

5. Щука Г. П. Подієвий туризм. Навчально-методичний посібник. Берегове: ЗУІ, 2023. 171 с.
6. Спеціалізований туризм : підручник / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк та ін. / за ред. А.А. Мазаракі. – ДТЕУ, 2024. – 576 с.
7. Tkachenko T., Chernegha O., Hladkyi O., Bilyk V., Lositska T. Didgitalization as a reputation tool fortourist destination. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice, 371–383.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора  
ТКАЧЕНКО Т. І.

## СТРАТЕГІЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Руда А., 2 курс ФТБ ДТЕУ,  
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»,  
освітня програма 242 «Міжнародний туристичний бізнес»

*Визначення проблем відновлення туристичної інфраструктури Причорноморського регіону внаслідок військових дій в Україні після повномасштабного вторгнення рф. Розроблена стратегія відновлення туристичної інфраструктури Причорноморського регіону України для приваблення туристів в післявоєнний період. Дорожня карта впровадження та реалізації стратегії відновлення туристичної інфраструктури на прикладі транспортного хабу аеропорту «Одеса» .*

**Ключові слова:** туристична дестинація, туристичний потік, туристична інфраструктура, міжнародний аеропорт, авіасполучення, стратегія, відновлення, війна.

*Determination of the problem of restoring the tourist infrastructure of the Black Sea region as a result of military operations in Ukraine after the full-scale invasion of the Russian Federation. A strategy was developed to restore the tourist infrastructure of the Black Sea region of Ukraine to attract tourists in the post-war period. The strategy road map for the implementation and implementation of the tourism infrastructure restoration of the transport hub of the Odesa airport (an the example).*

**Keywords:** tourist destination, tourist flow, tourist infrastructure, international airport, air traffic, strategy, recovery, war.

**Постановка проблеми.** Туризм є вагомим чинником соціально-економічного розвитку країни за рахунок надходжень від зростаючих туристичних потоків, залучення інвестицій у формування місцевої інфраструктури, ефективного використання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів території, її активного включення у національну та міжнародну торгівлю послугами. За даними Барометра міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО): не зважаючи на геополітичні та економічні проблеми, індустрія туризму та подорожей навіть в умовах світової фінансової кризи демонструє стабільні позитивні тенденції.

Україна, як держава, розташована в центрі Європи, з багатими природними ресурсами та самобутньою історико-культурною спадщиною, має всі передумови для сталого розвитку економіки за рахунок надходжень від сфери туризму. Це зазначено у постанові Верховної Ради України від 13 липня 2016 року № 1460–VIII «Про Рекомендації парламентських слухань на тему: Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та

інвестиційної привабливості України». Однак зміна зовнішніх і внутрішніх умов для розвитку туризму в нашій державі, поява додаткових факторів ризику протягом останніх років зумовлює особливу актуальність розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо розвитку українських регіонів як туристичних дестинацій, стимулювання туристичної індустрії як важливого фактору економічного і соціального розвитку та інвестиційної привабливості нашої держави загалом.

Після введення воєнного стану на території України та початку бойових дій різні обставини, зокрема морально-психологічні потрясіння, економічний занепад підприємництва та неможливість ведення бізнесу, суттєво паралізували значну частину бізнесу. На цьому тлі початок бойових дій став справжнім випробуванням для українського туризму. Варто зауважити, що в умовах тотальної війни питання українського туризму є мало дослідженим, тому виникає необхідність якнайшвидше перебудувати діяльність із повсякденних ситуацій у нові типи ситуацій, враховуючи природу бойових дій, яка полягає насамперед у появі нових викликів і загроз у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематику відновлення сфери туризму у повоєнний період вивчали А. Войтенко, І. Журба, М. Колеснікова, С. Матюх, А. Моца, І. Несторишен, М. Плотнікова, Н. Серета, Є. Ходаківський, С. Шевчук, В. Якобчук та інші. Проте, вбачаючи важливість досліджень, проведених науковцями, доцільно зауважити, що недостатньо проведені дослідження у напрямку повоєнного відновлення туризму з точки зору практичного аспекту.

**Постановка завдання.** Мета наукової статті полягає у розкритті ключових перспектив повоєнного відновлення сфери туризму в Причорноморському регіоні України.

**Мета та завдання.** Основна мета статті полягає у розробленні теоретичних і методологічних засад, науково-методичних і практичних рекомендацій до відновлення туристичної інфраструктури Причорноморського регіону України.

У відповідності до обраної мети були поставлені наступні **завдання**:

- Здійснити узагальнення та критичний аналіз базових теоретичних положень щодо врахування впливу глобальних тенденцій на середовище туристичного бізнесу;
- теоретично обґрунтувати здатність аналізувати соціально значимі проблеми і процеси в туристичній інфраструктурі регіону;
- розробити рекомендації щодо впровадження системи маркетингу туристичної інфраструктури Причорноморського регіону на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках; обґрунтувати пропозиції щодо розробки заходів, направлених на удосконалення туристичної дестинації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туристична дестинація – це місце призначення, куди турист добирається з певною метою. В цьому місці може бути інфраструктура, а може й не бути. Але центром завжди буде певна атракція, яка вабить туриста над усе. В нашому випадку розглядаємо певну дестинацію України – Причорноморський регіон. Причорноморський регіон займає південну частину України. До його складу входять АР Крим, Одеська, Миколаївська та Херсонська області та м. Севастополь. Його площа — 113,4 тис. км<sup>2</sup> (18,8% площі України), населення – 7,4 млн осіб (14,4% населення України).

Повоєнний період завжди є складним випробуванням для регіонального розвитку та інфраструктури. Ситуація в Причорноморському регіоні України не є винятком, і відновлення туристичної інфраструктури стає стратегічним завданням для забезпечення сталого розвитку. У цій статті розглянемо стратегічний підхід до відновлення, зосереджуючись на ролі та прикладах міжнародного аеропорту Одеса.

До повномасштабного вторгнення у Причорноморському регіоні були активні такі міжнародні аеропорти:

- Комунальне Підприємство «Міжнародний аеропорт Одеса»
- Комунальне Підприємство «Міжнародний аеропорт Миколаїв»
- Комунальне Підприємство «Міжнародний аеропорт Херсон»
- Комунальне Підприємство «Міжнародний аеропорт Запоріжжя»

– Комунальне Підприємство «Міжнародний аеропорт Симферопіль» (до 2014 р.)

З 24 лютого 2022 року о 05:00 було закрито повітряний простір України. Під час військових дій було зруйновано міжнародні аеропорти: Миколаїв, Херсон і Запоріжжя. У міжнародному аеропорту Одеса, було пошкоджено злітно-посадкову смугу під час ракетних атак. На сьогодні цілі два аеропорти це «Міжнародний аеропорт Одеса» та «Міжнародний аеропорт Симферополь».

На прикладі «Міжнародний аеропорт Одеса» розглянемо такі етапи відновлення.

### **1. Контекст відновлення:**

Знищення та втрати, завдані конфліктом, ставлять під серйозне питання існуючу туристичну інфраструктуру. Відновлення повинно враховувати культурні, соціальні та економічні вимоги. Причорноморський регіон, з його унікальними природними та культурними ресурсами, має великий потенціал для туризму.

Таблиця. Оцінка збитків туристичного сектору України від воєнних подій за категоріями (млн. дол. США)<sup>25 26</sup>

Категорія	Всього
Вартість невідкладних заходів, охорони, документації (вартість тимчасових робіт з охорони культурних туристичних об'єктів та вартість їх демонтажу)	387,84
Збитки від військових ушкоджень	535,17
В тому числі	
Будівлі та об'єкти, що містять визнані культурні/соціальні цінності та рухомі культурні цінності та колекції, демонтаж сховищ культурних цінностей	327,22
Будівлі та об'єкти, які містять визнані культурні/соціальні цінності та рухомі культурні цінності та колекції, кліренс складів культурних цінностей	204,51
Демонтаж зруйнованих об'єктів туризму	2,96
Розчищення завалів туристичних об'єктів	0,39
Частково пошкоджені туристичні об'єкти: 1,25 відсотка за кліренс уламків від військових ушкоджень, за умови, що витрати, пов'язані з демонтажем, не понесені	0,08

### **2. Визначення стратегічних цілей:**

Перед відновленням туристичної інфраструктури необхідно чітко сформулювати стратегічні цілі. Вони можуть включати в себе відновлення популярних туристичних напрямків, створення нових туристичних продуктів та залучення інвестицій для модернізації інфраструктури.

### **3. Роль міжнародного аеропорту Одеса:**

Міжнародний аеропорт Одеса відіграє ключову роль у відновленні туристичного руху. Розвиток аеропорту сприяє збільшенню кількості міжнародних рейсів, що покращує зв'язок з іншими країнами та регіонами. У Міжнародному аеропорту «Одеса» за 2021 рік оформили 10 624 міжнародні авіарейси, послугами яких скористалися 1 094 051 пасажир.

### **4. Залучення інвестицій:**

Стратегія відновлення повинна передбачати ефективний механізм залучення інвестицій. Це може включати в себе партнерства з приватним сектором, міжнародними фінансовими установами та грантові програми для туристичних ініціатив.

### **5. Розширення мережі авіарейсів:**

Розвиток нових маршрутів та збільшення частоти рейсів важливі для залучення більшого числа туристів. Співпраця з авіакомпаніями та маркетингові заходи можуть сприяти розширенню мережі авіарейсів. Ірландський Ryanair, найбільша європейська бюджетна авіакомпанія, оголосила про зобов'язання відновити польоти до/з України за низькими тарифами протягом 8 тижнів після відкриття повітряного простору України і плани розмістити в Києві, Львові та Одесі до 30 нових Boeing 737 MAX вартістю понад \$3 млрд. «Ryanair» була другою за величиною авіакомпанією України до незаконного вторгнення Росії в лютому 2022 року. Щойно небо над Україною буде знову відкрито для комерційної авіації, Ryanair повернеться в Україну, з'єднавши основні аеропорти України з більш ніж 20 столицями ЄС», – процитовано у прес-релізі авіакомпанії Ryanair слова виконавчого директора авіакомпанії Майкла О'Лірі за підсумками його візиту до Києва у липні 2023 року.

## **6. Розвиток туристичних продуктів:**

До війни Причорноморський регіон був одним з найпопулярніших туристичних напрямків в Україні. Розвинута інфраструктура, зручне транспортне сполучення, багата історична та культурна спадщина приваблювали туристів з усього світу. Основними об'єктами інфраструктури були міжнародні аеропорти, залізничні вокзали, готелі, ресторани, пляжі та культурні пам'ятки.

Важливо розвивати нові та цікаві туристичні продукти, які враховують унікальність регіону. Культурні заходи, гастрономічні тури та активний відпочинок можуть привертати різноманітні групи туристів. У міста Одеса є міста побратими і таким чином міста співпрацюють між собою у всіх сферах. Міста побратими Одеси:

Олександрія (Єгипет), Балтимор (США), Ванкувер (Канада), Варна (Болгарія), Генуя (Італія), Єреван (Вірменія), Йокогама (Японія), Кишинів (Молдова), Колката (Індія), Констанца (Румунія), Ліверпуль (Велика Британія), Лодзь (Польща), Марсель (Франція), Нікосія (Кіпр), Оулу (Фінляндія), Пірей (Греція), Регенсбург (Німеччина), Сегед (Угорщина), Спліт (Хорватія), Стамбул (Туреччина), Хайфа (Ізраїль), Циндао (Китай)

Мер Одеси Геннадій Труханов відвідав форум в Берліні у черні 2024. Напередодні Міжнародної конференції з питань відновлення України (URC-2024) мер Одеси Геннадій Труханов зустрівся в Берліні з японськими партнерами - командою міста-побратима Йокогама (Японія), а також представниками корпорації Sansei та World bank Group.

Під час війни в Україні поріднене місто стало тим міцним мостом, який з'єднав Одесу з Японією. Крім проєктів, що вже реалізуються, зокрема будівництво власної генерації всередині міста Одеса та розробка Майстер-плану з відновлення Одеси, сторони обговорили майбутні інвестиції у Південну Пальміру. Плідна робота мера Геннадія Труханова з містами побратимами міста Одеса, вже у літньому сезоні 2024 дає результати відновлення туристичного потоку в Причорноморський регіон. Завдяки роботи міської ради, до Одеси часто бувають візити міжнародних делегації таких як ЮНЕСКО, ООН та представників європейських країн, що вже відновлює довіру у іноземних туристів.

## **7. Залучення місцевого населення:**

Широке залучення місцевого населення важливо для успіху стратегії відновлення. Збереження та відновлення традицій, підтримка місцевих підприємств та створення сприятливого середовища для туристів – ключові компоненти.

Туризм, маючи один з найвищих коефіцієнтів мультиплікації доходу і зайнятості в своїй та суміжних областях, є сектором, який здатний стати «точкою зростання» і основою сталого розвитку всього регіону. Для відновлення туризму на території принципово важливо розуміти, що просто наявність туристичних ресурсів не робить територію привабливою для туристів. Дестинації у своєму формуванні та розвитку вимагають маркетингового підходу. Туристичний регіон (дестинації) – це певний продукт, який потрібно сформувавши, якому потрібно шукати цільовий сегмент ринку, який потрібно трансформувати під потреби «споживачів», який потрібно позиціонувати і диференціювати, якому необхідно створювати привабливий імідж.

Маркетинговий підхід здатний забезпечити успіх дестинації навіть за умови початкової мінімальної кількості туристичних ресурсів.

На шляху повоєнного відновлення сфери туризму в Україні доцільно також врахувати досвід інших країн, які теж були у кризових ситуаціях, економіка яких, і сфера туризму зокрема, була зруйнована через війну, і тепер успішно розвиваються, насамперед у сфері туризму.

Так, одним із прикладів успішного повоєнного відновлення сфери туризму для України є Хорватія. Туризм у Хорватії фактично припинився в 1990-х роках під час громадянської війни. Після цього почалася масштабна піар-кампанія країни та її раніше невідомих туристичних «родзинок»: Хорватія має понад 1000 своїх островів, 66 з яких заселені. Завдяки таким географічним особливостям країна приваблює туристів, які раніше знали лише грецькі острови. Хорватські пляжі почали отримувати «блакитний прапор» за

екологічність і чистоту. Сплеск туристів сильно вплинув на економіку Хорватії. Близько 10 мільйонів гостей на рік приносять значний дохід і створюють близько 15% ВВП Хорватії. Окрім Хорватії, доцільно також звернути увагу на досвід Кіпру, який став одним із найпопулярніших туристичних напрямків після етнічних конфліктів між грецькою та турецькою громадами. Траєкторія рекламного туризму на Кіпрі була подібна до Хорватії: визначення головних переваг туризму – масова реклама в інших країнах. Не менш відомий приклад відновлення сфери туризму продемонстрував Ізраїль, який зберіг свій туристичний статус під час постійних воєн з Палестиною. Ізраїльський туризм ідеально адаптувався до триваючого військового конфлікту.

Ще одним важливим напрямком відновлення Причорноморського регіону, особливо прибережних територій, є розмінування прибережних туристичних територій, площа яких, за оцінками експертів, становить близько 20 тис. кв. км, що вимагає значних витрат часу та коштів. Якщо цього не зробити, то більшість прибережних туристичних напрямків стануть небезпечними та недоступними протягом кількох років, поки територія не буде повністю вичищена, як наслідок – це призведе до великих втрат для секторів туризму відповідних регіонів.

**Висновки.** Україна в будь-якому випадку отримає перемогу і буде залишатися незалежною країною! Дослідження рекомендовано у повоєнному відновленні сфери туризму в Причорноморському регіоні України опиратись на підтримку національних та міжнародних організацій шляхом розробки та реалізації різноманітних програм та проектів. Стратегія відновлення туристичної інфраструктури Причорноморського регіону України – це складний та багатоаспектний процес. На прикладі міжнародного аеропорту Одеса видно, як ретельно розроблена стратегія може відігравати ключову роль у привертанні та збереженні туристичного потенціалу регіону. Однак успіх полягає в системності заходів та спроможності адаптуватися до змін в економічному та соціокультурному середовищі. Ефективні стратегії відновлення включають залучення міжнародних інвестицій, модернізацію інфраструктури та співпрацю між державою, бізнесом та громадськістю. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на детальний аналіз ефективності впроваджених стратегій, моніторинг прогресу відновлення та розробку додаткових рекомендацій для покращення туристичної інфраструктури регіону.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної авіаційної служби [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://avia.gov.ua/>
2. Офіційний сайт авіакомпанії RyanAir [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ryanair.com/ua/uk>
3. Офіційний сайт міської ради Одеси [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://omr.gov.ua/>
4. Сіра Е.О., Голубець І.М., Безрученков Ю.В. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні // Інфраструктура ринку. 2022. № 68. С.155-158.
5. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>
6. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
7. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.

8. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>
9. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туриндустрія після перемоги. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>
10. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.
11. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>
12. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vpered-proishodit-turizmom-1657645856.html>
13. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65>
14. Через війну надходження до держбюджету від тургалузі скоротилися на 18%. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherез-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-na-18>
15. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-viyna-vukrayini-vplinula-na-ievropeyskiy-turizm>
16. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>
17. Туризм. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tur\\_.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur_.htm)
18. Турзбір в Україні за перше півріччя 2022 року зріс майже на 29%. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2022-roku-zris-mayzhe-na-29>
19. Моца А.А., Шевчук С.М., Серета Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні // Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41.
20. Плотнікова М.Ф., Якобчук В.П., Ходаківський Є.І., Войтенко А.Б., Колеснікова М.С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України // Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 3. С. 102–112.
21. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Реалізація державної туристичної політики в контексті регіонального розвитку // Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 4. С. 51–61.
22. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>
23. European Union. (2022) Support for Infrastructure Development in Post-Conflict Regions: Lessons from Croatia. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/johnmars11&div=29&id=&page>
24. World Bank. (2022). Rebuilding Tourism Infrastructure: Case Studies from the Balkans. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/739101597266369210/pdf/Rebuilding-Tourism-Competitiveness-Tourism-Response-Recovery-and-Resilience-to-the-COVID-19-Crisis.pdf>
25. Ministry of Tourism of Croatia (2021). Tourism Recovery and Marketing Strategies [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.citynationplace.com/place-brand->

portfolio?gad\_source=1&gclid=Cj0KCQjw5ea1BhC6ARIsAEOG5pxip9-eyWZkhhUdsFVzNHsHMGPy0lBuwwIOcpJiWhHrJ2oNM3TUluQaAqSSEALw\_wcB

26. Private Sector Opportunities for a Green and Resilient Reconstruction in Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://rac.org.ua/en/topics/war-and-post-war-reconstruction/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw5ea1BhC6ARIsAEOG5pwPCzoFP90pDyReFZx6xsWRFRdBZOb5KlzSXcOxBIfGGTLo8i0E\\_04aAtjOEALw\\_wcB](https://rac.org.ua/en/topics/war-and-post-war-reconstruction/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw5ea1BhC6ARIsAEOG5pwPCzoFP90pDyReFZx6xsWRFRdBZOb5KlzSXcOxBIfGGTLo8i0E_04aAtjOEALw_wcB)

27. Ukraine rapid assessment of damage caused and recovery needs (RDNA2) (World Bank, Government of Ukraine, European Commission. Sector Assessments. – World bank Group, 2023. – 331 p. 25. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://ukrfreedomfund.org/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw5ea1BhC6ARIsAEOG5pzKvvJbsSLIgr4AW9\\_2ktLoo2TS3f32PsA7RNDt7OTA46YBhTgD4\\_4aAkJBEALw\\_wcB](https://ukrfreedomfund.org/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw5ea1BhC6ARIsAEOG5pzKvvJbsSLIgr4AW9_2ktLoo2TS3f32PsA7RNDt7OTA46YBhTgD4_4aAkJBEALw_wcB)

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора  
МИХАЙЛЧЕНКО Г. І.

## **ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАРІЛЕЙШНЗ У ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЯХ**

**САЧУК (ГЛУЩЕНКО) А., 2 курс ФТБ ДТЕУ,  
спеціальність «Туризм і рекреація»,  
освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»**

*У статті висвітлено засади формування медіа-рілейшнз в туристичних дестинаціях. В статті наведено основні види PR-діяльності в сфері туризму. Також в роботі наведено низку завдань медіа-рілейшнз,. Також в статті було наведено класифікацію туристичних журналів та сайтів.*

*The article highlights the principles of forming media relations in tourist destinations. The article presents the main types of PR activities in the field of tourism. The work also includes a number of media relations tasks. The article also provided a classification of travel magazines and websites.*

**Актуальність теми.** Туризм відіграє важливу роль у покращенні якості життя людей та розвитку економіки країн. Міжнародний туризм передбачає надання різноманітних послуг і товарів для задоволення культурних та духовних потреб іноземних подорожуючих. Згідно з визначенням, туристичні послуги вважаються «невидимим товаром», оскільки вони часто надаються без використання іноземної валюти та з мінімальними витратами на місцях. Зарубіжні туристи використовують послуги, що пропонуються туристичними підприємствами даної дестинації, а також придбають різні товари за іноземну валюту, яку обмінюють на місцеву. Одним з ключових чинників, що впливає на розвиток туризму та приваблення відвідувачів у певну дестинацію, є популярність цієї дестинації на ринку туристичних послуг. Рекламу виконує важливу роль у цьому процесі, інформуючи населення про нові або наявні туристичні напрями, створюючи позитивний імідж курортів та популяризуючи різні види подорожей.

Україна завжди відома своєю багатою історією, культурою та природними ресурсами, які роблять її привабливим туристичним напрямком. Однак, починаючи з 2022 року, країна стала свідком війни, що негативно позначилася на українському туризмі. Багато туристичних об'єктів були пошкоджені або зруйновані, а інфраструктура стала жертвою військових дій.