

потенційних споживачів та створення умов для сталого розвитку індустрії туризму в умовах глобальної конкуренції. Сучасні тенденції у сфері маркетингового просування туристичних брендів ґрунтуються на комплексному, науково обґрунтованому підході, який інтегрує інноваційні технології, міжрегіональну співпрацю, аналітичне управління та стратегічне позиціонування. Реалізація цих напрямів сприяє зміцненню міжнародного іміджу України, розширенню її туристичного потенціалу та підвищенню ролі туризму як одного з пріоритетних секторів національної економіки, забезпечуючи довгострокову конкурентоспроможність та ефективність галузі.

Список використаних джерел:

1. Шостак В., Москвич О. Креативний маркетинг у розвитку туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-10>
2. Туризм і рекреація : бакалаврський курс: навч. посібн. для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання. Частина 1. / за ред. проф. Н. В. Якименко-Терещенко. Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. інт». 2023. 573 с. URL: https://web.kpi.kharkov.ua/tourism/wp-content/uploads/sites/78/2024/01/Navchalnyj_posibnyk_Turyzm_i_rekreatsiya_Bakalavrskij_kurs.pdf
3. Кармінська-Белоброва М. В. Актуальні проблеми туристичного бренду на прикладі Харківської області [Електронний ресурс]. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку : зб. матеріалів 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет конф., 20 лютого 2020 р.* Львівський інститут економіки і туризму. Львів, 2020. С. 78-80. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47861>

**Черноусов О.І.,
аспірант**

**Долина І.В.,
кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна**

ІННОВАЦІЙНІ СПРЯМУВАННЯ ПОСТВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Післявоєнний період для будь-якої країни – це час глибоких трансформацій, переосмислення національних пріоритетів та відновлення соціально-економічного потенціалу. Туризм, як одна з найдинамічніших галузей світової економіки, відіграє ключову роль у процесах відбудови, культурної реінтеграції та формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені. У контексті України, яка переживає масштабну військову агресію, питання розвитку туристичного продукту набуває особливої актуальності. Туризм здатен не лише

стимулювати економіку, але й сприяти психологічному оздоровленню населення, збереженню культурної спадщини та формуванню нової ідентичності [1].

Інноваційні спрямування у сфері туризму – це не просто технологічні новації, а глибокі концептуальні зміни у підходах до створення, просування та споживання туристичних продуктів. Вони враховують нові потреби суспільства, виклики безпеки, екологічні загрози та глобальні тренди. У післявоєнний період ці інновації мають бути адаптовані до реалій відновлення інфраструктури, реабілітації населення та переосмислення наративів, які формують туристичну привабливість територій [2-5].

Інноваційні напрямки поствоєнного розвитку туристичного продукту, на нашу думку, будуть включати в себе наступні положення.

1. *Меморіальний та рефлексивний туризм.* Цей напрямок передбачає створення туристичних маршрутів, об'єктів та подій, що пов'язані з осмисленням воєнного досвіду, вшануванням пам'яті загиблих, а також формуванням культури миру. Меморіальний туризм не є новим явищем, але в умовах поствоєнної України він набуває особливої глибини. Йдеться про інтеграцію музеїв війни, меморіальних комплексів, інтерактивних експозицій, що дозволяють відвідувачам не лише споглядати, а й емоційно переживати історію. Такий туризм сприяє національному примиренню, збереженню історичної пам'яті та формуванню критичного мислення. Важливо, щоб ці об'єкти не були інструментом пропаганди, а слугували платформою для діалогу. Меморіальний туризм також може стати основою для міжнародного партнерства, обміну досвідом та культурної дипломатії.

2. *Волонтерський та соціально орієнтований туризм.* У післявоєнний період багато територій потребують не лише фінансової підтримки, а й фізичної допомоги у відбудові. Волонтерський туризм поєднує подорожі з участю у соціально корисних проєктах: відновлення будівель, екологічні ініціативи, робота з дітьми та літніми людьми. Такий формат приваблює туристів, які прагнуть не просто споживати, а бути частиною змін. Він формує глибший зв'язок між гостем і місцевою громадою, сприяє розвитку етичного туризму та підвищує рівень соціальної відповідальності. Волонтерський туризм також може бути інтегрований у освітні програми, стажування та корпоративні ініціативи. Його розвиток потребує чітких стандартів, безпеки та прозорості.

3. *Цифровий туризм та віртуальні екскурсії.* Інновації у сфері цифрових технологій відкривають нові горизонти для туризму, особливо в умовах обмеженого фізичного доступу до об'єктів. Віртуальні тури, доповнена реальність (AR), 3D-моделювання історичних пам'яток – усе це дозволяє створити унікальний досвід для туриста без фізичної присутності. Цифровий туризм особливо актуальний для територій, які ще не готові приймати гостей через безпекові ризики. Він також є інструментом промоції, освіти та збереження культурної спадщини. Віртуальні екскурсії можуть бути інтегровані у шкільні програми, міжнародні виставки та онлайн-платформи. Важливо забезпечити високу якість контенту, автентичність та емоційну залученість користувача.

4. *Екотуризм та сталий розвиток.* Після війни питання екології стає критично важливим: забруднення земель, знищення природних ресурсів,

порушення екосистем. Екотуризм – це не лише подорожі до природних локацій, а й активна участь у їх збереженні. Він передбачає мінімальний вплив на довкілля, підтримку місцевих громад та популяризацію екологічної культури. У контексті України це можуть бути маршрути до національних парків, екологічні ферми, еко-табори, а також освітні програми. Екотуризм сприяє формуванню нової моделі споживання, де головне – не комфорт, а гармонія з природою. Його розвиток потребує сертифікації, контролю за впливом на довкілля та підтримки з боку держави.

5. *Креативний туризм та культурне відродження.* Креативний туризм базується на участі туриста у творчих процесах: майстер-класи, фестивалі, арт-резиденції, гастрономічні тури. У післявоєнний період він стає інструментом культурного відродження, підтримки митців та збереження нематеріальної спадщини. Туристи можуть брати участь у створенні глиняного посуду, вишиванок, кулінарних шедеврів – усе це формує глибший зв'язок з культурою. Креативний туризм сприяє розвитку локальних брендів, підприємництва та культурної дипломатії. Він також може бути інтегрований у програми реабілітації, арт-терапії та соціальної адаптації. Важливо забезпечити автентичність, етичність та інклюзивність таких продуктів.

6. *Інклюзивний туризм.* Після війни значна частина населення має обмежені фізичні можливості, психологічні травми або потребує спеціальних умов для подорожей. Інклюзивний туризм – це створення середовища, доступного для всіх: людей з інвалідністю, літніх осіб, сімей з дітьми, ветеранів. Він передбачає адаптацію інфраструктури, навчання персоналу, створення спеціальних маршрутів та сервісів. Інклюзивний туризм – це не лише соціальна відповідальність, а й економічна доцільність, адже розширює аудиторію споживачів. Його розвиток потребує міжсекторальної співпраці, державної підтримки та активної участі громадських організацій.

7. *Туризм безпеки та психологічного оздоровлення.*

Післявоєнне суспільство потребує не лише фізичної, а й психологічної реабілітації. Туризм може стати інструментом відновлення психоемоційного стану через природу, тишу, спілкування, нові враження. Туризм безпеки передбачає створення маршрутів, які відповідають критеріям безпеки: відсутність мін, стабільна ситуація, наявність медичних послуг. Психологічне оздоровлення може включати ретрит-тури, медитаційні практики, арт-терапію, спа-програми. Такий туризм сприяє зниженню рівня тривожності, покращенню якості життя та соціальній адаптації. Його розвиток потребує участі психологів, медиків та спеціалістів з кризової допомоги.

Інноваційні спрямування поствоєнного розвитку туристичного продукту мають не лише економічне, а й глибоке соціокультурне значення. Вони сприяють формуванню нової туристичної парадигми, де головними цінностями стають етичність, безпека, інклюзивність, екологічна відповідальність та культурна автентичність. У післявоєнний період туризм перестає бути лише індустрією розваг – він трансформується у потужний інструмент національного відновлення, соціальної реабілітації та міжнародної інтеграції.

Кожен із розглянутих напрямків – меморіальний, волонтерський, цифровий, екологічний, креативний, інклюзивний та оздоровчий – має потенціал для масштабного розвитку за умови міжсекторальної співпраці, підтримки з боку держави, залучення громадянського суспільства та міжнародних партнерів. Важливо, щоб ці інновації не були поверхневими, а базувалися на глибокому аналізі потреб населення, ресурсного потенціалу територій та глобальних трендів. Поствоєнний туризм здатен не лише відновити економіку, а й зцілити суспільство, відродити культуру та сформувати нову національну ідентичність. Україна має всі передумови, щоб стати прикладом того, як туризм може бути силою відновлення, єднання та миру.

Список використаних джерел:

1. Косенко О.П., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Кон'юнктура технологічного ринку: оцінка ризиків комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ"* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2014. № 33 (1076). С. 76-87.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства [Електронний ресурс] // *Економіка: реалії часу*. 2023. № 1 (65). С. 5-11.
3. Косенко А.В., Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Косенко О.П., Ткачова Н.П. Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2021. № 1. С. 91-97. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>
4. Жегус О.В., Перерва, П.Г. Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання // *Вісник НТУ "ХПІ"* : зб. наук. пр. Темат. вип. : *Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків : НТУ "ХПІ", 2011. № 26 (1168). С. 174-181.
5. Перерва П.Г. Організація та управління інноваційною діяльністю : підручник / за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорелова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1025 с.

Чистяков С. С.
здобувач вищої освіти

Курепін В. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри методики професійного навчання
Миколаївський національний аграрний університет

РОЗБУДОВА ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЧНІ ОРИЄНТАЦІЇ ТА НАПРЯМИ

Туристичний криза є об'єктивним і неминучим явищем у період збройних конфліктів. Водночас воєнні дії спричиняють не лише стагнацію туристичної галузі, а й створюють передумови для виникнення нових можливостей, здатних суттєво трансформувати ринок туристичних послуг. Аналіз досвіду відновлення туризму в інших країнах після воєнних конфліктів дозволяє окреслити потенційні напрямки розвитку та адаптацію туристичної галузі сектору України.