середньовічної культури «Меджибіж» [55].

Водночас, попри складну ситуацію, частина об'єктів почала шукати альтернативні шляхи взаємодії з публікою – зокрема, історико-культурний

заповідник «Самчики» у Старокостянтинівському районі ініціював створення віртуальних турів та серій онлайн-лекцій про архітектуру та мистецтво маєтку, що дозволило частково зберегти інтерес до об'єкта навіть в умовах воєнного стану. Завдяки цифровим форматам, відвідувачі з різних регіонів України й навіть з-за кордону змогли ознайомитися з культурною спадщиною регіону, що у майбутньому може сприяти поживленню туристичного потоку після нормалізації ситуації [7].

Попри труднощі, деякі аспекти інфраструктури адаптувалися до нових умов. Відновлювальні програми, що фінансувалися як з державного, так і з місцевого бюджетів, дозволили підтримувати основні транспортні та житлові об'єкти, зберігаючи їх у робочому стані для подальшого розвитку після стабілізації ситуації. Однак, загальний стан туристичної інфраструктури регіону значно погіршився, і для її повного відновлення потрібні суттєві інвестиції та стабілізація безпекової ситуації.

2.3. Нові формати туризму: внутрішній туризм, волонтерський та військовий туризм.

Під час воєнного стану внутрішній туризм у Хмельницькій області зазнав суттєвих трансформацій, зміщуючи фокус із традиційних туристичних потоків на нові потреби населення. В умовах обмежених можливостей для виїзного туризму українці почали більше подорожувати в межах країни, що сприяло зростанню популярності локальних маршрутів. За даними Департаменту туризму Хмельницької ОВА, у 2023 році кількість внутрішніх туристів, які відвідували природні заповідники, зросла на 30% порівняно з 2021 роком. Найбільший інтерес викликали екологічний і сільський туризм, що дозволяло туристам не лише відпочити, а й підтримати місцеві громади, які зазнали економічних втрат через війну [57].

Значну популярність отримали короткотривалі подорожі вихідного дня, зокрема до Кам'янець-Подільського, Бакоти та Національного природного парку «Подільські Товтри». Окрім екотуризму, активний розвиток отримав

оздоровчий туризм, особливо у санаторно-курортних комплексах Сатанова, де почали надавати послуги реабілітації для військових та осіб, які постраждали від бойових дій [42].

Крім того, внутрішній туризм почав відігравати все більш важливу соціально-економічну роль у підтримці малого бізнесу, особливо в сільських громадах, де туризм став одним із небагатьох джерел доходу в умовах війни. Завдяки зростанню попиту на короткотривалі подорожі в межах України, активізувалась діяльність агросадиб, приватних готелів, локальних гастрономічних закладів та майстерень народних ремесел [18].

У Хмельницькій області значного розвитку набули садиби в Сатанівській, Смотрицькій та Меджибізькій громадах, які пропонують автентичні подільські страви, дегустації локальних продуктів (наприклад, сири з Красилівщини, мед з околиць Дунаївців), участь у сільських обрядах та майстер-класах з гончарства. З метою активізації внутрішніх подорожей, у 2023 році було реалізовано ініціативу «Пізнай Поділля», яка включала серію тематичних турів по історичних місцях – таких як Маліївці, Сутківці, Летичів – з інтерактивними квестами, театралізованими екскурсіями, аудіогідами та дегустаційними зупинками. До програми також входили знижки для внутрішньо переміщених осіб, що стимулювало відвідуваність та водночас сприяло адаптації нових мешканців у регіоні. Окрім цього, туристичні оператори впровадили програми лояльності, зокрема систему бонусів за повторні візити та рекомендації, що сприяло формуванню стабільної клієнтської бази та підвищенню якості сервісу. Таким чином, внутрішній туризм у Хмельницькій області став одним із ключових механізмів підтримки економіки регіону, сприяючи як розвитку місцевого бізнесу, так і збереженню культурної та природної спадщини навіть у складних умовах воєнного стану.

В умовах війни волонтерський туризм у Хмельницькій області набув нового значення, ставши важливим інструментом підтримки місцевих громад та гуманітарних ініціатив. Цей формат туризму залучає людей з різних регіонів України та з-за кордону до участі в добровільних проєктах,

спрямованих на допомогу внутрішньо переміщеним особам (ВПО), відбудову пошкоджених об'єктів та підтримку українських військових. За даними Хмельницького гуманітарного центру, у 2023 році понад 5 000 волонтерів відвідали область з метою участі в соціальних ініціативах, що на 40% більше, ніж у 2022 році [36].

Одним із ключових напрямків волонтерського туризму стала допомога у створенні та забезпеченні гуманітарних хабів. Наприклад, у Кам'янці-Подільському на базі готелів і колишніх туристичних об'єктів було облаштовано центри для ВПО, де волонтери працювали над розподілом гуманітарної допомоги та організацією соціальної адаптації переселенців. Також значна частина волонтерів долучалася до ремонту житлових приміщень для сімей, які втратили домівки через бойові дії.

Ще одним важливим напрямком став агроволонтерський туризм, який отримав розвиток у сільських громадах області. Волонтери допомагали місцевим фермерам у зборі врожаю та підтримці господарств, що дозволило зменшити економічні втрати в аграрному секторі [11].

Крім того, волонтерський туризм відіграє важливу роль у психологічній реабілітації та соціальній інтеграції учасників. Багато ініціатив передбачають культурні заходи, тренінги та майстер-класи, що допомагає переселенцям та місцевим мешканцям краще адаптуватися до нових реалій. Таким чином, волонтерський туризм у Хмельницькій області став не лише засобом допомоги в умовах війни, а й важливим соціально-економічним фактором, що підтримує громади та сприяє зміцненню суспільної згуртованості.

Військовий туризм як новий тренд в умовах війни набув популярності в Хмельницькій області, поєднуючи освітню, патріотичну та меморіальну функції. Цей напрямок спрямований на збереження історичної пам'яті, підтримку військових та залучення туристів до відвідування місць, пов'язаних із захистом країни. За даними Департаменту туризму Хмельницької ОВА, у 2023 році кількість відвідувань військово-історичних об'єктів зросла на 35% порівняно з 2021 роком [13].

Одним із ключових аспектів військового туризму стали екскурсії на військові полігони, музеї та об'єкти, пов'язані з героїчним спротивом України. Зокрема, значний інтерес викликають тематичні тури до Меморіалу воїнів у Хмельницькому, а також відвідування музеїв Другої світової війни, що адаптували свої експозиції до подій сучасної російсько-української війни.

Окрім освітньої складової, військовий туризм також включає волонтерські місії, у рамках яких туристи беруть участь у плетінні маскувальних сіток, зборі гуманітарної допомоги або підтримці військових госпіталів. У 2023 році подібні ініціативи залучили понад 2 000 учасників, що свідчить про високий рівень інтересу до цього напрямку [6].

Також активно розвивається формат реконструкцій бойових дій та інтерактивних навчань, де туристи можуть отримати базові навички тактичної медицини, стрільби та виживання в умовах воєнного часу. Такі заходи організовуються за підтримки військових інструкторів та ветеранських організацій, що допомагає формувати у суспільстві культуру безпеки та самозахисту. Таким чином, військовий туризм у Хмельницькій області став не лише способом збереження історичної пам'яті, а й інструментом громадянської освіти та підтримки військових, що робить його важливим елементом туристичної сфери в умовах війни.

У контексті Хмельницької області, яка наразі перебуває в умовах воєнного стану, взаємодія між новими форматами туризму та соціальними ініціативами набуває особливого значення. Попри складну ситуацію, туристичні підприємства адаптуються до нових реалій, активно впроваджуючи інноваційні формати, зокрема екологічний туризм, агротуризм, культурно-освітні подорожі, а також віртуальні тури, що дозволяють залучати як місцевих жителів, так і міжнародних туристів через цифрові платформи.

Водночас, соціальні ініціативи відіграють важливу роль у збереженні та розвитку галузі, зокрема через організацію волонтерських програм, підтримку переселенців та людей, що постраждали від війни. Наприклад,

туристичні компанії почали активно залучати місцевих жителів до програм, що сприяють розвитку місцевої інфраструктури, відновленню культурної спадщини та підтримці місцевих виробників. Це не лише допомагає зміцнити економічний потенціал регіону, але й сприяє формуванню стійких соціальних зв'язків між різними громадами. Така синергія між туризмом і соціальними ініціативами дозволяє не тільки зберігати туристичну привабливість Хмельниччини в умовах війни, а й створювати платформу для подальшого розвитку після стабілізації ситуації в країні [16].

Таким чином, у результаті аналізу стану туристичної галузі Хмельницької області в умовах воєнного стану можна зробити висновок, що, незважаючи на значні виклики, регіон зберігає свій туристичний потенціал завдяки гнучким адаптаціям сектору. Історично сильний внутрішній туризм, розвиток нових форматів, таких як волонтерський та військовий туризм, дозволяють зберігати зв'язок з туристичними традиціями та культурною спадщиною області. Проте війна суттєво вплинула на економіку туризму, змушуючи місцеві підприємства переорієнтуватися на нові моделі, які включають соціальні ініціативи та підтримку постраждалих верств населення. Програми внутрішнього туризму та культурні ініціативи стали важливим інструментом відновлення соціальної згуртованості та стійкості місцевих громад, що дає надію на швидке відновлення галузі після завершення військового конфлікту.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ ПІСЛЯ ВІЙНИ

3.1. Основні виклики та проблеми відновлення туристичної галузі.

Однією з ключових проблем для повноцінного відновлення туристичної галузі Хмельницької області після початку повномасштабної війни залишаються суттєві втрати в інфраструктурі. Область, яка традиційно займала провідні позиції у розвитку внутрішнього туризму, сьогодні стикається з новими викликами: енергетичною нестабільністю, перебоями в логістиці, обмеженим транспортним сполученням та зростаючим дефіцитом кваліфікованих кадрів у сфері гостинності. Через ракетні удари по критичній інфраструктурі, затримки з ремонтами доріг і загальну економічну напругу постраждали окремі елементи транспортної, сервісної та туристичної інфраструктури, включаючи дороги, мости, електромережі, санаторно-курортні заклади та об'єкти обслуговування.

Попри те, що такі туристичні центри, як Кам'янець-Подільський, безпосередньо не зазнали фізичних руйнувань від обстрілів, галузь туризму там усе одно зазнала відчутного впливу. Через загальну нестабільність, періодичні відключення електроенергії, обмеження на пересування та економічну невизначеність зменшився потік туристів, а частина персоналу (екскурсоводи, ресторатори, менеджери готельного бізнесу) виїхала за кордон або змінила сферу зайнятості. Це призвело до тимчасового скорочення кількості пропонованих туристичних послуг, зменшення кількості екскурсій, зниження завантаженості готелів та ресторанів, а також зменшення доходів місцевих громад, які покладаються на надходження від туризму [28].

Особливо ускладненим є доступ до віддалених туристичних об'єктів — таких як Бакота, Сатанів, Сутківці — через частково зруйновані або вкрай зношені транспортні шляхи. В окремих районах відсутність належної дорожньої інфраструктури робить ці локації важкодоступними, особливо в осінньо-зимовий період або за умов обмеженого руху. Цей фактор значною

мірою стримує розвиток зеленого та етнотуризму, який базується саме на локальних принадах сільської місцевості.

У цьому контексті відновлення туристичної інфраструктури має стати стратегічним пріоритетом для органів місцевої влади, бізнесу та потенційних інвесторів. Фізична доступність, якість обслуговування та безпека є ключовими факторами, що впливають на туристичні рішення. Серед актуальних ініціатив варто відзначити реконструкцію ключових автомобільних шляхів, зокрема дороги Н03 Житомир–Чернівці, яка забезпечує прямий доступ до Кам'янець-Подільського району. У 2023 році, відповідно до звіту Хмельницької обласної військової адміністрації, завершено капітальний ремонт 38 км ділянки Ярмолинці – Кам'янець-Подільський, що суттєво покращило транспортне сполучення з історичними об'єктами регіону [28].

Паралельно в області тривають реставраційні проекти культурної спадщини. Зокрема, у Меджибізькій фортеці проведено оновлення інженерних мереж, покрівлі, внутрішніх виставкових залів і системи безпеки — за фінансової підтримки обласного бюджету та грантових коштів від Європейського Союзу [37]. Подібні ініціативи відіграють важливу роль не лише у збереженні культурного ландшафту, а й у створенні сучасних, привабливих туристичних продуктів, здатних генерувати нові потоки відвідувачів.

Окремої уваги заслуговує модернізація готельної та санаторно-курортної бази області. У місті Сатанів місцеві підприємці у співпраці з міською радою ініціювали реконструкцію оздоровчого комплексу «Трембіта», який має на меті залучення як українських туристів, так і гостей з-за кордону. Впровадження сучасних лікувальних, SPA- та wellness-послуг, облаштування оновленого житлового фонду й розвиток екологічних маршрутів дозволяє позиціонувати Сатанів як конкурентоспроможний курортний кластер на всеукраїнському рівні.

Втім, для сталого розвитку регіонального туризму необхідна системна державна підтримка. Особливо важливо створити сприятливі умови для малого та середнього бізнесу у сфері туризму — через пільгове кредитування, податкові канікули, компенсації енерговитрат і стимулювання внутрішніх інвестицій. У цьому аспекті велику роль відіграє залучення міжнародної технічної допомоги. Зокрема, проекти USAID, EU4Business, House of Europe вже мають успішні приклади співпраці з громадами Хмельниччини: від розробки інноваційних сервісів (цифрові аудіогіди, QR-навігація, інформаційні стенди), до оновлення маршрутів, промоційної підтримки та створення освітніх програм для фахівців сфери [63].

Загалом, потенціал туристичної сфери області залишається високим. Однак без цілеспрямованих інвестицій у транспорт, інфраструктуру, безпеку та сучасні стандарти сервісу його реалізація буде обмеженою. Поствоєнне відновлення туризму — це не лише економічне завдання, а й інструмент соціальної згуртованості, культурного відродження та міжнародної відкритості України.

Фінансові обмеження є одним із головних бар'єрів на шляху до відновлення та розвитку туризму в Хмельницькій області. Через війну значна частина державного бюджету спрямовується на оборону та гуманітарні потреби, що призводить до скорочення фінансування регіональних програм у сфері туризму. За даними Державного агентства розвитку туризму України, обсяг державної підтримки туристичної галузі у 2023 році зменшився майже вдвічі порівняно з довоєнним 2021 роком [21].

Інвестори, зокрема іноземні, демонструють обережність через нестабільну ситуацію в країні та високі ризики, пов'язані з безпекою, правовими гарантіями та окупованими територіями. У Хмельницькій області це проявляється у відсутності нових проєктів у готельному бізнесі, уповільненні модернізації курортної бази (наприклад, у Сатанівському бальнеологічному курорті) та відсутності значущих інвестицій у туристичні маршрути. Також бракує дієвих механізмів для стимулювання малого і

середнього бізнесу, який становить основу туристичної економіки області. Тому вирішення проблеми фінансування можливе шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату, розвитку публічно-приватного партнерства та залучення грантів від міжнародних донорів, зокрема ЄС, USAID та GIZ, які вже підтримували розвиток культурного туризму в Західній Україні [53].

Після початку повномасштабної війни значна частина внутрішніх і зовнішніх туристів втратила інтерес або довіру до відвідування Хмельницької області, навіть попри те, що регіон відносно безпечний і має чималий потенціал для рекреаційного, історико-культурного та гастрономічного туризму. Відповідно до опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) за 2023 рік, понад 60% українців обирають відпочинок у регіонах, де є активна присутність гуманітарних проєктів та інформаційна кампанія щодо безпеки [22].

Водночас у Хмельницькій області зафіксовано зниження кількості туристів на понад 40% у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про серйозну кризу довіри. Відновлення інтересу до місцевих туристичних продуктів вимагає комплексного підходу: активізації маркетингових кампаній, участі у національних туристичних виставках, розробки нових турів з акцентом на унікальні історико-культурні об'єкти (як-от Кам'янець-Подільська фортеця, Меджибізький замок, скелі Бакоти), а також просування ідеї «тихого туризму» — екологічного, оздоровчого та духовного. Крім того, необхідно залучати місцеві громади до формування привабливих турпродуктів і налагоджувати співпрацю з внутрішніми туроператорами, що вже має позитивні приклади, як-от ініціативи у Старокостянтинівській ОТГ щодо розвитку етнотуризму [25].

Психологічний стан населення після тривалого воєнного стресу є визначальним чинником для відновлення туристичної активності. Хронічна тривожність, втома, стан постійної небезпеки та невизначеності істотно впливають на мотивацію до подорожей, відкриття нових місць і навіть участі

у звичних культурно-туристичних заходах. За даними дослідження Українського інституту майбутнього (2023), близько 48% громадян України демонструють підвищений рівень тривожності щодо безпеки пересування, навіть у порівняно стабільних регіонах, таких як Хмельницька область [65]. Постійні повідомлення про повітряні тривоги, обстріли в інших частинах країни, а також особисті травматичні досвіди, пов'язані з втратою близьких або вимушеним переміщенням, формують глибокий ментальний бар'єр. Навіть короткочасна поїздка може сприйматися як зайвий ризик, що гальмує відновлення туристичних потоків і внутрішньої мобільності.

У відповідь на цей виклик формується нова концепція – туризм із терапевтичним ефектом, який не просто пропонує розваги чи екскурсії, а створює умови для психологічного зцілення, стабілізації емоційного стану та налагодження внутрішнього діалогу. До таких форматів належать зелений туризм, духовні ретрити, арт-терапевтичні подорожі, еко-табори для ветеранів, велопогулянки з елементами медитації, а також екскурсії, що поєднують культурне занурення з психоемоційною підтримкою.

У Хмельницькій області вже реалізовано низку ініціатив, спрямованих на впровадження терапевтичного туризму як інструмента ментального відновлення [14]. Наприклад, у Кам'янці-Подільському протягом 2023 року регулярно проводились екскурсії для внутрішньо переміщених осіб з елементами арт-терапії, які організовували ГО «Туризм Поділля» спільно з місцевими психологами, художниками та волонтерами. Програма включала не лише знайомство з історичними об'єктами, а й участь у майстер-класах з гончарства, живопису, ленд-арту, що сприяло творчій самореалізації, стабілізації емоцій та формуванню відчуття приналежності до нової громади.

Ще одним прикладом є пілотний проєкт «Ретрит для захисників», який стартував на базі рекреаційної зони «Лісова пісня» поблизу Шепетівки. Тут ветерани, військовослужбовці та члени їхніх родин отримують можливість пройти курс природної терапії, групової психологічної підтримки, тілесно-орієнтованих практик і сімейного відпочинку в умовах тиші та гармонії з

природою. Такі ініціативи набувають особливої цінності в контексті відновлення психічного здоров'я та реінтеграції військових у мирне життя.

Позитивні кейси демонструє також Старокостянтинівська громада, де молодіжний хаб і центральна бібліотека започаткували серію пішохідних турів «Слідами пам'яті», у межах яких місцеві жителі та переселенці разом з краєзнавцями, психологами й реконструкторами вивчають локальну історію через елементи театралізації, діалогу та рефлексії. Поєднання історичної спадщини, культури та внутрішнього переживання дозволяє учасникам не лише краще зрозуміти свою ідентичність, але й відчутти емоційне полегшення та мотивацію до подальшого життя.

Таким чином, розвиток психоемоційно орієнтованого туризму відкриває нові горизонти для регіонального розвитку: він не лише поживляє туристичну економіку, а й виконує важливу соціальну функцію відновлення колективного ментального здоров'я, зменшення рівня стресу та формування довіри до безпечного простору. У післявоєнний період саме такий підхід може стати основою сталого відродження українського туризму.

3.2. Роль державних та міжнародних програм у підтримці туризму.

У післявоєнний період ключову роль у відновленні туристичної галузі має відігравати держава, зокрема через розробку та реалізацію комплексних програм підтримки туризму. У 2023 році Міністерство культури та інформаційної політики України у співпраці з Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ) ініціювало програму «ВідновиТУР», що передбачає фінансування реконструкції туристичних об'єктів, інформаційних центрів і туристичних маршрутів у безпечних регіонах, зокрема в Хмельницькій, Львівській, Івано-Франківській та Закарпатській областях. Ця програма також включає навчання для представників турбізнесу, адаптацію об'єктів до потреб людей з інвалідністю та підтримку локальних ініціатив у малих громадах. За даними ДАРТ, у 2023 році на проєкти в туристичній сфері було спрямовано понад 75 млн грн бюджетних коштів, з яких частину

використано саме в Хмельницькій області – на оновлення інформаційного супроводу маршрутів у Кам'янець-Подільському районі та підтримку місцевих фестивалів [50].

Ще одним важливим державним кроком стало включення туристичної галузі до Національного плану відновлення України, що розроблявся за підтримки Європейської комісії та був презентований на міжнародній конференції з питань відбудови в Лугано (2022) і Лондоні (2023). У цьому документі туризм визначено як одну з пріоритетних галузей для довгострокового економічного зростання та регіонального розвитку. План передбачає інвестиції у відновлення та модернізацію туристичної інфраструктури, зокрема доріг до ключових об'єктів спадщини, будівництво кемпінгів, облаштування еко-стежок, центрів для відвідувачів та туристичних хабів [49].

Особлива увага у стратегії відновлення туристичної галузі Хмельницької області після війни приділяється цифровій трансформації сфери туризму, яка має забезпечити зручність, доступність та інтерактивність туристичних послуг як для внутрішніх, так і для іноземних відвідувачів. У цьому контексті передбачено створення єдиної цифрової екосистеми, що включатиме інформаційну онлайн-платформу з актуальними туристичними маршрутами, календарем подій, базою місцевих гідів, електронною системою бронювання екскурсій, квитків до музеїв і замків, а також замовлення транспортних та готельних послуг [53]. Особливу увагу приділено інтеграції інтерактивних карт, мобільних додатків та аудіогідів, які дозволяють туристам самостійно планувати мандрівки та отримувати інформацію у зручному мультимедійному форматі. Такі сервіси вже почали впроваджуватись у рамках ініціативи «Цифрові громади для туризму», що реалізується Міністерством культури та інформаційної політики України спільно з Програмою розвитку ООН [61].

У контексті цифровізації значущою складовою стає розширення можливостей для малого бізнесу та локальних ініціатив, що працюють у

сфері зеленого туризму, агротуризму, ремесел, гастрономічного туризму та виготовлення традиційної продукції. Планом розвитку передбачено виділення мікрогрантів, ваучерів та пільгових кредитів для підприємців, які впроваджують цифрові рішення у свої проєкти – від онлайн-бронювання послуг до створення власних платформ для просування локальних брендів [47]. Такі заходи не лише стимулюють розвиток креативної економіки, а й сприяють збереженню традиційної культури та ремесел регіону, що становлять важливу частину туристичної ідентичності Хмельниччини.

Ключовим інструментом ефективного розвитку туризму також є формування туристичних кластерів – мережевих об'єднань, які забезпечують співпрацю між суб'єктами туристичної індустрії: готельно-ресторанним сектором, культурними інституціями, транспортними компаніями, освітніми закладами, локальними крафтовими виробниками та органами місцевого самоврядування. Такий підхід дозволяє скоординовано розвивати туристичні продукти, підвищувати якість послуг і ефективно просувати територіальні бренди. На Хмельниччині перші кроки до такого кластерного підходу вже зроблено – зокрема, на базі Кам'янець-Подільської територіальної громади, яка у 2023 році увійшла до переліку пілотних учасників програми «Підтримка економічного розвитку територій», що реалізується за фінансової підтримки Європейського Союзу [66].

Одним із конкретних результатів цього партнерства стало створення у Кам'янці-Подільському сучасного туристично-інформаційного центру нового покоління, який об'єднує функції навігації, просування і розвитку. Центр оснащено інтерактивною картою регіону, яка охоплює понад 50 об'єктів історико-культурної спадщини, природних пам'яток та гастрономічних локацій. Крім того, в його структурі функціонують кімнати для воркшопів, коворкінг-простір для туристичних стартапів, зали для проведення презентацій, лекцій, фестивальных подій та міжнародних зустрічей [59]. Таким чином, туристично-інформаційний центр стає не лише точкою

отримання послуг, а й інкубатором нових ідей, платформою для взаємодії бізнесу, громади та туристів.

У перспективі подібні туристичні хаби планується розгорнути і в інших громадах області – зокрема, у Сатанівській, Меджибізькій та Шепетівській, – з урахуванням їхнього туристичного потенціалу та спеціалізації. Це дозволить розвивати Хмельниччину як туристично згуртований регіон, здатний приваблювати відвідувачів не лише історичними пам'ятками, а й сучасними сервісами, зручністю і високою якістю вражень.

Для Хмельниччини це відкриває нові можливості: регіон може отримати державне співфінансування для розвитку курортної мережі в Сатанівській та Летичівській громадах, модернізації рекреаційних територій на річці Дністер, а також просування туристичних продуктів через цифрові платформи. Така підтримка є фундаментальною для відновлення галузі після кризи та формування нового іміджу регіону [59].

Міжнародна спільнота відіграє важливу роль у підтримці туристичної галузі України, зокрема через програми технічної, фінансової та експертної допомоги. Один із ключових прикладів – проєкт «Розвиток туризму в регіонах України», який реалізується за підтримки Німецького товариства міжнародного співробітництва (GIZ). У рамках цього проєкту в 2023 році на Хмельницьку область було спрямовано грантові кошти на розвиток локальних туристичних продуктів і підвищення кваліфікації гідів та представників турбізнесу. (Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ) [40].

Також організація USAID активно підтримує ініціативи зі сталого туризму в Західній Україні, фінансуючи розробку маршрутів, популяризацію локального виробництва та розвиток сільського туризму – зокрема у громадах поблизу Бакоти й Меджибожа. Крім того, проєкт «House of Europe» у партнерстві з ЄС надає мікрогранти на креативні індустрії, що охоплюють також сферу культури і туризму. Такі ініціативи не лише фінансово підтримують індустрію, а й створюють можливості для інтеграції

українського туризму в європейський простір через участь у виставках, культурних обмінах і спільних платформах просування. У результаті, міжнародні партнерства стають каталізатором для модернізації туристичної інфраструктури Хмельниччини та зміцнення довіри до регіону як безпечного і привабливого напрямку [23].

Громадські та неурядові організації (НУО) стали важливим елементом екосистеми підтримки туризму в умовах війни та післявоєнного відновлення, виконуючи роль посередників між місцевими громадами, міжнародними донорами та органами влади. У Хмельницькій області активно працює ГО «Подільська культурна ініціатива», яка у 2023 році реалізувала проєкт «Подільська спадщина: від збереження до переосмислення» за підтримки Фонду «Відродження» та House of Europe. У межах цього проєкту було створено пішохідні маршрути в Хмельницькому, Славуті та Старокостянтинові, організовано серію екскурсій для переселенців та молоді, а також розроблено настільну гру про культурні пам'ятки регіону. Ще одна важлива ініціатива – цифрова карта культурних об'єктів Хмельниччини, яка включає інформацію про понад 120 пам'яток та туристичних локацій, інтегровану з Google Maps і доступну українською та англійською мовами [12].

Також значну роботу провадить ГО «Туризм Поділля», яка з 2022 року організувала низку соціально-культурних подій для внутрішньо переміщених осіб, зокрема адаптаційні тури «Знайомство з Поділлям», що включали відвідування Меджибізької фортеці, Бакотської затоки, музеїв та місцевих майстерень. За грантової підтримки USAID та ПРООН організація також розробила туристичний маршрут для велотуризму «Велосипедом через Поділля», що з'єднує Хмельницький, Деражню, Летичів і Меджибіж, забезпечений навігаційною розміткою та зупинками з QR-інфотабличками. Крім того, «Туризм Поділля» співпрацює з освітніми установами у створенні волонтерських гідів серед старшокласників та студентів – у 2024 році в рамках проєкту «Молодь у туризмі» було проведено тренінги для понад 60

учасників у Кам'янці-Подільському. Така діяльність не лише активізує громади, але й сприяє сталому розвитку туризму, інтегруючи його у соціальну політику регіону.

У 2023 році за сприяння цих організацій та підтримки фонду «Відродження» було організовано серію етнографічних і гастрономічних фестивалів у громадах Кам'янець-Подільського та Дунаєвецького районів, що сприяло внутрішньому туризму й економічній активності місцевого бізнесу. Крім того, такі організації часто виступають провайдерами грантів і навчальних програм, допомагаючи місцевим гідам, власникам агроосель і ремісникам адаптуватися до нових реалій. За рахунок діяльності НУО також реалізується важлива соціальна функція – інтеграція переселенців у життя громад через туризм як інструмент діалогу, пам'яті та культурного обміну. Така синергія громадського сектору з державними та міжнародними ініціативами є запорукою сталого розвитку туристичної сфери в регіоні [52].

Міжнародні організації стають важливими партнерами для українських регіонів у сфері туристичного маркетингу, просування культурної спадщини та залучення уваги іноземних туристів і інвесторів. Хмельницька область активно співпрацює з низкою таких структур, зокрема з Програмою розвитку ООН (UNDP), яка у 2023 році підтримала створення цифрового каталогу туристичних об'єктів Поділля англійською мовою та інтеграцію даних у міжнародні платформи подорожей [66].

Також суттєву підтримку в просуванні регіону надала UNESCO, включивши низку об'єктів Хмельниччини до пілотних програм цифрової інвентаризації культурної спадщини України, що реалізувалися у 2023 – 2024 роках у співпраці з Міністерством культури та інформаційної політики України. Зокрема, до проєкту увійшли Покровська церква у Сутківцях, Самчиківський палацово-парковий ансамбль, а також окремі елементи фортеці в Меджибожі. У рамках цієї ініціативи було здійснено фото- та лазерне 3D-сканування об'єктів, створено цифрові паспорти пам'яток, а також сформовано публічну онлайн-базу даних, що доступна для туристів,

дослідників і освітніх закладів. Крім того, UNESCO підтримала проведення освітніх семінарів у Хмельницькому та Кам'янець-Подільському для працівників культурної сфери щодо методик цифрової консервації та управління історичною спадщиною в умовах воєнної нестабільності.

Окрему роль у просуванні туристичного потенціалу регіону відіграють проєкти Європейського Союзу, зокрема в межах ініціативи «EU4Culture» [64].

У 2023 році в Кам'янець-Подільському за підтримки цієї програми було організовано міжнародний фестиваль вуличного мистецтва «Подільський Арт-Фест», у якому взяли участь художники та музиканти з Польщі, Німеччини, Чехії та Литви. У Меджибожі відбулися крос-культурні форуми, присвячені питанням збереження спадщини в умовах війни, з залученням експертів з Австрії, Франції та України. Також у рамках програми було проведено серію майстер-класів з традиційних ремесел Поділля, у тому числі ткацтва, кераміки та писанкарства, що сприяло як збереженню нематеріальної спадщини, так і розвитку туризму на основі автентичного досвіду. Така співпраця дає Хмельниччині змогу не лише формувати позитивний імідж на міжнародному рівні, а й забезпечує експертну, технічну та фінансову підтримку, яка дозволяє підвищити конкурентоспроможність регіону як сучасного, безпечного та культурно багатого туристичного напрямку.

3.3. Стратегії розвитку туристичної сфери в післявоєнний період.

Післявоєнний період вимагає нових стратегічних підходів до розвитку туризму в Хмельницькій області, де визначено ключові пріоритети: безпека, стійкість, локалізація та інтеграція до європейського туристичного простору. Згідно з оновленою Стратегією розвитку області до 2027 року, затвердженою обласною радою, основними напрямками є розвиток внутрішнього туризму, підтримка малих туристичних підприємств, цифровізація туристичних послуг та збереження культурної спадщини [2].

В умовах сучасних викликів, коли туризм потребує нових змістів та форматів, особливий акцент у Хмельницькій області робиться на розвиток культурно-пізнавального туризму, що дозволяє зберігати та популяризувати багату історико-культурну спадщину регіону. Яскравими прикладами є такі об'єкти, як Кам'янець-Подільський — перлина середньовічної архітектури та центр міжнародних фестивалів, Меджибіж — з його легендарною фортецею та духовною спадщиною хасидизму, а також Сутківці — село, яке вражає унікальним храмом-фортецею Покрови Пресвятої Богородиці XV століття, що не має аналогів в Україні.

Паралельно розвиваються напрями гастрономічного туризму, що базується на традиціях подільської кухні. Регіон активно проводить фестивалі локальних продуктів, дегустаційні тури, сільські ярмарки та кулінарні майстер-класи, які не тільки приваблюють туристів, а й стимулюють розвиток місцевого агровиробництва та малого бізнесу. Поділля позиціонує себе як край автентичних смаків, що створює унікальні можливості для занурення в культуру через гастрономічний досвід.

Зростає роль зеленого та етнотуризму, особливо в сільських громадах. Відроджуються ремесла, організовуються етнофестивалі, будуються еко-садиби та розвиваються агротуристичні маршрути. Мандрівники можуть долучитися до збору врожаю, участі у фольклорних заходах чи навіть майструвати разом з місцевими жителями. Це не лише збагачує туристичний продукт, а й сприяє збереженню традицій та сталому розвитку сільських територій.

У 2023 році важливим кроком у напрямі сталого туризму стало впровадження пілотного проєкту з маркування велосипедних та піших маршрутів у Городоцькому районі. Реалізований у співпраці з Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ) та Хмельницькою обласною державною адміністрацією, він став прикладом екологічно дружнього та активного туризму, орієнтованого на широку аудиторію — від сімей із дітьми до спортивних туристів. Створення інфраструктури для такого відпочинку

дозволяє розширити туристичну географію та оживити маловідомі, але перспективні території.

Окремим стратегічним вектором визначено розвиток туристичних кластерів, зокрема Кам'янець-Подільського та Сатанівського. Їхня діяльність спрямована на концентрацію ресурсів, координацію дій між підприємцями, громадами та органами влади, а також активне залучення інвестицій. Кластери стають платформами для навчання, маркетингу та створення нових туристичних продуктів.

Однією з інноваційних ініціатив став запуск у 2023 році мобільного додатка з аудіогідами в Кам'янці-Подільському. Додаток, доступний чотирма мовами — українською, англійською, німецькою та польською — охоплює понад 40 об'єктів, включаючи музеї, храми, пам'ятки архітектури та цілі тематичні маршрути, як-от «Слідами фортеці», «Кам'янець між культурами» та «Архітектурна мозаїка міста». Реалізований у межах програми USAID «Говерла», проєкт не лише полегшив навігацію для туристів, а й підвищив привабливість міста як сучасного культурного хабу.

У межах цього ж проєкту було встановлено інформаційні стенди з QR-кодами у Меджибожі — біля Лицарської вежі та головного двору фортеці, а також у Сутківцях — біля храму-фортеці. QR-коди ведуть на мультимедійні сторінки, де можна ознайомитися з історією об'єктів, переглянути архівні та сучасні світлини, відеоекскурсії, а також скористатися інтерактивною картою. Це не лише значно покращує туристичний сервіс, а й робить регіон більш доступним для мандрівників з усього світу.

Важливим напрямом залишається і формування позитивного іміджу області. Через участь у національних інформаційних кампаніях, туристичних форумах та міжнародних виставках Хмельниччина заявляє про себе як про безпечний, культурно насичений і гостинний регіон, готовий приймати туристів навіть у непростих обставинах. Усе це формує цілісну стратегію, спрямовану на перетворення області на один із флагманів сталого туризму в Україні.

Окрім того, на території Хмельниччини активно впроваджуються інноваційні технології для популяризації туристичних об'єктів. Зокрема, у 2023 – 2024 роках було проведено серію зйомок з використанням дронів у Кам'янець-Подільській фортеці, у Скалі-Подільській та Меджибожі, що стали основою для створення віртуальних турів та 3D-моделей, які інтегруються у популярні платформи, такі як Google Maps, Google Earth та YouTube VR. Ці цифрові продукти вже використовуються в освітніх цілях – у шкільних та університетських програмах з історії та географії, зокрема як елемент дистанційного навчання. Крім цього, на базі Хмельницького обласного краєзнавчого музею створено мультимедійну кімнату для демонстрації віртуальних турів по регіону, що робить історико-культурну спадщину доступною навіть під час обмежень воєнного часу. Така цифровізація не лише сприяє збереженню культурної спадщини, а й відкриває нові можливості для промоції регіону на міжнародному туристичному ринку [43].

Також місцеві туроператори впроваджують онлайн-бронювання, електронні квитки, інтеграцію з картами відкритих маршрутів та чат-боти для туристичного супроводу. Усі ці технології підвищують привабливість регіону для молодшої аудиторії, забезпечують доступність інформації та допомагають адаптувати галузь до нових умов подорожей у безпечному форматі.

Промоція регіону як туристичного напрямку після війни є важливим етапом відновлення економіки та іміджу країни чи регіону. Після конфліктів багато територій зазнають значних змін, і туризм може стати потужним інструментом відновлення. Одним із ключових аспектів є створення позитивного іміджу та довіри до місцевості через рекламні кампанії, залучення іноземних інвестицій у туристичну інфраструктуру та забезпечення безпеки для туристів [17].

Крім того, важливо підтримувати локальну культуру, залучаючи мандрівників до історичних, культурних та природних пам'яток, що можуть стати основою для розвитку нових видів туризму, таких як еко- та

культурний. Хмельниччина має значний потенціал у цьому напрямку: до прикладу, Кам'янець-Подільська фортеця є не лише архітектурною перлиною, а й важливим символом української історії, здатним привабити тисячі туристів щороку. Меджибізька фортеця, як один із найстаріших замків України, також має потенціал стати ключовим об'єктом культурно-історичного туризму. Природні ресурси, зокрема Національний природний парк «Подільські Товтри», можуть стати основою для розвитку екотуризму, адже регіон вирізняється унікальними ландшафтами, флорою та фауною. Подібно до країн Балканського регіону, які після конфліктів 1990-х років інвестували в модернізацію інфраструктури та активно просували туристичні ресурси, Хмельницька область також може використовувати досвід комплексної промоції, спрямованої на залучення міжнародного туриста через участь у виставках, створення бренду регіону та залучення інфлюенсерів і тревел-журналістів.

Залучення нових туристичних потоків після війни вимагає не тільки відновлення інфраструктури, а й створення нових туристичних продуктів, які відповідають зміненим умовам та інтересам подорожуючих. Важливо адаптувати пропозицію до сучасних тенденцій, таких як туризм на основі досвідів, екологічні подорожі, активний та авантюрний туризм, а також гастрономічний туризм. У Хмельницькій області вже є приклади ініціатив, які можна масштабувати: зокрема, у Сатанівському регіоні активно розвивається рекреаційно-оздоровчий туризм завдяки мінеральним джерелам та природній спадщині. Особливу увагу заслуговує село Самчики – справжній осередок культурної спадщини, де розташований один із найкраще збережених зразків садибної архітектури XVIII –XIX століть в Україні – Самчиківський палацово-парковий ансамбль. Цей унікальний комплекс, що поєднує елементи класицизму, бароко та модерну, вже став візитівкою Хмельниччини серед поціновувачів культурного туризму. Особливу атмосферу створюють не лише архітектура і ландшафтний парк, але й мистецькі ініціативи: у Самчиках активно розвивається напрямок народного

розпису – Самчиківський розпис, який має статус нематеріальної культурної спадщини України. Майстер-класи з розпису, організовані місцевими художниками, дозволяють туристам долучитися до збереження українських традицій і зробити подорож інтерактивною. Також перспективним є проведення культурних фестивалів, арт-резиденцій та освітніх подій на території садиби, що дозволить не лише зберігати, а й переосмислювати спадщину через сучасні формати [45].

Крім того, організація тематичних турів, присвячених відновленню регіону після війни – наприклад, маршрути, які включають відвідування відновлених пам'яток, музеїв, що розповідають про історію війни та волонтерського руху – може привернути увагу туристів, зацікавлених у пізнанні реальних історій трансформації та стійкості громад. Таким чином, Самчики та інші подібні локації мають потенціал стати не лише об'єктами споглядання, а й важливими просторами культурного відновлення та соціальної взаємодії в післявоєнний період [35].

Також варто створювати нові форми проживання – від розкішних готелів до еко-курортів та сільських гостинних будинків, що допоможуть задовольнити різні потреби туристів. Важливим є також розвиток технологій, зокрема цифрових платформ для бронювання та маркетингу, що дозволяють безпосередньо взаємодіяти з потенційними клієнтами з усього світу. Одним із успішних прикладів є програми, що сприяють розвитку сільського та агротуризму, що дозволяє не тільки підтримувати місцеві громади, а й залучати нових туристів, зацікавлених у спокійних та екологічно чистих подорожах [48].

Отже, основні виклики та проблеми, з якими стикається регіон, включають руйнування інфраструктури, відсутність достатнього фінансування для відновлення об'єктів туризму, а також зниження довіри з боку потенційних туристів через невизначену безпекову ситуацію. Однак ці труднощі можна подолати за допомогою підтримки державних та міжнародних програм, які можуть стати важливими фінансовими та

організаційними інструментами для відновлення галузі. Завдяки таким ініціативам можливо не тільки відновити туристичну інфраструктуру, а й створити нові можливості для розвитку та популяризації Хмельницької області як привабливого туристичного напрямку. У цьому контексті важливим є створення нових туристичних продуктів, які відповідають сучасним потребам туристів, таких як екологічні, культурні та гастрономічні тури, а також впровадження інноваційних технологій для просування регіону на міжнародному рівні. Враховуючи значний потенціал Хмельницької області, її історичні та природні ресурси, стратегічний розвиток після війни може забезпечити не лише економічне відновлення регіону, а й підвищити його культурну та соціальну привабливість для міжнародних туристів. З огляду на це, важливим є посилення взаємодії між місцевими органами влади, бізнесом та міжнародними партнерами для досягнення стійкого та сталого розвитку туристичної сфери в майбутньому.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження вдалось розв'язати поставлені завдання та досягти мети роботи. У першому розділі окреслено ключові теоретичні підходи до розуміння сутності туристичних послуг у контексті кризових ситуацій, зокрема зосереджено увагу на впливі воєнних дій. Визначено, що туристичні послуги в умовах нестабільності потребують переосмислення підходів до їх класифікації, організації та надання. Досліджено досвід інших країн, які стикалися з подібними викликами, та проаналізовано українську ситуацію, де туризм опинився під сильним тиском з боку військових дій, втрачаючи традиційні ринки, інфраструктуру та довіру споживачів. Водночас, розкрито стратегії адаптації туристичного сектору до умов війни, зокрема шляхом переорієнтації на внутрішній туризм, розвитку безпечних маршрутів та цифровізації послуг. Отже, теоретичне підґрунтя дозволяє сформулювати базис для подальшого практичного аналізу впливу кризових явищ на туризм та пошуку ефективних механізмів його відновлення й розвитку.

Аналіз туристичної галузі Хмельницької області в умовах воєнного стану засвідчив суттєві зміни як у структурі туристичних послуг, так і в напрямках розвитку регіонального туризму. До початку повномасштабних воєнних дій область демонструвала сталу позитивну динаміку в туристичному секторі, маючи вагомий природний, культурний та історичний потенціал, що приваблював як вітчизняних, так і зарубіжних мандрівників. Проте після початку війни спостерігається зниження туристичних потоків, переорієнтація на безпечні локації, призупинення діяльності багатьох закладів розміщення та сервісу. Разом із тим, область частково зберегла свою привабливість завдяки відносній безпеці, активній участі місцевих громад у волонтерському русі та адаптивності малого бізнесу до нових умов.

У воєнний час у регіоні почали формуватися нові формати туризму, серед яких особливої актуальності набули внутрішній, волонтерський і

військовий туризм. Збільшення кількості внутрішніх переміщених осіб, а також зростання потреби у психологічному розвантаженні та підтримці економіки краю сприяли розвитку локальних ініціатив у сфері туризму. Такі напрямки, як патріотичні екскурсії, участь у волонтерських таборах, відвідування історичних місць, пов'язаних із національною пам'яттю, стали не лише новими трендами, а й засобом підтримки громади. Це свідчить про високий рівень стійкості туристичного сектору Хмельниччини, який, незважаючи на виклики, прагне адаптуватися до нової реальності та зберігати функціональність, що є важливою умовою для майбутнього відновлення після завершення воєнних дій.

У третьому розділі розглянуто перспективи відновлення туристичної галузі Хмельницької області після завершення воєнних дій, акцентуючи увагу на комплексі викликів, що постануть перед регіоном. Серед основних проблем виокремлюються: відновлення інфраструктури, повернення довіри туристів, необхідність оновлення кадрів та зміцнення безпекової складової. Туристична сфера потребує не просто повернення до довоєнного стану, а трансформації відповідно до нових реалій. Важливо враховувати зміну поведінки споживачів туристичних послуг, їх підвищені вимоги до безпеки, екологічності та змістовного наповнення відпочинку. Також надзвичайно актуальним є формування позитивного іміджу регіону як безпечного, гостинного та культурно багатого напрямку.

Ключову роль у післявоєнному відновленні туризму відіграватимуть державні ініціативи та міжнародні програми допомоги, які можуть стати каталізатором для модернізації галузі. Співпраця з донорами, розробка регіональних стратегій розвитку, залучення інвестицій та створення умов для підтримки малого і середнього туристичного бізнесу – все це є фундаментом майбутнього зростання. У контексті післявоєнного відновлення особливу увагу слід приділити сталому туризму, який поєднує економічну вигоду з екологічною та соціальною відповідальністю. Успішна реалізація стратегій розвитку туризму дозволить не лише відродити галузь, а й зробити її одним із

драйверів економічного відновлення регіону, сприяючи зміцненню місцевих громад і збереженню культурної спадщини.

Отже, попри всі труднощі, спричинені воєнними подіями, туристична галузь Хмельниччини продемонструвала неабияку гнучкість, здатність до адаптації та потенціал до відновлення. Сьогодні перед регіоном відкривається унікальний шанс не лише повернути втрачене, а й переосмислити підходи до розвитку туризму в дусі сучасних викликів. Розумне поєднання внутрішніх ресурсів, громадської активності, підприємницької ініціативи та зовнішньої підтримки може перетворити туризм на потужний інструмент економічного зростання, культурного відродження та суспільної єдності. Майбутнє галузі – це простір для нових ідей, інновацій та глибокої трансформації, яка здатна вивести Хмельницьку область на якісно новий рівень у сфері туристичних послуг, зберігаючи при цьому ідентичність, безпеку та людяність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азовський Д. Туризм у режимі відновлення: як відпочинок українців рятує економіку країни. *Бізнес Район*. URL: <https://business.rayon.in.ua/topics/774368-turizm-u-rezhimi-vidnovlennya-yak-vidpochinok-ukraintsiv-ryatue-ekonomiku-kraini> (дата звернення: 16.01.2025).
2. Актуалізація Стратегії розвитку Хмельницької області на 2021-2027 роки. *Хмельницька обласна військова адміністрація*. URL: https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=150081 (дата звернення: 19.01.2025).
3. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії в Україні. *Національна туристична організація України*. 2023. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf> (дата звернення: 29.01.2025).
4. Багрій К. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. Чернівці: Технодрук, 2022. С.144-149. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bagrii3.htm (дата звернення: 12.02.2025).
5. Байдак І. Туризм на Хмельниччині в умовах війни: чи є попит на відпочинок та які напрямки обирають. *Є ує.ua*. 5 квітня 2025. URL: https://ye.ua/podorozhi/60603_Turizm_na_Hmelnichchini_v_umovah_viyni_chi_je_popit_na_vidpochinok_ta_yaki_napryamki_obirayit.html (дата звернення: 21.02.2025).
6. Батиченко С., Мельник Л., Савков П., Сторубльов О. Особливості розвитку військового туризму в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. URL: <https://miljournals.knu.ua/index.php/visnuk/article/view/844> (дата звернення: 12.03.2025).

7. Берковський В. Про захист пам'яток на початку повномасштабного вторгнення. *БЖ*. URL: <https://bzh.life/ua/gorod/1714387599--mi-povinni-vtratiti-te-shcho-ruynue-vorog/> (дата звернення: 11.03.2025).
8. Бойко З. В., Горожанкіна Н. А., Грушка В. В. Тенденції розвитку туризму в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7> (дата звернення: 18.01.2025).
9. Бойко І. Інфраструктура під час війни: поступовий рух вперед. *УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/society/infrastruktura-pid-chas-viyni-postupoviy-ruh-vpered-12624744.html> (дата звернення: 26.01.2025).
10. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету*. 2022. №62. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya-22.pdf (дата звернення: 13.01.2025).
11. Боровець Л. Зелений туризм в реаліях війни: історія власника еко-садиби на Хмельниччині. *Суспільне Хмельницький*. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/248349-zelenij-turizm-v-realiah-vijni-istoria-vlasnika-eko-sadibi-na-hmelniccini/> (дата звернення: 02.02.2025).
12. Вахович І., Смолич Д. Неурядові організації: сутність поняття та ознаки, цілі та функції. *Економіка та суспільство*. 2022. № 46. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-31> (дата звернення: 03.02.2025).
13. Військовий туризм в Україні: детальний посібник для іноземців. VISIT UKRAINE. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/4486/military-tourism-in-ukraine-a-detailed-guide-for-foreigners?srsltid=AfmBOor0SIgjN8ESD29uv5zBTKzVqlBnfmJ2ulbjm5nZ6EJp-fPD09Ch#ci-mozливо-podorozuvati-ukrayinoyu-v-umovax-viini> (дата звернення: 27.01.2025).
14. Військові з родинами безоплатно проходять реабілітацію на Хмельниччині. *Суспільне Хмельницький*. URL:

- <https://suspilne.media/khmelnyskiy/722965-vijskovi-z-rodinami-bezoplatno-prohoditimut-reabilitaciu-na-hmelnicini/> (дата звернення: 19.01.2025).
15. Вовк К. Теоретична сутність поняття «Подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. URL: <https://orcid.org/0000-0002-7113-1839>
16. Волонтери. *Суспільне Хмельницький*. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/tag/volonteri/> (дата звернення: 19.03.2025).
17. Воронова Т. Промоція українських регіонів через туризм і культуру. *AgroPortal*. URL: <https://agroportal.ua/ru/blogs/prodvizhenie-ukrainskikh-regionov-cherez-turizm-i-kulturu> (дата звернення: 04.01.2025).
18. Габчак Н., Габчак С. Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2592> (дата звернення: 19.02.2025).
19. Горчак Р. В., Голубець І. М. Сучасні цифрові технології в туристичній інфраструктурі України в умовах війни. *Технології та суспільство: взаємодія, вплив, трансформація*. 26 липня 2024. URL: <https://doi.org/10.62731/mcnd-26.07.2024.001> (дата звернення: 07.03.2025).
20. Григораш О. В., Пугач В. А. Фінансова стійкість України в умовах війни: реалії та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2024. №65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-57> (дата звернення: 20.01.2025).
21. ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2023-roci-podatkov-i-nadhodzheniya-vid-turistichnoyi-galuzi-ukrayini-viyshli-na-dovoiennyi-riven> (дата звернення: 18.02.2025).
22. Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021-2023 роках. *КМІС*. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1> (дата звернення: 07.01.2025).

23. Добровільний локальний огляд про досягнення цілей сталого розвитку.
URL: https://sdgs.un.org/sites/default/files/vlrs/2024-02/lviv_vlr_ukr.pdf
(дата звернення: 09.03.2025).
24. Долинська О. Особливості туризму Хмельницької області. *Вісник КНУ ім. Шевченка*. 2017. №1 (66). URL: <https://visnyk-geo.knu.ua/wp-content/uploads/2017/09/27-66-67.pdf> (дата звернення: 22.01.2025).
25. Етнотуризм – доступна «машина часу». *OZI.PP.UA*. URL: https://ozi.pp.ua/etnoturizm_14155/ (дата звернення: 19.02.2025).
26. Журба І., Гриндій О., Григор'єва Л. Туристичний потенціал Поділля: сучасний стан та перспективи розвитку. *DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT*. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9\(38\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9(38)) (дата звернення: 29.01.2025).
27. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 22.02.2025).
28. Збитки інфраструктури України через війну зросли до 170 млрд доларів оцінка KSE. *Рубрика все по полицках*. URL: <https://rubryka.com/2025/02/14/zbytky-infrastruktury-ukrayiny-cherez-vijnu-zrosly-do-170-mlrd-otsinka-kse/> (дата звернення: 27.01.2025).
29. Кам'янець-Подільський – місто фестивалів. *Opti Travel Service*. URL: <https://otour.com.ua/blog/kamjanets-podilskij-misto-festivaliv> (дата звернення: 20.01.2025).
30. Коновалова О., Ковальчук В. Внутрішній і зовнішній туризм у Хмельницькому під час війни. *Суспільне Хмельницький*. URL: <https://suspilne.media/khmelnyskiy/404807-vnutrisnij-i-zovnisnij-turizm-u-hmelnickomu-pid-cas-vijni/> (дата звернення: 02.03.2025).
31. Копійка В. В., Маковський С. О., Миронова М. А. Європейський Союз у міжнародних відносинах. Київ: ВПЦ Київський університет, 2021. 560 с.
URL: <https://e->

learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/26416/mod_book/chapter/958/EU%20in%20IR.pdf?time=1644398263399 (дата звернення: 18.02.2025).

32. Костинець Ю. В., Костинець В. В., Шевченко О. О. Розвиток туризму України в умовах війни. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. №3 (261). URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2023/03/3.23._topic_-Julia-V.-Kostynets-Valeriia-V.-Kostynets-Oleh-O.-Shevchenko-51-57.pdf (дата звернення: 15.03.2025).
33. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554> (дата звернення: 16.01.2025).
34. Маджумдар О. Повноцінні мандри у віртуальному світі. В Україні набирає обертів «електронний» туризм. *РБК – Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/povnotsinni-mandri-virtualnomu-sviti-ukrayini-1696952636.html> (дата звернення: 18.01.2025).
35. Мазаракі А. А. Інновінг в туризмі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/f847c0a5a302fe60ccf9e3463100472d.pdf> (дата звернення: 19.01.2025).
36. Мазур Ю. Що таке волонтерський туризм та як він виник на Хмельниччині? *Активна Громада*. URL: https://ag.com.ua/forum/scho-take-volonterskiy-turizm-ta-yak-vin-vinik-na-hmelnichchini_283/ (дата звернення: 09.01.2025).
37. Меджибіж. Замки та храми України. URL: <https://castles.com.ua/n21n.html> (дата звернення: 04.04.2025).
38. Моца А. А., Шевчук С. М., Серета Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/moca.htm (дата звернення: 16.02.2025).

39. Наконешна К. С. Туризм у період воєнного стану: стратегії для відновлення та розвитку в Україні. Харків: Державний біотехнологічний університет. 2022. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/51333/1/Upravlinnia> (дата звернення: 29.01.2025).
40. Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ). URL: <https://mof.gov.ua/uk/nimecke-tovaristvo-mizhnarodnogo-spivrobotnictva-giz> (дата звернення: 06.04.2025).
41. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство. Київ: Альтерпрес, 2003. 352 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pankova.htm (дата звернення: 14.02.2025).
42. Подільські Товтри увійшли до ТОП-5 найкращих нацпарків для еко-туризму взимку. *Хмельниччина туристична*. URL: <https://turist.km.ua/ua/news/ukrayinska-podilski-tovtry-uvijshly-do-top-5-najkrashhyh-natsparkiv-dlya-eko-turyzmu-vzymku/> (дата звернення: 09.02.2025).
43. Проєкт USAID «Говерла». URL: <https://decentralization.ua/donors/hoverla> (дата звернення: 16.01.2025).
44. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни. 2025. 3 квітня. *Центр економічних стратегій*. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 27.03.2025).
45. Самчики. Україна Інкогніта. URL: <https://ukrainaincognita.com/khmelnyska-oblast/starokostyantynivskiy-raion/samchyky/samchyky> (дата звернення: 12.01.2025).
46. Сатанів 2025. Бальнеологічний курорт. Sataniv.info. URL: <https://sataniv.info/> (дата звернення: 19.01.2025).
47. Сатанів: здоров'я. *Є ує.ua*. 5 квітня 2025. URL: <https://ye.ua/sataniv/zdorovya/3> (дата звернення: 07.04.2025).

48. Сільський екотуризм: сьогодення і майбутнє. *Національна Рада жінок України*. URL: <http://nrzhu.org.ua/index.php/statti/item/470-silskyi-ekoturizm-sohodennia-i-maibutnie> (дата звернення: 17.01.2025).
49. Сім принципів відновлення України, які затвердили в Лугано. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-uarazom/3522438-sim-principiv-vidnovlenna-ukraini-aki-zatverdili-v-lugano.html> (дата звернення: 06.01.2025).
50. Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021-2027. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/wp-content/uploads/2021/04/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%AF.pdf> (дата звернення: 22.03.2025).
51. Тренди цифрового маркетингу у 2025 році: що потрібно знати, аби залишитися конкурентоспроможними. *КМБШ*. 12 березня. 2025. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/trendi-czifrovogo-marketingu-u-2025-roczishho-potribno-znati-abi-zalishatisya-konkurentospromozhnimi> (дата звернення: 04.04.2025).
52. Тури на Поділля. *Молодіжний туризм*. URL: <https://mtourism.com.ua/tours-ua/podillya-ua> (дата звернення: 17.01.2025).
53. Туризм. USAID. URL: <https://era-ukraine.org.ua/tourism-ua/> (дата звернення: 13.02.2025).
54. Туризм. Хмельницька обласна військова адміністрація. URL: https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562 (дата звернення: 19.02.2025).
55. Удар по культурі: 10 музеїв, які постраждали від російської агресії. Рубрика все по поличках. URL: <https://rubryka.com/article/ukrainian-museums-destroyed-war/> (дата звернення: 20.03.2025).
56. Федорова Х. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya> (дата звернення: 22.01.2025).

57. Хмельниччина туристична. *Поділля NEWS*. URL: <https://podillyanews.com/2022/05/26/через-вїжну-на-хмельниччинї-стайе-попulyарнїшым-внутрїшнїй-турызм/> (дата звернення: 24.03.2025).
58. Хто і як допомагає переселенцям на Хмельниччині: в області запрацювала новостворена рада ВПО. *Єднання заради дії*. URL: <https://yednanniazaradydii.org.ua/publications/khto-i-їak-dopomahaїe-pereselentsїam-na-khmelnychchynї-v-oblastї-zapratsїuvala-novostvorena-rada-vpo/> (дата звернення: 10.04.2025).
59. Шоробура І. М. Організаційні основи туристичної діяльності у Хмельницькій області. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2021. № 74. URL: <http://www.pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2021/74/> (дата звернення: 13.02.2025).
60. Шуліка Б. О., Сержантова Ю. Ю., Денищенко Л. В. Екотуризм: збалансований підхід до відвідування природних місць та його вплив на природні ресурси. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-82> (дата звернення: 01.03.2025).
61. Шупта А. О. Туристичний ринок в умовах воєнних дій. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства»*. 2022. 25 листопада. С. 444-446. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shupta.htm (дата звернення: 09.01.2025).
62. Economic strategy of Ukraine 2030 URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ukraine-economic2030.pdf> (дата звернення: 12.02.2025).
63. EU4Business. URL: <https://eu4business.org.ua/> (дата звернення: 16.03.2025).
64. EU4Culture. URL: <https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/e4c.html> (дата звернення: 14.01.2025).
65. UIF презентував соціологічне дослідження щодо актуальних питань: ключові результати. *Команда UIF*.

URL: <https://uifuture.org/publications/uif-prezentuvav-socziologichne-doslidzhennya-shhodo-aktualnyh-pytan-klyuchovi-rezultaty/> (дата звернення: 12.01.2025).

66. UNDP. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine> (дата звернення: 24.02.2025).