УДК 338.48:007.64
DOI https://doi.org/https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.39

Москвич Ольга Дмитрівна,
кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри культурології
Волинського національного університету імені Лесі Українки
orcid.org/0000-0001-6964-7863
moskvych.olha@vnu.edu.ua

Шостак Віктор Михайлович,
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри культурології,
Волинського національного університету імені Лесі Українки
orcid.org/0000-0002-4837-9633
shostakvictor4@gmail.com

Столярчук Наталія Миколаївна,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри культурології
Волинського національного університету імені Лесі Українки
orcid.org/0000-0003-4331-7051
natalia100lyarchyk@gmail.com

КРЕАТИВНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ

У статті досліджується важливість креативності та стратегічного планування в реалізації соціокультурних проєктів в українському туристичному секторі в умовах воєнного конфлікту, економічних викликів і глобалізації. Туризм розглядається як багатогранна система, що об'єднує культурну дипломатію, інновації, креативну економіку та підтримку місцевих громад.

Аналізується вплив повномасштабної війни Росії проти України на туристичну інфраструктуру, спостерігається суттєве скорочення міжнародних поїздок і трансформація функцій туризму – від традиційно розважального до гуманітарного, меморіального та соціального. На прикладах проєктів "Ukraïner" і «Тустань» продемонстровано успішне поєднання місцевих ініціатив з культурними традиціями та міжнародним співробітництвом, що сприяє залученню інвестицій і підтримки європейських фондів. Особливу увагу приділено ролі програм Creative Europe та UNESCO, які підтримують відновлення культурної спадщини й розвиток креативних індустрій в Україні, а також сприяють підтримці громадян України в різних країнах Європи.

Розглядаються також сучасні тенденції, як-от волонтерський туризм, туризм солідарності та меморіальний туризм, які допомагають створювати позитивні міжнародні наративи й посилювати соціальну згуртованість у складних умовах.

Наголошено на важливості міжкультурної комунікації як дієвому й ефективному інструменті підвищення якості стратегічного планування та розвитку партнерства в межах локальних і більш глобальних соціокультурних ініціатив.

Актуальність теми визначається необхідністю адаптації туристичного сектору України до викликів воєнного часу та впровадженням новаторських підходів у стратегічне планування та реалізацію соціокультурних проєктів. Результати демонструють, що інтегрований підхід, в якому поєднуються креативність, партнерство й міжнародна підтримка, є ключовим для сталого розвитку галузі та збереження культурної ідентичності країни.

© Москвич О. Д., Шостак В. М., Столярчук Н. М., 2025
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Висновки можуть слугувати основою для створення ефективної політики, спрямованої на відновлення туристичної сфери та посилення міжнародної конкурентоспроможності України.

Ключові слова: війна, волонтерський туризм, інвестиції, креативність, культурна спадщина, культурний туризм, міжкультурна комунікація, міжнародна співпраця, меморіальний туризм, соціокультурні проєкти, стратегічне планування, туристична галузь України.

Moskvych Olha,
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Cultural Studies
Lesya Ukrainka Volyn National University
orcid.org/0000-0001-6964-7863
moskvych.olha@vnu.edu.ua

Shostak Victor,
Candidate of Historical Science, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Cultural Studies
Lesya Ukrainka Volyn National University
orcid.org/0000-0002-4837-9633
shostakvictor4@gmail.com

Stoliarchuk Nataliia,
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Cultural Studies
Lesya Ukrainka Volyn National University
orcid.org/0000-0003-4331-7051
natalia100lyarchyk@gmail.com

CREATIVITY AND STRATEGIC PLANNING OF SOCIO-CULTURAL PROJECTS IN THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE: INTERCULTURAL COMMUNICATION AND INTERNATIONAL INVESTMENT

The article examines the importance of creativity and strategic planning in the implementation of socio-cultural projects in the Ukrainian tourism sector in the context of military conflict, economic challenges and globalization. Tourism is considered as a multifaceted system that combines cultural diplomacy, innovation, creative economy and support for local communities.

The impact of Russia's full-scale war against Ukraine on the tourism infrastructure is analyzed, a significant reduction in international travel and the transformation of tourism functions are observed – from traditionally entertaining to humanitarian, memorial and social. The examples of the projects "Ukrainer" and "Tustan" demonstrate the successful combination of local initiatives with cultural traditions and international cooperation, which contributes to attracting investments and support from European funds. Special attention is paid to the role of the Creative Europe and UNESCO programs, which support the restoration of cultural heritage and the development of creative industries in Ukraine, as well as contribute to the support of Ukrainian citizens in various European countries.

It also examines current trends, such as volunteer tourism, solidarity tourism, and memorial tourism, which help create positive international narratives and strengthen social cohesion in difficult conditions.

The importance of intercultural communication as an effective and efficient tool for improving the quality of strategic planning and developing partnerships within local and more global socio-cultural initiatives is emphasized.

The relevance of the topic is determined by the need to adapt the tourism sector of Ukraine to the challenges of wartime and introduce innovative approaches to strategic planning and implementation of socio-cultural projects. The results demonstrate that an integrated approach, combining creativity, partnership, and international support, is key to the sustainable development of the industry and the preservation of the country's cultural identity.

The conclusions can serve as the basis for creating effective policies aimed at restoring the tourism sector and strengthening the international competitiveness of Ukraine.

Key words: war, volunteer tourism, investments, creativity, cultural heritage, cultural tourism, intercultural communication, international cooperation, memorial tourism, socio-cultural projects, strategic planning, tourism industry of Ukraine.

Актуальність теми дослідження. Туристична галузь України, що об'єднує економічні, культурні та соціальні аспекти, відіграє вкрай важливу роль у формуванні позитивного іміджу країни на світовій арені та сприяє активному міжкультурному діалогу. В умовах сучасної глобалізації та цифрових змін туризм дедалі більше розглядається не лише як вид економічної діяльності, а як комплексна міждисциплінарна система, що охоплює креативні підходи, культурну дипломатію, стратегічне планування та механізми інвестування (Мазаракі, Бойко, & Охріменко, 2021, с. 4–5). Завдяки значному соціокультурному потенціалу Україна має можливість, за умови ефективного управління, перетворити його на потужний ресурс для розвитку інноваційного й перспективного туризму (Nusraningrum & Pratama, 2019).

Туристична сфера нині стикається з низкою серйозних структурних і зовнішньополітичних викликів. Найбільш критичним серед них є повномасштабна війна Росії проти України, що суттєво вплинула на діяльність як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Воєнні дії, ризики для безпеки, економічна нестабільність та руйнування інфраструктури значно ускладнюють розвиток культурно-туристичних проєктів, знижують інвестиційну привабливість країни на міжнародній арені, а також створюють перепони для міжкультурного діалогу (Білицька, 2023). У таких умовах дедалі важливішим стає стратегічне мислення, використання проєктного підходу та креативність як ключові елементи адаптації та поступового відновлення галузі.

Актуальність нашої статті набуває особливої значущості й через необхідність переосмислення ролі культурного туризму в умовах кризи та війни. Це включає пошук нових форматів міжнародної співпраці, як-от культурні обміни, партнерські проєкти, цифрові ініціативи та впровадження принципів креативної економіки. Світовий досвід демонструє, що соціокультурні проєкти з високою доданою цінністю не лише сприяють життєздатності туристичної галузі навіть у періоди нестабільності, але й можуть стати потужним інструментом м'якої сили, забезпечувати довгострокову культурну присутність на міжнародній арені.

Виклад матеріалу. У сучасній науковій літературі дедалі більше уваги приділяється креативним підходам до розроблення туристичних продуктів (Palenčíková, & Csapó, 2021; New Trends in Tourism, 2025), особливостям міжкультурної комунікації у проєктному менеджменті (Devjak, Sabidussi, Bezcioğlu-Göktolga, & Smeets, 2023; Cuhlova, 2023), а також інституційним і фінансовим аспектам культурної дипломатії (Pajtinka, 2017; Luque, 2022). Однак у контексті України бракує системних досліджень, які б поєднували ці підходи в єдиній моделі, з урахуванням як локальних особливостей, так і міжнародного досвіду. До того ж залишається не досить вивченим вплив війни на механізми стратегічного планування у сфері культурного туризму, зокрема щодо залучення міжнародних партнерів і ресурсів.

Креативна економіка та культурний туризм відіграють важливу роль у сучасному аналізі соціокультурних змін у туристичній сфері. Вони сприяють формуванню нових підходів до споживання і створення туристичних продуктів, а також змінюють акценти у стратегічному розвитку регіонів, зводячи фокус від масового туризму до комплексних культурно-економічних практик.

Креативна економіка, згідно з визначенням ЮНЕСКО, охоплює економічну діяльність, пов'язану зі створенням, розповсюдженням і споживанням товарів і послуг, що засновуються на культурі, мистецтві, інтелектуальній власності й інноваціях. Її ключовими рушіями виступають не лише митці та креативні фахівці, але й інституції, які забезпечують співпрацю між секторами культури, освіти, туризму й технологій. У цьому контексті туристична сфера перетворюється на платформу для реалізації концепцій креативного підприємництва, популяризації локальної ідентичності та стимулювання розвитку територій через культуру (Promoting the Diversity of Cultural Expressions and Creative Economy).

Коли розглядають поняття культури, традиційно його розуміють як сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених суспільством на окремому етапі його розвитку, а також діяльність, спрямовану на їх створення, освоєння, збереження та поширення. У межах нашої статті серед численних визначень терміна «культура» доцільно акцентувати увагу на підході, який дозволяє розглядати її із двох перспектив: як процес створення

цінностей і як результат, тобто самі ці цінності. Культура як продукт є результатом діяльності окремої людини або групи осіб, яка відображає їхній рівень володіння нормами та технологіями, установленими культурою, а також уявлення про допустимі форми продукції, що відповідають культурним стандартам. Такий погляд робить можливим інтегрування поняття туризму як способу освоєння культурних продуктів. Проте тривалий час туризм сприймався суто як переміщення і тимчасове перебування людей за межами їхнього постійного місця проживання. Лише в середині XX ст., з ростом масштабів туристичних потоків і очевидним впливом цього явища на соціокультурну сферу, постала потреба в ширшому його визначенні (Шевелюк, 2020, с. 101). Наприклад, у глосарії на сайті Всесвітньої туристичної організації культурний туризм трактується як різновид туристичної діяльності, де головним стимулом для подорожей є прагнення до пізнання, відкриття, переживання та насолоди як матеріальними, так і нематеріальними культурними надбаннями вибраного регіону. Ці надбання включають у себе унікальні матеріальні, інтелектуальні, духовні й емоційні аспекти життя суспільства, охоплюють такі сфери, як мистецтво й архітектура, історична та культурна спадщина, гастрономія, література, музика, творчі індустрії та живі культури зі своїм укладом життя, системами цінностей, віруваннями та традиціями (Glossary of tourism terms). У синергії із принципами сталого розвитку культурний туризм спрямований на створення довготривалого впливу для місцевих громад, збереження нематеріальної культурної спадщини та поширення інклюзивних підходів до реалізації проєктів та залученості громадян.

Роль культурного туризму набуває особливої значущості в умовах посткризових змін, що добре ілюструється на прикладі України, народ якої проживає виснажливу й затяжну війну в боротьбі проти Росії. У таких непростих обставинах креативна економіка може стати не лише механізмом відновлення економічної стабільності, але й важливим засобом культурного опору, створення міжнародної солідарності та залучення підтримки через культурні наративи. Туризм виступає тут не просто економічною активністю, а інструментом для комунікації, дипломатії та соціального єднання.

В умовах сучасних високотехнологічних змін та інтеграції фінансових і політичних систем у глобальну мережу обмін культурною інформацією набуває вирішального значення для успішного розвитку особистості, суспільства та держави. Тоді як в інших галузях сучасного життя важливими є стандартизація та кількісне оцінювання параметрів, культурна сфера зберігає цінність через свою унікальність та самобутність. Саме тому культура кожного народу має неповторний характер (Evangelou, Broni, & Antoniadi, 2023). У цьому контексті культурний туризм стає ефективним інструментом встановлення порозуміння і розвитку взаємовигідних відносин між різними культурами. Культурний туризм не лише полегшує міжкультурний діалог, але й прокладає шлях до співробітництва в таких сферах, як економіка, соціальний розвиток і багато інших. Його потенціал робить вагомий внесок у формування гармонійних взаємин у глобальному контексті. Культурний туризм відіграє важливу роль у зміцненні державності, сприяє розвитку національної ідентичності та патріотизму. Внутрішній культурний туризм, з акцентом на історико-культурних пам'ятках країни, виконує цілу низку значущих функцій: пізнавальну, виховну, ідеологічну. Це ефективний засіб відродження національної культури, адже кожен регіон володіє унікальними культурними об'єктами: археологічними пам'ятками, ландшафтною архітектурою, культовими та цивільними архітектурними спорудами, історичними місцями, музеями, театрами, виставковими залами. унікальними сільськими садибами (Худавердієва, 2023, с. 3–4).

Відповідно, стратегічне планування туристичних проєктів повинно враховувати не лише економічну ефективність, але також культурну чутливість, інноваційний підхід і спроможність сприяти міжкультурному діалогу.

Реалізація соціокультурних проєктів у галузі туризму потребує не лише творчого підходу, а й ретельно розробленої стратегії, яка враховує широкий спектр зовнішніх і внутрішніх чинників. Стратегічне планування в цьому напрямі базується на довгостроковому баченні перспектив розвитку, оптимальному використанні ресурсів, управлінні ризиками та формуванні міцних партнерських зв'язків, особливо на міжнародному рівні. Це набуває особливої значущості в умовах нестабільності й воєнної

ситуації, коли галузь стикається з новими викликами, що потребують високої адаптивності, гнучкості й активної співпраці між різними секторами.

До лютого 2022 р. міжнародні подорожі з України та до України вже були обмежені через зростання ризику повномасштабної війни. Авіакомпанії скасовували рейси, страхові компанії не бажали покривати потенційні ризики. На перший погляд здавалось, що війна й туризм – поняття абсолютно несумісні. Проте туристична галузь проявила себе як один із символів стійкості України. Уже від перших днів вторгнення її працівники активно долучалися до допомоги мільйонам людей: опікувалися евакуацією, організовували розміщення, забезпечували харчування та підтримували моральний дух. Повномасштабна війна докорінно змінила реалії туризму, але не зруйнувала його остаточно. До пандемії коронавірусу та повномасштабного вторгнення туристична сфера безпосередньо забезпечувала 2,3% валового внутрішнього продукту (далі – ВВП) України й створювала приблизно 375 тисяч робочих місць. Однак її реальний вплив на якість життя та добробут громадян був значно більшим, адже завдяки мультиплікативному ефекту туризм стимулював витрати в суміжних галузях, як-от транспорт, торгівля, заклади харчування і багато інших. У 2019 р. цей непрямий вплив становив 7% ВВП та сприяв створенню 1,2 мільйона робочих місць. Водночас залишається неофіційний сегмент туристичного бізнесу, який оцінити дуже складно. До того ж статистика не враховує внесок туризму в ментальне та фізичне здоров'я українців. Після 24 лютого 2022 р. саме слово «туризм» набуло нових відтінків значення, зумовлювало суперечливі емоції серед населення. Та навіть у цих непростих умовах туристична галузь поступово розвивається та демонструє потенціал бути джерелом оптимізму й ресурсом для відновлення. Нині туризм охоплює не лише відпочинок чи розваги. Він включає робочі поїздки, візити до близьких чи друзів, а також різноманітні види діяльності – від походів у гори до відвідування музеїв і закладів харчування. Галузь функціонує завдяки розгалуженій інфраструктурі: готелям, транспортним компаніям, туристичним агентствам і багатьом іншим складникам, які підтримують подорожі в межах країни й поза її кордонами. Повномасштабне вторгнення Росії кардинально змінило туристичний ландшафт України, хоча його остаточний вплив ще важко оцінити. Лише у 2023 р. кількість туристичних підприємств скоротилася на 36% порівняно із 2021 р. Воєнні дії спричинили великі руйнування інфраструктури: зруйновано готелі, бази відпочинку, аеропорти та частково залізничне сполучення. Постраждали також об'єкти культурної спадщини та природні зони – важливі складники туристичної привабливості. Додатковим викликом залишається замінування значних територій, яке, згідно з оцінками іноземних експертів, охоплює 30% площі країни. Ця проблема ускладнює не лише внутрішні подорожі, а й позиціонування України на світовому туристичному ринку. Доки закордонні туристи асоціюватимуть країну з війною та руйнуванням, завданням держави стане не лише відновлення інфраструктури, а й повернення довіри міжнародної спільноти до безпеки та перспективності українського туризму (Білицька, & Томей, 2023).

Попри всі негаразди, галузь демонструє потенціал бути частиною економічного оздоровлення країни, а також платформою для емоційного й соціального відновлення людей. У сучасних умовах війни та соціальної нестабільності креативність і стратегічне планування стали визначальними складниками успішного впровадження соціокультурних проєктів у туристичній галузі України. Для реалізації таких ініціатив необхідно не лише використовувати інноваційні підходи, а й забезпечувати ефективне управління ресурсами, створення партнерських мереж і формування чіткого уявлення про довгостроковий вплив програми. Особливого значення набуває міжнародна співпраця, яка не тільки надає фінансову підтримку, а й сприяє обміну досвідом, залученню ширшої аудиторії та формуванню позитивного іміджу України як держави з багатим культурним потенціалом. Ми пропонуємо розглянути приклади, які, на наш погляд, є стратегічно продуманими й креативно виконаними (чи такими, що тривають) проєктами, що вдало поєднують місцеві ініціативи із глобальними перспективами:

1. Проєкт ***"Ukraïner"*** – це активна спільнота й організація, яка із 2016 р. проводить дослідження України та її культурного контексту.

Вона розповідає історії для українців і транслює їх у глобальному масштабі, адаптує матеріали різними мовами. Протягом своєї діяльності "Ukraïner" став медіаплатформою, що пропонує унікальні історії, відео та фотоконтент як про історичні регіони України, так і про її вплив за межами країни. Значну частину мультимедійних матеріалів становлять розповіді про успіхи, зміни, реалізацію реформ, збереження культурної спадщини й історичної пам'яті. Окрім того, тут представлені пояснювальні матеріали про ключові аспекти ідентичності: мову, історію, культуру тощо. Акцент розповідей – через долі людей, на тлі історико-культурних подій і географічних ландшафтів. Своїм головним завданням учасники "Ukraïner" убачають сприяння розвитку відкритого українського суспільства через висвітлення важливих тем і створення додаткової цінності для об'єктів культурної та історичної спадщини. Насамперед – розповідаючи історії з різних куточків України, щоби допомогти усвідомити цінність країни та її культурного простору. Під час повномасштабної війни "Ukraïner" збирає історій евакуйованих, документує діяльність ініціатив, що забезпечують гуманітарну та військову підтримку, проводить інтерв'ю з активістами та розвінчує російську пропаганду. Водночас команда продовжує випускати книги, які висвітлюють сучасну та живу історію України, а також фотоальбоми, що презентують нашу країну світові (Про Ukraïner).

2. Проєкт ***«Тустань».*** Ще 5 жовтня 1994 р. було засновано Державний історико-культурний заповідник «Тустань». Його головним об'єктом стала середньовічна фортеця-град Тустань XII–XVI ст., яка, окрім захисної функції, виконувала роль митниці на Соляному шляху. Фортеця розташована неподалік села Урич на Львівщині, яке вперше згадується в історичних джерелах з 1369 р. Це село відоме не лише завдяки Тустані, але і як важливий центр бойківської культури. Неподалік фортеці розміщений музей «Хата у Глубокім», експозиція якого відображає побут бойків. Окрім центрального комплексу фортеці, ансамбль пам'яток доповнюють скелі з багатими культурними шарами, які охоплюють періоди від стародавньої історії до середньовіччя. До цього додаються оборонні споруди, що включають земляні вали, рови й дамбу (Дослідження). Тустань є однією з найпривабливіших туристичних локацій України, що вражає своєю красою в будь-яку пору року й пропонує цікаві можливості для відвідувачів різного віку й інтересів. У безпосередній близькості до скель розташований дитячий екомайданчик, який створений не лише для веселих розваг, але й для фізичного розвитку й ознайомлення з історією і культурною спадщиною (Дитячий екомайданчик). Дорослі ж можуть перевірити свої навички й сміливість у мотузковому парку "LaZanka", який забезпечує активний відпочинок на природі (Мотузковий парк "LaZanka"). Для шанувальників традиційних ремесел організовуються майстер-класи з гончарства, які дозволяють поринути у світ середньовічного мистецтва (Майстер-клас з гончарства). А влітку, зазвичай у серпні, тут проходить фестиваль української середньовічної культури «Ту Стань!», заснований у 2006 р. Цей захід створений для того, щоб перенести гостей в атмосферу середньовіччя завдяки реконструкторським боям, автентичній музиці, традиційній кухні, ремеслам і тематичним розвагам. Проєкт отримав фінансування у 2019 р. за підтримки Українського культурного фонду. Головна мета створення агенції полягала в організації фестивалів і подій, залученні інвестицій для проведення заходів і розвитку дестинації, а також у формуванні туристичних послуг на території села Урич і долини Тустань (Фестиваль-табір української середньовічної культури Тустань). Окрім цього, восени 2019 р. заповідник «Тустань» започаткував новий фестиваль бойківської культури під назвою «БойЄ», що представляє багатство традицій регіону (Фестиваль «БойЄ»). Отже, охоплюються різні культурні епохи та напрями: від середньовічної Європи здійснюється плавний перехід до локальної історії, зосередженої на унікальній краєзнавчій атмосфері духовної і матеріальної культури бойків. Фестиваль «БойЄ» є складником масштабного проєкту «Світ Карпатських розет» (Світ Карпатських розет – заходи зі збереження унікальності культури Карпат).

Проєкт "Ukraïner" слугує чудовим прикладом освітньо-туристичної ініціативи, яка успішно поєднує креативне медіавиробництво, етнографічні експедиції та взаємодію з міжнародною аудиторією. Цей проєкт сприяє формуванню позитивного іміджу України, акцентує

увагу на локальних ідентичностях, традиційних ремеслах і культурній спадщині. Завдяки використанню мультимедійних форматів, перекладам іноземними мовами та співпраці з культурними інституціями "Ukraïner" ефективно популяризує багатогранність культури народів України, її географічні ландшафти й історико-культурні контексти.

На прикладі проєкту «Тустань» продемонстровано стратегічний підхід до розвитку сталого культурного туризму, зосереджуючись на дослідженні туристичних потоків, вивченні потреб місцевих громад і розробленні рекомендацій для забезпечення балансу між збереженням спадщини та стимулюванням туристичної активності. Цей приклад підкреслює значущість ретельного аналізу, співпраці між різними секторами та довгострокового планування в реалізації соціокультурних ініціатив.

Зважаючи на російсько-українську війну, що триває, у контексті нашого дослідження особливо важливо звернути увагу на питання фінансування культурно-туристичних ініціатив. Адже саме інвестиції, як державні, так і приватні, відіграють ключову роль у впровадженні інноваційних стратегій. Європейські інституційні донори, як-от Creative Europe та UNESCO, спрямовують неабиякі ресурси на збереження та розвиток культурної спадщини в Україні, зокрема й через туристичну галузь, приділяють увагу підтримці місцевих громад, творчій мобільності митців, відновленню культурної інфраструктури та створенню туристичних маршрутів із високою додатковою цінністю. Зокрема, програма "Culture Helps" фінансує проєкти, які сприяють інтеграції внутрішньо переміщених осіб і зміцненню соціальної єдності через мистецтво й туризм. Такі ініціативи демонструють, що інвестиції в культуру мають не лише економічний вплив, але й тривалий соціальний і політичний ефект, створюють нові простори для діалогу та відновлення під час кризових періодів (European Commission: European Education and Culture Executive Agency, Supporting Ukraine's arts and culture. EU values and solidarity at work). Отже, інституційна підтримка культурного туризму виявляється потужним інструментом м'якої сили. Вона підкреслює важливість креативних рішень у стратегічному плануванні й водночас сприяє зміцненню позицій України на міжнародному ринку туристичних і культурних послуг.

Українські соціокультурні ініціативи значною мірою спираються на досвід, отриманий завдяки, наприклад, програмам Creative Europe та Interreg Europe. У рамках цих програм були успішно реалізовані проєкти, присвячені культурному туризму, цифровій культурі та місцевому розвиткові. Основні стратегії таких проєктів базуються на партнерстві між громадським, державним і приватним секторами, зміцненні міжрегіональних зв'язків, підтримці культурної мобільності та сприянні розвитку локальних креативних індустрій (Culture Moves Europe: three years of support to Ukrainian artists and cultural professionals, 2025; Ukraine).

Воєнний час сформував нові суспільні потреби, до яких туризм в Україні швидко адаптується, освоює нові соціальні функції.

Волонтерська підтримка та гуманітарна допомога (працівники туристичної сфери надають всебічну допомогу військовим, внутрішньо переміщеним особам і постраждалим від війни – як фінансову підтримку, так і доступ до туристичних послуг). Наприклад, проєкт «Донат-тури в Україну», який запустив сервісний портал "Visit Ukraine" спільно із партнерами. Проєкт спрямованим на залучення іноземних туристів до подорожей у деокуповані й прифронтові регіони півдня України, надаючи кожному, хто бажає, можливість стати волонтером і долучитися до спільної боротьби за перемогу України. Проєкт підтримує економіку України, фінансує гуманітарні місії в постраждалих районах, а також слугує ефективним засобом поширення інформації про події, що тут відбуваються. Учасники, які приїдуть до України, матимуть можливість провести кілька днів як волонтери, допомагати людям і тваринам, зробити свій внесок у спільну справу, познайомитися з українською культурою та поспілкуватися з місцевими жителями, які пережили наслідки російської агресії. Водночас це дозволить їм ближче зрозуміти реалії життя країни, яка перебуває в умовах війни (Visit Ukraine запускає новий проєкт – Донат тури в Україну).

Туризм солідарності став ще одним помітним явищем у складні часи. Виявляючи співчуття та прагнучи підтримати українців, які зіткнулися з реаліями повномасштабної війни, іноземці активно купували українські товари

та користувалися послугами. Особливо яскравим прикладом стала практика бронювання житла через платформу *Airbnb* або участь у віртуальних турах на сервісі *Airbnb Experiences*. Цікаво, що замовники часто не мали наміру реально використовувати ці послуги. Таким чином вони хотіли матеріально й морально підтримати українських «хостів» – людей, які надають житло або організовують туристичні послуги (Білицька, & Томей, 2023).

Меморіальний туризм, очевидно, має значний потенціал для активного розвитку найближчими роками. Водночас цей напрям потребує особливого підходу до збереження пам'яті про жертв трагедій. Для досягнення цієї мети Державне агентство розвитку туризму пропонує співпрацю з Українським інститутом пам'яті, щоб організувати тематичні туристичні маршрути. Ефективна координація між установами має забезпечити відповідальний підхід до реалізації таких проєктів і сприяти отриманню очікуваних результатів. Нині екскурсії до міст, що постраждали від окупації, проводяться переважно для журналістів, представників іноземних держав, міжнародних організацій і місцевих активістів. Цей напрям туристичних послуг відомий як екскурсії «Містами, що перебували в окупації». Серед них Буча, Ірпінь, Гостомель, Бородянка та населені пункти Чернігівщини. Організатори таких турів зазначають на своєму вебсайті, що всі зібрані кошти спрямовуються на відновлення населених пунктів, які постраждали внаслідок російської агресії (Бойко, Горожанкіна, & Грушка, 2024).

Повномасштабна війна Росії проти України суттєво змінила функціональне значення туризму, висунувши на перший план його роль не лише як економічного інструменту, а і як засобу мобілізації ресурсів, прояву солідарності та взаємної підтримки. В умовах нової реальності туристична сфера демонструє високу адаптивність і креативний підхід, набуває гуманітарних, меморіальних і комунікативних функцій, які значно виходять за рамки традиційних уявлень про її діяльність. Приклади таких ініціатив, як «Донат-тури в Україну», туризм солідарності через платформи на кшталт Airbnb або екскурсії «Містами, що пережили окупацію», свідчать про здатність галузі не лише адаптуватися до кризових умов, але й упроваджувати інноваційні підходи до стратегування. Вони також сприяють створенню нових наративів для міжнародної аудиторії. Водночас ці практики підкреслюють важливість міжсекторальної співпраці, уважного й етичного ставлення до відображення травматичного досвіду й інвестування в суспільно значущі ініціативи.

Окремо варто наголосити на ролі міжкультурної комунікації, яка є однією з передумов стратегічного планування в туристичній галузі. Зважаючи на глобалізаційні процеси, особливо в умовах віртуалізації, масштабність міжнародної мобільності, очевидно, що міжкультурна взаємодія є не лише інструментом комунікаційної стратегії, а й чинником підвищення якості туристичних послуг і привабливості культурного продукту. Наприклад, зображення важливих історико-культурних символів чи архітектурних пам'яток на квитках до музею, чи подача разом зі стравами національної кухні листівок із колоритними побажаннями – усе це створює приємну атмосферу та надає особливого шарму туристичним локаціям, позитивно впливає на емоційну сферу людини, формує позитивний імідж відвідуваного місця та країни загалом. Культурна чутливість і емпатія, здатність адаптувати посили до різних аудиторій і впливати на розвиток транснаціональних зв'язків як на низовому рівні, так і в межах міждержавної взаємодії через культурну дипломатію – увесь цей широкий спектр дозволяє підвищити конкурентоспроможність соціокультурних ініціатив.

Висновки. Туристична галузь України переживає період складних соціокультурних і економічних змін, що диктуються як глобальними викликами, так і реаліями воєнного часу. У таких умовах креативний підхід і стратегічне планування стають ключовими чинниками, які дають змогу соціокультурним проєктам не лише адаптуватися до нових обставин, але й стати важливим інструментом національного відродження, сприяти міжкультурному діалогу та зміцненню міжнародної солідарності.

Український культурний туризм, базуючись на унікальних історико-культурних надбаннях і підтримці міжнародних партнерів, демонструє значний потенціал для стабільного розвитку. Ініціативи на зразок "Ukraïner" і «Тустань» показують, як творчий підхід, використання сучасних мультимедійних технологій і тісна взаємодія з місцевими громадами можуть сприяти формуванню позитивного іміджу країни

й активізувати туристичну діяльність навіть у складних умовах війни.

Фінансування культурно-туристичних проєктів через міжнародні донорські програми та партнерські угоди сприяє не тільки збереженню культурної спадщини, але й соціальній консолідації, відкриває нові можливості для розвитку локальних спільнот. Воєнний час сприяв появі нових форм туризму, як-от волонтерський, туризм солідарності та меморіальний туризм. Ці напрями об'єднують економічні, гуманітарні й комунікаційні аспекти, розширюють традиційне розуміння туристичної діяльності.

З урахуванням актуальних викликів особливо важливими стають ефективне стратегічне планування та міжсекторальна співпраця. Це забезпечує не лише відновлення туристичної інфраструктури, але й формування позитивних культурних наративів, здатних зміцнити позиції України на міжнародній арені. Туризм у сучасних умовах є не просто засобом економічного розвитку, але й платформою для культурного опору, дипломатії та соціальної мобілізації, що створює перспективи для стійкого розвитку й утвердження української державності.

Також важливо усвідомлювати значущість міжкультурної комунікації як чинника стратегічного розвитку туристичної сфери, що орієнтується на культурний діалог і міжнародне партнерство. Урахування важливості міжкультурної комунікації та її активне використання сприяє створенню і розвитку інклюзивного та конкурентоспроможного середовища, де соціокультурні проєкти будуть ефективно впроваджуватися як на локальному, так і на глобальному рівнях.

Список використаних джерел:

Білицька, Я. (2023). Відновлення туризму і туризм для відновлення. *Ukraïner*, 29 листопада. URL: https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/

Білицька, Я., Томей, К. (2023). Відновлення туризму і туризм для відновлення. *Ukraïner.* URL: https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/

Бойко, З., Горожанкіна, Н., Грушка, В. (2024). Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство. Електронний журнал.* Випуск 59. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7

Дитячий екомайданчик. *Тустань.* URL: https://tustan.ua/fun/eko-playground/

Дослідження. *Тустань.* URL: https://tustan.ua/about/skansen/research/

Мазаракі, А., Бойко, М., Охріменко, А. (2021). Трансформація туристичної системи в контексті цифровизації. *Економіка України,* 64 (12 (721), 3–21. https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.12.003

Майстер-клас з гончарства. *Тустань*. URL: https://tustan.ua/fun/pottery-master-class/

Мотузковий парк "LaZanka". *Тустань*. URL: https://tustan.ua/fun/lazanka/

Про Ukraïner. *Ukraïner.* URL: https://www.ukrainer.net/expedition/

Світ Карпатських розет – заходи зі збереження унікальності культури Карпат. *Єврорегіон Карпати-Україна*. URL: https://ekarpaty.com/nashi-proekty/rosettes/

Фестиваль «БойЄ». *Тустань*. URL: https://tustan.ua/festivals/bojye/

Фестиваль-табір української середньовічної культури Тустань. *Тустань*. URL: https://tustan.com.ua/

Худавердієва, В. (2023). Потенціал культурного туризму як складової соціально-культурного розвитку суспільства. *Науковий журнал Хортицької національної академії,* 1 (8), 1–11. https://doi.org/10.51706/2707-3076-2023-8-14

Шевелюк, М. (2020). Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології,* 36. 99–109. DOI: 10.31866/2410-1311.36.2020.221051

Cuhlova, R. (2023). The dynamics of international projects and the role of intercultural communication. *Ad Alta: Journal of inter disciplinary research.* 8, 1, 51–53. URL: https://www.researchgate.net/profile/Renata-Cuhlova/publication/326462428_The_dynamics_of_international_projects_and_the_role_of_intercultural_communication/links/5d7a0236a6fdcc9961c135a6/The-dynamics-of-international-projects-and-the-role-of-intercultural-communication.pdf

Culture Moves Europe: three years of support to Ukrainian artists and cultural professionals. (2025). *Culture and Creativity. European Commission*, 10 Jul. URL: https://culture.ec.europa.eu/news/culture-moves-europe-three-years-of-support-to-ukrainian-artists-and-cultural-professionals

Devjak, I., Sabidussi, A., Bezcioğlu-Göktolga, I., Smeets, R. (2023). Intercultural Communication: Hampering and Facilitating Factorsin International Business. *Journal of Intercultural Management*, 15, 2, 21–44. DOI: 10.2478/joim-2023-0006

European Commission: European Education and Culture Executive Agency, Supporting Ukraine's arts and culture. EU values and solidarity at work. (2024). *Publications Office of the European Union*. *European Union*. URL: https://data.europa.eu/doi/10.2797/813500

Evangelou, P. A., Broni, G. K., Antoniadi, I. I. (2023). Cultural Tourism and Cultural HeritageConnected with Digital Marketingin Western Macedonia. *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Current Trends and Future Outlook-10th ICSIMAT, Ionian Islands, Greece, 2023. Ed.: A. Kavoura, T. Borges-Tiago, F. Tiago. Springer, 175–183. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51038-0

Glossary of tourism terms. UN Tourism. URL: https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#T

Luque, J. M. F. S. (2022). *Cultural Diplomacy in the European Union State and relationship with the EU strategic autonomy*. Universitat Oberta de Catalunya. 60 p. URL: https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/ad99d484-3c4c-4913-873d-33d2db328335/content

New Trends in Tourism. (2025). Ed.: K. Tomazos, U. Iyer-Raniga. 174 p. DOI: https://10.5772/intechopen.1007171

Nusraningrum, D., Pratama, A. (2019). The Tourism Development through Creative Economy. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT),* 8, 6 S 3, 300–308. DOI: https://10.35940/ijeat.F1049.0986S319

Pajtinka, (2017). Cultural diplomacy and its organizational and institutional models in selected states.

Palenčíková, Z., Csapó, J. (2021). *Creative tourism as a new tourism product in Slovakia the theoretical and practical analysis of creative tourism: formation, importance, trends.* Ed.: Z. Raffay. Constantine the Philosopher University in Nitra, Faculty of Central European Studies, 135. URL: https://www.researchgate.net/publication/352816522_Creative_tourism_as_a_new_tourism_product_in_Slovakia_The_theoretical_and_practical_analysis_of_creative_tourism_formation_importance_trends

Promoting the Diversity of Cultural Expressions and Creative Economy. *UNESCO.* URL: https://www.unesco.org/en/articles/promoting-diversity-cultural-expressions-and-creative-economy

Ukraine. *Interred Europe. Co-funded by the European Union*. URL: https://www.interregeurope.eu/ukraine#anchor-national-guidance

Visit Ukraine запускає новий проєкт – Донат тури в Україну. *Visit Ukraine.* URL: https://visitukraine.today/uk/blog/2652/visit-ukraine-launches-a-new-project-donate-tours-to-ukraine#shho-take-donat-turi-v-ukrainu

References:

Bilitska, Ya. (2023). Vidnovlennia turyzmu i turyzm dlia vidnovlennia [Restoration of tourism and tourism for restoration]. Ukraïner. Retrieved from: https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/ [in Ukrainian].

Bilitska, Ya., & Tomei, K. (2023). Vidnovlennia turyzmu i turyzm dlia vidnovlennia [Restoration of tourism and tourism for restoration]. Ukraïner. Retrieved from: https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/ [in Ukrainian].

Boiko, Z., Horozhankina, N., & Hrushka, V. (2024). Tendentsii rozvytku turyzmu v Ukraïni v umovakh voiennoho chasu [Trends in tourism development in Ukraine during wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo. Elektronnyi zhurnal*, Issue 59. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7 Retrieved from: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3343 [in Ukrainian].

Dytyachyi eko-maidanchyk. Tustan [Children's eco-playground]. Tustan. Retrieved from: https://tustan.ua/fun/eko-playground/ [in Ukrainian].

Doslidzhennia. Tustan [Research]. Tustan. Retrieved from: https://tustan.ua/about/skansen/research/ [in Ukrainian].

Mazaraki, A., Boiko, M., & Okhrimenko, A. (2021). Transformatsiia turystychnoyi systemy v konteksti tsyfrovyzatsii [Transformation of the tourism system in the context of digitalization]. *Ekonomika Ukraïny*, 64 (12 (721)), 3–21. https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.12.003 [in Ukrainian].

Maister-klas z honcharstva. Tustan [Pottery master-class]. Tustan. Retrieved from: https://tustan.ua/fun/pottery-master-class/ [in Ukrainian].

Motuzkovyi park "LaZanka". Tustan [Rope park "LaZanka"]. Tustan. Retrieved from: https://tustan.ua/fun/lazanka/ [in Ukrainian].

Pro Ukraïner. Ukraïner. https://www.ukrainer.net/expedition/ [in Ukrainian].

Svit Karpatskykh rozet – zakhody zi zberezhennia unikálnosti kultury Karpat [World of Carpathian rosettes – activities for preserving the uniqueness of Carpathian culture]. *Evrorhion Karpaty-Ukraina.* Retrieved from: https://ekarpaty.com/nashi-proekty/rosettes/ [in Ukrainian].

Festival "BoiYe". Tustan. Retrieved from: https://tustan.ua/festivals/bojye/ [in Ukrainian].

Festival-tabir ukrainskoi seredn′ovichnoi kultury Tustan [Festival-camp of Ukrainian medieval culture]. Tustan. Retrieved from: https://tustan.com.ua/ [in Ukrainian].

Khudaverdieva, V. (2023). Potentsial kulturnoho turyzmu yak skladovoi sotsial'no-kul'turnoho rozvytku suspilstva [Potential of cultural tourism as a component of social and cultural development of society]. *Naukovyi zhurnal Khortytskoi natsionalnoi akademii – Scientific Journal of Khortytsia National Academy,* 1 (8), 1–11. https://doi.org/10.51706/2707-3076-2023-8-14 [in Ukrainian].

Sheveliuk, V. (2020). Poniattia kulturnoho turyzmu ta yoho klasyfikatsii [Concept of cultural tourism and its classifications]. Pytannia kulturologii [Issues of Culturology], 36, 99–109. http://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221051 [in Ukrainian].

Cuhlova, R. (2023). The dynamics of international projects and the role of intercultural communication. *Ad Alta: Journal of inter disciplinary research,* 8, 1, 1–53. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Renata-Cuhlova/publication/326462428_The_dynamics_of_international_projects_and_the_role_of_intercultural_communication/links/5d7a0236a6fdcc9961c135a6/The-dynamics-of-international-projects-and-the-role-of-intercultural-communication.pdf

Culture Moves Europe: three years of support to Ukrainian artists and cultural professionals. (2025). *Culture and Creativity. European Commission*, 10 Jul. Retrieved from: https://culture.ec.europa.eu/news/culture-moves-europe-three-years-of-support-to-ukrainian-artists-and-cultural-professionals

Devjak, I., Sabidussi, A., Bezcioğlu-Göktolga, I., & Smeets, R. (2023). Intercultural Communication: Hampering and Facilitating Factorsin International Business. *Journal of Intercultural Management*, 15, 2, 21–44. DOI: https://10.2478/joim-2023-0006

European Commission: European Education and Culture Executive Agency, Supporting Ukraine's arts and culture. EU values and solidarity at work. (2024). *Publications Office of the European Union*. *European Union*. Retrieved from: https://data.europa.eu/doi/10.2797/813500

Evangelou, P. A., Broni, G. K., & Antoniadi, I. I. (2023). Cultural Tourism and Cultural HeritageConnected with Digital Marketingin Western Macedonia. *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Current Trends and Future Outlook-10th ICSIMAT, Ionian Islands, Greece, 2023. Ed.: A. Kavoura, T. Borges-Tiago, F. Tiago. Springer. P. 175–183. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51038-0

Glossary of tourism terms. UN Tourism. Retrieved from: https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#T

Luque, J. M. F. S. (2022). *Cultural Diplomacy in the European Union State and relationship with the EU strategic autonomy*. Universitat Oberta de Catalunya. 60 p. Retrieved from: https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/ad99d484-3c4c-4913-873d-33d2db328335/content

New Trends in Tourism. (2025). Ed.: K. Tomazos, U. Iyer-Raniga. 174 p. DOI: https://10.5772/intechopen.1007171

Nusraningrum, D. & Pratama, A. (2019). The Tourism Development through Creative Economy. *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT).* Volume-8 Issue-6S3. P. 300–308. DOI: https://10.35940/ijeat.F1049.0986S319

Pajtinka, (2017). Cultural diplomacy and its organizational and institutional models in selected states.

Palenčíková, Z., & Csapó, J. (2021). *Creative tourism as a new tourism product in Slovakia the theoretical and practical analysis of creative tourism: formation, importance, trends.* Ed.: Z. Raffay. Constantine the Philosopher University in Nitra, Faculty of Central European Studies. 135 p. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/352816522_Creative_tourism_as_a_new_tourism_product_in_Slovakia_The_theoretical_and_practical_analysis_of_creative_tourism_formation_importance_trends

Promoting the Diversity of Cultural Expressions and Creative Economy. *UNESCO.* Retrieved from: https://www.unesco.org/en/articles/promoting-diversity-cultural-expressions-and-creative-economy

Ukraine. *Interred Europe. Co-funded by the European Union*. Retrieved from: https://www.interregeurope.eu/ukraine#anchor-national-guidance

Visit Ukraine zapuskaye novyi proiekt – Donat turi v Ukraïnu [Visit Ukraine launches a new project – Donate tours to Ukraine]. *Visit Ukraine*. Retrieved from: https://visitukraine.today/uk/blog/2652/visit-ukraine-launches-a-new-project-donate-tours-to-ukraine#shho-take-donat-turi-v-ukrainu [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 29.07.2025
Дата прийняття статті: 26.08.2025
Опубліковано: 30.09.2025