

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-
Барановського

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної
справи та туризму

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

Д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О..

«_____» _____ 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

за освітньою програмою «Туризм»

на тему: **«Особливості розвитку Дніпропетровської області як центру
туристичної атракції»**

Виконав здобувач
вищої освіти

2 курсу групи ТУР-24М
Коровен Микита Романович

(підпис)

Керівник:

професор кафедри технологій в
ресторанному господарстві, готельно-
ресторанної справи та туризму, д.е.н.,
проф. Горіна Г.О.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг
2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та туризму
Форма здобуття вищої освіти заочна
Ступінь «магістр»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

_____ Горніа Г.О.
« ____ » _____ 2025 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Коровену Микиті Романовичу

1. Тема роботи «Особливості розвитку Дніпропетровської області як центру туристичної атракції»

Керівник роботи д.е.н., проф. Горіна Г.О.

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
від « ____ » листопада 2025 року № _____

2. Строк подання студентом роботи: «28» листопада 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: Дослідження базується на законодавчих актах України у сфері туризму, статистичних даних Державної служби статистики, аналітичних звітах місцевих органів влади Дніпропетровської області, матеріалах офіційних сайтів (Tourism.gov.ua, adm.dp.gov.ua), дослідженнях міжнародних організацій (UNWTO, USAID, GIZ), а також практичному досвіді громад регіону щодо реалізації цифрових та інфраструктурних ініціатив у сфері туризму в період з 2022 по 2025 роки.

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

1) Теоретичні засади туристичної діяльності та її значення в

соціально-економічному розвитку.

- 2) Класифікація видів туризму, чинники формування туристичних потоків.
- 3) Законодавче та нормативне забезпечення розвитку туризму в Україні.
- 4) Сучасний стан туристичної галузі в Дніпропетровській області.
- 5) Територіальні ресурси та інфраструктура туризму у регіоні.
- 6) Вплив воєнних дій на туристичну активність громад.
- 7) Цифровізація як інструмент відновлення туризму.
- 8) Актуальні тренди внутрішнього туризму та їх регіональні прояви.
- 9) Перспективи розвитку туристичного сектору області в умовах відновлення.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «3» листопада 2024 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Добір та аналіз літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження.	03.11.2025 - 09.11.2025	
2	Підготовка основної частини роботи	10.11.2025-15.11.2025 р.	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	17.11.2025 – 23.11.2025 р.	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	24.11.2025-27.11.2025	
6	Надання виконаної та оформленої кваліфікаційної роботи на кафедрі	28.11.2025 р.	

Здобувач В.О. _____ М.Р. Коровен

Керівник роботи _____ Г.О. Горіна

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 50

рисунків – 23

таблиць – 18

додатків – 0

використаних джерел – 27

Об'єктом дослідження: туристична діяльність у Дніпропетровській області в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення.

Предметом дослідження: сучасні стратегії, інструменти та перспективирозвитку внутрішнього туризму на регіональному рівні.

Мета дослідження: проаналізувати стан та тенденції внутрішнього туризму в Дніпропетровській області, визначити ключові проблеми та запропонувати шляхи відновлення і розвитку туристичної сфери в умовах сучасних викликів.

Методи дослідження: аналіз статистичних даних, порівняльний аналіз, SWOT-аналіз, контент-аналіз, узагальнення, індукція, дедукція.

Основні результати дослідження: виявлено трансформацію туристичного попиту у зв'язку з воєнними подіями, окреслено ключові тренди регіонального туризму, проаналізовано цифрові ініціативи громад, сформульовано стратегічні напрями розвитку галузі.

Ключові слова: внутрішній туризм, Дніпропетровська область, цифровізація, туристична інфраструктура, регіональний розвиток, післявоєнне відновлення, громади, інновації.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
ОСНОВНА	
ЧАСТИНА.....	Error!
Bookmark not defined.	
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

У сучасних умовах глобальних викликів та трансформацій регіональна туристична галузь набуває особливого значення як інструмент соціально-економічного відновлення територій, що постраждали внаслідок збройних конфліктів. Туризм виступає не лише джерелом прибутку, а й чинником зміцнення місцевої ідентичності, підтримки малого бізнесу та інтеграції населення у процеси відбудови. Крім того, розвиток туризму сприяє покращенню інфраструктури, підвищенню привабливості територій, збереженню культурної спадщини та активізації місцевих ініціатив. Зокрема, для регіонів, що зазнали руйнувань та вимушеного переміщення населення, туризм може стати важелем соціальної стабілізації та відновлення економічної активності.

Особливої уваги вимагає аналіз стану і перспектив розвитку внутрішнього туризму в Дніпропетровській області, яка з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну опинилася в нових безпекових, економічних та соціальних умовах. Попри всі труднощі, громади області активно шукають шляхи відновлення туристичної діяльності, адаптації до нових реалій, зокрема через цифровізацію, партнерства з міжнародними донорами, реалізацію локальних ініціатив. Ці процеси супроводжуються формуванням нової ролі внутрішнього туризму як засобу психологічної реабілітації населення, зміцнення довіри до влади та платформи для просування українських цінностей, культури й патріотизму в новому форматі.

У зв'язку з цим, актуальність дослідження визначається необхідністю глибокого аналізу сучасного стану туристичної галузі регіону, виявлення її потенціалу, бар'єрів розвитку та формулювання ефективних стратегій адаптації і росту. Туризм у Дніпропетровській області розглядається як сфера, здатна забезпечити економічну динаміку, зберегти культурну спадщину та підвищити якість життя населення. Додатково варто відзначити, що туризм в умовах війни може набувати нових форм – від екскурсій до місць пам'яті до формування спеціальних маршрутів для внутрішньо переміщених осіб, які потребують оздоровлення і психологічного розвантаження.

Метою даної роботи є аналіз внутрішнього туризму Дніпропетровської області в умовах воєнного стану та окреслення напрямів його сталого розвитку.

У дослідженні розглянуто роль громад, державної підтримки, інфраструктурних та цифрових ініціатив у формуванні нової моделі туристичного розвитку регіону. Також увагу приділено визначенню найбільш перспективних напрямків внутрішнього туризму, вивченню впливу воєнного стану на поведінку споживачів та адаптації місцевого бізнесу до нових викликів. Усе це дозволяє сформувати системне бачення можливостей, обмежень і перспектив галузі в середньостроковій перспективі.

Об'єктом дослідження є внутрішній туризм у Дніпропетровській області як елемент соціально-економічного розвитку регіону. Його аналіз дозволяє виявити тенденції, залежності та закономірності, що впливають на формування туристичної політики на рівні громад та області загалом. Предметом дослідження виступають умови, чинники та інструменти розвитку внутрішнього туризму на регіональному рівні в умовах воєнних дій та відбудови.

Методи дослідження: аналіз статистичних і нормативних джерел, порівняльний аналіз, контент-аналіз, SWOT-аналіз, систематизація, дедукція та узагальнення. Застосування цих методів дозволяє здійснити об'єктивну оцінку ситуації в регіоні та розробити практичні рекомендації для зацікавлених сторін, зокрема органів влади, бізнесу та громадськості.

Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, два аналітичні розділи, висновки, список використаних джерел, а також ілюстративні матеріали у вигляді таблиць і графіків.

У роботі представлено понад 25 таблиць, 20 графічних ілюстрацій, які доповнюють теоретичні викладки та забезпечують глибший рівень аналітики. Загальний обсяг складає понад 69 сторінок академічного тексту, що охоплює всі ключові аспекти тематики внутрішнього туризму в умовах кризи та трансформаційного періоду.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ ТУРИСТИЧНОЇ АТРАКЦІЇ В УКРАЇНІ

Термін «атраактивність» (від лат. *attrahere* – приваблювати) він означає привабливість, природній стан чогось, що не викликає роздратування, а навпаки привертає увагу до себе, викликаючи симпатію, притягує [14, с. 35].

В туристичному бізнесі atraактивність – це здатність туристичного ресурсу привертати увагу туриста під час подорожі, що породжує мотиви та стимули туристичної подорожі. В даному випадку під туристичними ресурсами розуміють природні, історичні та соціально-культурні фактори, до яких належать об’єкти демонстрації та вивчення, а також інші об’єкти, які здатні задовольнити духовні потреби людей, і які сприяють відновленню та розвитку їх фізичних та моральних сил [27, с. 84].

Атраактивність – це властивість, якісна характеристика туристичного ресурсу. Формування привабливості туристичного ресурсу, тобто створення на основі туристичного ресурсу певного об’єкту або системи об’єктів, які здатні викликати зацікавленість та інтерес у туристів, які є легко досяжними для туристів та формують у них позивне сприйняття подорожі. Таким чином, у широкому розумінні атракції можна поділити на природні та штучні (рис. 1.1).

Тип атракцій	Приклади	Характеристика
Природні атракції	Гори, річки, водоспади, печери, озера	Створені природою, унікальні та екологічні
Штучні атракції	Музеї, парки атракціонів, архітектура, тематичні парки	Створені людиною, культурне або розважальне

Рисунок 1.1 – Природні та штучні атракції

Джерело: складено автором на основі [27, с. 85]

Ресурси, які володіють атрактивністю:

- легко досяжні для туристів (транспортна, технологічна та інформаційна досяжність);
- естетично привабливі;
- унікальні;
- відомі на туристичному ринку [27, с. 86].

Невід'ємну частину структури індустрії туризму становлять різні види туристичних атракцій. Люди подорожують, щоб відвідати певні туристичні пам'ятки, отже відвідування цих пам'яток може бути або головною причиною їх подорожі, або побічним продуктом від їхньої подорожі.

Туристичні атракції, можуть бути великими або маленькими, вони можуть бути приватними туристичними підприємствами або державними підприємствами. Туристична атракція, яку також називають туристичною пам'яткою для відвідувачів – це пам'ятка, яку зазвичай відвідують туристи. Туристичні атракції займають важливу частину в доходах від туризму, оскільки до них належать діяльність і витрати пов'язані наданням продуктів і послуг відвідувачам, як приватним, так і державним сектором в сфері туризму.

Туристична атракція має цінність для туриста в одній із наведених на рис. 1.2 сфер.

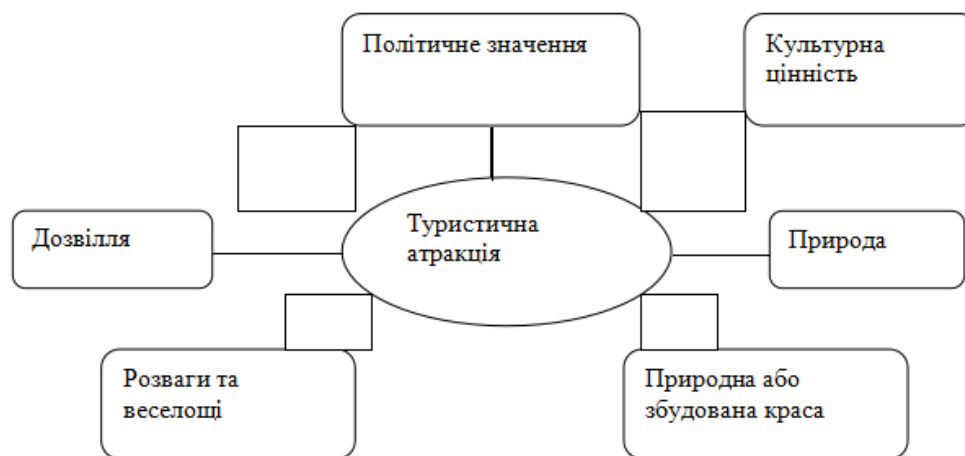


Рисунок 1.2 – Сфери цінності туристичної атракції для туристів
Джерело: складено автором на основі [4, с. 118]

Туристичні атракції роблять значний внесок у індустрію туризму. Зазвичай вони отримують економічні вигоди від туризму та просувають місцеву культуру, спадщину. Також, туристичні атракції сприяють збільшенню збереження навколишнього середовища. Однак, позитивний вплив від туризму можливий лише від доброго керування. У разі поганого управління туристичні об'єкти

можуть негативно впливати на навколишнє середовище. З цього приводу вкрай важливим є здійснення належного панування туризму, та вживання заходів щодо сталого туризму, під час розробки та управління діяльністю туристичної атракції.

Туристичні об'єкти є важливою частиною індустрії туризму. Деякі створені переважно для розваг, наприклад тематичні парки та зоопарки, а деякі туристичні об'єкти забезпечують такі аспекти, як освіта. Прикладами освітніх туристичних атракцій можуть бути музеї та виставки. Інші види туристичних атракцій можуть сприяти відпочинку, гостинності та особливим подіям.

Розглядаючи туристичні атракції у більш широкому розмінні, їх можна поділити на чотири основні категорії (рис. 1.3).

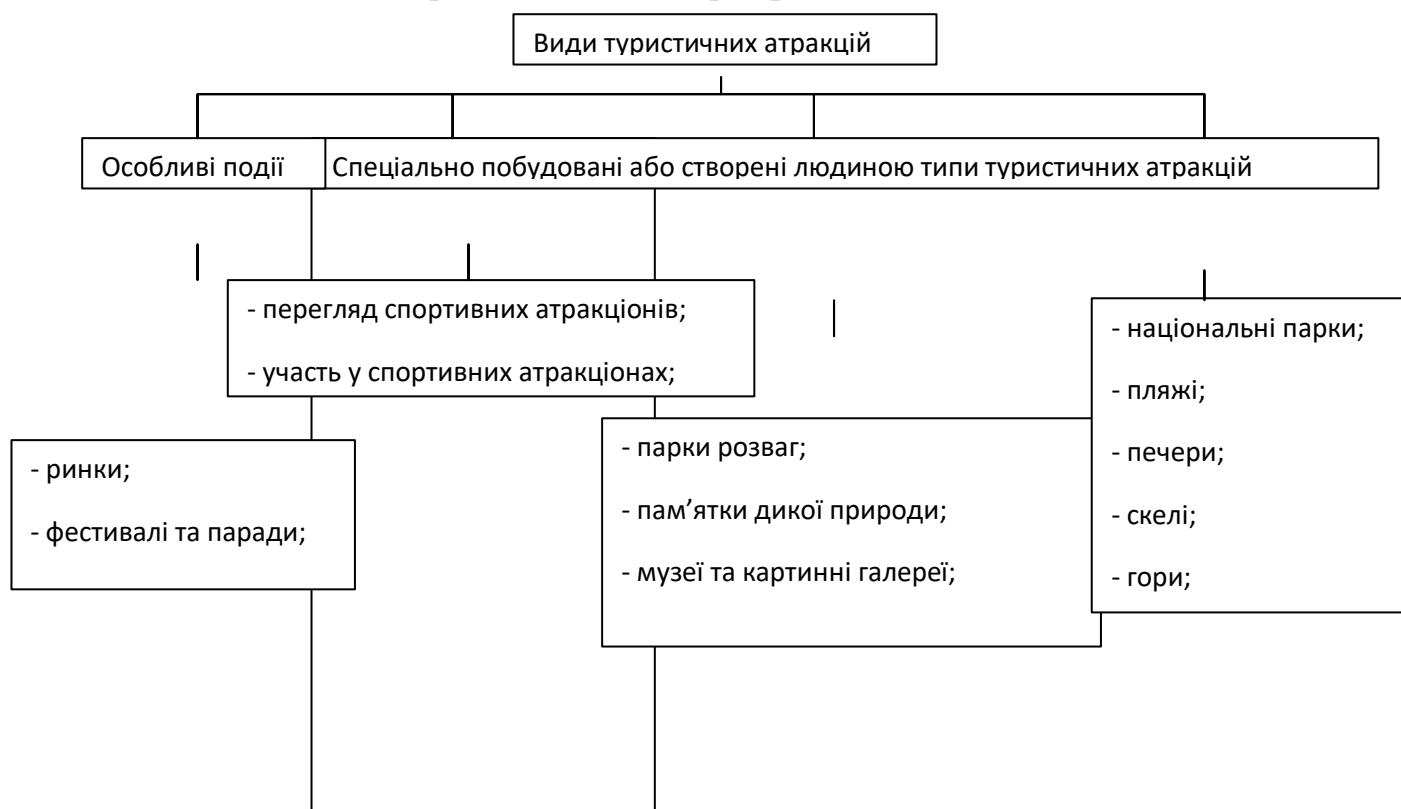


Рисунок 1.3 – Види туристичних атракцій

Джерело: складено автором на основі [1]

1. Природні види туристичних атракцій – це пам'ятки природного походження. Іншими словами, вони не створені людиною. У всьому світі існує багато видів туристичних атракцій, які є природними. У багатьох випадках території навколо природних пам'яток були розроблені для туризму через природі визначні пам'ятки. До них належать:

- національні парки – це територія, яка охороняється завдяки своїй культурній спадщині, різноманітній дикій природі та / або красивій сільській місцевості. Національні парки є популярними видами туристичних атракцій [1].

Є чіткі межі, які показують, де починається і закінчується парк. А закони існують для захисту природи та дикої природи, щоб ними могли насолоджуватися нинішні та майбутні покоління. Основна мета національного парку полягає в тому, щоб люди могли постійно користуватися всім, що пропонує природа, не руйнуючи її;

- пляжі – багато людей вирішують поїхати у відпустку та відпочивати на пляжі. Взагалі пляжний туризм особливо популярний серед населення, яке проживає переважно в більш прохолодному кліматі. Пляжі є одним з найпопулярніших видів туристичних атракцій у всьому світі;

- печери – це природні пустоти в землі. Деякі печери маленькі, а інші великі. У багатьох печерах є вода, деякі з них відомі як сеноти. Печери часто є домом для багатьох видів кажанів, мишей, щурів і різних комах. Багато людей вирішують відвідати печери, щоб поглянути на природні утворення або зайнятися активними видами діяльності, такими як спелеологія, дайвінг і веслування на каное;

- скелі – вони є ще одним прикладом одного з популярних видів туристичних об'єктів. Люди відвідують скелі, щоб насолодитися краєвидами, вони можуть зробити це, влаштувавши пікнік, здійснивши легку прогулянку або здійснивши багатоденний похід;

- гори – є одними з найпопулярніших видів туристичних атракцій. Туристи обирають гори з кількох причин, одні туристи просто хочуть насолодитися краєвидом або шукають прохолодну погоду, інші вибирають гори для піших прогулянок або катання на лижах;

- пагорби – є популярними місцями для відвідування туристами і чудовими видами туристичних атракцій. Багато людей обирають відвідування пагорбів заради краєвидів або активних видів туризму, таких як запуск повітряних зміїв або піший туризм;

- водоспади – відвідування водоспаду входить до списку справ багатьох людей. У багатьох місцях є водоспади, які приваблюють туристів. До деяких водоспадів легко дістатися, а інші знаходяться у віддалених місцях. Територія навколо деяких водоспадів дуже розвинена для туризму, а біля інших навпаки зовсім не освоєна;

- острови – це ділянка суші, відокремлена від материка водою. Острівний туризм є популярним видом туризму і прикладом одного з найпопулярніших видів туристичних атракцій. На більшості островів є пляжні зони для туристів;

- ліси – вони є по всьому світу, хоча флора і фауна відрізняються залежно від географічного положення, їх об'єднує одне – дерева. Багато туристів вибирають для подорожей лісові зони. Деякі мандрівники приїждять на короткий час, а інші можуть залишатися на дні або тижні [1].

2. Спеціально побудовані або створені людиною типи туристичних атракцій. Багато туристичних визначних пам'яток побудовані спеціально, тобто ці пам'ятки не природні, а створені людиною. Рукотворні туристичні пам'ятки можна поділити на дві групи:

- пам'ятки, які створені для туристичних цілей;
- пам'ятки, які створені для інших цілей, але з тих пір використовувалися для туризму [1].

Спеціально побудовані типи туристичних атракцій – це атракціони, спеціально розроблені для туризму. Це може включати широкий спектр типів туристичних атракцій, таких як тематичний парк, зоопарк або художня галерея.

Ось кілька прикладів рукотворних туристичних атракцій:

- парки розваг – у всьому світі існує багато різних типів парків розваг, які є типовими прикладами типів туристичних атракцій [1].

Тематичні парки є дуже популярними туристичними об'єктами. Вони побудовані з єдиною метою – розважати відвідувачів. Тематичні парки зазвичай досить великі, багато великих тематичних парків відомі своєю зайнятістю та довгими чергами на атракціоні. Іншим прикладом парку розваг є аквапарк [1].

Аквапарки можуть бути як закритими, так і відкритими, хоча аквапарки проста неба зазвичай більші, з більшою кількістю атракціонів і зручностей. В аквапарках часто є басейни з хвилями, «повільні ріки» та різноманітні гірки та ігрові майданчики [1].

Ігрові парки – це зони, де встановлено ігрове обладнання для дітей. Об'єкти ігрових парків можуть дуже відрізнятися. Деякі ігрові парки можуть мати водні зони, інші повністю сухі [1].

Ігрові парки можуть мати невеликі атракціони, наприклад поїздки на поїзді. Іншим прикладом ігрових парків є м'які ігрові майданчики. М'які ігрові зони складаються з критих майданчиків, вони популярні серед маленьких дітей;

- пам'ятки дикої природи – існує багато видів туристичних атракцій, які передбачають використання дикої природи. Деякі з них є природними територіями, як-от пасовища під час сафарі. Однак більшість із них є спеціально побудованими туристичними пам'ятками [1].

Зоопарки є популярним видом пам'яток дикої природи. Зазвичай зоопарки мають широкий спектр тварин, багато з яких є екзотичними, наприклад леви, слони та вави. Туристам дозволяється заходити на територію та дивитися на тварин та /або спілкуватися з ними [1].

Ферми схожі на зоопарки, але вони, як правило, мають більші вольєри та містять лише тварин, які природно живуть на дачі.

Акваріуми також є туристичними атракціями, вони дозволяють туристам побачити дику природу. В акваріумах представлені морські мешканці, такі як акули, скати, черепахи та різноманітні риби. Деякі акваріуми мають великі

резервуари і дозволяють відвідувачам взаємодіяти з морським життям, займаючись снорклінгом або дайвінгом;

- музеї та картинні галереї – як правило, вони спеціально побудовані для туризму, а також є прикладами туристичних атракцій. Музеї та художні галереї є по всьому світу. Вони належать категорій туристичних організацій. Деякі музеї та художні галереї фінансуються державою або субсидуються, а інші є приватною власністю. Вони мають різні розміри та спрямування, одні базуються на історії, інші на науці або культурі та ін.;

- унікальні збудовані атракціони – у всьому світі є багато інших спеціально побудованих типів туристичних атракцій, які не вписуються в жодну з вищенаведених категорій. В світі побудовано багато унікальних туристичних об'єктів;

- пам'ятки історії або спадщини – деякі туристичні атракції, створені людиною, не були створені спеціально для туризму. Натомість їх пристосували для потреб туризму. Існує широкий спектр будівель, територій і місць, які мають історичне чи культурне значення. Ці місця часто реставрують або охороняють, а потім демонструють туристам.

Історичні туристичні об'єкти включають замки, відомі стіни, руїни, вежі, пам'ятники, релігійні споруди, будинки та палаци. Такі види туристичних атракцій часто є корисними, оскільки вони допомагають зберегти культуру та спадщину, що є позитивним впливом культурного туризму.

3. Спортивні атракціони – спортивні заходи є популярним видом туристичних атракцій. Спортивні пам'ятки складають важливу частину індустрії спортивного туризму. Хоча спортивна пам'ятка не завжди може включати постійну інфраструктуру, як і багато типів туристичних пам'яток спортивні події є пам'ятками самі по собі. Існує три основні види спортивних атракцій: оглядові, активні та стадіонні тури:

- перегляд спортивних атракцій – багато людей обирають відвідування спортивних визначних пам'яток, тому що хочуть спостерігати на спортивних майданчиках. У світі багато різних видів спорту, які раді глядачам. Від великих міжнародних подій до великих локальних подій;

- участь у спортивних атракціях – люди відвідують спортивні об'єкти, щоб займатися спортом. Одні обирають спортивний табір, інші поїдку на йогу або гольф. Є багато різних спортивних атракцій, які запрошують туристів з усього світу займатися спортом;

- екскурсії по стадіону – тури по стадіону популярні у всьому світі, особливо серед людей, які є вболівальниками команд, які базувалися в цих місцях. Екскурсії по стадіону проводяться як на діючих, так і на стадіонах, які використовувалися раніше. Екскурсії на занедбані стадіони, як правило, проводяться частіше, і ці стадіони часто перетворюються на музеї, де проводяться виставки.

4. Особливі події – у всьому світі відбувається багато особливих заходів, які можна віднести до туристичних атракцій. Спеціальні заходи бувають різних форм і розмірів, і немає кінця для різних типів спеціальних заходів, які можна організувати. Однак найпоширенішими видами спеціальних подій є ринки, фестивалі та паради, виставки та розважальні заклади:

- ринки – є різні типи ринків, які є популярними видами туристичних атракцій. Так, наприклад сувенірні ринки, призначені для туристів. У світі є багато місць, які славляться своїми ринками. Деякі туристи можуть відвідати спеціально тому, що хочуть відвідати ринок. А для інших відвідування ринку може бути побічним продуктом їхньої подорожі;

- фестивалі та паради – вони є важливою складовою туризму. Існує багато різних фестивалів і парадів, які проводяться різні пори року в різних країнах. Багато людей подорожують з усього світу, щоб спостерігати за такими подіями або брати в них участь;

- виставки – є ще одним із основних видів туристичних об'єктів. Зазвичай виставки проходять у музеях або великих будівлях. Найчастіше виставки складаються переважно з художніх робіт. Виставки можуть бути постійними, мандрувати з місця на місце або бути тимчасовими;

- розважальні заклади – є популярними туристичними об'єктами. Існують різні види розважальних закладів. Місця можуть бути великими і маленькими. Вони можуть бути постійними або тимчасовими. Деякі розважальні заклади мають дуальну мету, або спочатку вони були побудовані з іншою метою, а потім почали використовуватися як туристичні атракції.

Залежно від масштабу туристичної привабливості атракції класифікують на :

- основні – якщо вони здатні задовольнити туристів на «декілька днів та більше»;

- вторинні – цікаве та необхідне місце для відвідування на шляху до основного місця призначення [5].

Різні типи туристичних атракцій пропонують різні види продуктів та послуг, які спрямовані на те, щоб сподобатися клієнтами, які планують їх відвідати. Деякі туристичні об'єкти пропонують поїздки або враження, інші пропонують інформаційні послуги, такі як путівники, інформаційні дошки, екскурсії, послуги усного та письмового перекладу та освітні бесіди, пропонують гостинні послуги, наприклад, оренду приміщень для весілля чи конференцій. Варто зазначити, що більшість визначних пам'яток мають сувенірні магазини та ресторани для своїх клієнтів [5].

В Україні, як і в усьому світі традиційна технологія формування туристичного продукту ґрунтується на пошуку та ідентифікації наявності специфічного туристичного ресурсу в місцевості, де пропонується створення цього продукту і розвиток продукту.

В зв'язку з цим для розвитку туризму в регіоні стає необхідним переведення туристичного ресурсу із потенційного стану в стан використання. Концентрація безпосередніх туристичних ресурсів в регіоні не є однорідною, більшість територій, які є близькими до туристичних зон або маршрутів, є непривабливими для туристів з приводу відсутності або незатребуваності первинних туристичних ресурсів за наявності непрямих та додаткових/

Альтернативою традиційного підходу щодо розвитку туристичних ресурсів є інжиніринговий підхід – створення туристичного ресурсу як об'єкту показу, який відрізняється від процесу переведення природного або культурно-туристичного ресурсу із потенційного стану в стан експлуатації [7, с. 65].

В рамках інжинірингового підходу щодо розвитку туристичних ресурсів формуються концептуальні туристичні ресурси, які являють собою сукупність об'єктів туристичного інтересу в регіоні, в основі якого полягає певна концепція творчої ідеї, предмету, технології або людської діяльності (рис. 1.4).



Джерело: складено автором на основі [7, с. 66]

Відповідно, в основі пропозиції туристу комплексного продукту полягає концептуальний туристичний ресурс, специфіка якого полягає у більшості випадків у штучній атракції. Варто зауважити, що такі ресурси привабливі для туристів як самостійний туристичний продукт, який окрім основи (ресурсу) пропонує і супутній сервіс за різними напрямками. При створенні об'єкту туристичного продукту, який базується на штучній атракції, застосовуються різні підходи, які загадано вище, а сам по себе об'єкт може мати різноманітні форми [7, с. 67].

Проаналізувавши вітчизняний та закордонний досвід розвитку туристичних атракцій, можна зробити висновок, що штучні атракції зустрічаються частіше. Для кращого розуміння даного виду туристичних атракцій розглянемо його класифікацію, яка подана в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Класифікація туристичних продуктів, які базуються на штучній атракції

Критерій класифікації	Класифікаційні групи	Приклад туристичного продукту, який базується на штучній атракції
Використання концептуального туристичного ресурсу	Брендові	- Дім пива Гіннес, Дублін, Ірландія
	Об'єктні, продуктові	- Музей праски, Запоріжжя, Україна; - Музей Писанки, м. Солоцькі, Україна
	Техніко-технологічні	Британський музей газнокосарок, Сауспорт, Ланкашир, Великобританія; - Музей технологій Юрського періоду, Калвер сіті, Каліфорнія, США
	Діяльні	- Психіатричний Музей Glore, Сан-Джозеф, США
	Подієві	- День бабака, США
	Креативні	- Дім-музей Шерлока Холмса, Лондон, Великобританія
Функціональне призначення	Пізнавальні	Музей костюма та стилю VictoriaMuseum, Київ, Україна
	Розважальні	- Великий банан, Австралія
	Шопінгові	- Дні розпродажів в Мілані, Італія
Віднесення елементів середовища до	Поселення	- Портмеріон, Уельс, Великобританія
	Зони в поселеннях	- Чайнатаун, Лондон, Великобританія

	Унітарні об'єкти	- Поселення Хоббітів, Нова Зеландія
Сукупність елементів об'єкту показу	Прості	- Готель із льоду, Юккас'ярві, Швеція
	Комплексні (складні)	- Дракула тур, Трансільванія, Румунія
Підхід до створення	Створені	- Музей віяла, Гринвич, Великобританія
	Модифіковані	- Музей Каміння, Хорошів, Україна

Джерело: складено автором на основі [4, с. 119]

Отже, з огляду на табл. 1.1 бачимо, що в основі наведеної класифікації полягають наступні критерії:

- використання концептуального туристичного ресурсу, який вказує на специфіку ідеї, на якій побудовано створення туристичного продукту;
- функціональне призначення – визначає категорію потреб, задоволенню яких сприяє туристичний продукт;
- віднесення до елементів середовища – ідентифікує місце концептуального туристичного продукту в навколишньому природному та місцевому середовищі;
- сукупність елементів об'єктів показу – показує складність об'єкту показу;
- підхід до створення – визначає підхід до розробки об'єкту показу і категорії туристичних продуктів [4, с. 119-120].

За критерієм використання концептуального туристичного ресурсу всі продукти можуть бути поділені на п'ять основних категорій. В першу чергу, це брендові продукти, які являють собою експозицію, яка присвячена розвитку певного бренду. Зазвичай, такі туристичні продукти, створюють на базі музеїв та експозицій компаній, які використовували їх раніше як елемент корпоративної культури. За допомогою даного підходу компанії просувають свій бренд, створюючи біля нього певну легенду, підтримуючи відомість його історії, що в свою чергу сприяє лояльності до бренду.

Об'єктні туристичні продукти присвячені якому-небудь одному предмету або процесу. Як правило, це створені ресурси з «чистого аркушу», на відміну від техніко-технологічних та брендових, які з'являються шляхом перетворення певного активу організації у загально доступний туристичний об'єкт показу.

Діяльні туристичні продукти – формуються навколо певного виду активності людини. Зазвичай вони відображають ретроспективу розвитку обраного виду діяльності.

Подієві туристичні продукти пов'язані з будь-яким природним або культурним явищем. Їх специфіка полягає в том, що ці явища (події) зазвичай не

мають будь-якого історичного підґрунтя або були виключно локального характеру і раніше були не привабливими для туристів.

Креативні туристичні продукти створюються на основі легенди, вигаданого персонажу або події. В якомусь сенсі вони мають під собою історичну основу, проте не реальну, а вигадану.

Туристичні продукти можуть бути пізнавальним, розважальними або допінговими. Проте, на практиці вони виступають як комплексні об'єкти, де можна задовольнити потреби людини в надбанні нових знань та навичок, в розвагах або товарах і послугах.

Під час розвитку об'єкт туристичного продукту може трансформуватися і за критерієм віднесення його до елементів середовища. Наприклад, відомими є випадки, коли унітарні об'єкти (статуя, музей тощо) за рахунок появи біля них торговельних, виставкових та інших майданчиків ставали великими торгово-розважальними центрами. В останні часи збільшилась чисельність туристів, які бажають відвідати місця де проходили зйомки блокбастерів.

Проектування та створення туристичних атракцій в туризмі базується на наступних принципах:

- принцип ціле покладання: проект розглядається не як самоціль, а як засіб, наприклад для створення нових робочих місць, пропаганди духовних цінностей, задоволення культурних та інших потреб населення, розвиток рекреаційної бази;

- принцип комплексного планування: проектування туристичної атракції повинно враховувати інтереси не лише представників туристичної індустрії, враховуючих самих туристів, але і громадськість (місцевих жителів), задовольняти різноманітні потреби туристів, орієнтуватися на соціокультурні цінності регіону;

- принцип активного використання регіональних ресурсів, як виявлених, так і потенційних;

- принцип стійкого розвитку туризму: розвиток туризму на даній території не вступає в суперечку з основними соціокультурними, природними та економічними процесами, які тут відбуваються, а навпаки, надає їм позитивну динаміку, тим самим створюючи базу для власного розвитку [8, с. 139].

Під час розробки штучної атракції на базі підприємства / організації, зазвичай використовується змішаний вид концептуального туристичного ресурсу з перевагою предмету або технології. Інші елементи відіграють додаткову роль. В табл. 1.2 подано формування окремих елементів туристичного продукту, якій оснований на діяльності підприємства / організації.

Таблиця 1.2 – Формування структури туристичного продукту, якій оснований на штучній атракції, що пов'язана з діяльністю підприємства / організації

Концептуальний туристичний ресурс	Штучна атракція	Туристичний продукт, якій заснований на штучній атракції
Міф (історія)	Музей становлення та розвитку бренду з екскурсією по території і внутрішнім приміщенням підприємства	Сукупність послуг торгівлі, дегустації, екскурсійне обслуговування
Предмет	Музей (виставка / ярмарок)	Сукупність послуг торгівлі, дегустації, екскурсійне обслуговування
Процес (технологія)	Музей розвитку технології і / або оглядова екскурсія по головним етапам технологічного процесу	Сукупність послуг торгівлі, дегустації, екскурсійне обслуговування, участь (майстер-клас), вистави
Місце	Споруди, приміщення, територія підприємства з інформаційним супроводженням	Сукупність послуг торгівлі, екскурсійне обслуговування
Подія (явище місце, час)	Пам'ятка, музей або архітектурний елемент із інформаційним супроводженням	Екскурсійне обслуговування та торгівля

Джерело: складено автором на основі [5]

Загалом туристичні продукти, які створені на основі штучні атракції, відіграють важливу роль не лише як об'єкти для показу, вони сприяють різноманітності подорожі, і дозволяють розподілити туристичний потік, знижуючи навантаження на основі туристичні продукти. Це відкриває додаткові можливості для соціально-економічного розвитку територій, створення нових і розширення вже існуючих туристичних потоків.

За даними ДАРТ ТОП-10 найпопулярнішими атракціями в Україні серед молоді у 2021 році були:

1. Парки розваг.
2. Зоопарки.
3. Музеї.

4. Акваріуми.
5. Ботанічні сади.
6. Гори.
7. Визначні пам'ятки.
8. Історичні місця.
9. Озера.
10. Храми [2].

У 2020 році компанія Google надала на запит ДАРТ інформацію стосовно топ туристичних об'єктів, місць та напрямків в Україні за найбільшою кількістю запитів протягом 9 місяців 2020 року. Так, на основі отриманих даних було складено п'ятірку природних парків та заповідних зон, а також п'ятірку міських парків та розважальних зон (рис. 1.5).

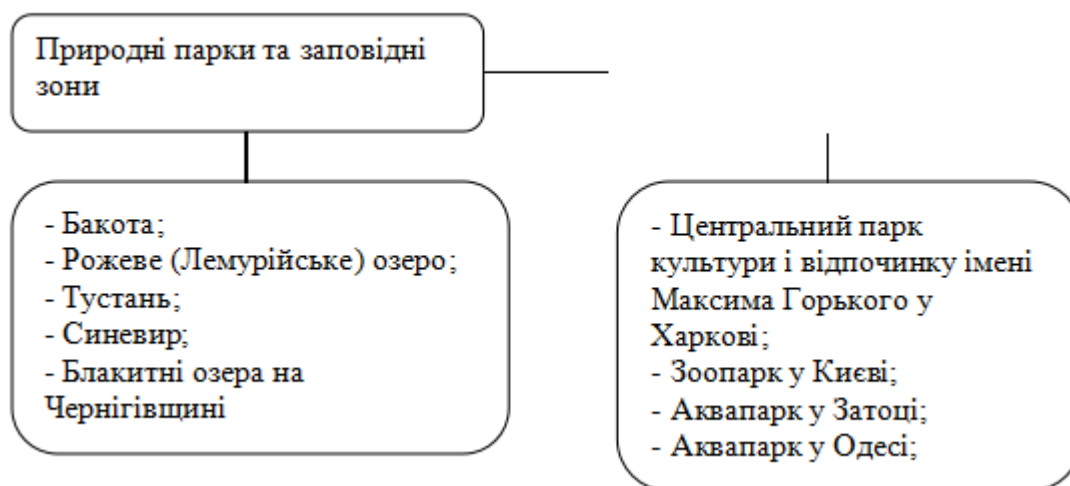


Рисунок 1.5 – ТОП-5 природних парків та заповідних зон і міських парків та розважальних зон в Україні серед туристів за запитамі протягом 9 місяців 2020 року

Джерело: складено автором на основі [3]

В Україні існує багато цікавих туристичних атракцій міжнародного рівня, країна багата на цікаві місця, дива природи та вишукану архітектуру. В табл. 1.3 подано ТОП-20 кращих туристичних атракцій в Україні, які щороку приваблюють багато як внутрішніх, так і іноземних туристів, та створюють позитивний імідж країни на туристичному ринку.

Таблиця 1.3 – ТОП-20 туристичних атракцій в Україні, які варто відвідати

№	Назва	Місце розташування	Коротка характеристика
1	2	3	4
1	Сакральна Заварниця або Український Єрусалим	Тернопільська область	Комплекс споруд в центрі якого знаходиться корпія гробу Господнього. Тут відтворено архітектурний ансамбль святинь Єрусалиму. Відтворені Святи Сходи, Гетсиманський сад, Левові ворота та Вежа Давида.
2	Озеро Синевир	Закарпатська область	Найбільше озеро Українських Карпат, Незаймана природа, зелені пагорби, дзеркальне блакиттю озера має магнетизм, якій зачаровує всіх відвідувачів цього місця.
3	Сакури в Ужгороді	Ужгород	Для того, щоб побачити цвітіння сакури не потрібно їхати на інший кінець світу, необхідно лише завітати до Ужгороду. Дивовижні сакури, рожевий колір та солодкий аромат все це можна побачити з середини квітня.
4	Замок «Паланок»	Закарпатська область	Велична фортеця, в стінах якої зберігається безліч легенд, історій, таємниць.
5	Долина нарцисів	Закарпатська область	В урочищі Кіресі біля м. Хуст знаходиться заповідник, який відомий як «долина нарцисів» - це найбільший осередок вузьколистого нарцису в Середній Європі.
6	Квіткова Волинь	Волинь	Поблизу селища Голоби у першій половині травня розквітає близько 2 га тюльпанів біля 350 видів, які утворюють чудовий яскравий візерунок.
7.	Скелі Ямельниці в	Львівська область	В селищі Ямельниця знаходяться високі Камені Сигли, Чорний камінь, якій має недобру славу серед місцевих жителів, Юшкова яма, яку порівнюють з норвезьким Язиком Троля.
8	Мертве море	Івано-Франківська область	В Калуші знаходиться «Мертве море», воно з'явилося тут завдяки видобуванню калійних та магнієвих солей. Дивовижні

			розсипи калійних солей заворожують відвідувачів.
9	Заліщики	Тернопільська область	Мальовнича місцевість яку з усіх боків огинає могутній Дністер, із сушею її пов'язує лише місток.
10	Микулинецький костел	Тернопільська область	Костел побудовано за зразком катедрального собору у Дрездені, він захоплює своєю величчю та досконалим формами.
11	Плебанівський віадук	Тернопільська область	Віадук знаходиться у Тербовлянському районі – справжнє архітектурне диво,. Яке дуже нагадує шотландський віадук з фільму про Гаррі Поттера
12	Переберія (карнавал)	Чернівецька область	Неймовірне видовище, яке відбувається у місті Вашківці – це карнавал, який проходить під час Маланки. Щорічно сюди приїжджає багато туристів, щоб подивитися на це дивовиже та барвисте святкування.

Проте, згадані у табл. 1.3 туристичні атракції в Україні – це лише невелика частина туристичних атракцій, які знаходяться в країні та які кожного року приваблюють багато туристів. Варто зробити наголос і на такому виді атракції в Україні, як музеї під відкритим небом.

Музей під відкритим небом – це музеї створені на основі нерухомих пам'яток та архітектурних ландшафтних комплексів, утворених пам'ятниками та їх природним оточенням, як місце зберігання та експонування таких об'єктів виступає музейна територія [15].

У табл. 1.4 подані найбільш цікаві та відомі музеї під відкритим небом в Україні.

Таблиця 1.4 – Українські музеї під відкритим небом, як основа туристичної атракції регіону

Назва	Місце знаходження	Коротка характеристика
Закарпатський музей народної архітектури та побуту	Ужгород	В музеї представлені будівлі старовинного закарпатського села, предмети народного прикладного мистецтва. Планування експозиції

		співставлене з географічною картою Закарпаття.
Чернівецький музей народної архітектури та побуту	Чернівці	Музейна експозиція демонструє еволюцію житла і побуту буковинців. Відтворено дві сільські вулиці, які включають п'ять селянських садиб, громадські та господарські споруди.
Національний музей народної архітектури та побуту України в Пирогово	Пирогово	Кількість архітектурних пам'яток становить 275 будівель ат понад 70000 предметів побуту XVI—XX століть. Представлені експозиції умов проживання в усіх регіонах України.
Музей історії сільського господарства Волині	Село Жадень, Волинь	В експозиції представлені декілька садиб, криниці, вітряк, клуні, шинок, капличка. У будівлях живуть люди, які займаються господарством.
Шевченківський Гай	Львівщина	Представлено близько 120 пам'яток народної архітектури із західних регіонів України. Територія поділена на шість маленьких сіл, в яких зібрані експонати із певних регіонів.
Музей архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини	Переяслав-Хмельницький	Тут зосереджена неймовірна кількість предметів, експонатів, будівель, тематичних будівель. На території розміщено 185 об'єктів та понад 20000 елементів народного мистецтва, побутових речей, знарядь праці, дендропарк та городи

Джерело: складено автором на основі [16; 17; 18; 19; 20; 21]

Крім звичайних музеїв під відкритим небом в Україні діють цілі історико-культурні комплекси, серед яких варто відмітити наступні:

1. Скансен «Запорізька Січ» - заснований у 2004 році, у місці Запоріжжя. Музей являє собою копію козацького поселення, що має курінь, церкву, будинок кошового отамана, військову канцелярію, кузню (Додаток А). Тут представлено місто майстрів, де можна побачити як виготовляють вироби з дерева та глини, кінний театр, корчма, в якій відвідувачі можуть скоштувати страви української кухні, які приготують на їх очах. Територія скансену поділена на дві частини: «Внутрішні Кіш» і «Зовнішні». Під час проведення фестивалів тут відбуваються

поєдинки козаків на конях та рукопашні бої. Зазвичай сюди приїзять туристи з усього світу, щоб подивитися як раніше жили козаки в Україні.

2. Скансен «Мамаєва Слобода» - це справжній острівок історії посеред столиці України. На території розміщено 98 об'єктів, серед яких є такі: козацька дерев'яна церква в ім'я Покрови Пресвятої Богородиці, вітряк, гончарна майстерня, шинок, пасіка, водяний млин, базарний майдан, управа, кузня та будівлі (садиби, старшини, коваля, гончаря, ворожки, козаків-джур, титаря) (Додаток Б). Основоположна ідея створення селища полягає у реконструкції козацького побуту середньовічної України та відтворенні і популяризації нематеріальної культурної спадщини заявленого періоду. Музей здійснює активну культурно-дозвілєву роботу, яка полягає у проведенні різноманітних майстер-класів, фестивалів, анімаційних заходів та розробці програм.

Під час зимового періоду музейний заклад просто неба «Мамаєва Слобода» влаштовує такі різноманітні заходи, що присвячені святкуванню Дня Катерини, Вечорниці на «Андрія», Святого Миколая, Нового Року, Різдва, Василя, «Козацької Ордані» (Водохреща), «Колодки» (Масляної) та ін. [23, с. 34].

Варто наголосити, що комплекс пропонує різноманітні послуги, а саме: організацію корпоративних святкувань; дитячих святкувань; весілля на території закладу, родинні урочистості. Всі заходи відбуваються виключно за давніми козацькими обрядами та звичаями і супроводжуються автентичними конкурсами та унікальними анімаційними програмами [23, с. 35].

3. Скансен тематичний Древній Київ «Князівство Київська Русь». Заснований у 2010 р. в с. Копачів Київської області. Це – повномасштабна реконструкція дитинця середньовічного міста Києва у V–XIII ст. (Додаток В).

Даний проект визнаний і підтримується як національними, так і міжнародними організаціями та інституціями: Парламентською Асамблеєю Ради Європи, Верховною Радою України, Міністерством культури України, Національною академією наук України, Київською міською державною адміністрацією, Київською обласною державною адміністрацією, науковими інститутами, посольствами іноземних держав в Україні, державними установами України та інших країн Європи [23, с. 37].

На території музею в реальному масштабі представлено вуличну мережу Давнього Києва, садиби киян, дитинець (V–XIII ст.), княжий двір, ярмарки народних майстрів, печеру Нестора Літописця, терен князя Ярослава, пагорб Перуна. Діють також експозиції історичних костюмів, оборонної техніки, музичних інструментів часів Київської Русі [23, с. 37].

«Князівство Київська Русь» пропонує відвідувачам комплекс різноманітних культурно-дозвілєвих заходів, найбільш популярними серед яких є: історичні реконструкції; квести; майстер-класи; шоу-програми. Комплекс надає і ексклюзивні для відвідувачів, працівники розробили програми одноденного та дводенного турів територією парку, в які входять: загальна

оглядова екскурсія; майстер-класи зі стрільби з лука; катання на конях; ночівля; фото сесія у історичному вбранні [23, с. 38].

Отже, у підсумку, розглядаючи формування туристичних атракцій в Україні, можна сказати, що в більшості випадків в їх основі полягають історичні, природні або архітектурні пам'ятки України. найбільша чисельність туристичних атракцій в країні зосереджена в Західному Центральному та Південному регіонах країни.

Загалом на території України розташовано багато різноманітних музеїв, пам'яток архітектури, історії, археології, історичних комплексів, природних пам'яток. Все це має значний потенціал в сфері туристичних атракцій та виступає підґрунтям для подальшого розвитку туризму в Україні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Загальна соціально-економічна характеристика Дніпропетровської області

Дніпропетровська область є однією з провідних індустріальних територій України, яка традиційно відігравала ключову роль у формуванні національного валового продукту. Її вигідне географічне розташування на перетині транспортних коридорів, висока концентрація промислового потенціалу та наявність кваліфікованих трудових ресурсів забезпечують умови для сталого розвитку.

Населення області у 2020 році становило приблизно 3,2 млн осіб, однак, внаслідок демографічного спаду та війни, у 2023 році скоротилось до 2,9 млн. Урбанізація регіону є однією з найвищих в Україні — понад 80% жителів проживають у містах. Це сприяє розвитку ділового, освітнього, культурного туризму, зокрема у таких містах як Дніпро, Кривий Ріг, Кам'янське. У структурі економіки переважає промисловість (металургія, видобувна галузь), будівництво, торгівля, транспорт. У 2022 році індекс промислової продукції склав 93,6%, що свідчить про падіння через воєнні дії. Водночас, у 2023 році спостерігається часткове відновлення — до 95,2%, завдяки адаптації підприємств та перенесенню виробництва з небезпечних регіонів. Сфера послуг також трансформується — зростає кількість закладів торгівлі, побуту, освітніх центрів.

Середня заробітна плата в регіоні зросла з 10 500 грн у 2020 році до 15 000 грн у 2023 році, однак реальна купівельна спроможність знижується через інфляцію. Рівень безробіття залишається високим — близько 12% у 2023 році, особливо внаслідок релокації підприємств і призову працездатного населення. Роздрібний товарооборот, як один із ключових індикаторів споживчої активності, у 2023 році склав 64,5 млрд грн — що свідчить про відновлення внутрішнього попиту, зокрема з боку ВПО. Громади області активно залучають міжнародну допомогу: понад 120 млн євро було інвестовано у соціальні та інфраструктурні проєкти у 2022–2023 роках. Ці проєкти охоплюють розвиток логістичних центрів, ремонт доріг, підтримку малого бізнесу, у тому числі туристичних ініціатив.

Система освіти регіону охоплює понад 400 шкіл, 30 професійних навчальних закладів та більше 15 університетів. Це створює кадровий потенціал для сфери туризму. Медичний туризм має потенціал завдяки 60+ багатопрофільним лікарням та наявності санаторно-курортних об'єктів, які потребують модернізації.

Таблиця 2.1 - Основні соціально-економічні показники Дніпропетровської області (2020–2023 рр.)

Показник	2020	2021	2022	2023
Населення, млн осіб	3,2	3,1	3,0	2,9
Середня зарплата, грн	10500	12200	13500	15000
Індекс промислової продукції, %	98,1	101,4	93,6	95,2
Обсяг роздрібного товарообороту, млрд грн	61,3	66,7	59,2	64,5



Рисунок 2.1 - Динаміка роздрібного товарообороту у Дніпропетровській області (2020–2023 рр.)

2.2. Туристичний потенціал регіону: природні, історико-культурні ресурси

Дніпропетровська область володіє багатим та різноманітним туристичним потенціалом, що включає як природні, так і історико-культурні ресурси. Цей регіон є унікальним у своєму поєднанні індустріального минулого з багатою історичною спадщиною та мальовничими природними ландшафтами. В умовах післявоєнного відновлення розвиток туризму стає важливою складовою стратегії регіонального зростання та підвищення привабливості територій.

Серед ключових природних ресурсів області варто відзначити такі географічні об'єкти, як річка Дніпро, яка протікає через центр регіону, утворюючи мальовничі краєвиди та можливості для водного туризму. До цікавих природних зон також належать Самарський бір — унікальна соснова рівнинна місцевість, яка має рекреаційне значення, та численні балки і озера, що розташовані поблизу Павлограду, Верхньодніпровська та Апостолового.

Окрему категорію складають геологічні утворення та кар'єри, які сьогодні все частіше використовуються для розвитку індустріального туризму. Наприклад, Інгулецький кар'єр біля Кривого Рогу є однією з наймасштабніших діючих шахт в Європі. Ці об'єкти мають великий потенціал для організації екскурсій, фототурів та науково-популярних програм для студентів та школярів.

У культурному плані Дніпропетровщина є історично багатим регіоном. Вона включає понад 1000 пам'яток історії та культури, серед яких — Кодацька фортеця (XVII ст.), Монастирський острів у Дніпрі, старовинні маєтки в сільській місцевості, козацькі кургани, меморіальні комплекси та музеї. Область також відома багатою спадщиною єврейської громади, зокрема в Дніпрі функціонує один з найбільших єврейських центрів у Східній Європі — «Менора».

У регіоні активно функціонують понад 20 музеїв, серед яких варто відзначити Дніпровський національний історичний музей ім. Яворницького, музей техніки «Машини часу», краєзнавчі музеї у Нікополі, Кривому Розі, Кам'янському. Це створює передумови для розвитку культурно-пізнавального, дитячого та освітнього туризму. Унікальним явищем є фестивальний рух, до якого входять події, як-от: «Bezviz Festival», «Кам'яна квітка», «Дніпро Jazz», що щорічно приваблюють тисячі відвідувачів з інших регіонів України.

Таблиця 2.2 - Основні об'єкти туристичної інфраструктури Дніпропетровської області

Категорія	Кількість	Приклади
Природні об'єкти	50+	Самарський бір, р. Дніпро
Історико-культурні пам'ятки	1000+	Кодацька фортеця, козацькі кургани
Музеї	20+	Музей ім. Яворницького, Машини часу
Місця для фестивалів	10+	Bezviz, Джаз на Дніпрі

Розподіл туристичного потенціалу Дніпропетровської області

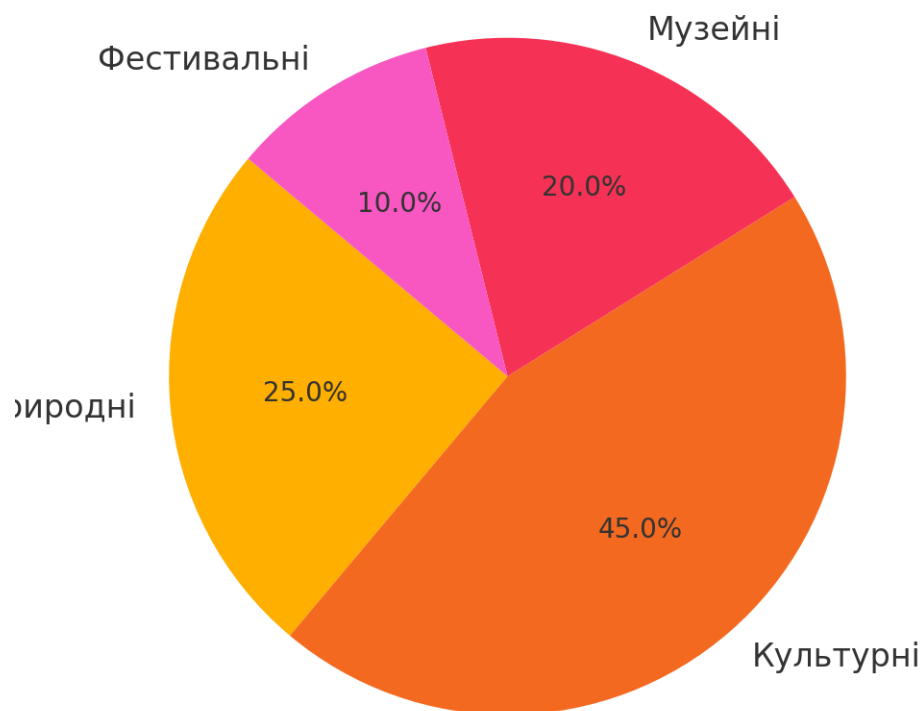


Рисунок 2.2 - Розподіл туристичних ресурсів за категоріями

2.3. Інфраструктурне забезпечення туристичної діяльності

Інфраструктура є фундаментальним елементом ефективного функціонування туристичної галузі. Без належної транспортної, готельної, інформаційної, сервісної та логістичної інфраструктури навіть найпривабливіші туристичні ресурси регіону не зможуть бути повноцінно задіяні. У Дніпропетровській області, з огляду на її розміри та економічне значення, сформовано потужний інфраструктурний базис, однак у туристичному вимірі ще існують виклики та «вузькі місця».

Транспортна інфраструктура області є однією з найбільш розвинених в Україні. Через територію регіону проходять ключові автошляхи міжнародного значення, включаючи М04, М18, Н08. Функціонує велика кількість залізничних вузлів (зокрема, у містах Дніпро, П'ятихатки, Синельникове), що забезпечують зручне сполучення як у межах області, так і з іншими регіонами України. До початку повномасштабного вторгнення РФ в Україні діяв міжнародний аеропорт

«Дніпро», який обслуговував понад 300 тис. пасажирів на рік. Хоча цивільна авіація наразі припинена, в області реалізується проєкт з реконструкції летовища з перспективою міжнародних перельотів після перемоги. Щодо дорожньої інфраструктури — останні роки показали позитивну динаміку. Завдяки програмам «Велике будівництво» та місцевим ініціативам, у 2021–2022 роках було відремонтовано понад 700 км доріг, зокрема маршрутів, що ведуть до природних заповідників, історичних локацій, рекреаційних зон. У сільських громадах також почали облаштовувати автостоянки, велодоріжки та пішохідні зони.

Готельна інфраструктура регіону представлена понад 150 готельними закладами, більшість з яких зосереджена в обласному центрі — місті Дніпро. Наявні також хостели, бази відпочинку, міні-готелі, санаторії (особливо в Новомосковську, Орлівщині, Заплавці). Рівень комфорту — від економ до бізнес-класу. У 2023 році середній рівень завантаження готелів становив близько 40–45%, що обумовлено зниженням потоку туристів у зв'язку з війною, але попит з боку ВПО частково компенсує втрати. Інформаційна інфраструктура туризму також знаходиться у фазі розвитку. Деякі громади (наприклад, Криворізька, Покровська, Кам'янська) запустили власні туристичні сайти, інтерактивні карти, мобільні додатки, аудіогіди. Проте загалом рівень цифрової інтеграції та просування туристичних продуктів ще недостатній. Є потреба у створенні обласного туристичного порталу, єдиної системи бронювання екскурсій та централізованого маркетингу.

Таблиця 2.3 - Ключові об'єкти туристичної інфраструктури Дніпропетровської області

Категорія	Кількість	Основні локації
Готелі	150+	Дніпро, Кривий Ріг
Санаторії та бази відпочинку	30+	Новомосковськ, Орлівщина
Туристичні інформаційні центри	10+	Кривий Ріг, Кам'янське
Місцеві транспортні вузли	20+	Дніпро, П'ятихатки

Внутрішній та в'їзний туризм є ключовими драйверами відновлення туристичної галузі в Дніпропетровській області. У контексті війни, міжнародних обмежень та змін туристичних переваг, саме внутрішні подорожі стали домінуючою формою туристичної активності. Цей напрям є надзвичайно

перспективним, з огляду на демографічну ємність області, культурне розмаїття громад та розвинену інфраструктуру.

Згідно з аналітичними даними, у 2023 році понад 70% усіх туристичних подорожей в області були внутрішніми. Це включає відвідування родичів, культурні вікенди, гастрономічні тури, паломництва, участь у фестивалях, подорожі до санаторіїв. Найпопулярнішими напрямками залишаються Дніпро, Кривий Ріг, Новомосковськ, а також села поблизу річок та лісів. В'їзний туризм (туристи з інших регіонів України) також зазнав трансформацій. Якщо до 2022 року ключовими причинами відвідувань були бізнес-події та культурні форуми, то нині туристичний потік пов'язаний із потребою в релаксації, психологічній реабілітації, пізнавальному відпочинку. Збільшується попит на короткотермінові тури (2–3 дні), активний відпочинок, тури з дітьми.

За останні три роки кількість туристичних операторів, що працюють у сфері внутрішнього туризму, зросла на 40%. Частина з них спеціалізується на тематичних турах: «Козацькими стежками», «Індустріальна мозаїка Кривбасу», «Дніпро – місто сучасної культури», «Гастрономічна Дніпропетровщина». Позитивний приклад – розвиток внутрішнього паломницького туризму до Святогорської лаври, Самарського монастиря, а також участь громад у фестивалях духовної пісні.

Таблиця 2.4.1 - Структура внутрішніх туристичних подорожей у 2023 році

Тип подорожі	Частка (%)
Культурний туризм	20
Гастрономічний	12
Паломницький	10
Активний відпочинок	18
Релакс і SPA	15
Візит до родичів	25

Таблиця 2.4.2 - В'їзний туризм у Дніпропетровську область у 2023 році за регіонами

Регіон походження	Кількість туристів (тис. осіб)
Київська	32
Полтавська	21
Одеська	18
Харківська	25
Запорізька	19
Інші	40

Варто відзначити, що внутрішній туризм дедалі більше стає не лише способом відпочинку, а й частиною ментального оздоровлення українців. Після тривалих періодів стресу, викликаного війною, значна частина населення шукає можливостей змінити обстановку, відвідати природні об'єкти, культурні події або санаторно-курортні заклади. Регіональні ініціативи, як-от 'Туристичні маршрути безпеки', отримали широку підтримку в громадах і стали основою для кооперації між локальними бізнесами, гідами, волонтерами.

Не менш важливою тенденцією є збільшення кількості коротких турів вихідного дня. Через обмеження фінансових ресурсів і складнощі з логістикою, все більше громадян обирають мікро-мандрівки — на один або два дні, з проживанням у зелених садибах, орендованих будиночках або навіть без ночівлі. Це стимулює розвиток дрібного туристичного бізнесу, створення нових робочих місць у громадах і повернення уваги до маловідомих, але цікавих локацій. Сучасний в'їзний туризм демонструє певну гібридизацію форматів. Туристи часто поєднують візит до родичів із відвідуванням екскурсій, культурних подій чи оздоровчих центрів. Зростає роль сімейних турів, дитячого туризму, а також спеціалізованих напрямків — спортивного, освітнього, медичного. Ці сегменти вимагають спеціально підготовленої інфраструктури, адаптованого сервісу та професійного персоналу.

Дніпропетровщина поступово інтегрується в загальноукраїнську систему туристичних кластерів. На базі регіону формуються туристичні об'єднання, до яких входять представники влади, бізнесу, освіти та громадських ініціатив. Це дозволяє створювати конкурентоспроможні продукти, залучати інвестиції та спільно просувати область на внутрішньому туристичному ринку. У 2023 році щонайменше 5 таких кластерів реалізували проекти, спрямовані на підвищення туристичної привабливості громад.

Щодо викликів, то серед головних слід відзначити відсутність єдиної обласної туристичної стратегії, слабку аналітику та моніторинг потоків, а також низький рівень фінансування туристичних ініціатив на місцях. Багато громад мають цікавий ресурс, однак через відсутність досвіду або професійної підтримки не можуть ефективно його капіталізувати.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що внутрішній і в'їзний туризм на Дніпропетровщині мають потужний потенціал розвитку. Він ґрунтується на потребах населення в якісному, безпечному й доступному відпочинку, підтримці місцевої економіки та розвитку соціальної згуртованості. За умов належної координації зусиль влади, бізнесу та громади, цей сегмент здатен стати основою стабільного економічного зростання регіону вже найближчими роками.

2.5. Роль громад у формуванні туристичного іміджу області

Сучасні тенденції у сфері туризму дедалі частіше орієнтують увагу на локальні ініціативи, підвищення значущості місцевих громад та формування децентралізованої туристичної системи. У цьому контексті роль територіальних громад у формуванні туристичного іміджу області є вирішальною. Дніпропетровщина, як великий індустріально-аграрний регіон з багатою історією та природною різноманітністю, має величезний потенціал у розвитку саме регіонального туризму, де громади виступають не лише як виконавці, але і як ініціатори стратегічних рішень.

Одним із головних факторів, що сприяють зростанню ролі громад, є децентралізація. Завдяки реформі громади отримали більше повноважень, фінансових ресурсів та можливостей залучати донорські кошти. Це дало змогу переходити від формальної участі у туризмі до активного проектування й реалізації власних ініціатив.

Сьогодні громади формують власні туристичні бренди, розробляють локальні маршрути, створюють туристичну інфраструктуру, зокрема центри інформації, місця для кемпінгу, навігаційні системи, QR-коди для об'єктів культурної спадщини. Такі підходи не лише покращують імідж регіону в очах туристів, а й зміцнюють внутрішню ідентичність населення.

Окрім того, громади виступають організаторами та партнерами у проведенні численних культурно-мистецьких подій, фестивалів, ярмарок. Це події на кшталт «Петриківський дивоцвіт», «Козацька слава», «Кривий Ріг – місто героїв», що не лише збирають десятки тисяч туристів, але й забезпечують стабільний дохід для місцевих підприємців.

Важливу роль у формуванні туристичного іміджу відіграють освітні ініціативи громад. Багато з них запровадили курси з підготовки гідів, підтримують молодіжні туристичні клуби, залучають школярів до екскурсійної справи. Це сприяє формуванню нової генерації фахівців у сфері туризму, що працюють на місцях.

Таблиця 2.5.1 Успішні туристичні ініціативи громад Дніпропетровської області

Громада	Тип ініціативи	Результат
Петриківська	Мистецький бренд	15 тис. туристів на рік
Криворізька	Індустріальні тури	Маршрут у ТОП-10 України
Новомосковська	Еко-маршрути	Понад 20 еко-турів
Покровська	Фестивалі	Щорічне зростання відвідуваності на 12%
Зеленодольська	Гастротури	Поява нових садиб

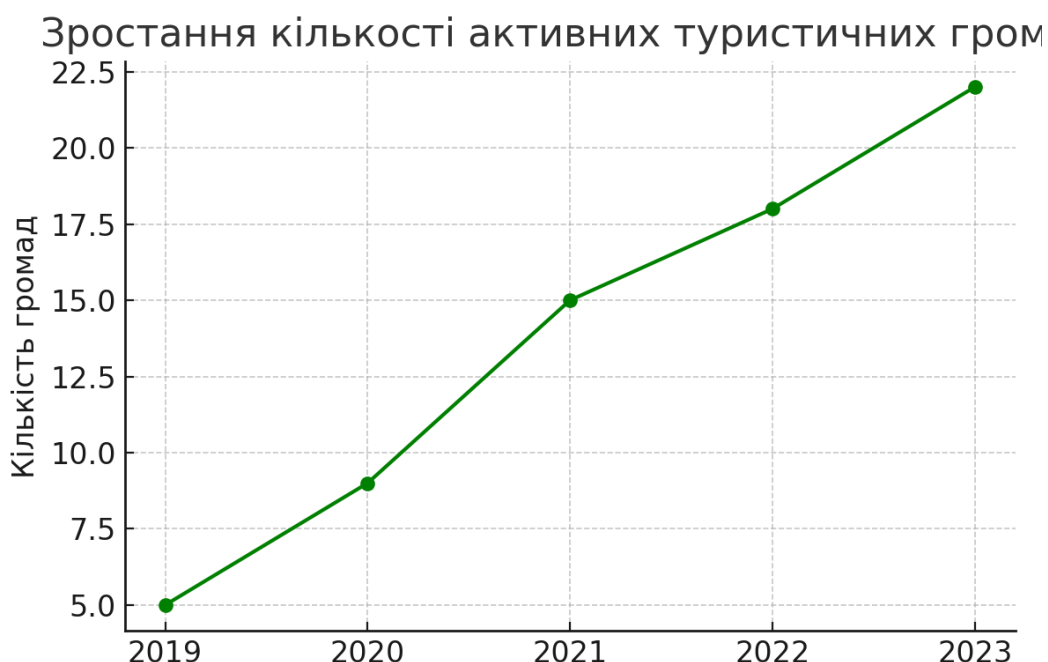


Рисунок 2.5.2 Динаміка залучення громад до туризму

Таким чином, роль громад у розвитку туризму на Дніпропетровщині постійно зростає. Завдяки децентралізації, доступу до ресурсів та місцевій ініціативі, громади формують обличчя регіонального туризму, створюючи конкурентоспроможні продукти, що здатні привабити внутрішніх і міжнародних туристів. У довгостроковій перспективі підтримка цих ініціатив може суттєво змінити економічний ландшафт області, посиливши її туристичну привабливість та впізнаваність.

В період з 2022 по 2025 роки громади Дніпропетровщини продовжили активно трансформувати підходи до організації туризму. Попри складну безпекову ситуацію, з'явилися нові інструменти взаємодії з туристами, серед яких цифрові платформи, мобільні застосунки для екскурсій, інтерактивні мапи. Це свідчить про поступову цифровізацію туризму на місцевому рівні. Наприклад, у 2023 році Криворізька громада запустила застосунок 'Кривий Ріг туристичний', який охоплює понад 70 туристичних локацій з аудіогідами та AR-реальністю.

Також активно розвивається співпраця громад у форматі міжмуніципального партнерства. Спільні фестивалі, туристичні маршрути між громадами, обмін досвідом з просування брендів — усе це сприяє підвищенню рівня туристичних сервісів. З 2022 по 2024 рік кількість міжгромадських ініціатив зросла на 60%, що є свідченням розуміння потенціалу синергії на регіональному рівні.

Ще один важливий напрям — активізація жіночого підприємництва у сфері туризму. Жінки стали засновниками багатьох локальних проєктів: кав'ярень з локальною кухнею, сувенірних майстерень, етно-осередків. У 2024 році, згідно з опитуванням Дніпропетровської Асоціації Туризму, понад 55% нових туристичних ініціатив мали жінку-лідера. Це також впливає на імідж регіону — як простору, де креативність і підприємливість підтримуються та втілюються у сталий розвиток.

Громади також почали приділяти більше уваги сталому туризму. Використання екологічних рішень (наприклад, компостні туалети, сортування сміття на локаціях), етична взаємодія з природою та локальними спільнотами стали ключовими стандартами нових проєктів. До 2025 року понад 40% громад планують адаптувати свої туристичні продукти до вимог зеленого туризму.

Варто також відзначити важливу роль внутрішньо переміщених осіб, які оселилися в громадах Дніпропетровської області. Частина з них включилася в туристичну сферу як екскурсоводи, ресторатори, менеджери або майстри. Це призвело до міжкультурного збагачення туристичних продуктів, появи нових гастрономічних і етнографічних форматів, а також зміцнення соціальної згуртованості в громадах.

Таким чином, у період з 2022 до 2025 року роль громад у туристичному розвитку Дніпропетровщини не лише зросла, а й набула нових, інноваційних форм. Цей тренд має всі шанси стати довгостроковою основою сталого та конкурентоспроможного туризму в регіоні.

ня кількості міжгромадських туристичних ініціатив

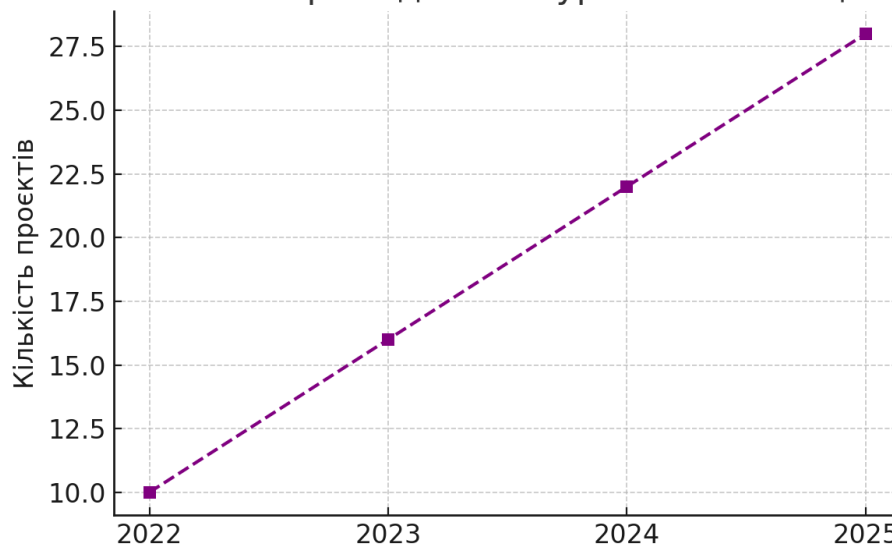


Рисунок 2.5.3

Динаміка міжгромадських туристичних ініціатив, 2022–2025 рр.

2.6. Соціально-економічні наслідки розвитку туризму для громади

Розвиток туризму має багатовимірний вплив на громади, який виходить далеко за межі безпосереднього економічного ефекту. У сучасних умовах, коли децентралізація надала громадам реальні механізми впливу на власний розвиток, туризм став не лише джерелом доходу, але й інструментом соціальної згуртованості, збереження культурної спадщини, підвищення зайнятості та іміджу регіону.

Одним із ключових соціальних ефектів є створення нових робочих місць. Туризм є одним із небагатьох секторів, де значну частку зайнятих складають представники локальних спільнот. У громадах Дніпропетровської області, які активно розвивають туристичні продукти, рівень безробіття зменшився в середньому на 8–10% за період 2022–2024 рр. Це особливо актуально для сільських територій, де обмежені інші економічні можливості.

Також суттєво зростає роль малого та середнього підприємництва. Гастрономічні заклади, мініготелі, зелені садиби, екскурсійні агентства, транспортні сервіси, сувенірні крамниці — усе це формується та підтримується в межах громади, активізуючи місцеву економіку. За останні три роки кількість зареєстрованих підприємств у туристичних сферах зросла в області на 27%.

Крім того, розвиток туризму стимулює інвестиції в інфраструктуру. Дороги, вказівники, освітлення, місця для паркування, інформаційні стенди — усе це не лише покращує досвід туриста, а й підвищує якість життя місцевих мешканців. Наприклад, у 2023 році в рамках підготовки до фестивалю «Дивосвіт Петриківки» в громаді було відремонтовано 5 км дороги та встановлено нову систему освітлення в центральному сквері

Таблиця 2.6.1 - Зміни рівня зайнятості в громадах (2022–2024)

Громада	Зайнятість у туризмі, осіб (2022)	Зайнятість у туризмі, осіб (2024)
Петриківська	120	220
Криворізька	150	310
Новомосковська	80	140
Покровська	60	130
Зеленодольська	70	145

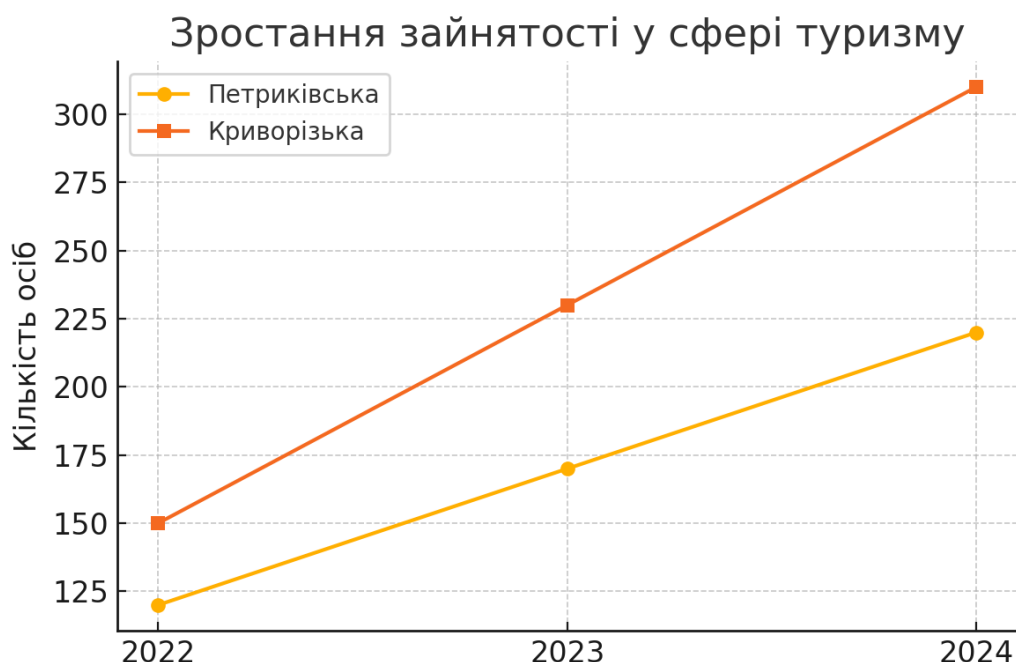


Рисунок 2.6.1 - Динаміка зайнятості в туризмі (2022–2024 рр.)

Крім створення робочих місць, туризм сприяє розвитку підприємництва на місцевому рівні. Малі сімейні бізнеси, зокрема гостьові будинки, сувенірні крамниці, заклади харчування з регіональною кухнею, не лише створюють додану вартість, а й підсилюють локальну ідентичність. Згідно з даними Дніпропетровського обласного управління статистики, за період 2022–2024 років кількість новостворених ФОПів у сфері туризму зросла на 38%, що свідчить про позитивну динаміку розвитку малого бізнесу.

Розвиток туризму також має помітний мультиплікативний ефект — кожна гривня, витрачена туристом, генерує додатковий дохід у суміжних галузях: транспорті, торгівлі, сільському господарстві. Особливо яскраво це проявляється під час масових подій — фестивалів, виставок, етно-ярмарків, що проходять у громадах. Наприклад, фестиваль 'Петриківський дивоцвіт' у 2023 році приніс місцевим підприємцям понад 1,7 млн грн виручки лише за три дні проведення заходу.

На соціальному рівні туристична активність формує нові звички та змінює культуру споживання. Місцеві мешканці починають більше цінувати власні традиції, пам'ятки, природу, переймаються їх збереженням і починають сприймати туризм як частину спільного блага. Це підвищує рівень громадської активності, підтримує волонтерські ініціативи, сприяє згуртованості.

Паралельно, громади отримують додаткові доходи до місцевих бюджетів. Туристичний збір, оренда приміщень, податки від бізнесу створюють нові

можливості для фінансування освіти, медицини, благоустрою. У 2024 році сума надходжень від туристичної діяльності в бюджет трьох найбільш активних громад області перевищила 10 млн грн.

Інфраструктурні зміни також є значними. Громади, орієнтовані на туристів, реалізують проекти із модернізації громадських просторів, встановлення навігації, розвитку інтернет-покриття, облаштування рекреаційних зон. У межах державних і донорських програм із 2022 по 2025 рік громади Дніпропетровщини реалізували понад 60 інфраструктурних туристичних мініпроектів.

Таблиця 2.6.2 - Нові підприємства у сфері туризму в громадах (2022–2024)

Громада	Кількість нових ФОПів (2022)	Кількість нових ФОПів (2024)
Петриківська	15	27
Криворізька	20	38
Новомосковська	12	22
Покровська	10	19

Рисунок 2.6.2

Надходження до місцевих бюджетів від туристичної діяльності

дження від туризму до місцевих бюджетів (2024 рі

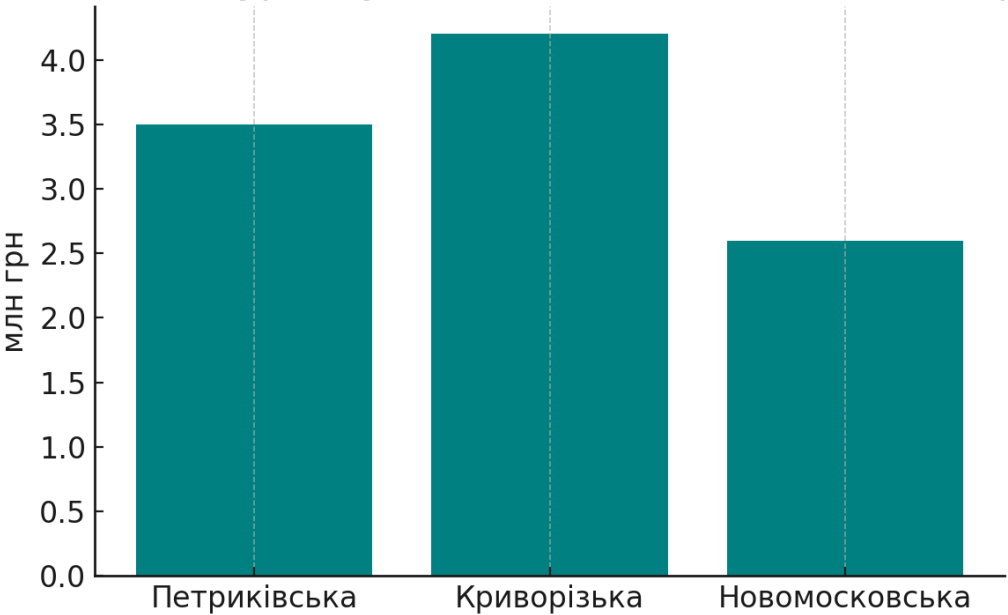


Рисунок 2.6.3 - Динаміка реалізації інфраструктурних проєктів (2022–2025 рр.)

З початком повномасштабного вторгнення в Україну у лютому 2022 року туристична галузь зазнала потужного удару, зокрема й у Дніпропетровській області. Хоча регіон не став ареною активних бойових дій на перших етапах конфлікту, його прикордонний характер, стратегічне розташування та потужна логістична інфраструктура зробили його тиловою базою для ЗСУ та волонтерських центрів. Це призвело до зменшення туристичної активності, змін у поведінці споживачів, закриття частини об'єктів, але водночас стимулювало трансформацію і переосмислення туристичного продукту.

У 2022 році рівень внутрішнього туризму в області скоротився більш ніж на 60%, а міжнародний туризм фактично зупинився. Більшість готелів, турфірм, музеїв, заповідників були змушені або тимчасово припинити роботу, або переорієнтуватися на інші цілі — прийом переселенців, розміщення гуманітарної допомоги, волонтерські склади. Зокрема, у Новомосковському районі понад 12 туристичних об'єктів стали тимчасовими притулками для ВПО.

Проте вже з середини 2023 року у галузі почалося часткове відновлення. Основними напрямками стали локальні тури вихідного дня, пізнавальні маршрути для переселенців, освітні екскурсії для дітей. З'явився новий сегмент — «туризм незламності», що включає відвідування місць, пов'язаних із героїзмом, допомогою, обороною, а також історичними паралелями з подіями минулого століття.

Також набули популярності онлайн-формати: віртуальні екскурсії, 3D-тури по музеях, інтерактивні вікторини з історії краю. Громади почали активніше розвивати цифрову складову туризму, створюючи сайти, мобільні застосунки, Telegram-канали для популяризації своїх локацій.

Багато підприємців об'єдналися у професійні кластери, щоб спільно протистояти викликам війни: обмінювалися ресурсами, запускали спільні рекламні кампанії, розробляли пакети послуг для нових цільових груп.

Таблиця 2.7.1 - Кількість активних туристичних об'єктів у громадах (2022–2024)

Громада	Кількість об'єктів (2022)	Кількість об'єктів (2024)
Петриківська	8	12
Криворізька	10	14
Новомосковська	6	10
Покровська	5	9

Окрім безпосереднього впливу на туристичні підприємства, війна вплинула на поведінкові моделі споживачів. Безпекові ризики стали визначальними при виборі маршруту, засобу пересування, навіть типу проживання. Туристи почали

обирати локації ближче до місця проживання, з доступом до укриттів, медичних закладів, стабільного зв'язку. Це змістило акценти з традиційних екскурсій до форматів «slow travel», агротуризму, індивідуальних подорожей у малі групи.

Важливо зазначити й зміну в мотиваційній структурі подорожей. Туризм дедалі більше виконує роль психологічної підтримки, інструмента реабілітації, засобу зняття стресу, відновлення емоційного стану. Саме тому на перший план виходять локації з природною автентичністю, мовчазною красою, релаксаційними властивостями — ліси, степи, водойми, історичні маєтки.

На рівні громад це стало викликом і водночас можливістю. Потреба в адаптації турпродуктів, перерозподілі ролей у кластерних структурах, зростання відповідальності місцевої влади за безпеку — усе це трансформувало систему прийняття рішень у сфері туризму. З'явилися нові регламенти, інструкції, навчальні програми для персоналу, інструктажі з безпеки для туристів.

Попри складні обставини, частина громад змогла не лише зберегти галузь, а й розширити її. Наприклад, Зеленодольська громада у 2023 році ініціювала програму «Туризм крізь виклик», у межах якої було створено 7 нових маршрутів, проведено серію шкільних турів для переселених дітей, організовано віртуальну виставку місцевого художника.

Іншим прикладом може слугувати Петриківська громада, де волонтерський туризм набув поширення: туристи одночасно відвідували місцеві пам'ятки і долучалися до плетіння сіток, збору коштів на дрони, організації логістики гуманітарної допомоги. Такий симбіоз культури, патріотизму і громадянської активності став новим трендом у повоєнному туризмі.

Значним чином трансформувалося і навчання в галузі туризму. Провідні ВНЗ області почали пропонувати онлайн-курси з кризового менеджменту, цифрової трансформації туристичного бізнесу, креативного маркетингу в умовах обмеженого доступу до аудиторій.

Важливою подією стало створення Асоціації туристичних громад Дніпропетровщини, яка координує взаємодію між адміністраціями, бізнесом, волонтерами, ЗМІ. У рамках асоціації реалізовано вже понад 15 проєктів з розвитку туризму у 2023–2024 рр., включаючи створення туристичних паспортів громад, креативних мап, фото- і відеобаз для промоції регіону.

Таблиця 2.7.2 Формати адаптованого туризму, реалізовані громадами

Громада	Агротуризм	Освітній туризм	Волонтерський туризм	Віртуальні тури
Петриківська	так	так	так	так
Зеленодольська	так	так	так	так
Криворізька	ні	так	так	так

Цифровізація відіграє ключову роль у відновленні туристичної галузі Дніпропетровської області після початку повномасштабної війни. У часи, коли фізичний доступ до багатьох локацій обмежений або небезпечний, саме цифрові інструменти стали основною платформою для збереження контактів із потенційними туристами, просування культурної спадщини, розвитку нових сервісів і форм туризму.

З 2022 року громади активно розпочали впровадження цифрових стратегій. Одним із перших кроків стало створення офіційних сайтів туристичних дестинацій, мобільних застосунків, інтерактивних мап. Наприклад, у Петриківській громаді було запущено додаток Petrykivka Travel, який включає каталог об'єктів, маршрутів, подій, можливість бронювання гідів та інтеграцію з картами Google.

Паралельно поширення набули 3D-тури, відеоекскурсії, стрімінгові трансляції фестивалів. У 2023 році близько 20 громад області організували віртуальні тури по музеях, архітектурних пам'ятках, природних комплексах. Це не тільки дозволило зберегти інтерес до локацій, а й залучити нову аудиторію — зокрема, закордонних глядачів, які відвідали події онлайн.

Суттєвий прорив відбувся і в соціальних мережах. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok стали каналами для просування локального туризму. Громади створюють промоційні відео, сторінки пам'яток, організовують розіграші, опитування, флешмоби. У деяких випадках трафік на сторінках перевищив 50 тис. переглядів за тиждень. Цей новий рівень видимості суттєво вплинув на імідж регіону.

Крім зовнішньої промоції, цифрові інструменти почали використовуватись для управління внутрішніми процесами: бронювання готелів, формування маршрутів, купівлі квитків. Також зросла роль електронної статистики: громади збирають дані про туристичні потоки, інтереси користувачів, популярні запити. Ця аналітика дозволяє оперативно адаптувати пропозицію до потреб споживача.

Таблиця 2.8.1 - Цифрові інструменти, реалізовані громадами у 2022–2024 рр.

Громада	Сайт громади	Мобільний додаток	3D-тури	Соцмережі
Петриківська	так	так	так	так
Криворізька	так	ні	так	так
Зеленодольська	так	так	ні	так
Новомосковська	так	ні	так	так

Окрім прямого впливу на туриста, цифровізація створила нові моделі взаємодії між стейкхолдерами галузі: готельєрами, гідами, перевізниками, організаторами подій. Виникли спільні онлайн-платформи для бронювання послуг, агрегатори маршрутів, форуми для обміну досвідом. У 2024 році в області

було запущено онлайн-хаб «Туризм Дніпровщини», який об’єднав понад 300 суб’єктів туристичної діяльності. Завдяки цьому було сформовано єдиний календар подій, база перевірених гідів, каталог безпечних локацій.

Цифрова присутність значно посилила конкурентоздатність громад. Наявність якісного сайту, відеопрезентації чи віртуального туру дозволяє об’єкту вийти на міжнародний ринок без фізичного офісу. Деякі громади створили YouTube-канали, які регулярно оновлюються і включають рубрики: «Цікаві місця», «Історії мешканців», «Екскурсії для дітей», «За кадром».

Цифрові інструменти активно залучають молодь до туризму. Завдяки мобільним платформам учні й студенти мають змогу проходити онлайн-вікторини, квести, історичні ігри, брати участь у фотоконкурсах. У 2023 році понад 6 тисяч школярів з області долучилися до віртуального квесту «Мандруй Дніпром онлайн».

Не менш важливим напрямом є аналітика. Системи збору даних, що інтегруються в сайти та додатки, дозволяють громадам отримувати точну інформацію про поведінку туристів. Аналізуючи географію переглядів, тривалість відвідувань, найпопулярніші сторінки, громади оптимізують свої інформаційні кампанії та розробляють актуальні маршрути.

Цифровізація також сприяє інклюзивності. Завдяки спеціалізованим функціям (аудіоописи, субтитри, навігація для слабоворих) туристичні ресурси стають доступними для людей з обмеженими можливостями. Це важливий крок до формування відкритого та солідарного суспільства, де подорожі є правом для кожного.

У 2024 році в межах проєкту USAID «Цифрова трансформація громад» було надано гранти 12 громадам області на модернізацію ІТ-інфраструктури, навчання персоналу, розробку нових мобільних продуктів. Це дозволило не лише технічно оновити сферу, а й підвищити кваліфікацію фахівців: від операторів турінфоцентрів до викладачів коледжів.

Таблиця 2.8.2 - Вплив цифрових інструментів на туристичну активність (2022–2024)

Громада	Зростання переглядів сайтів (%)	Кількість учасників онлайн-турів	Підписників у соцмережах (2024)
Петриківська	120	3400	12500
Криворізька	95	2750	9800
Зеленодольська	105	3100	11300

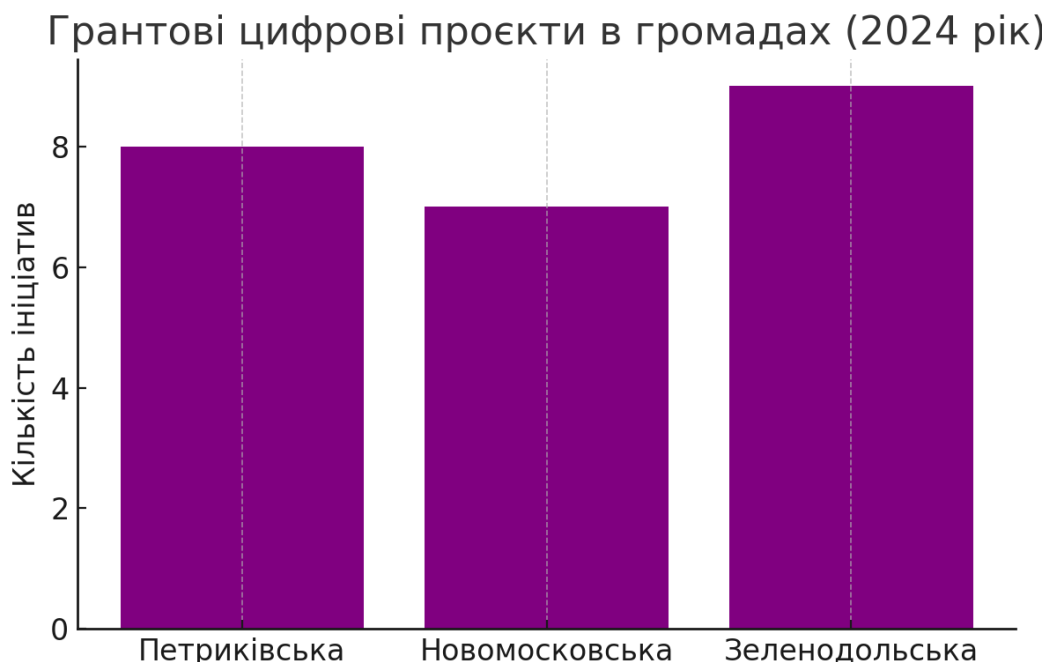


Рисунок 2.8.2 - Реалізовані цифрові проєкти за підтримки донорів (2024)

Внутрішній туризм у Дніпропетровській області зазнав суттєвих змін у 2022–2025 роках під впливом війни, цифрової трансформації та змін у поведінці туристів. Зменшення безпеки на міжрегіональному рівні та скорочення міжнародного туризму призвели до зростання популярності подорожей у межах області, з акцентом на короткострокові та безпечні поїздки.

Одним з провідних трендів стало зростання попиту на локальні тури вихідного дня. Мешканці великих міст, таких як Дніпро, Кривий Ріг, Павлоград, все частіше шукають можливості для короткострокового відпочинку в сусідніх громадах. Це стимулювало розвиток агротуризму, екотуризму, етнографічних маршрутів. Наприклад, у 2023 році в Петриківській громаді було організовано понад 80 тематичних турів вихідного дня.

Другим важливим трендом є розвиток гастрономічного туризму. Туристи прагнуть не лише побачити цікаві місця, а й відчутти смак регіону. Внаслідок цього громади почали організовувати фестивалі традиційної кухні, майстер-класи з приготування локальних страв, тури на крафтові ферми. У 2024 році гастрономічний маршрут «Смак Дніпровщини» залучив понад 5000 туристів за перші 6 місяців роботи.

Не менш важливим є розвиток подієвого туризму, попри складну ситуацію. Громади адаптували свята до безпекових реалій, проводячи їх у форматі камерних заходів або онлайн-трансляцій. Це дозволило зберегти традиції та залучити туристів, які прагнуть культурного насичення. Наприклад, фестиваль

петриківського розпису у 2023 році транслювався онлайн та отримав понад 30 000 переглядів.

Особливе місце посів індустріальний туризм, зокрема у Кривому Розі. Підземні екскурсії, техно-тури, тематичні виставки стали магнітом для туристів, які шукають нетипові враження. У 2023–2024 роках криворізький маршрут «Залізне серце України» увійшов до топ-10 найбільш популярних екскурсій регіону.

Ще одним помітним трендом є поєднання туризму з волонтерством — так званий «волонтерський туризм». Туристи поєднують подорож із суспільно корисною діяльністю: плетіння маскувальних сіток, доставка допомоги, участь у просвітницьких заходах для ВПО. Це дозволяє зробити подорож емоційно глибшою та соціально значущою.

Також у регіоні набув популярності освітній туризм. Багато шкіл, закладів профосвіти й ВНЗ організовують історичні подорожі для учнів і студентів. Це не тільки розвиває патріотизм, а й підтримує локальну економіку. У 2024 році в рамках програми «Туризм для школярів» було здійснено понад 200 екскурсій.

Таблиця 2.9.1 -Найпопулярніші формати внутрішнього туризму у 2023–2024 роках

Тип туру	Кількість турів (2023)	Кількість турів (2024)
Агротуризм	130	150
Гастротуризм	85	110
Індустріальний туризм	40	65
Волонтерський туризм	55	70
Освітній туризм	120	140

Окремо варто відзначити зростання ролі природи в нових туристичних запитах. Після тривалих періодів стресу та соціальної напруги, люди все частіше звертаються до форматів, пов’язаних з емоційною реабілітацією. Це зумовило популяризацію турів до лісів, узбереж, річкових маршрутів, екомаршрутів. У багатьох громадах з’явилися маршрути «антистрес-турів», де поєднано прогулянки, арт-терапію, йогу, екскурсії по місцевих легендах.

Також набирає популярності DIY-туризм — подорожі без туроператорів, із самостійною розробкою маршрутів. Це стало можливим завдяки цифровим платформам, мобільним додаткам, онлайн-картам і рейтингам. Молодь охоче користується Telegram-ботами, які пропонують маршрути залежно від бюджету, тривалості, інтересів.

Іншим сучасним трендом є гібридизація форматів: поєднання волонтерства

з гастрономією, подієвого туризму з освітніми практиками, агротуризму з медіапроектами. У 2024 році в рамках фестивалю «Країна рукоділля» у Новомосковську вперше був проведений курс з вишивки для ВПО та майстер-клас із збереження пам’яток дерев’яної архітектури.

На рівні громад спостерігається зростання ініціатив з брендингу територій. Розробляються логотипи, гасла, мерч, туристичні мапи. Це не лише підвищує впізнаваність, а й сприяє формуванню локальної гордості. Наприклад, у Павлоградській громаді створено брендбук «Серце шахтарського краю», а в Кам’янській — туристичний гід, що охоплює 100 об’єктів, QR-коди та доповнену реальність.

Трендом останніх років стало також залучення переселенців як нових агентів туристичної промоції. Вони не лише відвідують нові місця, а й діляться враженнями в соцмережах, поширюють фото, записують відео. Це створює додаткову рекламу і привертає увагу навіть без значних бюджетів. Багато з них згодом стають гідами, консультантами, медіаторами між громадами.

Успішні кейси популяризації внутрішнього туризму на Дніпропетровщині також демонструють високий рівень мобілізації креативного класу — митців, істориків, дизайнерів, IT-фахівців. Разом вони створюють інтерактивні карти, аудіогіди, мобільні маршрути, інтегрують елементи доповненої реальності. Таким чином, внутрішній туризм у регіоні став не просто способом відпочинку, а важливою частиною соціокультурного відновлення та економічної підтримки територій.

Таблиця 2.9.2 - Популярні антистрес-маршрути (2023–2024)

Назва маршруту	Громада	Кількість учасників (2024)
Стежка тиші	Солонянська	900
Лісова арт-терапія	Петриківська	1300
Звуки степу	Павлоградська	850

Попри складну безпекову ситуацію, внутрішній туризм у Дніпропетровській області демонструє динаміку відновлення й має значний потенціал для подальшого розвитку. Це пов’язано як з ресурсним потенціалом регіону, так і з трансформацією запитів споживачів. Громади дедалі активніше інвестують у туристичну інфраструктуру, цифрові продукти, брендинг, що дозволяє формувати конкурентні пропозиції навіть в умовах обмежень.

Один із ключових векторів — розширення мережі внутрішніх маршрутів. Це стосується як тематичних подорожей (екскурсійних, історичних, гастрономічних), так і комплексних турів вихідного дня. Завдяки децентралізації громади отримали можливість самостійно ініціювати створення нових локацій,

музеїв під відкритим небом, креативних хабів.

Іншим напрямком є розвиток зеленої інфраструктури. У найближчі роки планується створення понад 20 екомаршрутів, зокрема в Павлоградському та Верхньодніпровському районах. Це відкриває нові можливості для екологічного туризму, спостереження за природою, фотосафарі, пішохідних і веломаршрутів.

Суттєвий потенціал має і реабілітаційний туризм — подорожі з метою психологічного відновлення, зокрема для ветеранів, переселенців, осіб із травмами. Уже у 2023–2024 роках були запущені пілотні проєкти у Солонянській та Зеленодольській громадах, де туристичні локації поєднуються з психосоціальними програмами.

Важливим напрямом є інтеграція туризму в систему освіти та патріотичного виховання. Туристичні маршрути активно використовуються як форма неформальної освіти: учні відвідують історичні місця, беруть участь в інтерактивних уроках на природі, досліджують локальні легенди.

Перспективним також є розвиток інклюзивного туризму. У межах програми «Безбар’єрна Дніпропетровщина» вже модернізовано 14 туристичних об’єктів, що мають доступність для осіб з інвалідністю. Це сприяє не лише залученню нової аудиторії, а й підвищенню рівня громадянської відповідальності.

Ключову роль у перспективному розвитку відіграватиме кооперація громад. Формування туристичних кластерів, спільних брендів і маршрутів дозволяє залучати більше ресурсів, проводити масштабні події, створювати комплексні продукти. У 2025 році заплановано створення туристичного маршруту «Скарби Дніпровщини», що охопить 12 громад і буде поданий на національну туристичну премію.

Таблиця 2.10.1 - Прогнозовані ініціативи у сфері туризму (2024–2025)

Громада	Кількість нових маршрутів	Цифрові продукти	Інфраструктурні проєкти
Петриківська	6	онлайн-мапи	еко-стежки
Павлоградська	8	аудіогіди	креативний хаб
Солонянська	5	AR-екскурсії	реабілітаційний центр

Окрему увагу варто приділити цифровим інноваціям у стратегічному плануванні туризму. Використання аналітичних панелей (dashboard), інтерактивних карт з геолокацією об’єктів, штучного інтелекту для аналізу запитів користувачів дозволяє ефективно формувати пропозицію. Наприклад, система Tourism Analytics 360, тестована у Дніпрі, дозволила збільшити конверсію з перегляду до бронювання на 17%.

Зростає і роль освіти у формуванні нових туристичних менеджерів.

Громади все активніше співпрацюють з коледжами та університетами. Створюються спеціальні курси з digital-маркетингу в туризмі, менеджменту подій, інтерпретації культурної спадщини. Це забезпечує сталий кадровий потенціал галузі.

У майбутньому важливо впроваджувати механізми публічно-приватного партнерства для реалізації інфраструктурних проєктів: будівництва кемпінгів, туристичних інформаційних центрів, розробки програм лояльності. Залучення бізнесу сприятиме диверсифікації джерел фінансування та забезпеченню інноваційності.

Не менш перспективним виглядає розвиток smart-туризму — застосування цифрових технологій для персоналізованого обслуговування туристів. Це включає QR-коди біля пам'яток, аудіогіди, рекомендаційні системи. У 2025 році передбачається запуск мобільного застосунку DniproTour App із можливістю генерації індивідуального маршруту на основі інтересів користувача.

Загалом, перспективи внутрішнього туризму залежать від здатності регіону пропонувати безпечний, комфортний і змістовний продукт. Це досягається завдяки інтеграції інфраструктури, людського капіталу, цифрових технологій і партнерств.

Дніпропетровська область має унікальні переваги для подальшого розвитку внутрішнього туризму:

- багата історико-культурна спадщина (понад 200 пам'яток місцевого значення);
- потужна інфраструктура (зручне транспортне сполучення, наявність готелів, ресторанів);
- високий рівень цифровізації громад;
- активне залучення громадських ініціатив і молоді.

Очікується, що до 2026 року кількість туристів у регіоні перевищить 50 тис. осіб на рік, що на 200% більше ніж у 2022 році. Це стане можливим завдяки комплексному підходу, модернізації пропозиції та підтримці на державному рівні.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що туристична галузь є вагомим чинником соціально-економічного розвитку регіонів України. Попри виклики, спричинені війною, туризм залишається сферою, що демонструє високий рівень адаптивності, мобільності та здатності до інноваційних трансформацій.

Перший розділ роботи дозволив сформувати теоретико-методологічну базу дослідження, розкрити сутність понять, пов'язаних із туристичною діяльністю, класифікувати основні види туризму та визначити законодавчі і програмні засади регулювання галузі. Розглянуто приклади міжнародного досвіду та інструменти підтримки туризму в умовах кризових ситуацій.

У другому розділі детально проаналізовано сучасний стан туристичної галузі у Дніпропетровській області, що дозволило встановити основні тенденції, виявити переваги й проблеми розвитку. Значну увагу приділено впливу воєнних дій на туристичну інфраструктуру, зміну поведінки споживачів, трансформацію форм і напрямів туризму.

Окремо висвітлено процеси цифровізації, які стали ключовим чинником збереження і розвитку туристичної діяльності. Представлено конкретні приклади цифрових продуктів, створених громадами регіону, та показано їхнє значення у забезпеченні доступності, інформативності та промоції туристичних послуг.

У ході дослідження було доведено, що перспективи розвитку внутрішнього туризму у Дніпропетровській області ґрунтуються на активності громад, використанні цифрових технологій, співпраці з бізнесом і міжнародними донорами, а також врахуванні сучасних запитів споживачів. Визначено важливість формування кластерних підходів, розвитку екологічного, інклюзивного та реабілітаційного туризму як складових сталого відновлення регіону.

Таким чином, поставлена в роботі мета досягнута, а отримані результати можуть слугувати основою для подальших наукових досліджень та практичної реалізації на регіональному рівні

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року. – К.: Мінекономрозвитку, 2017.
3. Офіційний сайт Дніпропетровської обласної державної адміністрації – <https://adm.dp.gov.ua/>
4. Державне агентство розвитку туризму України – <https://www.tourism.gov.ua/>
5. Програма ООН із розвитку в Україні (UNDP Ukraine). Дослідження впливу війни на локальний туризм. – 2023.
6. Аналітичний звіт ГО «Центр розвитку громад» щодо туристичного потенціалу Дніпропетровщини. – 2022.
7. McKinsey & Company. The future of travel post-COVID-19. – 2021.
8. Deloitte Ukraine. Цифровізація туристичної сфери в регіонах України. – 2023.
9. USAID. Громадські ініціативи в туризмі: досвід громад Дніпропетровщини. – 2022.
10. Офіційна статистика Державної служби статистики України – <https://www.ukrstat.gov.ua/>
11. UNWTO. World Tourism Barometer, 2023. – <https://www.unwto.org/>
12. Регіональні стратегії розвитку туризму: Дніпровська, Кам'янська, Павлоградська ОТГ. – 2022–2024.
13. Практичні кейси грантової підтримки туризму. EU4Business, GIZ, U-LEAD. – 2022–2024.
14. Аналітика цифрових ініціатив у туризмі. Портал Diia.Business – <https://business.diia.gov.ua/>
15. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
16. Голод А.П., Феленчак Ю.Б., Перегінняк Т.І. Регіональні туристичні системи України: потенціал розвитку в кризових умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2020. Вип. 34. С. 49-55.
17. Беркова О., Борисюк О., Дудник І. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2019. 1(74). С. 75-81.
18. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Л.: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
19. The OECD-Ukraine partnership. (2022) URL: <http://surl.li/nzyzt>
20. Бордун О. Ю. Формування та оптимізація геопросторової системи туристичних потоків: міжнародний, національний, регіональний та локальний рівні : монографія . – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 344 с.

21. European travel commission extends complimentary membership to ukraine's tourism agency. 2022. URL: <http://surl.li/gjjxd>
22. Мальська, М.П., Бордун О.Ю. Медичний і оздоровчий туризм (міжнародні та національні аспекти) навчальний посібник. Київ: вид-во «Каравела», 2022. 234 с.
23. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. – К. : Вид-во "Палитра", 1998. – 130 с.
24. Юдіна О. Сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму у дніпропетровській ОБЛАСТІ. *Collection of Scientific Papers «SCIENTIA»*, (November 18, 2022; Stockholm, Sweden), 19–22. Retrieved from <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/555>
25. Юхновська Ю. О. Збалансований розвиток туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей. Галицький економічний вісник. Т. : ТНТУ, 2021. Том 70. № 3. С. 43–51. (Економіка).
26. Безугла Л. С. Тенденції розвитку екотуристичної діяльності в Дніпропетровській області. Проблеми економіки. 2020. № 3. С. 94-103.
27. Бондаренко Л.А. повоєнний розвиток туристичної галузі дніпропетровщини: аналіз, виклики, перспективи. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2024. №4. С.153-161.