

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О. М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему: «Соціальні напрями розвитку туризму в Україні»

Виконала: здобувач 4 курсу
спеціальності 242 «Туризм»
групи ТУР2022-1
Токаренко Я. Д.

Керівник: Влащенко Н. М.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: Островський І. А.
(прізвище та ініціали)

Харків – 2026 р.

Керівник роботи

(підпис)

«24» червня 2026 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувач Токаренко Я. Д.
допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри ТіГГ
(назва)

канд. екон. наук, доц. Писарева І. В.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

«24» червня 2026 р.

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА**

Навчально-науковий інститут економіки і менеджменту

Кафедра туризму і готельного господарства

Освітній рівень «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри ТіГГ
доц., канд. екон. наук Писарева І. В.

« 25 » травня 2026 р.

**З А В Д А Н Н Я
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Токаренку Ярославу Дмитровичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Соціальні напрями розвитку туризму в Україні»
керівник роботи Влащенко Н. М., доц., к. е. н.
затверджені наказом вищого навчального закладу від «19» травня 2026 р.
№ 428-03
2. Строк подання здобувачем роботи 24 червня 2026 р.
3. Вихідні дані до роботи:
Чинне законодавство, наукові статті у фахових виданнях, фінансово-економічні показники звітності підприємства, статистичні дані та ресурси Інтернет.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
 1. Теоретичні засади соціальних напрямків розвитку туризму.
 2. Тематичний аналіз господарської діяльності ТОВ ТО «N» м. Київ.
 3. Проектування туристичного продукту відновлювального типу в Західних регіонах України.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
 1. Концептуальні основи розвитку соціалізації туризму.
 2. Механізми та кращі практики розвитку соціального туризму.

3. Трансформація соціального туризму в умовах сучасних викликів.
4. Тематичний аналіз господарської діяльності ТОВ ТО «N» м. Київ.
5. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства.
6. Обґрунтування впровадження соціальних турів на туристському підприємстві.
7. Характеристика туру «Карпатська резиденція тиші».
8. Розрахунок економічних параметрів туру відновлювального туризму.
9. Оцінка фінансово-економічної та соціальної ефективності розробленого туру.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	Влащенко Н. М., доц.	25.05.26	24.06.26
Нормоконтроль	Покологна М. М., доц.		

7. Дата видачі завдання 25.05.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Збір і обробка первинної інформації</i>	25.05 – 27.05	
2.	<i>Робота над теоретичним розділом</i>	28.05 – 02.06	
3.	<i>Робота над аналітичним розділом</i>	03.06 – 10.06	
4.	<i>Робота над проєктним розділом</i>	11.06 – 18.06	
5.	<i>Розробка і оформлення графічного матеріалу</i>	19.06 – 20.06	
6.	<i>Оформлення пояснювальної записки</i>	21.06 – 22.06	
	<i>Перевірка на плагіат. Передзахист</i>	23.06 – 24.06	

Здобувач

_____ Токаренко Я. Д.
(підпис, прізвище, ініціали)

Керівник роботи

_____ Влащенко Н. М.
(підпис, прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	8
1.1. Концептуальні основи розвитку соціалізації туризму.....	8
1.2. Сутність, принципи та цільові групи соціального туризму	14
1.3. Механізми та інструменти розвитку соціальних напрямків туризму.....	20
1.4. Зарубіжний досвід та передумови розвитку соціального туризму в Україні.....	25
РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ ТО «N» м. КИЇВ.....	32
2.1. Характеристика туристського підприємства.....	32
2.2. Аналіз обсягу наданих послуг.....	33
2.3. Аналіз доходів та видатків туристського підприємства.....	39
2.4. Аналіз фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства.....	45
2.5. Обґрунтування впровадження соціальних турів на туристському підприємстві.....	48
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОГО ТИПУ В ЗАХІДНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	54
3.1. Обґрунтування програми туру та ресурсна оцінка об'єктів рекреації в межах «концепції тиші».....	54
3.2. Розрахунок економічних параметрів туру відновлювального туризму.....	60
3.3. Визначення вартості туру та оцінка фінансових результатів його реалізації.....	65
3.4. Оцінка фінансово-економічної та соціальної ефективності розробленого туру.....	72
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Сучасний етап розвитку туристичної галузі характеризується трансформацією споживчих потреб населення та посиленням уваги до соціальної функції туризму. В умовах тривалого психоемоційного навантаження, спричиненого воєнними подіями, нестабільністю та високим рівнем стресу, особливого значення набувають туристичні продукти, орієнтовані на психологічне відновлення, емоційне розвантаження та підтримку ментального здоров'я населення. У зв'язку з цим актуалізується розвиток соціально орієнтованих форм туризму, зокрема *slow tourism*, *wellness-туризму* та туризму тиші, які базуються на принципах уповільнення, сенсорного розвантаження та гармонізації внутрішнього стану людини.

В умовах України розвиток соціально-відновлювального туризму набуває не лише економічного, але й суспільного значення. Формування туристичних продуктів, спрямованих на психоемоційну стабілізацію населення, може розглядатися як один із інструментів підтримки людського капіталу та соціальної адаптації в умовах воєнного часу.

Теоретичні та прикладні аспекти розвитку соціального, рекреаційного та відновлювального туризму знайшли відображення у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Значний внесок у дослідження соціальних функцій туризму здійснили В. Ф. Кифяк, О. О. Любіцева, Т. І. Ткаченко, Д. А. Феннелл, Дж. Уррі, а також дослідники психології рекреації та теорії відновлення уваги С. Каплан і Р. Каплан. Разом із тим питання практичної організації туристичних продуктів психологічного відновлення, адаптованих до сучасних соціальних викликів в Україні, залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого наукового обґрунтування.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад соціально орієнтованого туризму та розробка практичних рекомендацій щодо організації туру психологічного відновлення з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- дослідити концептуальні основи розвитку соціалізації туризму;
- проаналізувати сутність, принципи та цільові групи соціального туризму;
- дослідити механізми та інструменти розвитку соціальних напрямків туризму;
- вивчити закордонний досвід та передумови розвитку соціального туризму в Україні;
- здійснити аналіз діяльності ТОВ ТО «N» м. Київ як бази для розробки відновлювальних турів;
- здійснити проектування туристичного продукту відновлювального типу в західних регіонах України з урахуванням сучасних соціальних потреб населення, рекреаційного потенціалу території та принципів повільного туризму.

Об'єктом дослідження виступає соціально орієнтований туризм як напрям розвитку туристичної діяльності. Предметом дослідження є теоретичні, організаційні та економічні аспекти формування туристичних продуктів психологічного відновлення в Україні.

У процесі підготовки роботи використано наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, аналітичні матеріали щодо розвитку туристичної сфери, офіційні статистичні дані, нормативно-правову базу у сфері туризму, а також результати аналізу сучасних тенденцій розвитку рекреаційного та соціального туризму.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Повний обсяг роботи – 86 сторінок, у тому числі основного тексту – 77 сторінок. Робота містить: 26 таблиць, 32 рисунки, 5 формул, список використаних джерел (46 найменувань, викладених на 6 сторінках), 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Концептуальні основи розвитку соціалізації туризму

Еволюція ролі туризму в суспільстві відображає глибинні трансформації соціально-економічних відносин, зміну ціннісних орієнтирів і посилення уваги до розвитку людського капіталу. На різних етапах суспільного розвитку туризм виконував відмінні функції, поступово переходячи від переважно рекреаційної діяльності до складного багатофункціонального явища із виразною соціальною складовою.

На ранніх етапах становлення туризм мав обмежений характер і був доступний вузькому колу привілейованих осіб. У XIX – на початку XX століття його розвиток відбувався під впливом індустріалізації, урбанізації та поступового зростання доходів населення. Основний акцент у той період робився на відновленні фізичних і психологічних ресурсів людини, що зумовлювало домінування рекреаційної функції. Паралельно почали формуватися передумови для економічного осмислення туризму як сфери діяльності, здатної генерувати доходи та стимулювати розвиток інфраструктури.

Друга половина XX століття характеризувалася стрімким розвитком масового туризму, що стало наслідком підвищення рівня життя, розширення соціальних гарантій і активного розвитку транспортних систем. Туризм у цей період перетворюється на важливу складову економіки, сприяє формуванню значної частки валового внутрішнього продукту, забезпечує зайнятість населення та стимулює розвиток суміжних галузей. Економічна функція набуває визначального значення, а туристична діяльність розглядається як один із чинників економічного зростання територій [13].

Подальший розвиток суспільства, зокрема перехід до постіндустріальної моделі, зумовив зміщення акцентів у бік соціальних аспектів. У центрі уваги опиняються потреби людини, якість життя, можливості самореалізації та рівень соціальної включеності. За таких умов туризм поступово набуває рис інструменту соціальної політики, спрямованого на забезпечення доступності відпочинку та оздоровлення для широких верств населення. Посилюється значення принципів рівності, інклюзивності та недискримінації у сфері туристичних послуг.

Соціальна функція туризму проявляється через сприяння соціальній інтеграції, розвитку міжкультурної взаємодії, підвищенню освітнього рівня та формуванню соціального капіталу. Туристична діяльність дедалі частіше розглядається як засіб включення різних соціальних груп у суспільне життя, зокрема осіб з інвалідністю, людей похилого віку, молоді, внутрішньо переміщених осіб та інших категорій, які потребують додаткової підтримки. Важливого значення набувають також оздоровчі та реабілітаційні можливості туризму, що сприяють відновленню фізичного та психоемоційного стану [15].

Сучасні умови розвитку, посилені глобальними викликами та воєнними подіями в Україні, актуалізують соціальну спрямованість туризму. Зростає потреба у використанні туристичних практик як інструменту соціальної адаптації, психологічної підтримки та суспільної консолідації. Пріоритетного значення набувають підходи, орієнтовані на забезпечення доступності, інклюзивності та соціальної відповідальності у сфері туристичних послуг.

Таким чином, поступова трансформація ролі туризму свідчить про розширення його функціонального змісту: поряд із економічними ефектами дедалі більшої ваги набувають соціальні результати. Туризм у сучасному розумінні постає як комплексний соціально-економічний феномен, здатний поєднувати інтереси держави, бізнесу та суспільства й виступати важливим чинником підвищення якості життя населення.

В табл. 1.1. наведена еволюція ролі туризму в суспільстві.

Таблиця 1.1

Еволюція ролі туризму в суспільстві [13,15, 19]

Етап розвитку	Характерні риси	Домінуюча функція	Соціальна роль
Елітарний туризм (до XX ст.)	Обмежена доступність, індивідуалізовані подорожі	Рекреаційна	Відновлення ресурсів привілейованих груп
Масовий туризм (середина XX ст.)	Розширення доступності, розвиток транспорту	Економічна	Демократизація відпочинку
Індустріальний туризм (кінець XX ст.)	Формування туристичної індустрії	Економічна	Зайнятість, розвиток територій
Соціально орієнтований туризм (XXI ст.)	Інклюзивність, доступність, сталість	Соціальна	Інтеграція, рівність, підвищення якості життя

Подальше узагальнення викладених положень дозволяє представити еволюцію ролі туризму як послідовний процес розширення його функціонального змісту – від рекреаційної діяльності до інструменту соціального розвитку (рис. 1.1).

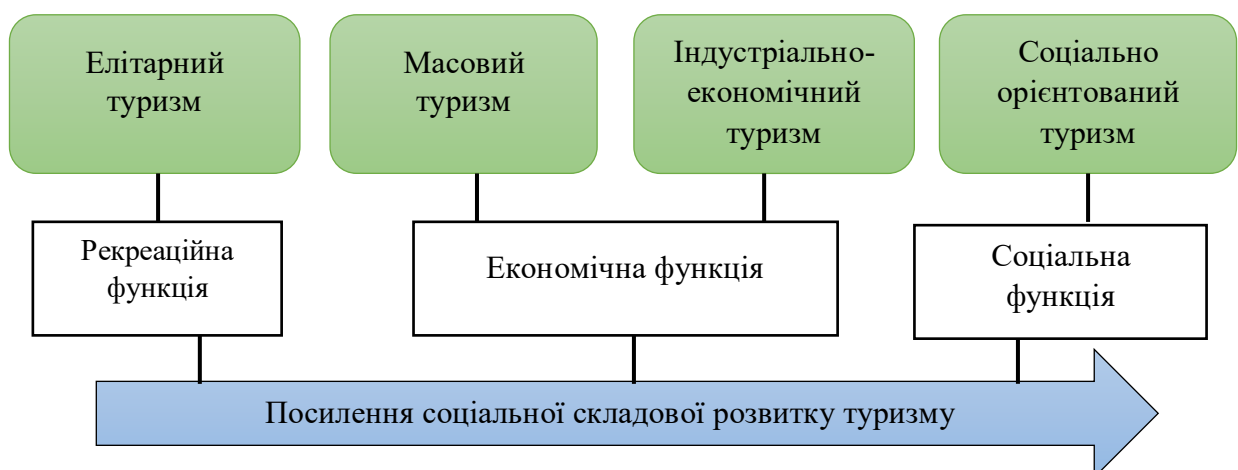


Рис. 1.1. Трансформація ролі туризму в суспільстві

Як відображено на рисунку, початковий етап пов'язаний із домінуванням рекреаційної функції, що реалізовувалася в межах елітарного туризму та була орієнтована на відновлення ресурсів обмежених соціальних груп. Подальший розвиток, зумовлений підвищенням рівня життя населення та розширенням доступності подорожей, сприяв формуванню масового туризму та поступовому зміщенню акценту в бік економічної функції.

Індустріалізація туристичної діяльності закріпила економічну домінанту, перетворивши туризм на вагомий сектор економіки, що забезпечує зайнятість, генерує доходи та стимулює розвиток територій. Водночас сучасний етап характеризується якісною трансформацією ролі туризму, що проявляється у зростанні значущості соціальної функції та орієнтації на забезпечення доступності туристичних послуг для різних категорій населення.

Логіка переходу між етапами свідчить про те, що економічна функція не витісняється, а інтегрується у ширший соціальний контекст, у межах якого туризм розглядається як інструмент соціальної інтеграції, підвищення якості життя та зменшення соціальної нерівності. Таким чином, сучасний вектор розвитку туризму визначається посиленням його соціальної спрямованості, що відображає загальні тенденції гуманізації суспільного розвитку.

Рисунок відображає еволюційну трансформацію ролі туризму в суспільстві через послідовну зміну чотирьох етапів розвитку: елітарного, масового, індустріально-економічного та соціально орієнтованого туризму.

Поглиблення розуміння еволюції туризму як багатофункціонального суспільного явища дозволяє перейти від аналізу його історичних трансформацій до розгляду сучасних функціональних проявів. У межах постіндустріального суспільства туризм дедалі частіше виходить за межі економічної категорії та набуває ознак важливого соціального механізму, здатного впливати на структуру суспільних відносин, рівень добробуту населення та ступінь його інтегрованості в соціальне середовище. У цьому контексті особливого значення набуває розгляд туризму як інструменту соціальної інтеграції та підвищення якості життя.

Сучасний розвиток туризму характеризується посиленням його соціальної спрямованості, що зумовлює розширення функціонального призначення даної сфери. У межах соціально орієнтованої економіки туризм виступає не лише видом економічної діяльності, але й важливим інструментом формування соціальних зв'язків, подолання ізоляції окремих груп населення та забезпечення рівного доступу до можливостей відпочинку й оздоровлення.

Соціальна інтеграція через туризм проявляється у створенні умов для включення різних соціальних, вікових та функціональних груп у спільний культурно-комунікаційний простір. Туристичні практики сприяють налагодженню міжособистісних контактів, розвитку міжкультурного діалогу та формуванню толерантного ставлення до різноманітності суспільства. Особливого значення набуває участь у туристичних активностях осіб з інвалідністю, людей похилого віку, молоді та внутрішньо переміщених осіб, для яких туризм стає одним із механізмів соціальної адаптації та подолання соціальної ізоляції [26].

Важливою складовою соціальної інтеграції є також інклюзивний підхід до організації туристичного середовища, що передбачає усунення фізичних, інформаційних та інституційних бар'єрів. Формування доступної туристичної інфраструктури сприяє забезпеченню рівних можливостей для участі у туристичних практиках, що безпосередньо впливає на ступінь соціальної рівності в суспільстві.

Не менш значущим аспектом виступає вплив туризму на підвищення якості життя населення. Якість життя у даному контексті розглядається як комплексна категорія, що охоплює не лише матеріальний добробут, але й рівень фізичного та психологічного здоров'я, можливості для відпочинку, самореалізації та соціальної взаємодії. Туризм сприяє відновленню життєвих ресурсів людини, зниженню рівня стресу, покращенню емоційного стану та формуванню позитивного життєвого досвіду [37].

Окремо слід відзначити роль туризму у формуванні соціального капіталу, який включає довіру, соціальні зв'язки та мережі взаємодії між

індивідами та групами. Розширення соціальних контактів у процесі туристичної діяльності сприяє зміцненню соціальної згуртованості суспільства, підвищенню рівня взаєморозуміння та розвитку громадянської активності.

Розгляд сучасних функцій туризму в соціальному вимірі неможливий без урахування глобальних концептуальних підходів, які визначають вектор розвитку світової економіки та суспільства. Особливе місце серед них посідають концепція сталого розвитку та концепція соціальної відповідальності, які формують нову парадигму взаємодії між економічними, екологічними та соціальними інтересами. У цьому контексті доцільним є аналіз взаємозв'язку соціальних напрямків розвитку туризму із зазначеними концепціями.

Подальше узагальнення наведених положень дозволяє структурувати взаємозв'язок між соціальними напрямками розвитку туризму та базовими концепціями сталого розвитку і соціальної відповідальності (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Взаємозв'язок соціальних напрямків туризму із концепціями сталого розвитку та соціальної відповідальності [19, 26, 37]

Концепція	Ключові положення	Прояв у соціальних напрямках туризму	Користь для суспільства
Сталий розвиток	Баланс економічної, соціальної та екологічної складових; орієнтація на потреби майбутніх поколінь	Доступність туристичних послуг; розвиток інклюзивного туризму; підтримка внутрішнього туризму; забезпечення рівних можливостей	Зменшення соціальної нерівності; підвищення якості життя; розширення доступу до рекреації та оздоровлення
Соціальна відповідальність	Етична поведінка суб'єктів; врахування інтересів суспільства та громад; мінімізація негативних впливів	Підтримка місцевих громад; розвиток доступної інфраструктури; інклюзивне обслуговування; соціальні програми підприємств	Соціальна згуртованість; розвиток територій; підвищення довіри між бізнесом і суспільством

Таким чином, інтеграція концепцій сталого розвитку та соціальної відповідальності у сферу туризму формує методологічну основу для його сучасної трансформації в Україні. Практична реалізація цих підходів простежується у поступовому розширенні доступності туристичних послуг, розвитку інклюзивного середовища, підтримці внутрішнього туризму та посиленні уваги до соціально вразливих груп населення. Особливої актуальності набувають ініціативи, спрямовані на адаптацію туристичної інфраструктури до потреб людей з інвалідністю, розвиток програм оздоровчого та реабілітаційного туризму, а також залучення молоді, ветеранів і внутрішньо переміщених осіб до туристичних практик як елементу соціальної інтеграції та психологічного відновлення.

Водночас поступове впровадження принципів соціальної відповідальності в діяльність суб'єктів туристичного ринку в Україні проявляється через розвиток партнерських моделей взаємодії між державою, бізнесом і місцевими громадами, розширення соціальних ініціатив у сфері обслуговування туристів та підвищення уваги до етичних стандартів функціонування галузі.

Узагальнення теоретичних положень щодо впливу зазначених концепцій на розвиток туризму створює підґрунтя для більш детального розгляду його соціальної спрямованості. У цьому контексті доцільним є подальший аналіз соціального туризму як окремого напрямку, його сутності, принципів організації та цільових груп споживачів.

1.2. Сутність, принципи та цільові групи соціального туризму

Питання сутності соціального туризму є предметом активних наукових дискусій, оскільки це явище поєднує економічні, соціальні та інституційні аспекти розвитку туристичної сфери. Відсутність єдиного підходу до його трактування зумовлює необхідність аналізу різних концептуальних позицій, які сформувалися у зарубіжній та вітчизняній науковій думці.

У зарубіжній науковій традиції одним із перших концептуальних підходів є позиція Ж. Дюмазедьє [31], який розглядає соціальний туризм як форму організованого дозвілля, спрямовану на забезпечення доступу до відпочинку для широких верств населення, насамперед робітничого класу. Дослідник акцентує увагу на компенсаторній функції туризму, що проявляється у відновленні фізичних і духовних ресурсів людини та вирівнюванні соціальних можливостей у сфері відпочинку.

Розвиток цієї концепції продовжується у швейцарській школі туризмознавства, представниками якої є В. Гюнцікер та К. Крапф [33]. Соціальний туризм у їхніх працях трактується як організована система заходів, що забезпечує доступ до подорожей для соціально та економічно вразливих груп населення. При цьому особливе значення надається інституційній підтримці та колективним формам організації туристичної діяльності.

Подальший розвиток міжнародного підходу до соціального туризму представлений у документах Всесвітньої туристської організації (UNWTO) [45], яка визначає його як вид туризму, що реалізується за підтримки державних, громадських або приватних структур з метою забезпечення доступу до туристичних послуг для всіх соціальних груп незалежно від їхнього економічного статусу. Таким чином, UNWTO розширює попередні наукові підходи, акцентуючи увагу на інституційному та глобальному вимірі соціального туризму.

На відміну від зарубіжних та міжнародних підходів, у вітчизняній науковій думці соціальний туризм переважно розглядається крізь призму державної політики та соціально-економічного розвитку.

Зокрема, В. Ф. Кифяк [13] трактує соціальний туризм як складову державної соціальної політики у сфері туризму, спрямовану на забезпечення доступності туристичних послуг для дітей, молоді, осіб похилого віку та інших соціально вразливих категорій населення. Автор підкреслює значення внутрішнього туризму як базового механізму реалізації соціальних функцій галузі.

О. В. Любіцева [17] розглядає соціальний туризм як форму туристичної діяльності, що формується під впливом соціально-економічних чинників та передбачає державну або інституційну підтримку. Особливу увагу дослідниця приділяє його ролі у забезпеченні соціальної інтеграції та зменшенні нерівності у доступі до рекреаційних можливостей.

У свою чергу, О. В. Колотуха [15] трактує соціальний туризм як багатофункціональне соціальне явище, що виконує освітню, інтеграційну та виховну функції, сприяючи розвитку соціальної згуртованості суспільства, розширенню соціальних комунікацій та розвитку людського потенціалу (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Наукові підходи до трактування поняття «соціальний туризм»

Дослідники	Підходи до трактування
Ж. Дюмазедьє [31]	Соціальний туризм як форма організованого дозвілля, спрямована на забезпечення права на відпочинок і відновлення ресурсів людини
В. Гунцікер, К. Крапф [33] W. Hunziker, K. Krapf	Соціальний туризм як система організованого доступу до подорожей для соціально вразливих груп населення
М. Мінчева, С. Драганов [37] (Болгарія)	Соціальний туризм як інструмент соціальної політики та державної підтримки через механізми фінансування
В. Ф. Кифяк [13]	Складова державної соціальної політики, спрямована на забезпечення доступності туристичних послуг
О. В. Любіцева [17]	Форма туристичної діяльності, що забезпечує соціальну інтеграцію та зменшення нерівності
О. В. Колотуха [15]	Соціальний туризм як багатофункціональне соціальне явище, що виконує освітню, інтеграційну та виховну функції, сприяє соціальній згуртованості та розвитку людського потенціалу.
Всесвітня туристська організація (UNWTO) [45]	Вид туризму, що забезпечує доступ до туристичних послуг для всіх соціальних груп

Логіка викладу наукових положень щодо соціального туризму передбачає не лише аналіз його сутності та підходів до трактування, але й

виокремлення базових засад, на яких він функціонує. Саме принципи формують нормативно-ціннісну основу організації соціального туризму, визначаючи його спрямованість, механізми реалізації та очікувані соціальні ефекти. У цьому контексті особливого значення набуває розгляд принципів доступності, рівності та інклюзивності як ключових характеристик сучасного соціального туризму, що відображають його соціально орієнтований характер та відповідність сучасним європейським підходам до розвитку туристичної сфери (рис. 1.2).

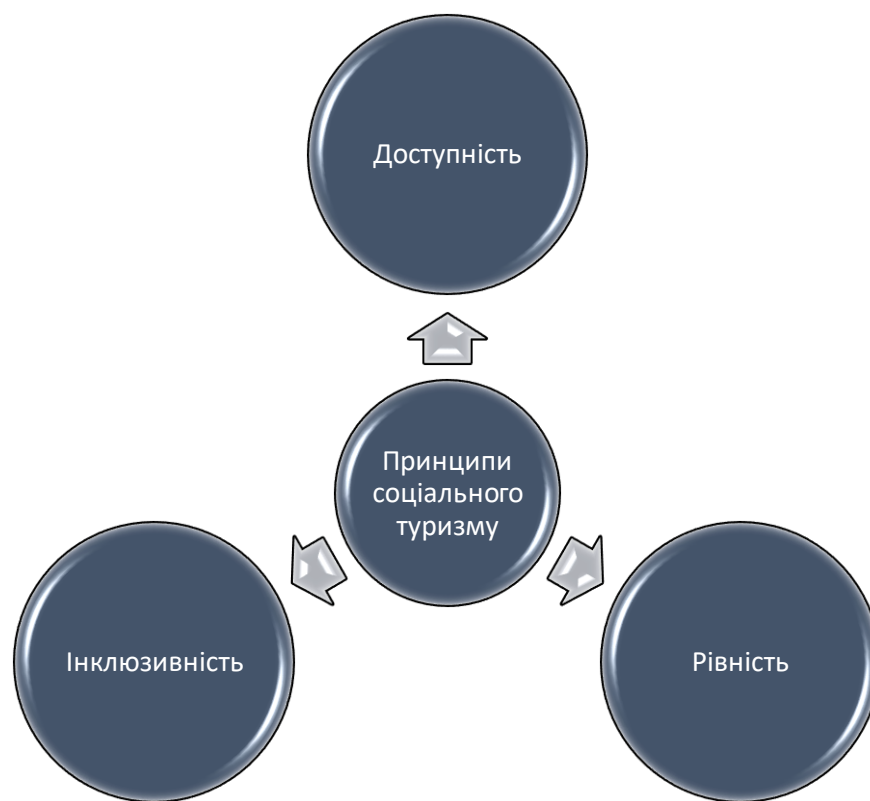


Рис. 1.2. Принципи соціального туризму [17]

Базовим принципом функціонування соціального туризму виступає принцип доступності, який визначає реальну можливість різних соціальних груп отримувати туристичні послуги незалежно від рівня доходів, місця проживання чи соціального статусу. У науковому розумінні доступність охоплює не лише фінансовий аспект, але й територіальну наближеність туристичної інфраструктури, наявність інформаційних ресурсів, транспортну

забезпеченість та адаптованість туристичних продуктів до потреб різних категорій населення. Реалізація цього принципу забезпечує розширення кола споживачів туристичних послуг та сприяє зменшенню соціальної нерівності у сфері відпочинку.

Водночас принцип рівності є логічним продовженням і поглибленням ідеї доступності, оскільки передбачає забезпечення однакових можливостей для всіх громадян у реалізації права на відпочинок і туризм. Йдеться не лише про формальну рівність, а про створення реальних умов, за яких соціально вразливі групи населення – діти, молодь, особи похилого віку, внутрішньо переміщені особи та інші категорії – мають рівний доступ до туристичних послуг. У цьому контексті рівність виступає як механізм подолання структурних соціальних бар'єрів, що обмежують участь окремих груп у туристичній діяльності.

Розвиток принципу рівності безпосередньо переходить у принцип інклюзивності, який у сучасних умовах набуває особливого значення. Інклюзивність у соціальному туризмі передбачає врахування індивідуальних потреб кожної людини, включаючи осіб з інвалідністю, людей з обмеженою мобільністю та інших груп, що потребують спеціальних умов обслуговування. На відміну від загального підходу до рівності, інклюзивність орієнтується на створення адаптованого середовища, яке забезпечує не лише доступ, але й комфортну та безпечну участь у туристичній діяльності.

Таким чином, розглянуті принципи формують взаємопов'язану систему, в якій доступність створює базові умови входу в туристичний простір, рівність забезпечує справедливий розподіл можливостей, а інклюзивність гарантує адаптацію туристичного середовища до індивідуальних потреб його учасників. У сукупності вони визначають соціальну спрямованість туризму та його роль як інструменту забезпечення соціальної інтеграції та підвищення якості життя населення.

Нижче подано узагальнену табл. 1.4 основних категорій споживачів соціального туризму, яка систематизує їхні характеристики та функціональне значення у контексті розвитку соціально орієнтованої туристичної діяльності.

Таблиця 1.4

Основні категорії споживачів соціального туризму

Категорія споживачів	Характеристика та соціальне значення
Молодь	Соціальний туризм виконує освітню, виховну та інтеграційну функції, сприяє розвитку соціальних компетентностей, міжкультурної комунікації та активної громадянської позиції.
Люди похилого віку	Туризм виступає інструментом підтримання активного способу життя, зменшення соціальної ізоляції, підвищення якості життя та психологічного благополуччя.
Люди з інвалідністю	Основний акцент робиться на доступності та інклюзивності туристичної інфраструктури, створенні адаптованих умов для безпечної участі в туристичній діяльності та соціальній інтеграції.
Внутрішньо переміщені особи (ВПО)	Туристичні та рекреаційні заходи сприяють психологічному відновленню, соціальній адаптації та формуванню нових соціальних зв'язків у приймаючих громадах.
Ветерани	Соціальний туризм виконує реабілітаційну та адаптаційну функції, сприяє відновленню фізичного і психологічного стану та соціальній реінтеграції.

Соціальний туризм характеризується чітко вираженою орієнтацією на різні групи населення, для яких доступ до туристичних послуг є обмеженим через економічні, фізичні або соціальні чинники. Виокремлення основних категорій споживачів дозволяє визначити специфіку їхніх потреб, сформувати відповідні туристичні продукти та забезпечити ефективну реалізацію соціальної функції туризму [17].

Однією з найбільш значущих категорій є молодь, для якої соціальний туризм виконує насамперед освітню, виховну та інтеграційну функції. Туристичні подорожі сприяють розширенню світогляду, формуванню соціальних компетентностей, розвитку міжкультурної комунікації та активної

громадянської позиції. Особливе значення мають освітні, екскурсійні та оздоровчі програми, що реалізуються в межах навчальних закладів та молодіжних організацій.

Важливою цільовою групою є люди похилого віку, для яких соціальний туризм виступає інструментом підтримання активного способу життя, соціальної включеності та психологічного благополуччя. Туристична діяльність для цієї категорії має переважно оздоровчий та рекреаційний характер, сприяючи зниженню соціальної ізоляції та підвищенню якості життя.

Окрему категорію становлять люди з інвалідністю, для яких ключового значення набуває доступність туристичної інфраструктури та інклюзивність послуг. Соціальний туризм у цьому контексті передбачає створення адаптованого середовища, що забезпечує безпечну та комфортну участь у туристичних подорожах, а також сприяє їхній соціальній інтеграції та реабілітації.

До актуальних категорій споживачів належать внутрішньо переміщені особи (ВПО), для яких туристичні та рекреаційні заходи часто виконують функцію психологічного відновлення та соціальної адаптації. Участь у туристичних програмах сприяє зменшенню стресового навантаження, формуванню нових соціальних зв'язків та інтеграції у приймаючі громади.

Окремо слід виділити ветеранів, для яких соціальний туризм набуває реабілітаційного та соціально-адаптаційного значення. Туристичні програми для цієї категорії сприяють відновленню фізичного та психологічного стану, соціальній реінтеграції та підвищенню рівня соціальної підтримки.

1.3. Механізми та інструменти розвитку соціальних напрямків туризму

Розвиток соціальних напрямків туризму є результатом дії складної системи взаємопов'язаних механізмів, у межах якої державна політика та

інституційне середовище виконують системоутворюючу функцію. У сучасній науковій інтерпретації державне регулювання розглядається не лише як адміністративний вплив, а як комплексний механізм формування умов для забезпечення доступності туристичних послуг, вирівнювання соціальних можливостей та реалізації принципів соціальної справедливості у сфері туризму.

Ключовим інструментом державної політики виступає нормативно-правове регулювання, яке визначає правові засади функціонування туристичної галузі та закріплює соціальну спрямованість її розвитку. У цьому контексті важливого значення набувають законодавчі акти, що регулюють туристичну діяльність, а також підзаконні нормативні документи, які конкретизують механізми підтримки внутрішнього туризму, розвитку інклюзивної інфраструктури та забезпечення доступності туристичних послуг для соціально вразливих категорій населення [13].

Другим важливим інструментом є програмно-цільовий підхід, що реалізується через державні та регіональні стратегії розвитку туризму. Вони визначають стратегічні пріоритети галузі, серед яких особливе місце посідає розвиток соціального та внутрішнього туризму, підтримка молодіжних, оздоровчих та інклюзивних туристичних програм, а також стимулювання міжрегіональної мобільності населення. Програмно-цільове планування дозволяє забезпечити узгодженість дій різних рівнів управління та концентрацію ресурсів на пріоритетних напрямках.

Фінансово-економічні механізми державного впливу реалізуються через бюджетне фінансування, систему субсидій, грантів, соціальних ваучерів та пільгових програм. Особливе значення має практика часткового або повного фінансування туристичних поїздок для соціально вразливих груп населення, що дозволяє зменшити економічні бар'єри доступу до туристичних послуг. У країнах європейського простору подібні механізми є одним із ключових інструментів розвитку соціального туризму, тоді як в Україні вони перебувають у стадії поступового формування та адаптації [14, 15].

Інституційний механізм розвитку соціального туризму базується на взаємодії широкого кола суб'єктів, серед яких центральні органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, туристичні підприємства, громадські організації та міжнародні інституції. Багаторівнева структура управління забезпечує координацію політики у сфері туризму та її адаптацію до потреб різних соціальних груп.

Особливу роль у формуванні сучасних підходів до розвитку соціального туризму відіграють міжнародні організації, насамперед Всесвітня туристська організація (UNWTO), яка визначає стратегічні орієнтири розвитку галузі на глобальному рівні. У її документах соціальний туризм розглядається як складова сталого розвитку, що передбачає забезпечення рівного доступу до туристичних послуг, підтримку соціальної інтеграції та зменшення соціальної нерівності [46].

Важливим інструментом також виступає державно-приватне партнерство, яке дозволяє поєднувати ресурси держави та бізнесу для розвитку туристичної інфраструктури соціального спрямування. Воно забезпечує ефективніше використання ресурсів, підвищення якості туристичних послуг та розширення їх доступності для населення.

Схематично механізми розвитку соціальних напрямків туризму наведений на рис. 1.3.

Одним із найбільш перспективних і водночас складних механізмів розвитку соціальних напрямків туризму виступає державно-приватне партнерство (ДПП), яке забезпечує поєднання ресурсів, управлінського потенціалу та інституційних можливостей держави і бізнесу. У сфері соціального туризму цей механізм набуває особливого значення, оскільки дозволяє компенсувати обмеженість бюджетного фінансування та одночасно підвищувати ефективність реалізації соціально орієнтованих туристичних програм. У теоретичному вимірі державно-приватне партнерство у туризмі розглядається як форма довгострокової взаємодії між органами державної

влади та суб'єктами приватного сектору, що базується на розподілі ризиків, відповідальності та вигод.

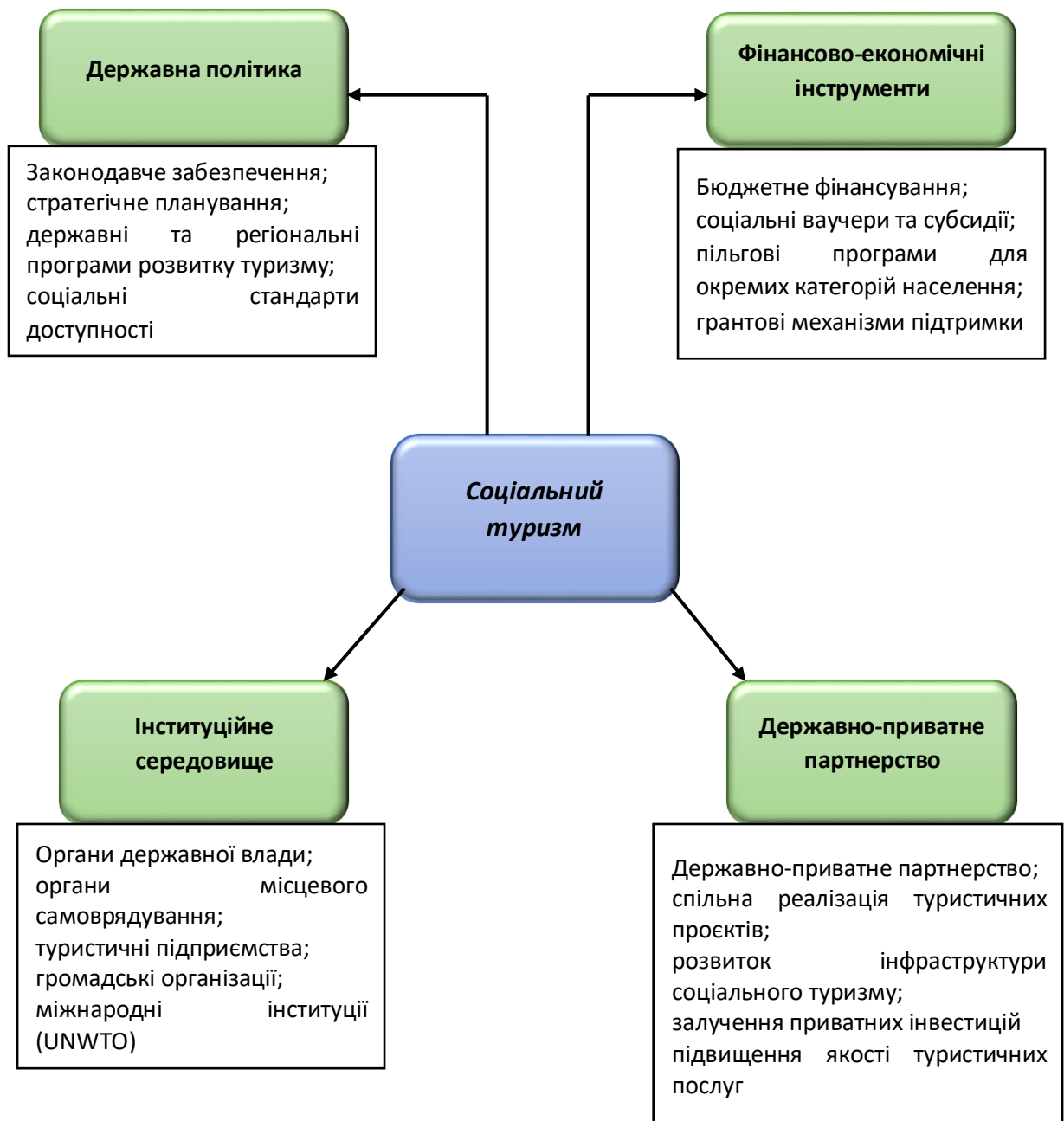


Рис. 1.3. Механізми розвитку соціальних напрямків туризму

У контексті соціального туризму така взаємодія спрямована не лише на отримання економічного результату, а й на досягнення соціального ефекту, який проявляється у розширенні доступу населення до туристичних послуг.

Ключовим напрямом реалізації ДПП є розвиток туристичної інфраструктури соціального спрямування. Йдеться про створення та

модернізацію об'єктів розміщення, оздоровлення та рекреації, які відповідають принципам доступності та інклюзивності. У цьому випадку держава може виступати ініціатором або гарантом проєктів, забезпечуючи нормативну підтримку, спрощення дозвільних процедур та часткове фінансування, тоді як приватний сектор здійснює інвестиції, управління та операційну діяльність.

Важливим інструментом державно-приватного партнерства є реалізація спільних соціально-орієнтованих туристичних програм. До них належать пільгові туристичні пакети для молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб та ветеранів. У таких програмах держава, як правило, забезпечує часткову компенсацію вартості туристичних послуг (через субсидії, ваучери або грантові механізми), тоді як приватні оператори формують та надають самі туристичні продукти.

Окремим напрямом ДПП є розвиток інклюзивного туризму, що передбачає адаптацію туристичних об'єктів і сервісів до потреб осіб з обмеженими можливостями. У цьому випадку приватний бізнес інвестує в модернізацію інфраструктури (безбар'єрне середовище, спеціалізоване обладнання, адаптовані маршрути), а держава стимулює такі ініціативи через податкові пільги, грантову підтримку або включення відповідних вимог до регіональних програм розвитку туризму [28].

Важливим елементом функціонування ДПП є також розвиток локальних туристичних проєктів на рівні громад. Органи місцевого самоврядування виступають посередниками між бізнесом і населенням, формуючи сприятливе інституційне середовище для реалізації ініціатив у сфері соціального туризму. У таких моделях активно залучаються малі та середні підприємства, які забезпечують гнучкість і адаптивність туристичних послуг до потреб конкретних територій.

Узагальнення дозволяє визначити державно-приватне партнерство як комплексний механізм розвитку соціального туризму, що поєднує інвестиційні, організаційні та соціальні інструменти. Його функціонування

забезпечує баланс між економічною ефективністю туристичної діяльності та її соціальною спрямованістю, сприяючи розширенню доступу населення до туристичних послуг і підвищенню якості життя.

1.4. Зарубіжний досвід та передумови розвитку соціального туризму в Україні

Дослідження зарубіжного досвіду розвитку соціального туризму дозволяє виявити ефективні механізми його організації та визначити можливості їх адаптації до національних умов. Європейські країни сформували різноманітні моделі соціального туризму, які відрізняються за джерелами фінансування, рівнем державного втручання, роллю інституцій та цільовими групами, проте об'єднані спільною метою — забезпечення доступності туристичних послуг для широких верств населення.

У науковій літературі доцільно виокремлювати кілька базових моделей соціального туризму в Європі, серед яких найбільш поширеними є державна, партнерська та змішана моделі.

Державна модель характерна для країн із високим рівнем соціальної орієнтації економіки, зокрема Франції, Іспанії та Італії. У межах цієї моделі ключова роль належить державі, яка забезпечує фінансування та організацію соціальних туристичних програм. Прикладом є система туристичних ваучерів у Франції, що дозволяє працівникам із різним рівнем доходів отримувати фінансову підтримку для здійснення подорожей. Державні інституції формують відповідну інфраструктуру, координують діяльність учасників ринку та забезпечують контроль за якістю послуг [31].

Партнерська модель базується на активній взаємодії держави, бізнесу та громадських організацій. Такий підхід є характерним для Німеччини, Австрії та скандинавських країн, де соціальний туризм розвивається через систему колективних угод, соціальних фондів та корпоративних програм підтримки працівників. У межах цієї моделі значну роль відіграють профспілкові

організації, благодійні фонди та неурядові інституції, які забезпечують організацію туристичних поїздок для різних соціальних груп.

Змішана модель поєднує елементи державного регулювання та ринкових механізмів і є найбільш поширеною у сучасній Європі. Вона передбачає часткове фінансування з боку держави у поєднанні з активною участю приватного сектору у створенні та реалізації туристичних продуктів. У таких країнах, як Польща, Чехія та Угорщина, соціальний туризм розвивається через регіональні програми підтримки, грантові механізми та стимулювання внутрішнього туризму.

Окрему увагу в європейському досвіді приділено розвитку інклюзивного туризму як складової соціального. У більшості країн ЄС впроваджуються стандарти безбар'єрності, адаптації туристичної інфраструктури та підготовки персоналу до роботи з різними категоріями туристів. Організація зазначених заходів спрямована на формування комфортного та безпечного середовища для всіх споживачів. У той же час розвиток інклюзивного туризму як складової соціального забезпечує фізичну доступність туристичних послуг.

Важливим елементом є також реалізація міжнародних програм, спрямованих на підтримку соціального туризму, серед яких особливе місце займають ініціативи Європейського Союзу, зокрема програми розвитку внутрішнього туризму та соціальної мобільності населення. Такі програми сприяють обміну досвідом між країнами, впровадженню інноваційних підходів та підвищенню ефективності соціальних туристичних проєктів [13].

Аналіз європейських моделей соціального туризму свідчить про їх системний характер, що базується на поєднанні державної підтримки, активної участі бізнесу та розвитку громадських ініціатив. Ключовими факторами їх ефективності є наявність стабільного фінансування, чіткої інституційної структури, орієнтація на потреби цільових груп та інтеграція принципів сталого розвитку.

У контексті України зарубіжний досвід має важливе прикладне значення, оскільки дозволяє визначити передумови формування національної

моделі соціального туризму. До таких передумов належать необхідність удосконалення державної політики у сфері туризму, розвиток механізмів державно-приватного партнерства, впровадження фінансових інструментів підтримки соціально вразливих груп населення та адаптація туристичної інфраструктури до принципів інклюзивності.

Кращі практики підтримки соціально вразливих груп у соціальному туризмі наведені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Кращі практики підтримки соціально вразливих груп у соціальному туризмі

Напрямок підтримки	Зміст механізму	Соціальний ефект
Туристичні ваучери	Часткова або повна компенсація вартості туристичних послуг за рахунок державних або змішаних фондів	Зниження фінансових бар'єрів, розширення доступу до туризму, стимулювання внутрішнього попиту
Спеціалізовані соціальні програми	Розробка пільгових туристичних продуктів для окремих категорій населення (молодь, люди похилого віку, люди з інвалідністю, ВПО, ветерани)	Підвищення доступності послуг з урахуванням потреб різних груп, соціальна підтримка та інтеграція
Інклюзивний туризм	Адаптація інфраструктури, впровадження стандартів безбар'єрності, підготовка персоналу	Забезпечення рівного доступу, підвищення якості обслуговування, соціальна інтеграція
Державно-приватне партнерство	Спільна реалізація туристичних проєктів за участю держави та бізнесу, фінансова та організаційна підтримка	Розширення спектра послуг, підвищення ефективності використання ресурсів
Програми соціальної мобільності	Організація освітніх, культурних і рекреаційних поїздок для населення	Розвиток соціального капіталу, міжкультурної комунікації, підвищення освітнього рівня
Локальні ініціативи та проєкти громад	Реалізація соціально орієнтованих туристичних проєктів на рівні територіальних громад	Активізація місцевого розвитку, залучення населення, підвищення доступності послуг

Аналіз показує, що найбільш ефективні практики базуються на поєднанні різних інструментів підтримки, зокрема фінансових стимулів, програмного забезпечення та розвитку інклюзивного середовища. Важливу роль відіграє взаємодія держави, бізнесу та громадських інституцій, що дозволяє забезпечити сталість і результативність соціального туризму.

Функціонування та розвиток соціальних напрямків туризму в Україні відбувається в умовах глибоких трансформацій, спричинених воєнними, демографічними та економічними чинниками. Зазначені виклики мають системний характер і визначають не лише обмеження розвитку галузі, але й нові напрями її адаптації.

Воєнний стан істотно змінив структуру туристичного попиту та пропозиції. За результатами досліджень, проведених за участі державних і галузевих інституцій, туристична діяльність в Україні значною мірою переорієнтувалася на внутрішній ринок [7]. Зокрема, понад 45% українців здійснювали подорожі територією країни після початку повномасштабної війни, що свідчить про збереження попиту навіть у кризових умовах [6]. Водночас відбулося різке територіальне перерозподілення туристичних потоків – активізація туризму у відносно безпечних регіонах (Карпати, Закарпаття, Львівщина) при одночасному занепаді південних і східних напрямків.

Паралельно з цим трансформується функціональне призначення туризму. Зростає значення реабілітаційного, оздоровчого та психологічного туризму, що орієнтований на військовослужбовців, ветеранів та внутрішньо переміщених осіб.

Демографічні зміни також суттєво впливають на розвиток соціального туризму. Масштабна міграція населення, зниження народжуваності та старіння населення формують нову структуру споживачів туристичних послуг. Зокрема, зростає частка осіб похилого віку та людей, які потребують реабілітаційних і соціально адаптованих туристичних продуктів. Одночасно

збільшується кількість соціально вразливих груп, зокрема осіб з інвалідністю та ветеранів, що формує нові сегменти попиту.

Економічні обмеження виступають додатковим стримуючим фактором розвитку галузі. Зниження платоспроможності населення та зростання вартості туристичних послуг обмежують можливості участі широких верств населення у туристичній діяльності. Попри це, туристична галузь демонструє певну стійкість: за 9 місяців 2023 року до бюджету України надійшло близько 1,45 млрд грн податків від туристичних підприємств, що свідчить про поступове відновлення галузі (табл. 1.6) [4].

Таблиця 1.6

Вплив сучасних викликів на розвиток соціальних напрямків туризму в
Україні

Виклик	Прояви	Статистичні та фактичні дані	Вплив на соціальний туризм
Воєнний стан	Руйнування інфраструктури, обмеження мобільності, зміна географії туризму	Понад 45% українців подорожували країною під час війни; переорієнтація на внутрішній туризм [6]	Розвиток внутрішнього, реабілітаційного та соціального туризму
Демографічні зміни	Старіння населення, міграція, зростання кількості вразливих груп	Зростання частки осіб похилого віку та осіб з інвалідністю; масова внутрішня та зовнішня міграція	Формування нових сегментів попиту на соціальний туризм
Економічні обмеження	Зниження доходів, інфляція, скорочення витрат на відпочинок	Близько 1,45 млрд грн податкових надходжень від туризму у 2023 р. [4]	Підвищення значення доступних та пільгових туристичних продуктів

Наведені дані свідчать, що сучасні виклики мають неоднозначний вплив на розвиток соціального туризму. З одного боку, вони обмежують фінансові та інфраструктурні можливості галузі, знижують рівень туристичної активності та ускладнюють реалізацію туристичних програм, з іншого іншого – формують нові соціальні потреби.

Відповіддю на зростаючі потреби населення у психоемоційному відновленні стало впровадження в Україні спеціалізованих соціально орієнтованих туристичних ініціатив. Зокрема, показовим прикладом є програма «Подорож до себе», реалізована Державне агентство розвитку туризму України (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Характеристика програми «Подорож до себе» як напрямку розвитку соціального туризму [29]

Зазначена програма спрямована на поєднання туристичної діяльності з елементами психологічної підтримки через використання природотерапії, релаксаційних практик та усвідомленого відпочинку. Концептуально така ініціатива відображає сучасне розширення змісту соціального туризму, у межах якого пріоритетного значення набувають не лише питання доступності туристичних послуг, але й забезпечення ментального здоров'я, соціальної адаптації та відновлення людського потенціалу [29].

У цьому контексті соціальний туризм виступає як інструмент подолання наслідків кризових явищ та підвищення якості життя населення в умовах воєнного стресу.

З огляду на зростання потреб у психоемоційному відновленні населення, доцільним є розроблення спеціалізованих туристичних продуктів у межах програми «Подорож до себе», що водночас відкриває перспективний напрям для суб'єктів внутрішнього туризму.

Реалізація подібних туристичних продуктів має значення не лише для окремого споживача, але й для соціально-економічного розвитку держави загалом, оскільки психоемоційне відновлення населення безпосередньо впливає на відтворення трудового потенціалу та підтримання продуктивності людських ресурсів. У цьому аспекті туризм виконує рекреаційну та соціально-відновлювальну функції, сприяючи зниженню рівня емоційного виснаження, підвищенню адаптивності населення до кризових умов та формуванню передумов для відновлення продуктивних сил суспільства.

РОЗДІЛ 2

ТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТОВ ТО «N» м. КИЇВ

2.1. Характеристика туристського підприємства

Туристська компанія «N» є туристським оператором, який спеціалізується на внутрішньому туризмі та організації подорожей територією України з урахуванням сучасних соціальних потреб населення.

За організаційно-правовою формою підприємство є товариством з обмеженою відповідальністю. Туристське підприємство розташоване за адресою: 01001, м. Київ, вул. Жилянська, 48, офіс 7.

Туристична компанія «N» була заснована у 2016 році. Підприємство має право на здійснення туроператорської діяльності у сфері внутрішнього туризму та надання комплексу туристичних послуг, серед яких:

- організація екскурсійних та пізнавальних турів територією України;
- соціальні, пільгові та інклюзивні туристичні програми;
- оздоровчі та санаторно-курортні тури в межах України;
- шкільні, студентські та освітні подорожі;
- корпоративні внутрішні тури;
- індивідуальні тури Україною;
- бронювання розміщення, транспортний та супровідний сервіс.

У компанії працюють кваліфіковані фахівці з вищою освітою у сфері туризму, які мають досвід формування внутрішнього туристичного продукту та орієнтуються на потреби різних цільових груп споживачів.

Підприємство працює в офісному режимі 7 днів на тиждень, з понеділка по п'ятницю. У вихідні дні забезпечується дистанційна підтримка клієнтів та супровід туристичних груп під час подорожей.

Особлива увага приділяється розвитку соціального туризму, який охоплює організацію доступних подорожей для пенсіонерів, молоді, сімей з

дітьми та внутрішньо переміщених осіб. У межах цього напрямку формуються програми відновлювального та оздоровчого характеру.

Туристська компанія «N» співпрацює з готелями, санаторіями, транспортними компаніями та туристичними об'єктами по всій Україні, що дозволяє формувати якісний та доступний внутрішній туристичний продукт.

Підприємство характеризується такими показниками:

- 10 співробітників;
- понад 60 партнерських об'єктів розміщення в Україні;
- понад 40 транспортних партнерів;
- близько 15 постійних корпоративних клієнтів;
- база даних понад 4000 туристів;
- партнерська мережа в різних регіонах України.

ТОВ «N» реалізує принцип соціальної орієнтації та доступності туристичних послуг, що забезпечує його стабільні позиції на ринку внутрішнього туризму та створює передумови для розвитку соціального туристичного продукту як стратегічного напрямку діяльності.

2.2. Аналіз обсягу наданих послуг

Виробнича програма туристського підприємства визначає обсяг, асортимент і якість послуг, які планується реалізувати у звітному періоді з урахуванням потреб і попиту споживачів. Вона є ключовим елементом діяльності підприємства, слугує основою для розроблення інших розділів бізнес-плану та розрахунку економіко-аналітичних показників. Розглянемо обсяг наданих послуг туристського підприємства «N».

Вихідні дані для аналізу показників виробничої програми наведено в табл. 2.1.

Дані табл. 2.1 свідчать про стійку тенденцію до скорочення обсягу наданих туристських послуг упродовж аналізованого періоду.

Таблиця 2.1

Аналіз динаміки виробничої програми

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Обсяг наданих туристських послуг, туроднів	18388	17929	17639
Абсолютний приріст, т-д		-459	-290
а) ланцюговий		-459	-749
б) базисний			
Темп зростання, %		97,50	98,38
а) ланцюговий		97,50	95,93
б) базисний			
Темп приросту, %		-2,50	-1,62
а) ланцюговий		-2,50	-4,07
б) базисний		183,88	179,29
Абсолютне значення 1% приросту, т-д		-459	-290
Середній рівень ряду, т-д	17985,33		
Середній темп зростання, %	97,94		
Середній темп приросту, %	-2,06		

Найбільший обсяг туроднів зафіксовано у 2023 р. – 18388 т-д, після чого спостерігалось його поступове зниження: у 2024 р. – на 459 т-д (до 17929 т-д), у 2025 р. – ще на 290 т-д (до 17639 т-д).

Загальне скорочення за період 2023–2025 рр. становило 749 т-д, або 4,07 %. Темпи зростання мають значення менше 100 %, що підтверджує негативну динаміку, хоча темпи падіння поступово уповільнюються (з -2,50 % до -1,62 %). Середній обсяг наданих послуг становить 17985,33 т-д, а середній темп зростання – 97,94 %, що відповідає середньому скороченню на 2,06 % щорічно.

Динаміку виробничої програми туристської фірми представлено на рис. 2.1.

Проаналізувавши кількість наданих туроднів, доцільно також дослідити чисельність обслугованих туристів за аналізований період. Для цього використано дані табл. 2.2.

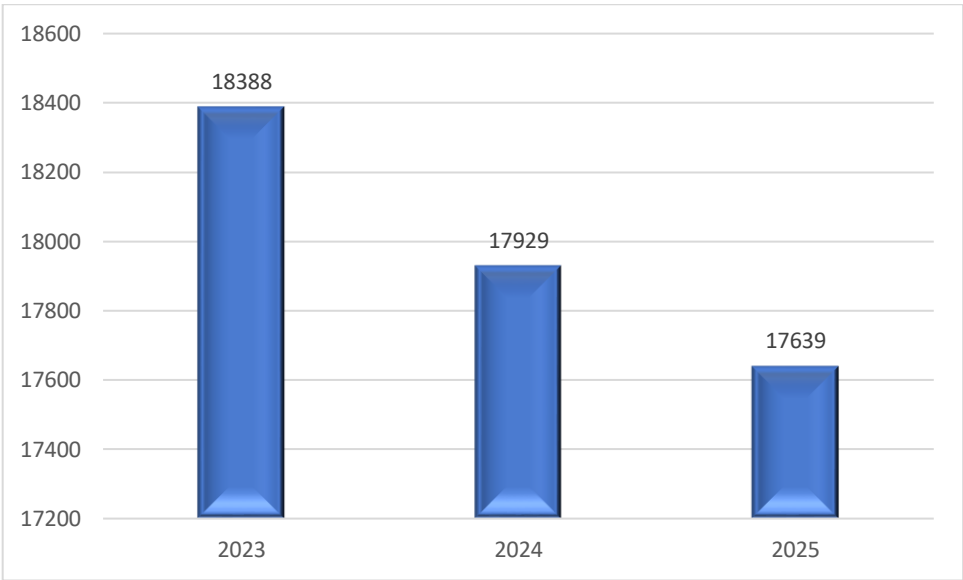


Рис. 2.1. Динаміка виробничої програми підприємства

Таблиця 2.2

Дані для аналізу виробничої програми

Показники	2023 р.	%	2024 р.	%	2025 р.	%
Кількість т-д наданих, зокрема:	18388	100	17929	100	17639	100
Виїзний туризм, т-д	6160	33,5	5791	32,3	4904	27,8
Внутрішній туризм, т-д	12228	66,5	12138	67,7	12735	72,2
Всього обслуговано туристів, осіб	2526	100	2491	100	2399	100

Динаміку показників виробничої програми туристського підприємства відображено на рис. 2.2, зміни кількості обслугованих туристів – на рис. 2.3.

За результатами аналізу таблиці та рисунків встановлено тенденцію до скорочення обсягу послуг у сфері виїзного туризму.

Дані таблиці свідчать про загальне скорочення як обсягу наданих туристських послуг, так і кількості обслугованих туристів упродовж 2023–2025 рр. Кількість наданих туро-днів зменшилася з 18388 до 17639 т-д, що свідчить про зниження ділової активності підприємства.

У структурі туристичного потоку простежується чітка переорієнтація: частка виїзного туризму поступово скорочується (з 33,5 % до 27,8 %), тоді як

внутрішній туризм зростає (з 66,5 % до 72,2 %) і у 2025 р. демонструє навіть збільшення в абсолютному вираженні.

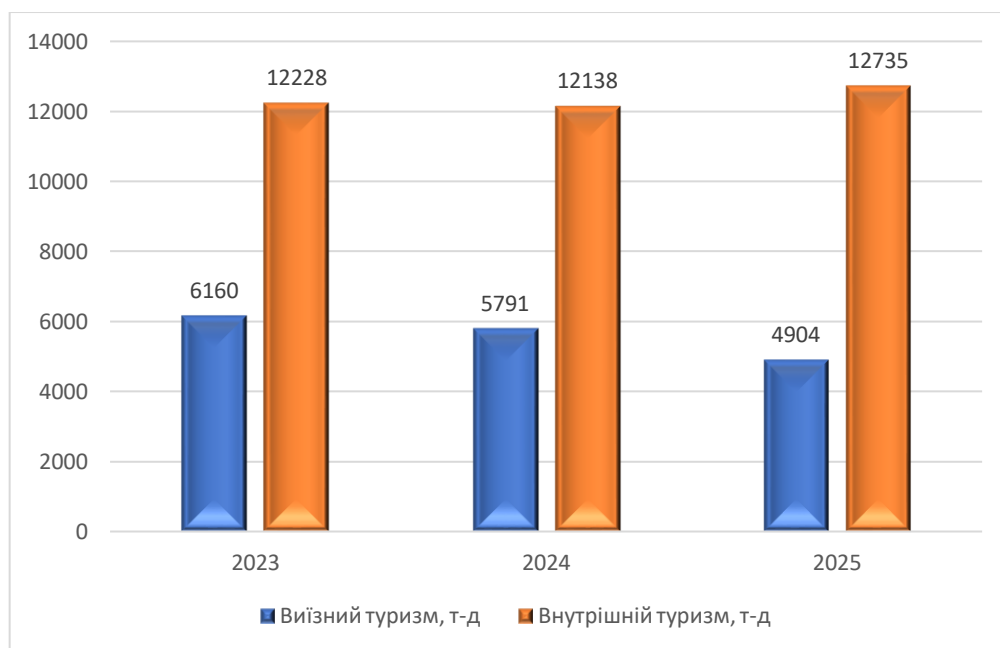


Рис. 2.2. Динаміка обсягу наданих туро-днів за напрямками туризму

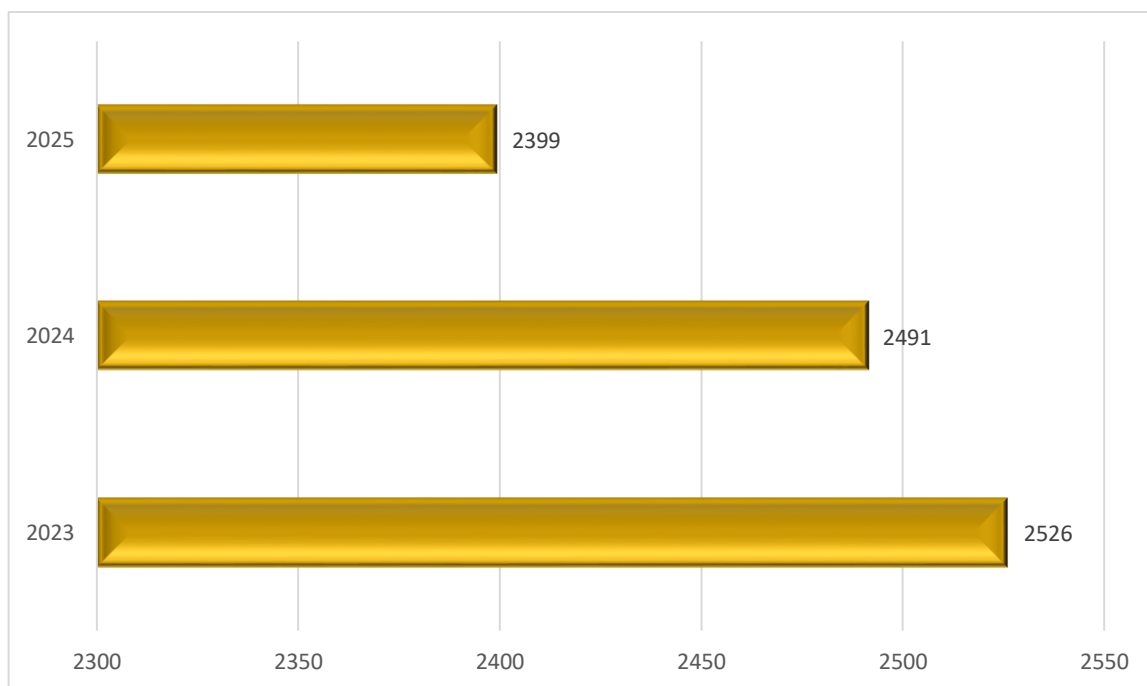


Рис. 2.3. Зміна кількості обслугованих туристів

Щодо кількості туристів, спостерігається негативна динаміка: їх чисельність скоротилася з 2526 осіб у 2023 р. до 2399 осіб у 2025 р., тобто на

127 осіб або близько 5 %. Зазначена тенденція пов'язана зі зниженням платоспроможності населення, зміною споживчих пріоритетів та впливом зовнішніх факторів, зокрема війни в Україні.

Таким чином, на тлі скорочення загальної кількості туристів відбувається зміщення попиту в бік внутрішнього туризму, що створює передумови для розвитку соціально орієнтованих туристичних продуктів.

Аналіз виробничої програми буде неповним без дослідження обсягу реалізованих туро-днів за напрямками внутрішнього туризму. Відповідні дані наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Показники обслуговування клієнтів туристської фірми за напрямками
внутрішнього туризму

Напрямок	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	К-ть т-д	%	К-ть т-д	%	К-ть т-д	%
Рекреаційні тури в Карпатський регіон	3705	30,3	3543	29,2	5221	41,0
Морські та прибережні відпочинкові подорожі	3229	26,4	3411	28,1	662	5,2
Екскурсійно-пізнавальні тури по Україні	1908	15,6	2124	17,5	3373	26,5
Освітньо-ділові та корпоративні поїздки в межах України	1223	10,0	1567	12,9	1324	10,4
Оздоровчо-реабілітаційні тури (санаторно-курортні програми)	612	5,0	668	5,5	560	4,4
Індивідуальні та інші туристичні послуги	1554	12,7	825	6,8	1592	12,5
Всього:	12228	100	12138	100	12735	100

Динаміка структури реалізації послуг з внутрішнього туризму за 2025 рік представлена на рис. 2.4.

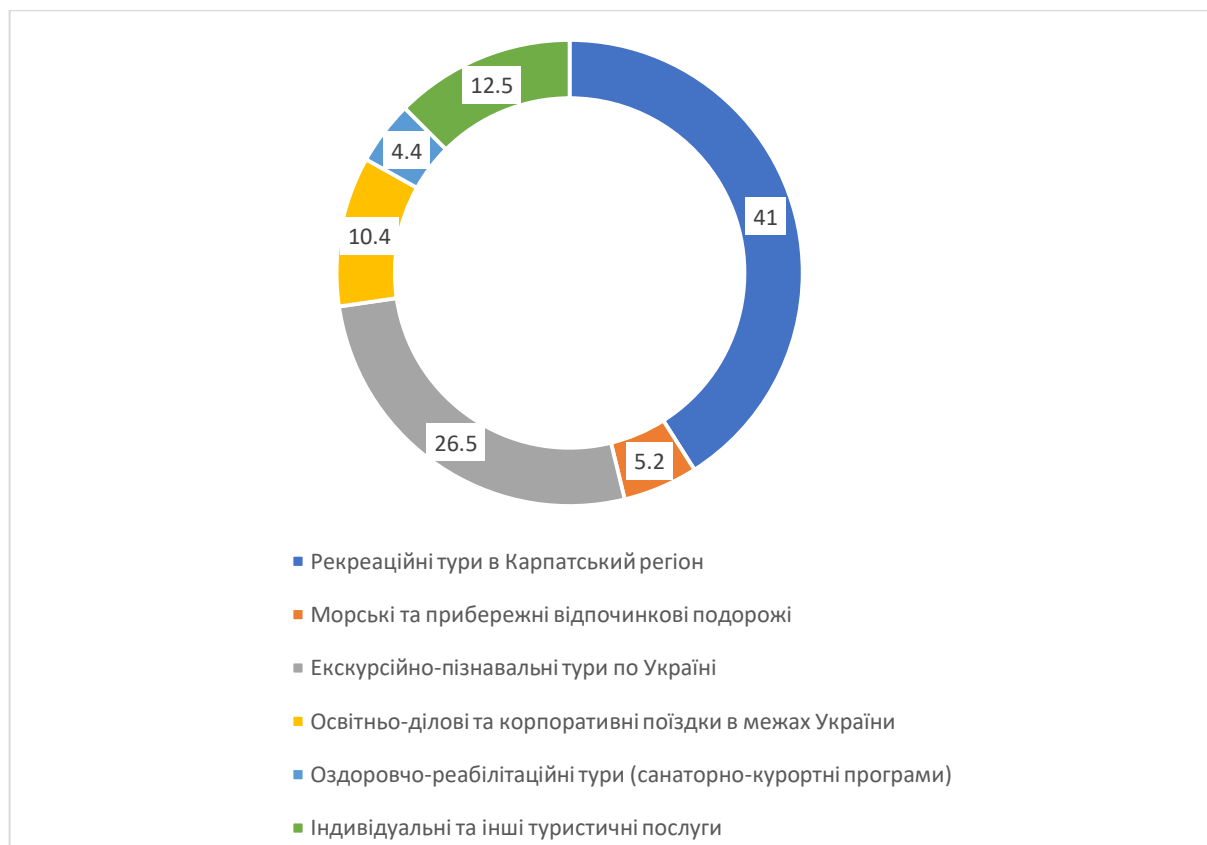


Рис. 2.4. Структура реалізації послуг із внутрішнього туризму за 2025 р.

Дані таблиці свідчать про структурні зміни у внутрішньому туристичному потоці туристської фірми протягом 2023–2025 рр.

Найбільшу частку у всіх періодах займають рекреаційні тури в Карпатський регіон, які демонструють зростання у питомій вазі з 30,3 % у 2023 р. до 41,0 % у 2025 р., що підтверджує підвищений попит на природно-рекреаційний відпочинок.

Натомість морські та прибережні подорожі характеризуються різким скороченням у 2025 р. до 5,2 %, що пов'язано зі зміною безпекової ситуації та переорієнтацією туристичних потоків усередині країни.

Попит на екскурсійно-пізнавальні тури характеризується стійким зростанням та збільшується до 26,5 % у питомій вазі реалізованих послуг.

Освітньо-ділові та корпоративні поїздки залишаються відносно стабільними з незначними коливаннями, що свідчить про збереження попиту з боку організованих груп.

Оздоровчо-реабілітаційні тури мають незначну частку в обсязі реалізації турів туристського оператора та характеризуються нестабільною динамікою, однак зберігають соціальну значущість.

Індивідуальні та інші туристичні послуги демонструють коливальний характер, але у 2025 р. повертаються до рівня 2023 р., що свідчить про гнучкість попиту.

У цілому спостерігається переорієнтація туристського попиту на внутрішні рекреаційні та пізнавальні подорожі, що створює сприятливі передумови для розвитку соціального туризму як стратегічного напрямку діяльності підприємства.

2.3. Аналіз доходів та видатків туристського підприємства

Розглянемо зміни в обсягах і структурі доходів за аналізований період. Відповідні дані представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналітичні дані для аналізу доходів

Показники	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Загальна сума доходів фірми, зокрема	11634,93	100,0	12901,46	100,0	13028,8	100,0
Доходи від виїзного туризму	2397,90	20,6	5847,46	45,3	2931,48	22,5
Доходи від внутрішнього туризму	7201,14	61,9	6023,47	46,7	9127,73	70,1
Доходи від екскурсійної діяльності	1035,04	8,9	651,07	5,0	586,30	4,5
Доходи від інших турпослуг	1000,85	8,6	379,46	2,9	383,29	2,9

Зміна доходів туристського оператора наведена на рис. 2.5.

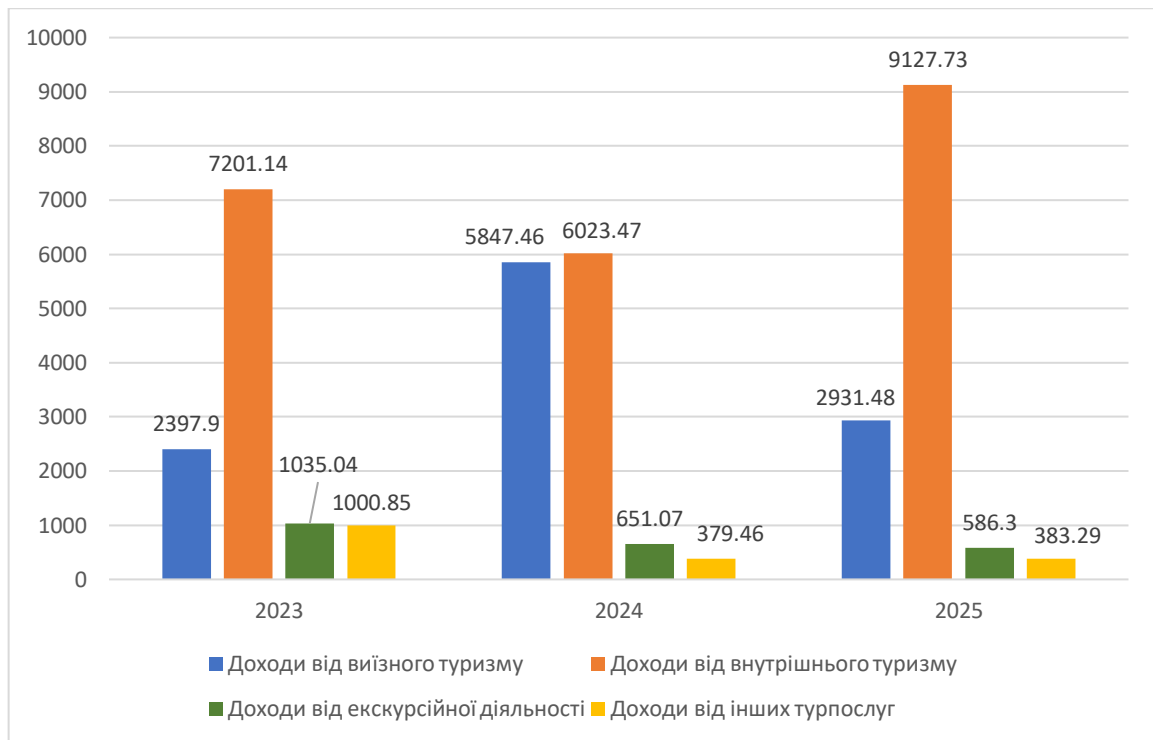


Рис. 2.5. Зміни обсягів доходів туристського підприємства

Дані таблиці свідчать про зростання загальної суми доходів туристського підприємства протягом 2023–2025 рр. з 11634,93 тис. грн до 13028,8 тис. грн, що характеризує поступове розширення обсягів діяльності.

У структурі доходів домінує внутрішній туризм, частка якого змінюється від 61,9 % у 2023 р. до 70,1 % у 2025 р. Після зниження у 2024 р. спостерігається суттєве зростання цього сегмента, що пов'язано з переорієнтацією попиту на внутрішні подорожі.

Доходи від виїзного туризму мають нестабільну динаміку: різке зростання у 2024 р. змінюється зменшенням у 2025 р., однак їх частка залишається значною. Екскурсійна діяльність поступово скорочується як у абсолютному, так і у відносному вимірі, що свідчить про зниження попиту на короткострокові програми.

Доходи від інших туристичних послуг також мають тенденцію до зменшення частки у структурі доходів і залишаються відносно стабільними в останні два роки.

У цілому структура доходів демонструє чітке посилення ролі внутрішнього туризму як основного джерела формування фінансових

результатів підприємства, що створює передумови для подальшого розвитку соціально орієнтованих туристичних продуктів.

Дослідимо динаміку доходів від туристської діяльності з використанням рядів динаміки. При цьому розглядається загальна сума доходів туристського підприємства (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Зміна доходів туристського оператора

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Загальна сума доходів підприємства, тис. грн	11634,93	12901,46	13028,80
Абсолютний приріст, тис. грн		1266,53	127,34
а) ланцюговий		1266,53	1393,87
б) базисний			
Темп зростання, %		110,89	100,99
а) ланцюговий		110,89	111,98
б) базисний			
Темп приросту, %		10,89	0,99
а) ланцюговий		10,89	11,98
б) базисний			
Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн		116,35	129,02
Середній рівень ряду, тис. грн	12521,73		
Середній темп зростання, %	105,82		
Середній темп приросту, %	5,82		

Дані таблиці свідчать про загальне зростання доходів туристського підприємства протягом аналізованого періоду. У 2024 р. порівняно з 2023 р. відбулося суттєве збільшення загальної суми доходів на 1266,53 тис. грн, або на 10,89 %. У 2025 р. зростання продовжилося, однак його темпи значно сповільнилися і становили лише 127,34 тис. грн, або 0,99 %.

Темпи зростання доходів підтверджують нерівномірний характер динаміки: у 2024 р. показник становив 110,89 %, тоді як у 2025 р. – 100,99 %.

Середній темп зростання за період дорівнює 105,82 %, що відповідає середньому щорічному приросту на рівні 5,82 %. Загалом спостерігається позитивна динаміка доходів, однак із тенденцією до уповільнення темпів зростання в останній рік.

Розглянемо склад і структуру витрат туристської фірми за економічними елементами (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Склад та структура витрат туристської фірми
за економічними елементами

Статті витрат	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Матеріальні витрати	2633,66	26,83	2514,24	22,12	3113,76	27,00
Витрати на оплату праці	2944,83	30,00	3810,00	33,52	4135,53	35,86
Відрахування на соціальні заходи	864,80	8,81	1105,95	9,73	1176,31	10,20
Амортизація	1473,40	15,01	1797,02	15,81	1169,39	10,14
Інші витрати	1899,41	19,35	2139,15	18,82	1937,45	16,80
Всього:	9816,09	100,00	11366,35	100,00	11532,43	100,00

Структура витрат за звітний рік наведена на рис. 2.6.

Дані таблиці свідчать про зростання загальної суми витрат туристської фірми у 2023–2025 рр. з 9816,09 тис. грн до 11532,43 тис. грн. Найбільший приріст спостерігається у 2024 р., після чого у 2025 р. темпи збільшення витрат суттєво сповільнюються.

У структурі витрат домінують витрати на оплату праці, частка яких поступово зростає з 30,0 % у 2023 р. до 35,86 % у 2025 р., що свідчить про посилення ролі персоналу у формуванні витрат підприємства.

Матеріальні витрати також мають нестабільну динаміку: зниження у 2024 р. змінюється зростанням у 2025 р., коли їх частка досягає 27,0 %.

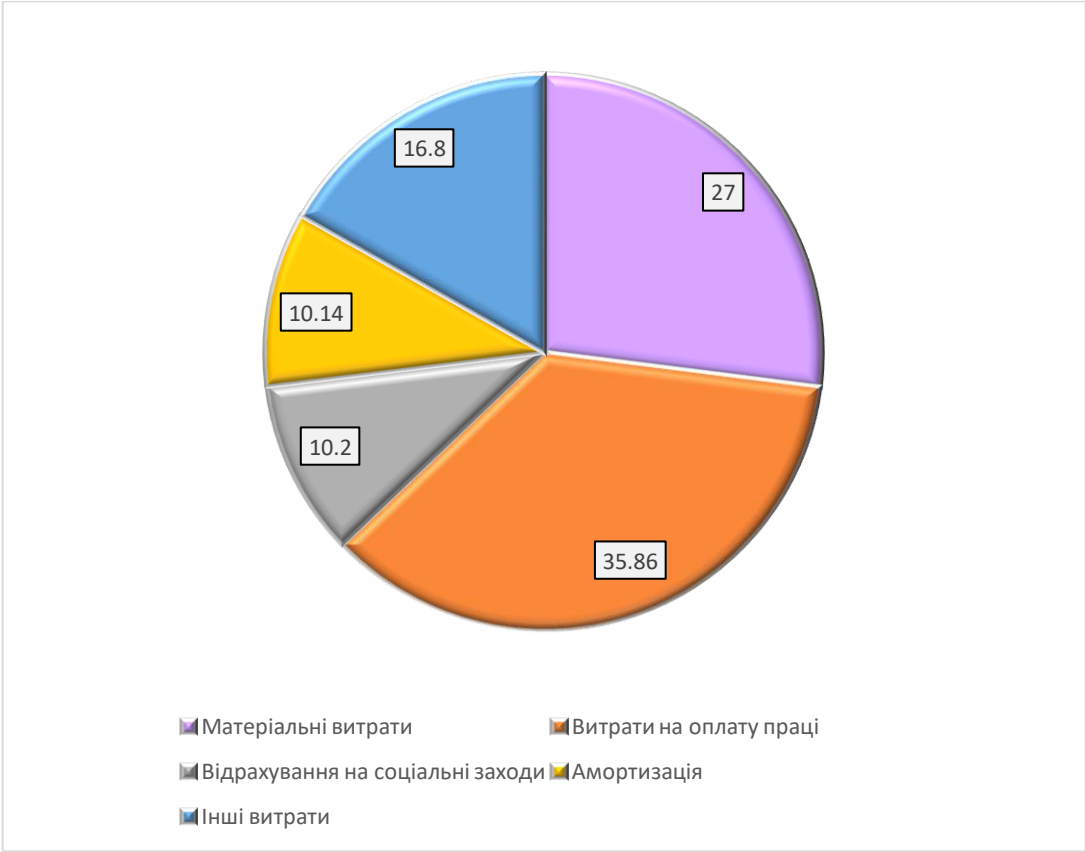


Рис. 2.6. Структура витрат туристської фірми за 2025 р.

Відрахування на соціальні заходи демонструють поступове збільшення як у абсолютному, так і у відносному вираженні, що є наслідком зростання фонду оплати праці. Амортизаційні витрати, навпаки, скорочуються у 2025 р., що може бути пов’язано з оновленням або оптимізацією основних засобів.

Інші витрати мають тенденцію до коливань, але в цілому їх питома вага поступово зменшується.

Розглянемо загальну суму витрат туристського підприємства із застосуванням методу рядів динаміки (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Динаміка загальних витрат туристського підприємства

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
1	2	3	4
Загальна сума витрат підприємства, тис. грн	9816,09	11366,35	11532,43

Продовж. табл. 2.7

1	2	3	4
Абсолютний приріст, тис. грн			
а) ланцюговий		1550,26	166,08
б) базисний		1550,26	1716,34
Темп зростання, %			
а) ланцюговий		115,79	101,46
б) базисний		115,79	117,48
Темп приросту, %			
а) ланцюговий		15,79	1,46
б) базисний		15,79	17,48
Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн		98,16	113,66
Середній рівень ряду, тис. грн	10904,96		
Середній темп зростання, %	108,39		
Середній темп приросту, %	8,39		

Дані таблиці свідчать про зростання загальної суми витрат туристського підприємства протягом 2023–2025 рр. з 9816,09 тис. грн до 11532,43 тис. грн. Найбільш суттєве збільшення зафіксовано у 2024 р., витрати зросли на 1550,26 тис. грн або на 15,79 % порівняно з попереднім роком. У 2025 р. темпи зростання суттєво сповільнилися та становили 166,08 тис. грн або 1,46 %, що пояснюється зменшенням обсягу реалізованих послуг та, відповідно, зменшенням змінних витрат турпідприємства.

Базисні показники підтверджують поступове накопичення витрат: у 2024 р. приріст аналізованого показника становив 15,79 %, у 2025 р. – 17,48 % відносно 2023 р.

Середній рівень витрат за період становить 10904,96 тис. грн, середній темп зростання – 108,39 %, що відповідає середньорічному приросту 8,39 %.

Загальна динаміка витрат характеризується поступовим збільшенням із помітним уповільненням темпів у 2025 р., що свідчить про стабілізацію витратної частини діяльності підприємства.

2.4. Аналіз фінансових результатів та ефективності діяльності підприємства

Фінансові результати діяльності туристської фірми представлено в табл. 2.8 та на рис. 2.7.

Таблиця 2.8

Фінансові результати діяльності туристської фірми, тис. грн

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Чистий дохід від надання послуг	11634,93	12901,46	13028,8
Собівартість наданих послуг	8201,08	9580,34	9750,11
Валовий прибуток (збиток)	3433,85	3321,12	3278,65
Адміністративні витрати	816,03	932,08	934,01
Витрати на збут	497,77	515,04	521,30
Інші операційні витрати	301,21	338,89	327,01
Інші операційні доходи	335,99	389,17	367,12
Результат від операційної діяльності	2154,83	1924,28	1863,45
Податок на прибуток	387,87	346,37	335,42
Чистий прибуток	1766,96	1577,91	1528,03

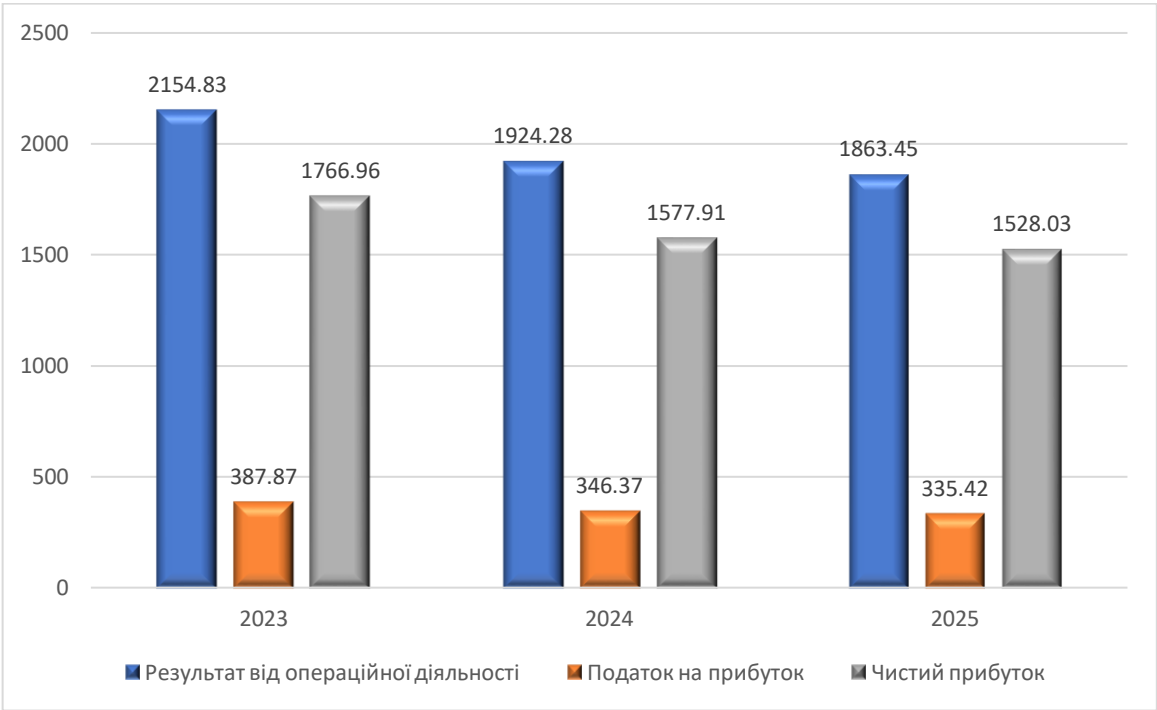


Рис. 2.7. Динаміка фінансових результатів діяльності підприємства

Дані таблиці свідчать про зростання чистого доходу від надання послуг протягом 2023–2025 рр. з 11634,93 тис. грн до 13028,8 тис. грн. Собівартість послуг збільшується швидшими темпами ніж доходи підприємства, що впливає на зменшення валового прибутку. Останній скоротився з 3433,85 тис. грн у 2023 р. до 3278,65 тис. грн у 2025 р. Паралельно зростають адміністративні витрати та витрати на збут, що додатково посилює витратне навантаження.

Результат від операційної діяльності знижується з 2154,83 тис. грн до 1863,45 тис. грн, що підсилює поступове зменшення операційної ефективності. Чистий прибуток також має спадну динаміку і зменшується з 1766,96 тис. грн до 1528,03 тис. грн.

Загалом фінансові показники формують ситуацію, за якої зростання доходів супроводжується зниженням прибутковості через підвищення витрат.

Проаналізуємо динаміку чистого прибутку досліджуваної фірми. Відповідні дані наведено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Аналіз зміни чистого прибутку туристської фірми у динаміці

Показники	Роки		
	2023	2024	2025
Чистий прибуток, тис. грн	1766,96	1577,91	1528,03
Абсолютний приріст, тис. грн			
а) ланцюговий		-189,05	-49,88
б) базисний		-189,05	-238,93
Темп зростання, %			
а) ланцюговий		89,30	96,84
б) базисний		89,30	86,48
Темп приросту, %			
а) ланцюговий		-10,70	-3,16
б) базисний		-10,70	-13,52
Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн		17,67	15,78
Середній рівень ряду, тис. грн	1624,30		
Середній темп зростання, %	92,99		
Середній темп приросту, %	-7,01		

Дані таблиці свідчать про стійку тенденцію до зниження чистого прибутку туристської фірми протягом аналізованого періоду. У 2023 р. його обсяг становив 1766,96 тис. грн, тоді як у 2025 р. зменшився до 1528,03 тис. грн. Загальне скорочення за період склало 238,93 тис. грн.

Ланцюгові показники також відображають негативну динаміку: у 2024 р. чистий прибуток зменшився на 189,05 тис. грн порівняно з попереднім роком, у 2025 р. – ще на 49,88 тис. грн. Темпи зростання не перевищують 100 % і коливаються в межах 89,30 % та 96,84 %, що характеризує поступове зниження фінансового результату.

Середній рівень чистого прибутку за період становить 1624,30 тис. грн, середній темп зростання – 92,99 %, що відповідає середньорічному зниженню на 7,01 %.

Отримання прибутку саме по собі не дає повного уявлення про ефективність діяльності підприємства. У цьому випадку для її оцінювання застосовують показник рентабельності.

Чиста рентабельність витрат визначається як відношення чистого прибутку до загальних витрат.

$$P_{\text{чист}} = \Pi_{\text{чист}} : Z * 100, \% \quad (2.1)$$

де $P_{\text{чист}}$ – чиста рентабельність витрат;

$\Pi_{\text{чист}}$ – чистий прибуток, тис. грн;

Z – загальні витрати, тис. грн.

У 2023 році: $P_{\text{чист.}} = 1766,96 : 9816,09 \times 100 = 18,0 \%$;

У 2024 році: $P_{\text{чист.}} = 1577,91 : 11366,35 \times 100 = 13,9 \%$;

У 2025 році: $P_{\text{чист.}} = 1528,03 : 11532,43 \times 100 = 13,2 \%$.

Результати проведених розрахунків наведені в табл. 2.10 і на рис. 2.12.

Результати розрахунку чистої рентабельності витрат свідчать про її поступове зниження протягом 2023–2025 рр.

Таблиця 2.10

Показники рентабельності туристської фірми, %

Показники	2023 р.	2024 р.	2025 р.
Чиста рентабельність витрат, %	18,0	13,9	13,2

У 2023 р. показник чистої рентабельності становив 18,0 %, у 2024 р. зменшився до 13,9 %, а у 2025 р. — до 13,2 %.

Зниження рентабельності відбулося на фоні зростання загальних витрат підприємства, які збільшувалися швидшими темпами, ніж чистий прибуток. Найбільш відчутне скорочення показника зафіксовано у 2024 р., після чого темпи падіння дещо сповільнилися, однак негативна тенденція зберігається.

Отримані результати характеризують зниження рівня фінансової ефективності діяльності туристської фірми та потребу в оптимізації витратної політики, а також у розвитку більш рентабельних напрямів діяльності, зокрема внутрішнього соціального туризму.

2.5. Обґрунтування впровадження соціальних турів на туристському підприємстві

З метою виявлення сучасних тенденцій попиту на туристичні послуги та обґрунтування доцільності впровадження соціальних турів на підприємстві проведено аналітичне дослідження структури клієнтів і їх мотиваційних пріоритетів.

Для отримання релевантних результатів застосовано метод вибіркового опитування клієнтів туристської фірми, який забезпечує репрезентативність за віковою структурою та дозволяє відобразити основні характеристики споживачів туристичних послуг. Вибірка сформована з урахуванням фактичної структури туристського потоку підприємства у 2023–2025 рр.

Аналіз вікової структури респондентів дозволяє визначити домінуючі групи споживачів, які формують попит на туристичні послуги, а також

виявити зміни у поведінці туристів в умовах сучасних соціально-економічних викликів. Результати дослідження соціально-демографічного складу клієнтів наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Соціально-демографічна характеристика вибірки респондентів туристської фірми

Показники	2023 р.		2024 р.		2025 р.	
	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%
18–30	56	28	68	31	84	35
31–45	48	24	57	26	70	29
46–60	60	30	59	27	55	23
60+	36	18	36	16	31	13
Всього:	200	100	220	100	240	100

Аналіз вікової структури респондентів свідчить про зростання частки молодших вікових груп (18–30 та 31–45 років), які формують активний сегмент попиту на туристичні послуги. Водночас спостерігається зменшення частки старших вікових груп, що відображає зміну структури споживачів туристичного продукту. Отримана структура вибірки дозволяє коректно дослідити мотиваційні пріоритети туристів та слугує основою для подальшого аналізу попиту.

Отримані дані слугують основою для подальшого аналізу мотивацій подорожей, оцінки відповідності пропозиції туристського підприємства сучасним запитам споживачів та обґрунтування необхідності розвитку соціально орієнтованих туристичних продуктів, зокрема програм відновлювального та «повільного» туризму.

Для поглиблення аналізу попиту на туристичні послуги доцільно розглянути мотиваційні пріоритети респондентів, які визначають вибір туристичного продукту. Вивчення структури попиту за мотивацією дозволяє виявити ключові причини здійснення подорожей та встановити домінуючі тенденції у поведінці споживачів.

Результати аналізу мотивацій туристів, сформовані на основі тієї ж вибірки респондентів, наведено в табл. 2.12, рис. 2.8.

Таблиця 2.12

Структура попиту за мотивацією

Показники	2023 р.	%	2024 р.	%	2025 р.	%
Емоційне відновлення / зниження стресу	60	30	73	33	91	38
Природа, тиша, усамітнення (slow tourism)	48	24	59	27	74	31
Оздоровлення	36	18	38	17	39	16
Екскурсії, активний туризм	40	20	39	18	29	12
Інше	16	8	11	5	7	3
Всього:	200	100	220	100	240	100

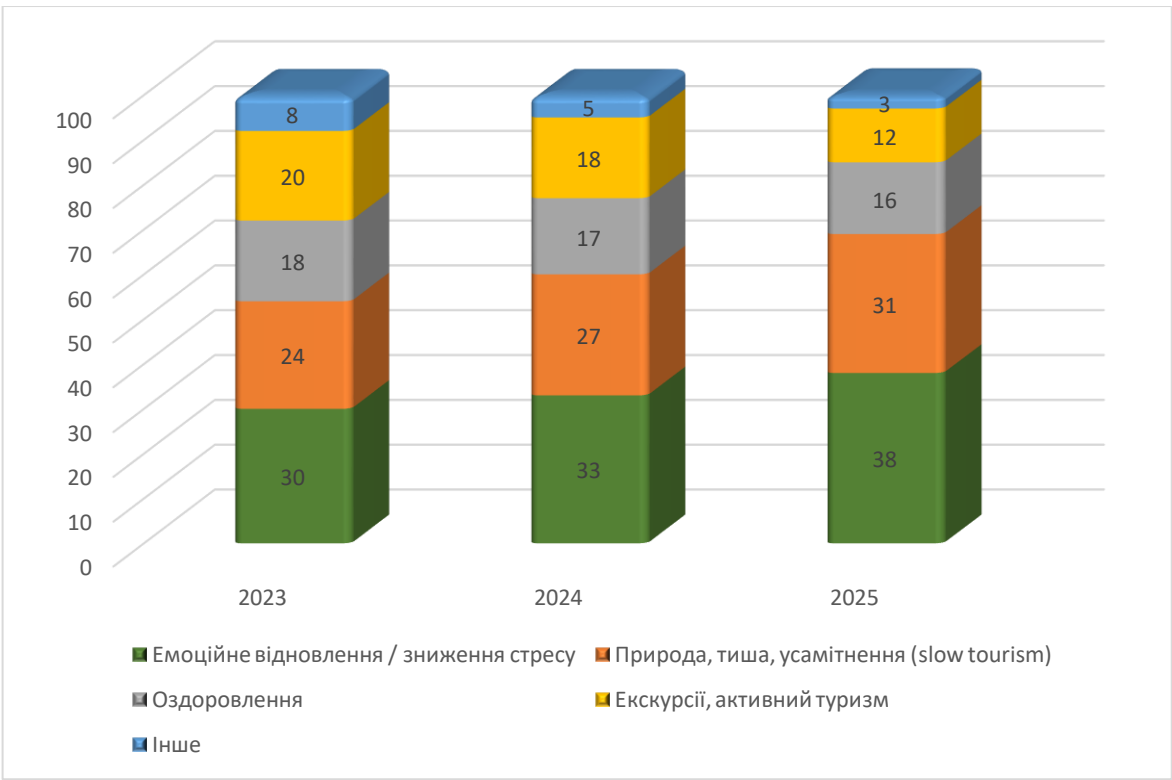


Рис. 2.8. Динаміка структури попиту за мотивацією попиту клієнтів туристської фірми

Аналіз структури попиту за мотивацією свідчить про зростання частки туристів, які орієнтуються на емоційне відновлення та зниження рівня стресу:

з 30 % у 2023 р. до 38 % у 2025 р. Подібна тенденція спостерігається і щодо попиту на подорожі, пов'язані з перебуванням на природі, тишею та усамітненням, частка яких зросла з 24 % до 31 %. Водночас зменшується інтерес до екскурсійних та активних видів туризму, а також інших мотивів подорожей.

Зазначені зміни відображають трансформацію поведінки туристів у напрямі пошуку відновлювальних та психологічно комфортних форм відпочинку, що відповідає концепції «повільного» туризму. Отримані результати дозволяють перейти до оцінки відповідності сформованого попиту існуючій пропозиції туристського підприємства.

З цією метою доцільно здійснити порівняльний аналіз структури попиту та пропозиції туристської фірми, результати якого наведено в табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Порівняння структури попиту та пропозиції турфірми (2025 р.)

Туристичні мотиви / напрями	Попит, % (мотивація туристів)	Пропозиція, % (фірма)	Відхилення, проц. пунктів
Емоційне відновлення / slow tourism	38	9,4* (оздоровчі + індивідуальні + частково Карпати)	-28,6
Природа, тиша, усамітнення	31,0	41,0 (Карпати)	+10,0
Оздоровлення	16,0	4,4	-11,6
Екскурсійно-пізнавальний туризм	12,0	26,5	+14,5
Інші / змішані потреби	3,0	18,7	+15,7

Аналіз даних таблиці 2.13 свідчить про наявність суттєвих диспропорцій між структурою попиту туристів і пропозицією туристського підприємства. Найбільше відхилення спостерігається у сегменті емоційного відновлення та «повільного» туризму: за наявності попиту на рівні 38 % відповідна пропозиція становить лише 9,4 %, що формує дефіцит у розмірі 28,6 процентних пункти.

Недостатньо представлений також оздоровчий напрям, попит на який становить 16 %, тоді як пропозиція – лише 4,4 %. Водночас підприємство має надлишкову орієнтацію на екскурсійно-пізнавальні тури та інші види послуг, частка яких у структурі пропозиції значно перевищує фактичні запити споживачів. Сегмент подорожей, пов'язаних із природою та тишею, частково покривається за рахунок рекреаційних турів у Карпатський регіон, однак він не має чітко сформованої концепції відновлювального туризму.

Отже, структура туристичної пропозиції підприємства не повною мірою відповідає сучасним тенденціям попиту, що обумовлює необхідність розробки нових продуктів, орієнтованих на психологічне відновлення та відпочинок у форматі *slow tourism*, зокрема впровадження турів за сучасним трендом в межах програми «Подорож до себе».

Підводячи підсумки аналізу господарської діяльності туристського підприємства, можна сформулювати такі висновки.

Упродовж 2023–2025 рр. спостерігається тенденція до скорочення обсягу наданих туристичних послуг. Загальний обсяг туро-днів зменшився на 749 т-д або на 4,07 %, при цьому темпи зниження поступово уповільнюються. Аналогічна динаміка характерна і для кількості обслугованих туристів, яка скоротилася на 127 осіб або близько 5 %. Зазначені зміни відображають зниження загальної ділової активності підприємства під впливом зовнішніх соціально-економічних факторів.

У структурі туристичного потоку відбувається чітка переорієнтація на внутрішній туризм, частка якого зросла з 66,5 % до 72,2 %, тоді як частка виїзного туризму скоротилася. У межах внутрішнього туризму домінують рекреаційні подорожі, зокрема до Карпатського регіону, частка яких зросла до 41,0 %. Водночас спостерігається суттєве скорочення морських напрямів, а також зростання попиту на екскурсійно-пізнавальні тури. Оздоровчо-реабілітаційні програми залишаються недостатньо розвиненими, попри їх соціальну значущість.

Аналіз доходів показує їх загальне зростання на 1393,87 тис. грн або на 11,98 % за період дослідження. Основним джерелом формування доходів виступає внутрішній туризм, частка якого досягає 70,1 % у 2025 р. Водночас темпи зростання доходів у останньому періоді суттєво уповільнюються, що свідчить про обмежені можливості екстенсивного розвитку.

Загальна сума витрат підприємства зростає швидшими темпами, ніж доходи, і збільшується на 1716,34 тис. грн або на 17,48 %. У структурі витрат переважають витрати на оплату праці, частка яких зростає до 35,86 %, що підкреслює трудомісткий характер діяльності. Зростання витратного навантаження негативно впливає на фінансові результати підприємства.

Фінансові показники характеризуються зниженням ефективності діяльності. Незважаючи на зростання доходів, валовий та чистий прибуток мають тенденцію до скорочення. Чистий прибуток зменшився на 238,93 тис. грн або на 13,52 %, а рівень рентабельності витрат знизився з 18,0 % до 13,2 %. Погіршення фінансових результатів зумовлює необхідність пошуку більш ефективних напрямів діяльності.

Результати дослідження попиту підтверджують суттєві зміни у мотивації туристів. Зростає частка споживачів, орієнтованих на емоційне відновлення, зниження стресу, перебування на природі та усамітнення. Водночас пропозиція туристського підприємства не повною мірою відповідає зазначеним тенденціям: спостерігається значний дефіцит продуктів у сегменті відновлювального та «повільного» туризму при одночасному надлишку екскурсійно-пізнавальних програм.

Отже, результати проведеного аналізу свідчать про наявність структурних дисбалансів у діяльності туристського підприємства, зниження рівня фінансової ефективності та невідповідність пропозиції сучасним запитам споживачів. Зазначені результати обумовлюють необхідність диверсифікації туристичного продукту та впровадження соціально орієнтованих турів, спрямованих на психологічне відновлення та відпочинок у форматі *slow tourism*, зокрема в межах програми «Подорож до себе».

РОЗДІЛ 3

ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОГО ТИПУ В ЗАХІДНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

3.1. Обґрунтування програми туру та ресурсна оцінка об'єктів рекреації в межах «концепції тиші»

Концепція тиші в межах програми «Подорож до себе» базується на визнанні тиші як дефіцитного рекреаційного ресурсу, необхідного для відновлення ментального здоров'я нації в умовах війни. Обґрунтування програми туру передбачає відхід від традиційного екскурсійного навантаження на користь практик сенсорного заземлення та когнітивної реставрації. Ресурсна оцінка об'єктів у цьому контексті фокусується на локаціях із мінімальним антропогенним шумовим впливом, що дозволяє учаснику перейти від зовнішнього споживання вражень до накопичення внутрішнього психофізіологічного ресурсу. Програма інтегрується в ініціативу ДАРТ [29] як інструмент соціальної реабілітації, в якій маршрут трансформується у безпечний простір для саморефлексії та психоемоційного перезавантаження.

Пропонується розробити тур оздоровчо-рекреаційної спрямованості за концепцією «повільного туризму» та «туризму тиші», який передбачає тимчасове занурення учасників у середовище з низьким рівнем антропогенного навантаження з метою відновлення психоемоційного стану та когнітивного ресурсу. Програма туру базується на поєднанні природних, творчих і етнокультурних практик, що забезпечують м'яку сенсорну стимуляцію, тілесне розслаблення та формування навичок саморегуляції в умовах підвищеного стресу.

Пропонований маршрут туру з радіальною організацією пересування: Львів – Верховина / Криворівня – радіальні виїзди до Дземброня, Яремче та локальних фермерських і ремісничих господарств – Львів.

На відміну від традиційних багатопунктових екскурсійних маршрутів, запропонований тур передбачає розміщення учасників в одній базовій локації в Карпатському регіоні з подальшим здійсненням короткотривалих радіальних виїздів, що дозволяє мінімізувати транспортне навантаження та забезпечити ефект «безпечного простору».

Програма туру включає поєднання різних видів активностей, зокрема: тілесно-орієнтовані практики (йога, дихальні вправи), творчі заняття (ліплення з глини, інтуїтивне малювання), етнокультурні майстер-класи (лозоплетіння, гастрономічні практики), а також відвідування локальних фермерських господарств із можливістю взаємодії з тваринами. Додатковим елементом релаксації виступає відвідування традиційних карпатських чанів, що забезпечує глибоке фізичне розслаблення та підсилює відновлювальний ефект програми.

Змістове наповнення туру орієнтоване не на інтенсивне споживання інформації, а на формування умов для поступового переходу від зовнішньої активності до внутрішньої рефлексії. Водночас важливим компонентом є організація помірної соціальної взаємодії у форматі тематичних обговорень, що сприяє емоційному розвантаженню без перевантаження учасників.

Розглянемо програму відновлювального туру «Карпатська резиденція тиші» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Програма туру «Карпатська резиденція тиші»

Дні	Програма
1	2
1	Виїзд зі Львів (08:00). Прибуття до Верховина / Криворівня. Поселення в еко-садибі. Обід (не входить до вартості туру). Адаптаційна програма: знайомство, правила взаємодії, цифровий детокс. Повільна прогулянка. Вечеря. Вечір: тематичне коло спілкування «Уповільнення».

Продовж. табл. 3.1

1	2
2	Ранкова тиха практика. Сніданок. Майстерня: ліплення з глини. Обід (не входить до вартості туру). Радіальний виїзд на локальну вівчарську ферму. Повернення. Вечеря. Вечір: спокійне спілкування, чайна церемонія.
3	Ранок: легка йога / тілесні практики. Сніданок. Радіальний виїзд до Дземброня (прогулянка, пікнік). Повернення. Майстер-клас: лозоплетіння. Вечеря. Вечір: тематичне спілкування «історії без поспіху».
4	Ранкова практика. Сніданок. Творча майстерня: інтуїтивне малювання. Обід (не входить до вартості туру). Радіальний виїзд до Криворівня (повільне занурення в етнокультурне середовище). Повернення. Вечеря. Відвідування карпатських чанів (релакс та неформальне спілкування).
5	Сніданок. Радіальний виїзд до Яремче (прогулянка, контакт із природним середовищем). Гастрономічна практика: створення food-композицій. Обід. Підсумкове обговорення. Виїзд до Львів (прибуття орієнтовно 19:00).

Наведена програма туру відображає не лише послідовність перебування та перелік активностей, а й логіку формування цілісного відновлювального середовища, в якому кожен елемент підпорядкований загальній ідеї уповільнення та зниження психоемоційного навантаження. Структура маршруту, радіальний характер пересувань, поєднання природних, творчих і тілесних практик, а також помірна соціальна взаємодія формують умови для поступового переходу від зовнішньої активності до внутрішньої рефлексії.

Тобто представлена програма виступає практичною реалізацією більш широкого теоретичного підходу, що ґрунтується на використанні тиші як ключового рекреаційного ресурсу. У зв'язку з цим доцільним є детальніше розглянути сутність та функціональні особливості концепції тиші в структурі туру «Карпатська резиденція тиші».

Концепція тиші в межах запропонованого туру розглядається як інтегральний рекреаційний ресурс, що забезпечує зниження сенсорного перевантаження, стабілізацію емоційного стану та відновлення когнітивних функцій. У цьому контексті тиша трактується не як відсутність звуку, а як кероване середовище зі зниженим рівнем стимулів, у якому домінують природні ритми та м'яка соціальна взаємодія.

Тобто програма туру спрямована на поступове зниження інтенсивності зовнішніх подразників та перехід до стану внутрішньої концентрації через поєднання природних, творчих і тілесних практик.

Функціональні компоненти концепції тиші в турі наведені в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Функціональні компоненти концепції тиші в турі

Компонент	Зміст	Реалізація в програмі туру	Очікуваний ефект
1	2	3	4
Сенсорне зниження	Обмеження шуму, інформації, цифрових стимулів	Еко-садиба, природні локації, цифровий детокс	Зниження тривожності, відновлення уваги
Тілесна саморегуляція	Фокус на фізичних відчуттях і диханні	Йога, чани, піші прогулянки	Зняття напруги, релаксація
Творча саморегуляція	Вираження емоцій через діяльність	Ліплення з глини, малювання, лозоплетіння	Емоційне розвантаження
Природна інтеграція	Контакт із природним середовищем	Дземброня, Яремче, ферма	Відновлення психоемоційного балансу

Продовж. табл. 3.2

1	2	3	4
Помірна соціальна взаємодія	Безпечне спілкування без перевантаження	Тематичні вечори, обговорення	Підтримка, зниження соціальної ізоляції

У межах запропонованого туру особлива увага приділяється тілесній саморегуляції як ключовому інструменту відновлення психоемоційного стану учасників. Застосування відповідних практик зумовлене необхідністю зниження рівня тривожності, напруги та інформаційного перевантаження, що є характерними для сучасних умов.

Тілесна саморегуляція розглядається як сукупність підходів, спрямованих на перенесення уваги з когнітивного рівня на рівень безпосередніх фізичних відчуттів. Її сутність полягає у свідомому фокусуванні на диханні, русі, дотику, положенні тіла в просторі та взаємодії з природним середовищем.

Тобто фізичні вправи повертають людину в теперішній момент через тілесний досвід, що сприяє активізації природних механізмів самовідновлення організму. У результаті досягається стабілізація нервової системи, покращення концентрації уваги та формування відчуття внутрішньої рівноваги.

У програмі туру тілесна саморегуляція реалізується через легкі тілесні практики (йога, дихальні вправи), піші прогулянки природними ландшафтами, контакт із водою, а також відвідування карпатських чанів, що забезпечують глибоке фізичне розслаблення та підсилюють загальний відновлювальний ефект перебування.

Таким чином, концепція тиші реалізується через поєднання декількох взаємопов'язаних компонентів, кожен з яких виконує окрему відновлювальну функцію. Важливо, що ці елементи не існують ізольовано, а формують цілісну систему впливу на психоемоційний стан учасника. Зокрема, сенсорне

зниження створює базу для відновлення, тоді як творчі та тілесні практики забезпечують активну фазу внутрішньої роботи.

Ефективність реалізації концепції тиші значною мірою залежить не лише від змістового наповнення програми, а й від способу організації туристичного обслуговування та характеру взаємодії з учасниками. У цьому контексті ключового значення набуває формат подачі послуг, який має відповідати принципам уповільнення, емоційної безпеки та відсутності надмірного впливу на туриста.

У зв'язку з цим доцільним є застосування підходу *soft hospitality*, що забезпечує узгодженість між відновлювальними практиками туру та моделлю сервісу, у межах якої створюється сприятливе середовище для психоемоційного розвантаження.

Soft hospitality у межах даного туру розглядається як модель організації туристичного обслуговування, що передбачає ненав'язливий, делікатний та індивідуалізований супровід клієнта, орієнтований не на сервіс як демонстрацію, а на створення комфортного психологічного середовища.

Тобто ключовим стає не обсяг послуг, а якість взаємодії та емоційний фон перебування туриста.

Характеристика реалізації принципів *Soft hospitality* у турі систематизована в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Реалізація принципів *Soft hospitality* у турі

Принцип	Зміст	Прояв у турі
Ненав'язливість	Мінімізація контролю та формалізованості	Вільний темп участі в активностях
Індивідуалізація	Урахування стану та потреб учасників	Можливість обирати рівень залученості
Емоційна безпека	Відсутність тиску, критики	М'яка фасилітація групових обговорень
Природність сервісу	Відмова від надмірної «готельності»	Проживання в еко-садибах
Турбота через деталі	Непряма підтримка через атмосферу	Харчування, простір, ритм програми

Тобто впровадження підходу Soft hospitality дозволяє трансформувати традиційний туристичний продукт у досвід перебування, де гід виконує роль фасилітатора, а не екскурсовода. Особливістю є створення умов, за яких учасник не відчуває тиску чи необхідності відповідати очікуванням, що є критично важливим для процесів відновлення.

3.2. Розрахунок економічних параметрів туру відновлювального туризму

Запропонований тур за концепцією повільного туризму та туризму тиші доцільно реалізовувати протягом усього року, оскільки потреба у психоемоційному відновленні та зниженні рівня стресу не має чітко вираженої сезонності. Водночас природне середовище Карпатського регіону створює сприятливі умови для реалізації програми в будь-який період, забезпечуючи варіативність відновлювальних практик залежно від пори року.

З огляду на радіальну організацію маршруту та необхідність формування стабільного середовища перебування, доцільним є укладення угоди з еко-садибою «Долина тиші» у с. Верховина як базовим засобом розміщення.

Розрахунок вартості туру здійснюється з урахуванням витрат на проживання, організацію харчування (сніданки та вечері), транспортне забезпечення, проведення майстер-класів і відновлювальних практик. Вартість розміщення наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Вартість засобів розміщення за туром на 1 особу
(еко-садиба, Івано-Франківська область)

Засоби розміщення	Вартість за 1 добу з харчуванням	Вартість за 4 доби з харчуванням
2-місний стандарт	900	3 600
1-місне проживання в 2-місному номері	1300	5 200
2-місний люкс	1100	4 400

Вартість включає:

- проживання в еко-садибі;
- сніданки та вечері (домашня кухня);
- базовий рівень сервісу з урахуванням концепції «Soft hospitality».

Формування ціни враховує:

- віддаленість локації;
- камерність розміщення;
- включене харчування;
- відповідність концепції відновлювального туризму.

При цьому обраний рівень цін є помірним і орієнтований на середній сегмент споживачів, що забезпечує доступність туру та його конкурентоспроможність на внутрішньому ринку.

Розміщення туристів у межах запропонованого туру передбачається у 2-місних номерах еко-садиб, розташованих у регіоні Верховина або Криворівня. Формат проживання орієнтований на забезпечення базового рівня комфорту з одночасним збереженням автентичного середовища та відповідністю умовам відновлювального туризму.

Місткість групи обмежується 10 особами, що визначається специфікою продукту психологічно-рекреаційного спрямування. Малий розмір групи дозволяє оптимізувати витрати на супровід, забезпечити контроль якості сервісу та підтримувати стабільний рівень індивідуальної взаємодії в межах програми, що, своєю чергою, дає змогу ефективніше управляти процесом надання послуг і зберігати високу якість відновлювального досвіду учасників.

Для реалізації туру передбачається укладання партнерських угод з власниками еко-садиб щодо гарантованого резервування номерного фонду для малих груп протягом року.

Розрахуємо собівартість відновлювальної програми за туром. Характеристика і собівартість програми наведена в табл. 3.5. У межах туру транспортні витрати сформовані на основі принципу мінімізації логістичного навантаження та забезпечення радіальної моделі пересування.

Таблиця 3.5

Характеристика і собівартість трансферів та радіальних виїздів у турі
«Карпатська резиденція тиші»

Дні	Об'єкти відвідин	Кількість годин	Примітки	Собівартість на 1 особу, грн
1	Трансфер Львів – Верховина / Криворівня	4,0	Груповий трансфер, розрахунок 1 транспорт на 10 осіб	250
	Прогулянка в межах локації	1,0	Без транспортних витрат	—
2	Радіальний виїзд на вівчарську ферму	1,0	Короткий радіальний виїзд, транспорт + супровід	120
3	Виїзд до Дземброня	2,0	Радіальний природний виїзд (без екскурсійного супроводу, лише фасилітація маршруту)	180
4	Виїзд до Криворівня	1,5	Радіальний виїзд культурно-етнографічного характеру (без екскурсійного формату)	150
	Відвідування карпатських чанів (трансфер)	1,0	Локальне переміщення	80
5	Виїзд до Яремче	2,0	Природний виїзд, без екскурсійного супроводу	160
	Повернення до Львова	4,0	Фінальний трансфер	250
	Всього:	18,0		1190

Основний акцент зроблено на коротких виїздах із базової локації з подальшим поверненням, що дозволяє зберігати ефект стабільного середовища перебування.

Радіальні переміщення не мають характеру класичних екскурсійних маршрутів, оскільки не передбачають інформаційно насиченого супроводу. Їх

функція полягає у забезпеченні доступу до природних, етнокультурних та рекреаційних ресурсів регіону в умовах збереження концепції тиші та психологічного відновлення.

Загальна тривалість радіальних виїздів і організованих логістичних переміщень у межах туру становить 18 годин. У середньому на один день програми припадає близько 3,6 години виїзної активності, включаючи трансфери до природних, етнокультурних та рекреаційних локацій.

Загальна собівартість транспортного та організаційного забезпечення виїздів становить 1190 грн у розрахунку на одного туриста, що відповідає економічній моделі малогрупового туру та є обґрунтованим показником для продукту відновлювального та повільного туризму.

До вартості туру включаються витрати на обов'язкове страхування туристів, які розраховуються виходячи з 15 грн на одну особу за добу перебування.

Далі визначається загальна собівартість туру в розрахунку на одного туриста з урахуванням усього комплексу наданих послуг:

$$C_{\text{заг}} = Meш + Em + Ct, \quad (3.1)$$

де $C_{\text{заг}}$ – загальна собівартість туру на 1 людину;

$Meш$ – мешкання;

Em – екскурсійне обслуговування та трансфери;

Ct – страхування.

Результати розрахунку подано у табл. 3.6, а зміни загальної (обмеженої) собівартості туру відображено на рис. 3.1.

Для здійснення подальших розрахунків період реалізації розробленого туру умовно поділено на стандартні дати зі стабільним рівнем цін та період підвищеного попиту, протягом якого передбачається зростання вартості проживання, що необхідно врахувати при формуванні собівартості туру.

Таблиця 3.6

Розрахунок загальної собівартості туру «Карпатська резиденція тиші» на одну особу за умови 2-місного розміщення, грн

Витрати	Терміни	
	У звичайні дати	У високий сезон
Мешкання	3600	4000
Обслуговування за програмою та трансфери	1190	1300
Страховка	45	45
Всього:	4835	5345

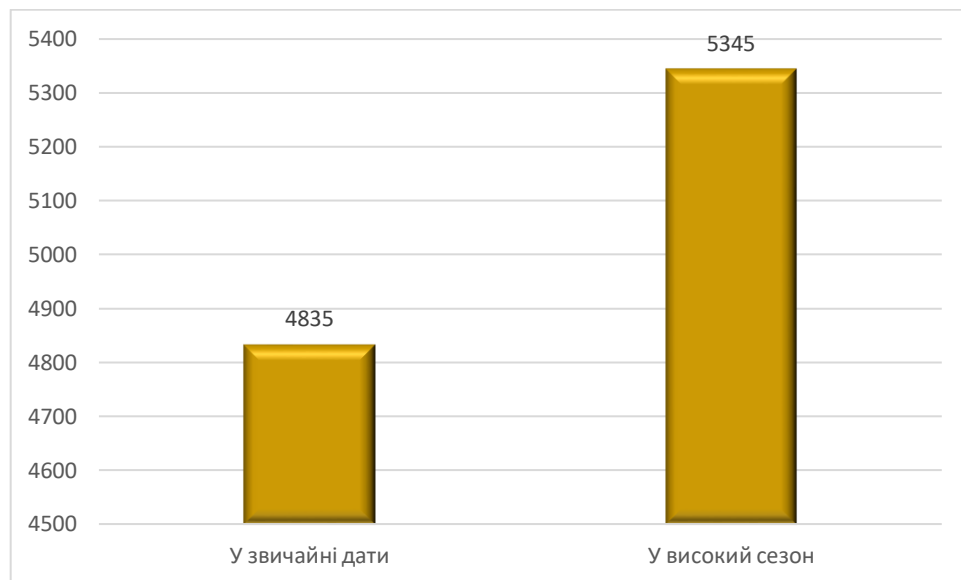


Рис. 3.1. Зміна обмеженої собівартості туру «Карпатська резиденція тиші»

Відповідно до цього змінюватиметься і собівартість програм туру.

Таким чином, собівартість реалізації туру змінюється залежно від сезонного періоду. Зокрема, у періоди підвищеного попиту передбачається зростання вартості розміщення в еко-садибах та окремих супутніх послуг, що необхідно враховувати при формуванні загальної собівартості туру. Водночас проведені розрахунки свідчать, що навіть за умов сезонного підвищення цін витрати на організацію туру залишаються на помірному рівні.

Розрахована загальна собівартість туру має обмежений характер, оскільки включає лише основні (постійні) витрати без урахування поточних експлуатаційних витрат, пов'язаних із функціонуванням туристичного продукту. Таким чином, наведені розрахунки відображають обмежену собівартість туру рекреаційно-відновлювального спрямування.

3.3. Визначення вартості туру та оцінка фінансових результатів його реалізації

Для визначення кінцевої ціни реалізації туру туристичному оператору необхідно встановити запланований рівень прибутковості.

Обґрунтування величини прибутку потребує врахування ринкових умов, зокрема аналізу пропозицій конкурентів та рівня цін на аналогічні туристичні продукти.

Розрахунок ціни туристичного продукту здійснюється за такою формулою:

$$Ц_{од} = C_{од} + НП_{дон}^{од}, \quad (3.2)$$

де $Ц_{од}$ – встановлена підприємством ціна на послугу;

$C_{од}$ – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

$НП_{дон}^{од}$ – допустима для даної галузі норма прибутку, що доводиться на одиницю продукції, одну послугу.

З урахуванням наведених вище факторів доцільним є встановлення рівня прибутковості в межах 20–30% від собівартості туру. Для даного туристичного продукту рекомендовано застосувати норму прибутку на рівні 30%.

Результати розрахунку кінцевої вартості туру наведено в табл. 3.7 та на рис. 3.2. Для визначення доходу туристського підприємства від реалізації екскурсійного туру необхідно розрахувати кількість туристів, які будуть обслуговуватися за заїздами.

Таблиця 3.7

Визначення кінцевої вартості туру «Карпатська резиденція тиші», грн

Місяці	Собівартість	Норма прибутку	Ціна туру	Округлена ціна туру
У звичайні дати	4835	1450	6285	6300
У високий сезон	5345	1604	6949	6950

Отже, вартість туру варіюється залежно від сезону і становить від 6300 грн до 6950 грн.

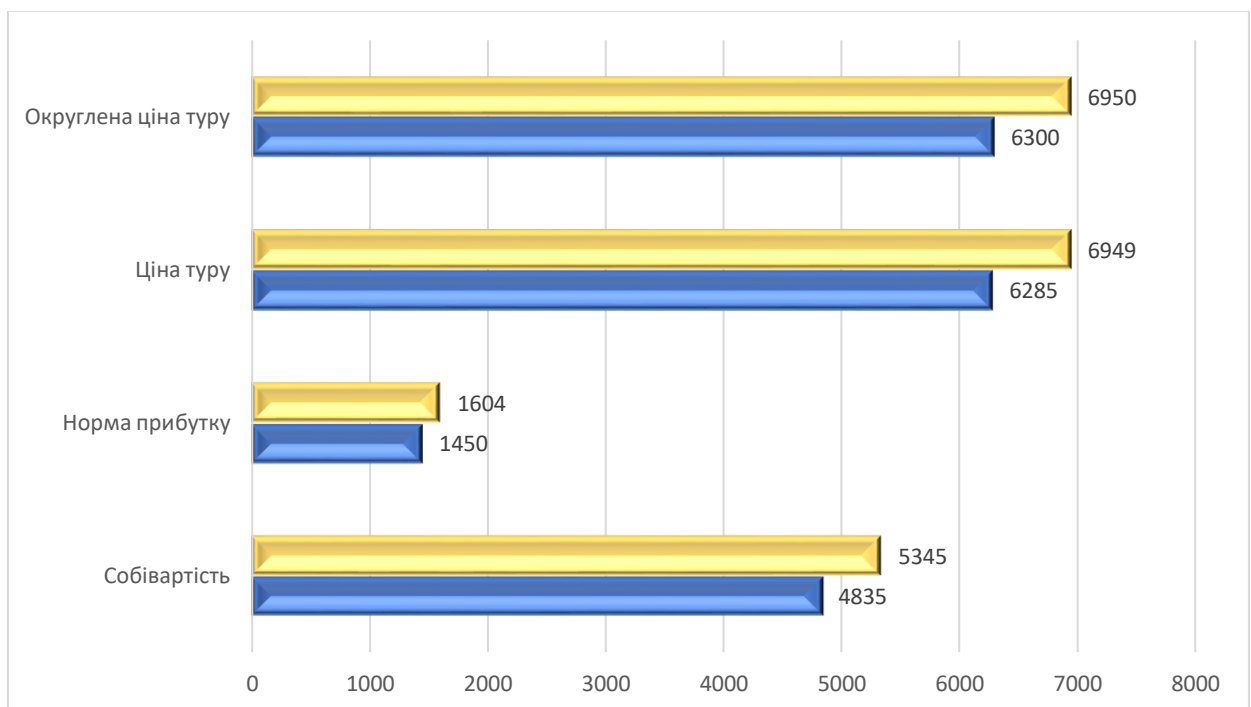


Рис. 3.2. Графічне зображення формування кінцевої вартості туру «Карпатська резиденція тиші»

Для реалізації запропонованого туру буде відведено 10 місць у зазначених вище засобах розміщення, які планується заповнювати за м'якою квотою місць.

Розрахуємо кількість туристів, які придбають розроблений тур (табл. 3.8, рис. 3.3). Аналізуючи показники, наведені в таблиці, можна зазначити, що планова кількість обслугованих туристів у межах туру «Карпатська резиденція тиші» формується під впливом сезонності попиту та кількості заїздів у межах кожного місяця.

Таблиця 3.8

Визначення кількості туристів, обслужованих протягом періоду реалізації
туру «Карпатська резиденція тиші»

Місяці	Кількість заїздів	Кількість місць	К-т завантаження	Кількість осіб
Квітень	4	10	85	34
Травень (у звичайні дати)	2	10	80	16
Травень (у високий сезон)	2	10	95	19
Червень	4	10	90	36
Липень	4	10	90	36
Серпень	4	10	90	36
Вересень	4	10	85	34
Жовтень	4	10	80	32
Всього:	28	10	—	243

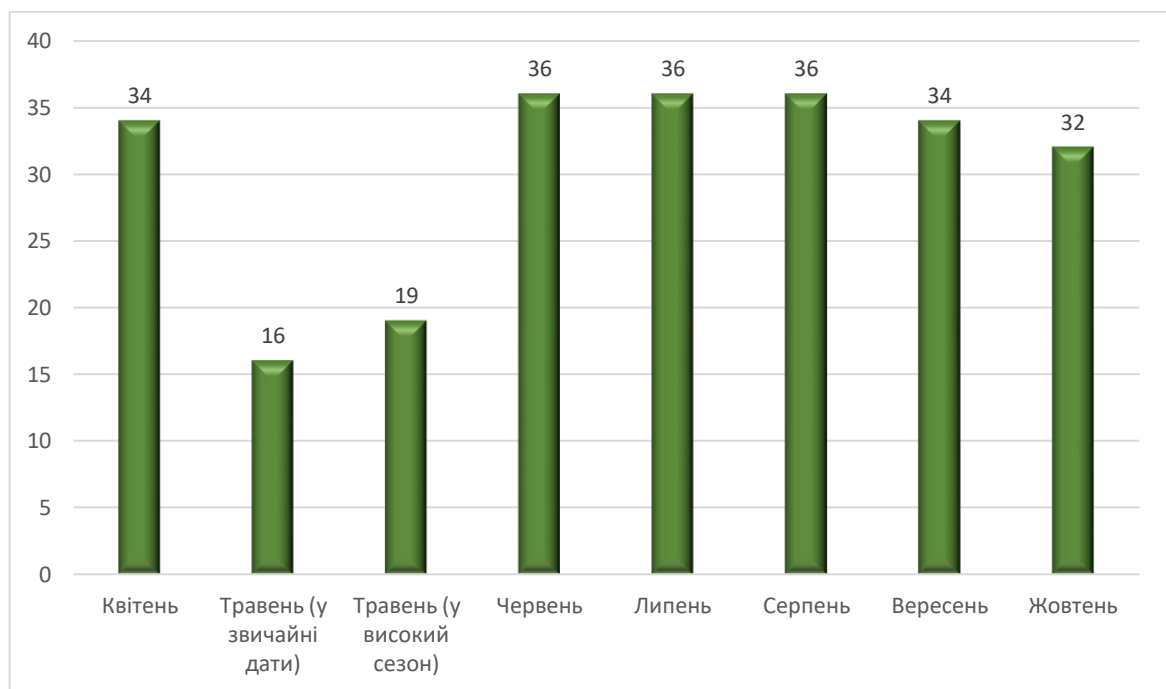


Рис. 3.3. Динаміка планової кількості туристів, обслужованих в турі
«Карпатська резиденція тиші»

Важливим фактором також виступає обмежена місткість туру (10 осіб), що зумовлює високі значення коефіцієнта завантаження навіть у міжсезонний період.

У розроблюваному турі передбачається регулярна організація заїздів, що дозволяє забезпечити рівномірне завантаження засобів розміщення протягом усього сезону реалізації продукту.

Найвищі показники кількості обслугованих туристів заплановано на літній період (червень–серпень), під час якого коефіцієнт завантаження сягатиме 90%, що пояснюється підвищеним попитом на природно-рекреаційні та психологічно-відновлювальні подорожі. Водночас у квітні та жовтні показники залишатимуться дещо нижчими, проте зберігають стабільний рівень завантаження на рівні 80–85%.

Визначимо дохід від реалізації туру. Розрахунок здійснюється на основі норми прибутку, закладеної у вартість туристичного продукту, яка становить 30% від кінцевої собівартості запропонованого туру (табл. 3.9, рис. 3.4).

Таблиця 3.9

Визначення доходів за період за екскурсійним туром
«Карпатська резиденція тиші»

Місяці	Кількість осіб	Норма прибутку	Дохід, тис. грн
Квітень	34	1450	49,3
Травень (у звичайні дати)	16	1450	23,2
Травень (у високий сезон)	19	1604	30,5
Червень	36	1450	52,2
Липень	36	1450	52,2
Серпень	36	1604	57,7
Вересень	34	1450	49,3
Жовтень	32	1450	46,4
Всього:	243		360,8

Дохід туристичного підприємства від реалізації туру розподіляється пропорційно кількості обслугованих туристів у відповідні місяці та враховує сезонні коливання попиту. Найвищі значення доходу формуються у літній період, зокрема у серпні, а також у травні під час високого сезону, що

обумовлено підвищеним коефіцієнтом завантаження та більшою кількістю реалізованих туроднів.

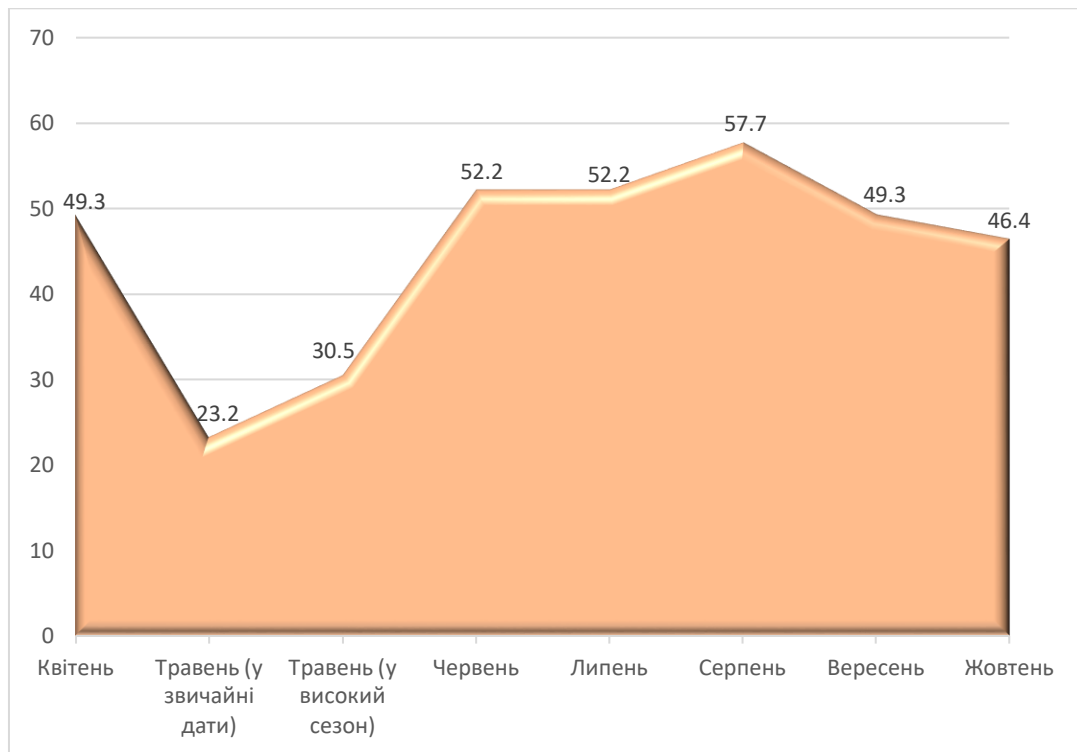


Рис. 3.4. Динаміка доходів від реалізації відновлювального туру

Динаміка доходів від реалізації туру наведена в табл. 3.10 і демонструє, що найбільш вагомий внесок у загальний фінансовий результат забезпечують місяці з підвищеним попитом, тоді як у міжсезонний період дохід є дещо нижчим, але стабільним.

Загальний обсяг доходу формується як сукупність результатів за всіма місяцями реалізації туру та дозволяє оцінити фінансову ефективність запропонованого туристичного продукту. Після визначення доходів здійснюється розрахунок фінансового результату діяльності підприємства, що включає зіставлення доходів із загальною собівартістю туру.

Для оцінки впливу даного туристичного продукту на діяльність підприємства визначається його частка у структурі продажів, яка для запропонованого туру прогнозується на рівні 3,5–4,0 %. Встановлений

відсоток свідчить про доповнюючу, але стабільну роль туру у загальному портфелі туристичних послуг підприємства.

Крім того, до розрахунку необхідно включити адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, з яких 3,5–4,0 % також відносяться на собівартість організованого туристичного продукту. Поточні витрати туристичного підприємства за звітний період наведено в табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Поточні витрати туристичного підприємства за звітний період, тис. грн

Статті витрат	Сума, тис. грн
Собівартість послуг	9750,11
Адміністративні витрати	934,01
Витрати на збут	521,30
Інші операційні витрати	327,01
Усього:	11532,43

На підставі проведених розрахунків можна визначити фінансові результати від реалізації розробленого туру (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Фінансові результати від реалізації туру «Карпатська резиденція тиші»

Показники	Сума, тис. грн
Чистий дохід від надання послуг	564,75
Собівартість послуг	341,25
Валовий прибуток	223,50
Адміністративні витрати	32,69
Витрати на збут	18,24
Інші операційні витрати	11,45
Результат від операційної діяльності	161,12
Податок на прибуток	29,00
Чистий прибуток	132,12

Динаміка фінансових результатів від реалізації відновлювального туру представлена на рис. 3.5.

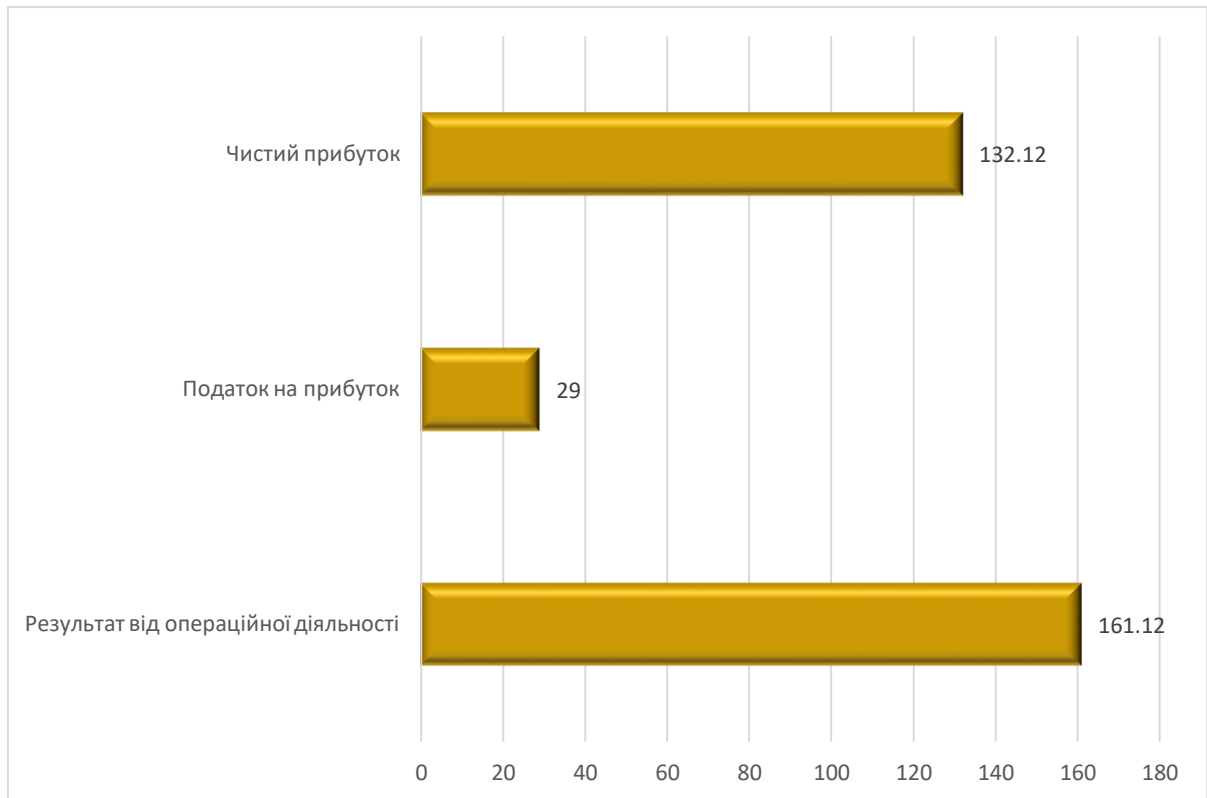


Рис. 3.5. Динаміка фінансових результатів від реалізації туристичного продукту

Аналізуючи фінансові результати від реалізації туру «Карпатська резиденція тиші», слід зазначити, що вони є позитивними та економічно обґрунтованими. Розроблений туристичний продукт забезпечує достатній рівень валового прибутку, а також стабільний результат від операційної діяльності.

Отримані показники свідчать про наявність чистого прибутку на рівні 132,12 тис. грн, що підтверджує ефективність структури витрат і доходів.

Загалом фінансові результати вказують на доцільність подальшого впровадження та масштабування запропонованого туру, а також підтверджують його економічну ефективність у межах туристичного підприємства.

3.4. Оцінка фінансово-економічної та соціальної ефективності розробленого туру

Оцінювання ефективності здійснюється на основі розрахунку показників чистої рентабельності продажів та чистої рентабельності витрат туристичного продукту.

Чиста рентабельність продажів визначається як співвідношення чистого прибутку від реалізації туристичного продукту до чистого доходу від його надання:

$$ЧР_n = \frac{ЧП}{ЧД} \times 100, \% \quad (3.3)$$

де $ЧР_n$ – чиста рентабельність продажів;

$ЧП$ – чистий прибуток;

$ЧД$ – чистий дохід від реалізації послуг.

$$ЧР_n = 132,12 : 564,75 \times 100 = 23,4 \%;$$

Чиста рентабельність витрат розраховується як співвідношення чистого прибутку до сукупних витрат, що включають собівартість наданих послуг, витрати на збут, адміністративні витрати та інші операційні витрати:

$$ЧР_в = \frac{ЧП}{C + Iв} \times 100, \% \quad (3.4)$$

де $ЧР_в$ – чиста рентабельність витрат;

C – собівартість наданих послуг;

$Iв$ – інші витрати (сума адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат).

$$ЧР_в = 132,12 : (341,25 + 32,69 + 18,24 + 11,45) \times 100 = 32,7 \%$$

Аналіз отриманих результатів свідчить про достатній рівень ефективності розробленого туристичного продукту. Його впровадження забезпечить туристичному підприємству отримання додаткового чистого прибутку в розмірі 132,12 тис. грн протягом першого сезону реалізації. Зростання чистого прибутку позитивно впливатиме на загальну ефективність діяльності підприємства, що проявляється у підвищенні показників рентабельності доходів і витрат.

Далі доцільно проаналізувати показники окупності розробленого туру (табл. 3.12, рис. 3.6).

Таблиця 3.12

Основні показники ефективності розробленого туру

Показники	Значення
Одноразові витрати, тис. грн	75,00
Чистий прибуток, тис. грн	132,12
Період окупності, років	0,56
Чиста рентабельність продажів, %	23,4
Чиста рентабельність витрат, %	32,7
Приріст чистої рентабельності витрат, %	4,5

Аналіз основних показників ефективності розробленого туру свідчить про його економічну доцільність та достатній рівень прибутковості. Розрахований чистий прибуток у розмірі 132,12 тис. грн підтверджує здатність туристичного продукту забезпечувати позитивний фінансовий результат уже протягом першого сезону реалізації.

Період окупності становить 0,56 року, що характеризує швидке повернення вкладених коштів та невисокий рівень інвестиційного ризику. Показники чистої рентабельності продажів і витрат також перебувають на достатньо високому рівні та свідчать про ефективність сформованої структури витрат і цінової політики туристичного продукту. Приріст чистої рентабельності витрат на рівні 4,5 % підтверджує позитивний вплив реалізації туру на загальну ефективність діяльності туристичного підприємства.

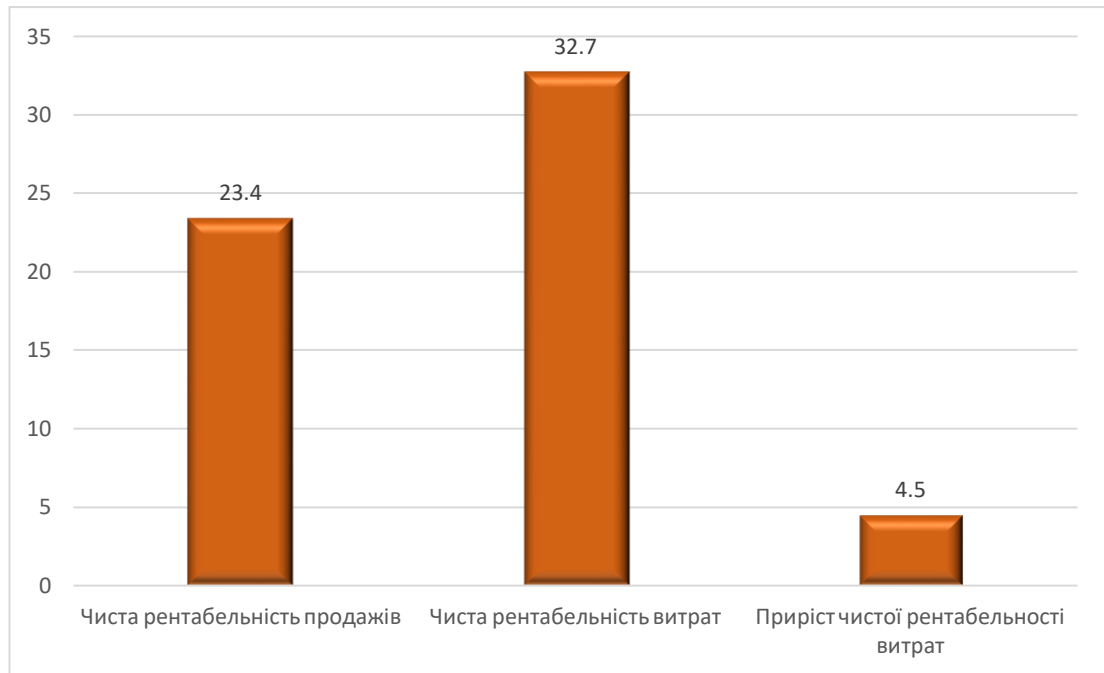


Рис. 3.6 Графічне зображення показників ефективності туру, %

Отримані результати дозволяють розглядати тур «Карпатська резиденція тиші» як перспективний напрям розвитку відновлювального та соціально орієнтованого туризму в Україні.

Соціальна ефективність розробленого туристичного продукту визначається через його вплив на психоемоційний стан учасників, рівень психологічного відновлення та здатність знижувати прояви ситуативної тривожності.

Оцінювання соціальної ефективності туру пропонується здійснювати шляхом визначення динаміки рівня ситуативної тривожності учасників до та після проходження програми. Методика передбачає проведення психологічного тестування рекреантів на початку та після завершення туру, що дозволяє оцінити зміни психоемоційного стану під впливом рекреаційних практик.

Для оцінювання рівня тривожності доцільно використовувати стандартизовану шкалу Ч. Спілберга та Ю. Ханіна, яка дозволяє визначати рівень реактивної (ситуативної) тривожності. Використання даної методики обумовлене її високою валідністю при дослідженні короткострокових змін

емоційного стану людини під впливом зовнішніх чинників, зокрема природно-рекреаційного середовища та психологічно комфортної комунікації.

Прогнозований рівень соціальної ефективності туру базується на положеннях теорії відновлення уваги (Attention Restoration Theory) С. Каплана, відповідно до якої взаємодія з природним середовищем та зміна когнітивного навантаження сприяють зниженню психоемоційного виснаження та стресового напруження.

У межах запропонованого туристичного продукту рекреаційний вплив підсилюється за рахунок практик тілесної саморегуляції, творчих занять, сповільненого ритму програми та зменшення інформаційного шуму.

Важливою складовою оцінювання виступає цифровізація процесу тестування. Передбачається використання авторських анкет у цифровому форматі, що забезпечує оперативність обробки результатів та мінімізує похибки суб'єктивної оцінки.

Додатковим фактором психологічного відновлення виступає система *soft hospitality*, яка передбачає делікатний, ненав'язливий та індивідуалізований супровід учасників протягом усього туру.

Очікувані результати оцінювання соціальної ефективності наведені в табл. 3.13.

Таблиця 3.13

Оцінка соціальної ефективності туру «Карпатська резиденція тиші»

Показники	До участі в турі	Після завершення туру
Середній рівень ситуативної тривожності, балів	55–60	30–35
Рівень психоемоційного напруження	Високий	Помірний / низький
Рівень психологічного виснаження	Виражений	Знижений
Суб'єктивна оцінка емоційного самопочуття	Нестабільне	Стабілізоване
Рівень когнітивного перевантаження	Високий	Помірний
Загальний психологічний стан	Потребує відновлення	Психологічна норма

Для підтвердження достовірності прогнозованих результатів у подальшому доцільним є використання статистичних методів перевірки гіпотез, зокрема t-критерію Стюдента, який дозволить оцінити статистичну значущість змін між початковими та підсумковими показниками рівня тривожності учасників після проходження програми туру.

Прогнозоване зниження середнього рівня ситуативної тривожності з 55–60 до 30–35 балів свідчить про потенційне досягнення позитивного соціального ефекту та перехід учасників із категорії високої тривожності до стану психологічної норми.

Очікувані результати вказують на доцільність використання відновлювальних туристичних практик як інструменту підтримки ментального здоров'я населення в умовах тривалого стресового навантаження.

Отже, розроблений тур має потенціал не лише економічної, але й соціальної ефективності, що відповідає сучасним напрямам розвитку внутрішнього туризму в Україні та концепції збереження людського капіталу в умовах воєнного часу.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження теоретичних аспектів соціальних напрямків розвитку туризму, аналізу господарської діяльності туристичного оператора ТОВ ТО «N» м. Київ та проектування туристичного продукту відновлювального типу сформульовано такі висновки.

У ході дослідження встановлено, що сучасний етап розвитку туристичної сфери характеризується посиленням соціальної функції туризму, пов'язаної із забезпеченням психологічного відновлення населення, підтримкою ментального здоров'я та соціальної адаптації в умовах тривалого стресового навантаження. Еволюція соціального туризму свідчить про трансформацію його змісту від форми організації дозвілля окремих соціальних груп до інструменту соціальної політики та підтримки людського потенціалу. У сучасних умовах пріоритетного значення набувають доступність туристичних послуг, інклюзивність, соціальна відповідальність суб'єктів туристичного ринку та розвиток практик психоемоційного відновлення.

У роботі визначено, що соціальний туризм в умовах воєнного стану набуває ознак відновлювального та психологічно орієнтованого туризму, спрямованого на зниження рівня тривожності, емоційного виснаження та соціальної ізоляції населення. Особливу роль у цьому процесі відіграють природотерапія, сенсорне розвантаження, цифровий детокс, тілесно-орієнтовані практики та уповільнені формати подорожей.

Аналіз господарської діяльності туристичного підприємства ТОВ ТО «N» м. Київ засвідчив тенденцію до скорочення обсягів наданих послуг та кількості обслугованих туристів упродовж 2023–2025 рр., що відображає вплив складних соціально-економічних умов на функціонування туристичного ринку. У структурі туристичного потоку простежується переорієнтація на внутрішній туризм, частка якого зросла до 72,2 %, із домінуванням рекреаційних подорожей до Карпатського регіону.

Зростання доходів підприємства на 11,98 % супроводжується уповільненням темпів їх приросту за одночасного випереджального збільшення витрат. Чистий прибуток зменшився на 13,52 %, рентабельність витрат скоротилася з 18,0 % до 13,2 %. Основним чинником зростання витрат визначено підвищення витрат на оплату праці, що характеризує високий рівень трудомісткості туристичної діяльності та посилення витратного навантаження.

Результати дослідження попиту свідчать про трансформацію мотиваційних орієнтацій споживачів туристичних послуг. Підвищується значущість продуктів, спрямованих на психологічне відновлення, перебування в природному середовищі, зниження рівня стресу та розвиток формату «повільного» туризму. Структура пропозиції підприємства не повною мірою відповідає зазначеним тенденціям, що проявляється у недостатньому розвитку відновлювальних туристичних програм.

Результати аналізу підтверджують наявність структурних дисбалансів у діяльності підприємства, зниження фінансової ефективності та необхідність коригування продуктового портфеля відповідно до сучасних ринкових запитів шляхом розвитку соціально орієнтованих та відновлювальних туристичних продуктів.

У рекомендаційному розділі роботи розроблено туристичний продукт відновлювального типу «Карпатська резиденція тиші» за концепцією «Подорож до себе», ініційовану ДАРТ України. Програма туру передбачає організацію п'ятиденного відпочинку в умовах малогрупового формату з максимальним розміром групи до 10 осіб та базовим розміщенням у еко-садибі в с. Криворівня.

Концепція туру побудована на принципах Slow tourism та Soft hospitality і включає практики сенсорного заземлення, цифрового детоксу, тематичного спілкування, тілесної саморегуляції, творчих майстерень і радіальних виїздів до природних та етнокультурних локацій Карпатського регіону.

На відміну від традиційних туристичних програм, розроблений тур інтегрує елементи психологічного відновлення через поєднання природотерапії, творчих активностей та безпечної соціальної взаємодії. Програма включає ліплення з глини, лозоплетіння, інтуїтивне малювання, відвідування локальної вівчарської ферми, карпатських чанів та етнокультурних просторів Верховини, Криворівні, Дземброні та Яремче. Використання радіальної моделі маршруту дозволило мінімізувати транспортне навантаження та забезпечити стабільне психологічно комфортне середовище для учасників.

Проведені економічні розрахунки підтвердили доцільність реалізації запропонованого туристичного продукту. Розрахований чистий прибуток від реалізації туру становить 132,12 тис. грн, а період окупності – 0,56 року, що свідчить про достатньо швидке повернення вкладених коштів та низький рівень інвестиційного ризику. Показники чистої рентабельності продажів (23,4 %) та чистої рентабельності витрат (32,7 %) характеризують тур як економічно ефективний продукт для внутрішнього туристичного ринку.

Окрему увагу в роботі приділено оцінці прогнозованої соціальної ефективності розробленого туру. Запропонована методика базується на визначенні рівня ситуативної тривожності учасників за шкалою Ч. Спілберга та Ю. Ханіна до та після проходження програми. Прогнозоване зниження рівня ситуативної тривожності з 55–60 до 30–35 балів дозволяє розглядати запропонований туристичний продукт як потенційно ефективний інструмент психологічного відновлення населення в умовах воєнного стресу.

Результати проведеного дослідження підтверджують доцільність розвитку відновлювальних напрямків соціального туризму в Україні та їх перспективність для внутрішнього туристичного ринку. Реалізація туру «Карпатська резиденція тиші» дозволяє поєднати економічну ефективність діяльності туристичного підприємства із виконанням важливої соціальної функції – підтримкою ментального здоров'я населення, соціальної адаптації та відновлення людського потенціалу в умовах сучасних суспільних викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Л., Белобородова М., Герасименко Т. Формування інклюзивно-реабілітаційного туризму в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 2. С. 20–25. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(6.2022.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(6.2022.4) (дата звернення 11.05.2026).
2. Белоусова Н. В. Теоретичні аспекти розвитку інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні. *Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка*. Географічні науки. Суми, 2018. Вип. 9. С. 205–212. URL : <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/4803> (дата звернення 01.05.2026).
3. Верховод І. С., Бритвенко А. С. Соціальна складова туризму як значущого секторусоціальної сфери. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства»* (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 89–91. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/verhovod.htm (дата звернення 11.05.2026).
4. Відновлення туризму. Скільки податків принесла туристична галузь цього року. URL : <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidnovlennya-turizmu-skilki-podatkov-prinesla-1699620280.html?utm> (дата звернення 03.05.2026).
5. Внутрішній туризм під час війни: чи готова Україна до системного відновлення? URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-vidbudova/4106351-vnutrisnij-turizm-pid-cas-vijni-ci-gotova-ukraina-do-sistemnogo-vidnovlenna.html> (дата звернення 28.04.2026).
6. Внутрішній туризм підтримують 45% опитаних українців – ДАРТ. URL : <https://interfax.com.ua/news/economic/933726.html?utm> (дата звернення 01.04.2026).
7. Вплив війни на туризм в Україні. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/vpliv-viyni-na-turizm-v-ukrayini?utm> (дата звернення 11.04.2026).

8. Глібчук Д. П., Медвідь Л. І. Соціальний туризм: суть, види та досвід розвитку. *Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції*: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. Мукачево: РВВ МДУ, 2021. С. 85-87. URL: <https://tinyurl.com/glibchukmedvid> (дата звернення 30.04.2026).

9. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Економічна статистика. Послуги. 2025. URL : https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ekon/posl_u.htm (дата звернення 29.04.2026).

10. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development service industry management*. 2023. № 1. С. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5)) (дата звернення 04.05.2026).

11. Ігумнова О., Михайлов А. Самодеструктивна поведінка як суспільно-культурний феномен. *Psychology Travelogs*. 2021. № 2. С. 84–95.

12. Кирилюк І., Чвертко Л. Волонтерський туризм як інструмент соціальної інтеграції вимушено переміщених осіб під час російського воєнного вторгнення. *Економічні горизонти*. 2023. № 1(23). С. 80–91. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.273362](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.273362) (дата звернення 11.05.2026).

13. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги – XXI, 2003. 308 с.

14. Ковальова Н. О. Мотивація туристичної діяльності як психологічний феномен. *Психологія і суспільство*. 2021. №2. С. 45–50.

15. Колотуха О. В. Феномен соціального туризму як сучасна технологія виховання підростаючого покоління. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2022. № 7–8 (121–122). С. 268–280. DOI: [10.24139/2312-5993/2022.06/268-280](https://doi.org/10.24139/2312-5993/2022.06/268-280) (дата звернення 11.05.2026).

16. Ловка О. В., Бойчук О. С. Можливості поєднання туризму та психології для відновлення психологічного здоров'я громадян України.

Туризм в Україні: виклики та відновлення : збірник матеріалів Міжнародного туристичного форуму. Київський національний економічний університеті імені В. Гетьмана (м. Київ, 21–22 березня 2023 р.). Київ : КНЕУ, 2023. С. 35–37.

17. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.

18. Люта Д. А. Формування готовності майбутніх фахівців з туризму до професійної діяльності у сфері соціального туризму : дис. ... канд. пед. наук (докторафілософії) : спец. 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2021/Dis_Lyuta.pdf (дата звернення 17.04.2026).

19. Метеленко Н.Г., Семенов А.Г., Ярошевська О.В. Соціалізація послуг туристичних підприємств на основі організаційного розвитку. *Держава та регіони.* Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 3(114). Ч 1. С. 122–126.

20. Поворознюк І. М. Соціальний туризм як фактор стійкого розвитку регіону. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали Всеукр. наук.-практ.інтернет-конф. молодих учених та студентів* (м. Умань, 19-20 листопада 2020 р.). Умань: Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. 2020. С. 343–345. URL : <https://tinyurl.com/povoroznuk> (дата звернення 17.04.2026).

21. Роговий А. В., Забаштанський М. М. Концептуальні засади розвитку соціального туризму в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі.* 2021. (1). С. 79–83.

22. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Напрями реалізації соціальних складових діяльності туристичних підприємств. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки».* 2020. Вип. 1(89). С. 188-209.

23. Соловій І., Адамовський О., Дубовіч І. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство.* 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79> (дата звернення 07.04.2026).

24. Угоднікова О., Соколенко А., Рябєв А., Абрамов В., Поколодна М., Кравцова С., Шевченко В., Мірошніченко Ю. Інноваційні підходи до управління ефективними комунікаціями в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. *Комунальне господарство міст*. 2022. № 7 (174), 9–13. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-7-174-9-13> (дата звернення 15.04.2026).

25. Федорченко В. К., Федорченко-Кутуєв П. В., Федорченко Н. В., Василець О. І. Туризм – потенціал відновлення та модернізації українського суспільства. *Вісник НТУУ«КПІ»*. Політологія. Соціологія. Право. 2022. Вип. 4(56). DOI : [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2022.4\(56\).269585](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2022.4(56).269585) (дата звернення 16.04.2026).

26. Хитрова О. А. Соціальний туризм: суть, види та зарубіжний досвід. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58-1. С. 74–78. URL: https://bses.in.ua/journals/2020/58_1_2020/14.pdf (дата звернення: 17.04.2026).

27. Худавердієва В. А. Психологічні аспекти туристичної діяльності в умовах глобалізації. *Вісник Донецького національного університету. Серія: психологія*. 2020. №1(54). С. 112–118. URL : <https://jvestnik-psychological.donnu.edu.ua/article/view/16436> (дата звернення 15.04.2026).

28. Чупіна К. О. Реабілітація засобами інклюзивного туризму: психологічний аспект. *Психологія та соціальна робота*. 2021. Т. 53 № 1. С. 210-222. DOI : [https://doi.org/10.18524/2707-0409.2021.1\(53\).241362](https://doi.org/10.18524/2707-0409.2021.1(53).241362) (дата звернення 12.04.2026).

29. «Подорож до себе». Тихі подорожі Україною – новий тренд туризму в 2026 році. URL : <https://nv.ua/ukr/food/eat/de-vidpochiti-vlitku-2026-v-ukrajini-dart-zapustiv-programu-vidnovlennya-dlya-ukrajinciv-50598602.html> (дата звернення 28.04.2026).

30. Dolnicar S., McCabe S. Solidarity tourism – How can tourism help the Ukraine and other war-torn countries? *Annals of Tourism Research*. 2022. № 94 (103386). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103386> (дата звернення 13.04.2026).

31. Dumazedier J. Toward a Society of Leisure. New York: Free Press, 1967. 235 p.
32. Global Youth Tourism Summit. (n.d.). About GYTS. <https://gyts.org/about/> (дата звернення 11.04.2025).
33. Hunziker W., Krapf K. Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich: Polygraphischer Verlag, 1942.
34. ITB Berlin 2023: Generation Wanderlust is the focus of the Youth Travel and Responsible. *Tourism segments*. https://www.itb.com/en/press/press-releases/news_7746.html (дата звернення 12.04.2025).
35. Jafari J. The scientification of tourism. *Sociology of Tourism*. New York: Routledge, 2001.
36. Josiassen A., Kock F., Assaf A. G., Berbekova A. The role of affinity and animosity on solidarity with Ukraine and hospitality outcomes. *Tourism Management*. 2023. № 96(104712). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104712> (дата звернення 29.04.2026).
37. Mincheva M., Draganov S. Social tourism as a tool for sustainable development in Europe. *Tourism & Hospitality Management*. 2016. Vol. 22(2). P. 1–15.
38. Ohorodnyk V., Finger R. Envisioning the future of agri-tourism in Ukraine: from minor role to viable farm households and sustainable regional economies. *Journal of Rural Studies*. 2024. № 108(103283). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103283> (дата звернення 28.05.2026).
39. Safeture. Global risk map 2025. URL : <https://safeture.com/risk-maps-2025> (дата звернення 07.05.2025).
40. Smith V. L., Eadington W. R. Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. *Philadelphia: University of Pennsylvania Press*, 1992.
41. Smith V., Hughes H. Disadvantaged Families and the Meaning of the Holiday. *International Journal of Tourism Research*. 1999. Vol.1. Issue 2. P.123–133.

42. Tomej K., Bilynets I. Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war. *Annals of Tourism Research*. 2024. № 109(103856). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103856> (дата звернення 13.04.2026).

43. UN Tourism. About UN Tourism About UN Tourism. 2025. URL : <https://www.unwto.org/who-we-are> (дата звернення 28.04.2025).

44. World Economic Forum. Our Mission. 2025. URL : <https://www.weforum.org/about/world-economic-forum/> (дата звернення 06.05.2026).

45. World Tourism Organization (UNWTO). Tourism and Poverty Alleviation: Recommendations for Action. Madrid: UNWTO, 2004.

46. World Tourism Organization (UNWTO). Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action. Madrid: UNWTO, 2013.