

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-  
РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ:  
ВИКЛИКИ ВІЙНИ, ГЛОБАЛЬНІ ЗМІНИ  
ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ**

**Колективна монографія**

За загальною редакцією  
доктора географічних наук, професора Г. В. Машіки  
та кандидата географічних наук, доцента Н. Ф. Габчак

Ужгород – 2025

УДК 338.48-044.48(477)+330.341.1:355.01

Т 65

**Трансформація туристично-рекреаційної сфери в Україні: виклики війни, глобальні зміни та інноваційні рішення:** колективна монографія / за заг. ред. проф. Г. В. Машіки, Н. Ф. Габчак. — Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2025. — 360 с.

ISBN 978-617-8321-46-8

Розглянуто актуальні проблеми розвитку туристичної індустрії в умовах сучасних глобальних і внутрішніх викликів. У монографії детально розглядаються наслідки воєнних дій для туристичної сфери України, аналізуються зміни, спричинені глобальними трендами, такими як зміна клімату, цифровізація та вплив пандемії COVID-19. Важливе місце відведено інноваційним підходам до відновлення та розвитку галузі, що ґрунтуються на досвіді інших країн та сучасних тенденціях у сфері сталого туризму. Автори пропонують ґрунтовні дослідження та практичні рекомендації щодо адаптації туристично-рекреаційної сфери України до нових реалій, що робить монографію не лише теоретичною, але й практично значущою та надасть цінний інструментарій для реформування галузі на державному та місцевому рівнях.

Для науковців, здобувачів вищої освіти, аспірантів та фахівців галузі.

#### **РЕЦЕНЗЕНТИ:**

**Матвійчук Л.Ю.**, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Луцький національний технічний університет;

**Папш В.В.**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами, Мукачівський державний університет.

**Рекомендовано до друку та опублікування:**

**Вченою радою ДВНЗ «Ужгородський національний університет»**

**(протокол №13 від 26 грудня 2024 р.);**

**Редакційно-видавничою радою**

**ДВНЗ «Ужгородський національний університет»**

**(протокол №8 від 20 грудня 2024 р.).**

Автори статей відповідають за достовірність і вірогідність викладеного матеріалу, правильне цитування джерел та посилання

ISBN 978-617-8321-46-8

© Кол. авторів, 2025

# ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	5
<b>Розділ I. Глобальні зміни та вплив війни на туристично-рекреаційну галузь</b> .....	7
1.1. Вплив глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Україні: регіональний аспект <i>(Машіка Ганна)</i> .....	7
1.2. Вплив російсько-української війни на туризм України та шляхи його відновлення <i>(Габчак Наталія)</i> .....	50
1.3. Сучасні тренди ринку туризму і рекреації в умовах війни: регіональний аспект <i>(Кашка Марія)</i> .....	94
<b>Розділ II. Екологічні, цифрові та історико-культурні аспекти розвитку туризму</b> .....	126
2.1. Екологічні орієнтири розвитку туризму <i>(Пригара Ольга)</i> .....	126
2.2. Цифрова трансформація сфери туризму і рекреації: визначення, концепція та еволюція <i>(Грабар Марина)</i> .....	167
2.3. Історико-культурна спадщина як складова туристично-рекреаційних ресурсів Закарпаття <i>(Пеняк Павло)</i> .....	207
2.4. Соціокультурний простір і культурний туризм у Закарпатті: трансформації та перспективи <i>(Ханас Уляна)</i> .....	242
<b>Розділ III. Інновації та тенденції в сфері гостинності та готельного бізнесу</b> .....	279

3.1. Управлінські інновації та конкурентоспроможність в індустрії гостинності (Кривенкова Руслана) .....	279
3.2. Глобальні тенденції розвитку міжнародного готельного бізнесу у XXI столітті (Корсак Роман) .....	314
<b>Висновки</b> .....	356

## ПЕРЕДМОВА

В умовах російсько-української війни, що триває, та глобальних змін, таких як кліматичні зміни, цифровізація та трансформації міжнародного ринку туризму, туристична галузь переживає складний період адаптації. Це вимагає пошуку нових рішень для відновлення та розвитку, що враховують як внутрішні, так і зовнішні чинники.

У першому розділі монографії «Глобальні зміни та вплив війни на туристично-рекреаційну галузь» розглядаються наслідки глобальних змін для туристично-рекреаційної сфери України. Особлива увага приділяється регіональним особливостям трансформації галузі в умовах російсько-української війни. Також аналізуються сучасні тренди ринку туризму та шляхи відновлення галузі після завершення воєнних дій. Значна частина уваги присвячена питанням впливу війни на локальні туристичні кластери, їх занепаду та відновленню. У цьому контексті розглядаються нові стратегії адаптації до умов військових і повоєнних реалій.

Другий розділ «Екологічні, цифрові та історико-культурні аспекти розвитку туризму» присвячений аналізу екологічних, цифрових та культурних факторів, що впливають на розвиток туризму. Особливу увагу приділено екологічним орієнтирам у туризмі та цифровій трансформації галузі, які є ключовими факторами її подальшого розвитку. Значна увага зосереджена на туристично-рекреаційних ресурсах Закарпаття, де історико-культурна спадщина відіграє важливу роль у формуванні соціокультурного простору регіону. Закарпаття розглядається як приклад регіону з потужним туристичним потенціалом, де гармонійно поєднуються природні, історичні та культурні ресурси, що можуть бути ефективно використані для сталого розвитку галузі.

Третій розділ «Інновації та тенденції в сфері гостинності та готельного бізнесу» присвячений питанням інноваційних підходів до управління в індустрії гостинності. У ньому аналізуються сучасні управлінські інновації, які забезпечують конкурентоспроможність готельного бізнесу, та глобальні тенденції розвитку готельної сфери у XXI столітті. Значна увага приділяється питанням

впровадження цифрових технологій, нових підходів до управління персоналом та адаптації послуг до умов постійних змін ринку. Розглядаються сучасні інструменти маркетингу, нові підходи до клієнтоорієнтованості та концепції сталого розвитку в сфері гостинності, що дозволяють підвищити ефективність і стійкість бізнесу.

Структура монографії складається з трьох розділів, у написанні яких брали участь: **Машіка Г.В.** (підрозділи 1.1); **Габчак Н.Ф.** (підрозділи 1.2); **Кашка М.Ю.** (підрозділи 1.3); **Пригара О.В.** (підрозділи 2.1); **Грабар М.В.** (підрозділи 2.2); **Пеняк П.С.** (підрозділи 2.3); **Ханас У.Я.** (підрозділи 2.4); **Кривенкова Р.Ю.** (підрозділи 3.1); **Корсак Р.В.** (підрозділи 3.2).

Ця монографія буде корисною для науковців, студентів, фахівців туристичної галузі, а також усіх, хто зацікавлений у розумінні сучасних викликів та можливостей трансформації туристично-рекреаційної сфери в Україні в умовах війни та глобальних змін. Окрім того, запропоновані у дослідженні інноваційні рішення можуть слугувати базою для формування нових підходів у політиці розвитку туризму на національному та регіональному рівнях. Монографія також стане важливим інструментом для подальших наукових досліджень у цій галузі, зокрема у контексті відновлення України після війни.

# ГЛОБАЛЬНІ ЗМІНИ ТА ВПЛИВ ВІЙНИ НА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНУ ГАЛУЗЬ

## 1.1. ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

### ■ Ганна Машіка

*доктор географічних наук, професор*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Глобальні зміни в сучасному світі мають глибокий і всебічний вплив на різні сектори економіки, зокрема на туристично-рекреаційну галузь. Кліматичні зміни, економічні та соціальні кризи, урбанізаційні процеси, а також технологічні інновації значною мірою змінюють умови функціонування туризму як на глобальному, так і на національному та регіональному рівнях. Для України, яка має унікальні природні ресурси, історико-культурні пам'ятки та значний потенціал у розвитку туризму, ці виклики набувають особливої актуальності. Регіональні особливості країни зумовлюють нерівномірність розвитку туристичної інфраструктури, а також потребують адаптації до нових реалій.

Глобальні кліматичні зміни, такі як потепління, екстремальні погодні явища, зміна сезонності та скорочення природних ресурсів, змушують переглядати підходи до планування і розвитку рекреаційних зон. Крім того, економічні та соціальні чинники, такі як зростання соціальної нерівності, трудова міграція, зміни у моделі поведінки туристів через глобалізацію і доступ до нових цифрових технологій, вимагають трансформації туристичних послуг і адаптації регіональних стратегій.

В умовах сучасної України особливого значення набуває вивчення регіональних аспектів розвитку туристично-рекреаційної

галузі. Це пов'язано з нерівномірним розподілом туристичних ресурсів та інфраструктурних можливостей між різними регіонами країни, що ускладнюється соціально-економічною ситуацією та наслідками повномасштабного вторгнення агресора і триваючої російсько-української війни. Відновлення і розвиток туризму на регіональному рівні можуть стати потужним інструментом для економічного зростання, створення нових робочих місць, підтримки малого та середнього бізнесу, а також сприяти зміцненню національної ідентичності.

У цьому контексті дослідження впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Україні з огляду на регіональний аспект є актуальним і необхідним для розробки ефективних стратегій її сталого розвитку.

Огляд наукових праць українських вчених, присвячених впливу глобальних змін на туристично-рекреаційну галузь, свідчить про зростаючий інтерес до цієї тематики в умовах сучасних викликів. Значна частина досліджень акцентує на кліматичних змінах, соціально-економічних процесах та їхньому впливі на розвиток туристичної сфери в Україні.

Вагомий внесок у дослідження глобальних змін і їхнього впливу на туризм зробили І. Климчук та Л. Архипова [1], які провели дослідження змін клімату в Карпатському регіоні. Вони наголосили, що зміни в кліматичних умовах, особливо у контексті зниження кількості опадів та підвищення температури, можуть мати серйозний вплив на водні ресурси Карпатського регіону. Скорочення доступності води призведе до зменшення потоку річок і джерел, що, зі свого боку, може негативно позначитися на туристично-рекреаційній галузі регіону. М. Плотнікова, В. Якобчук, Є. Ходаківський, А. Войтенко та М. Колеснікова [2] у своїй роботі розглянули соціально-економічні виклики, що впливають на туристичний сектор України. Вони акцентували на регіональних відмінностях у розвитку туризму та на важливості державної підтримки регіональних ініціатив, спрямованих на розвиток рекреаційної галузі. Важливі аспекти впливу глобалізації на туристичну галузь проаналізували Ю. Юхновська [3], В. Худавердієва [4] та С. Петренко [5]. У їхніх роботах розкривається важливість впровадження цифрових технологій у туристичну сферу для покращення її стійкості та конкурентоспроможності. Значну увагу розвитку туристично-рекреаційних зон в Україні приділяють також Г. Гапоненко, О. Євтушенко, І. Шамара [6], І. Михайлюк [7], О. Петраковська, Р. Беспалько та І. Казімір [8]. Вони досліджували проблеми екологічної стійкості та

необхідність збереження природних ресурсів у контексті розвитку туризму, підкреслюючи важливість збалансованого підходу до використання рекреаційних ресурсів, зокрема в гірських регіонах.

Таким чином, праці українських науковців охоплюють широкий спектр питань, пов'язаних із впливом глобальних змін на туристично-рекреаційну галузь України. Вони підкреслюють важливість регіональних особливостей у контексті цих змін, а також необхідність адаптації туристичних стратегій до нових умов розвитку галузі.

Мета дослідження — вивчення впливу глобальних змін на трансформаційні процеси в туристично-рекреаційній галузі України з акцентом на регіональні особливості. Виявити основні чинники, що впливають на розвиток туризму та рекреаційних зон в умовах кліматичних, соціально-економічних і технологічних змін, а також запропонувати шляхи вирішення проблем такого розвитку відповідно до сучасних викликів з метою забезпечення сталого розвитку галузі.

Глобальні зміни, зокрема кліматичні, економічні, соціальні та технологічні, чинять значний вплив на розвиток туристично-рекреаційної галузі в Україні, спричиняючи суттєві трансформації як на національному, так і на регіональному рівнях. В умовах сучасних викликів, які охоплюють зміни клімату, економічні кризи, урбанізацію та зростаючу глобалізацію, туристична індустрія зіштовхується з необхідністю адаптації до нових умов. Це потребує розробки нових підходів до управління, планування та інфраструктурного розвитку в окремих регіонах країни.

Дослідження впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі доцільно провести на прикладі Карпатського регіону, що дозволить глибше зрозуміти, як глобальні виклики, зокрема зміни клімату, екологічні ризики та соціально-економічні трансформації, впливають на розвиток туризму в цьому унікальному регіоні. Це також дає можливість дослідити шляхи адаптації регіону до нових умов і визначити стратегії сталого розвитку, які будуть враховувати збереження природних ресурсів і розвиток місцевих громад.

Карпатський регіон охоплює площу 56,6 тис. км<sup>2</sup> і включає чотири адміністративні області: Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську та Чернівецьку. В цьому регіоні 714 населених пунктів мають статус гірських. Гірські населені пункти Закарпатської області знаходяться в п'яти адміністративних районах: Мукачівському (43), Рахівському (28), Тячівському (28), Ужгородському

(35) і Хустському (80). В Івано-Франківській області гірські населені пункти розташовані в шести районах: Верховинському (43), Івано-Франківському (27), Калуському (90), Коломийському (10), Косівському (31) та Надвірнянському (39). У Львівській області гірські населені пункти зосереджені в трьох адміністративних районах: Дрогобицькому (24), Самбірському (115) та Стрийському (57). Чернівецька область має гірські населені пункти в двох районах: Вижницькому (62) та Чернівецькому (2) [9].

Карпатський регіон має величезний туристично-рекреаційний потенціал завдяки своїм унікальним природним багатствам, культурній спадщині та інфраструктурі. Щодо деталізації по областях Карпатського регіону, то, наприклад, туристично-рекреаційний потенціал Закарпатської області є значущим чинником соціально-економічного розвитку регіону, що базується на унікальних природних, культурних та історичних ресурсах. Одним із головних елементів туристичного потенціалу Закарпаття є гірськолижні курорти, які приваблюють туристів як з України, так і з-за кордону. Серед найпопулярніших об'єктів варто відзначити курорт Драгобрат (Рахівський район), який є найбільш високогірним курортом України. Його кліматичні умови ідеально підходять для занять зимовими видами спорту. Інший відомий курорт Пилипець (Хустський район), що пропонує розвинену інфраструктуру для гірськолижного туризму та комфортабельні готелі для відпочивальників. Окрім гірськолижного туризму, Закарпаття відоме своїми термальними курортами, які сприяють розвитку оздоровчого туризму. Зокрема, оздоровчо-рекреаційний комплекс «Косино» (село Косонь, Берегівський район) є одним із найвідоміших термальних об'єктів, де використовуються води високої температури з лікувальними властивостями. Крім того, термальний комплекс «Золота гора» (с. Барвінок, Ужгородський район) також активно приймає відвідувачів, пропонуючи послуги спа-процедур та термальних басейнів. Важливою складовою туристичного потенціалу області є лікувальні та мінеральні джерела. Наприклад, курорт Шаян (Хустський район) спеціалізується на використанні мінеральних вод для оздоровчих процедур, що робить його популярним місцем для відпочинку і реабілітації. Водночас курорт Синяк (Мукачівський район) пропонує своїм гостям лікування за допомогою сірководневих вод, що є унікальним для регіону. Закарпатська область багата також на природні парки та заповідники, які є основою для розвитку екологічного туризму. Зокрема, Національний природний парк «Синевир» (Хустський район) приваблює туристів своїм величним

озером Синевир, яке вважається одним із найкрасивіших природних об'єктів України. Парк пропонує можливості для пішохідних та велосипедних маршрутів, відпочинку на природі та спостереження за дикою фауною. Інший значущий природний об'єкт — Ужанський національний природний парк (Ужгородський район), частина якого входить до складу міжнародного біосферного заповідника, що робить його привабливим для наукових досліджень і екотуризму. Крім природних ресурсів, Закарпаття має багату історико-культурну спадщину, що також сприяє розвитку туризму. Наприклад, Замок «Паланок» (м. Мукачево) є однією з найбільш відвідуваних архітектурних пам'яток області. Цей середньовічний замок приваблює туристів своєю історією та унікальною архітектурою. Ще один знаковий об'єкт — Ужгородський замок (м. Ужгород), який нині функціонує як музей і демонструє багаті колекції, присвячені історії Закарпатського краю.

Туристично-рекреаційний потенціал Івано-Франківської області є однією з ключових складових розвитку Карпатського регіону, що базується на унікальних природних ресурсах, культурно-історичній спадщині та наявності сучасної інфраструктури для різних видів туризму. Особливістю Івано-Франківщини є різноманіття рекреаційних зон, де поєднуються природні багатства Українських Карпат, мінеральні джерела та культурно-історичні пам'ятки. Ці чинники сприяють розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму, що є важливим напрямом економічного зростання області. Однією з найвідоміших туристичних зон Івано-Франківщини є Карпатський національний природний парк, який займає площу понад 50 тисяч гектарів. Основною привабливістю цієї території є її природне багатство, зокрема гора Говерла – найвища вершина України (2061 метр над рівнем моря). Щороку цей об'єкт відвідують тисячі туристів, що зацікавлені в активному відпочинку, таких як пішохідний туризм та гірське сходження. Окрім Говерли, парк відомий своїми мальовничими водоспадами, зокрема Женецький Гук, що є популярним місцем для відвідування туристами. Іншим важливим туристичним напрямком є курорт Буковель, що розташований біля с. Поляниця (Надвірнянський район), та який є найбільшим гірськолижним курортом України, відомим своєю розвиненою інфраструктурою та можливістю приймати туристів не лише взимку, але й протягом усього року. У зимовий період курорт пропонує відвідувачам численні гірськолижні траси різного рівня складності, тоді як у літній період тут можна зайнятися екстремальними видами спорту, такими як катання на

велосипедах, параглайдинг та альпінізм. Івано-Франківська область також відома своїми мінеральними водами та бальнеологічними курортами. Наприклад, курорт Черче (село Черче, Івано-Франківський район) славиться своїми лікувальними торф'яними грязями та сірководневими водами, що використовуються для лікування захворювань опорно-рухового апарату, нервової та серцево-судинної систем. Цей курорт є важливою складовою медичного туризму в регіоні. Для розвитку культурно-історичного туризму в Івано-Франківській області значну роль відіграють архітектурні пам'ятки. Одним із найвідоміших об'єктів є Національний заповідник «Давній Галич», що зберігає пам'ятки часів Галицько-Волинського князівства. Зокрема, Галицький замок, побудований у XIV столітті, привертає увагу туристів своїми археологічними розкопками та музеєм, де представлені експонати, що відображають історію князівства. Також важливим туристичним об'єктом є Церква Святого Духа у м. Рогатині, що входить до списку світової спадщини ЮНЕСКО та є яскравим прикладом дерев'яної сакральної архітектури. Окремо варто відзначити розвиток зеленої садиби як складової екологічного туризму. На території області функціонують численні агросадиби, що пропонують туристам відпочинок у сільській місцевості з можливістю знайомства з традиційним побутом та культурою Гуцульщини. Серед таких об'єктів варто виділити садибу «Гуцульський край» в Івано-Франківському районі, де туристи можуть спробувати себе в традиційних ремеслах та познайомитися з культурними особливостями регіону.

Львівська область є однією з провідних туристичних областей України, що володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом. Один з основних напрямів туристичної діяльності в області — це культурно-історичний туризм, який базується на багатій архітектурній спадщині регіону. Центральним туристичним осередком є місто Львів, яке входить до списку світової спадщини ЮНЕСКО. Місто відоме своїм збереженим середньовічним центром, де розташовані такі пам'ятки, як Львівський національний академічний театр опери та балету ім. С. А. Крушельницької, площа Ринок, Латинський кафедральний собор та Чорна кам'яниця. Ці об'єкти щорічно приваблюють тисячі туристів, сприяючи розвитку не тільки туризму, а й місцевої економіки. Також важливим туристичним ресурсом області є її замкові комплекси. Одним із найвідоміших є Олеський замок, який розташований на пагорбі біля міста Буськ. Замок є пам'яткою архітектури XIV століття і нині функціонує як музей. Він є частиною популярного туристичного маршруту

найбільш відомими замками Львівської області «Золотої підкови Львівщини», яка включає також Підгорецький і Золочівський замки. Ці об'єкти привертають увагу туристів своїм історичним значенням та архітектурною величчю, що дозволяє розвивати культурно-історичний туризм в області. Окрім культурно-історичних об'єктів, Львівська область має значні можливості для розвитку екологічного та активного туризму завдяки природним ресурсам. В області розташовані численні природоохоронні території, зокрема Національний природний парк «Сколівські Бескиди». Цей парк займає площу понад 35 тисяч гектарів і відомий своєю різноманітною флорою та фауною, а також багатими можливостями для активного відпочинку: піших походів, велотуризму та альпінізму. На території парку розташований один з найвідоміших водоспадів України — Кам'янка, який приваблює як туристів, так і відпочивальників. Ще одним важливим елементом туристичного потенціалу Львівщини є оздоровчий туризм, який активно розвивається завдяки наявності мінеральних вод та бальнеологічних курортів. Один з найвідоміших курортів області — це Трускавець, розташований у передгір'ях Карпат. Трускавець відомий своїми лікувальними мінеральними водами, зокрема «Нафтусею», що використовується для лікування захворювань шлунково-кишкового тракту та опорно-рухового апарату. Курортна інфраструктура міста включає численні санаторії та лікувально-оздоровчі комплекси, що забезпечують потік туристів не лише з України, але й з інших країн. Особливо варто згадати розвиток гастрономічного туризму на Львівщині. Цей напрямок туризму набирає все більшої популярності завдяки культурі кави та шоколаду, що стали символами Львова. Щорічно у Львові проводяться Фестиваль кави та Фестиваль шоколаду, які приваблюють велику кількість туристів. Окрім того, область славиться своєю традиційною кухнею, що поєднує гуцульські, бойківські та лемківські кулінарні традиції. Ресторани та кафе Львова пропонують широкий вибір страв місцевої кухні, що є привабливим фактором для туристів.

Туристично-рекреаційний потенціал Чернівецької області є одним із важливих чинників розвитку економіки області та приваблення туристів як з України, так і з-за кордону. Чернівецька область поєднує багатство природних ресурсів, історико-культурної спадщини та рекреаційної інфраструктури, що дозволяє розвивати різні види туризму, зокрема екологічний, оздоровчий, культурно-пізнавальний та активний туризм. Один з основних аспектів туристичного потенціалу Чернівецької області — це

культурно-історичний туризм, що базується на багатій історії регіону та численних архітектурних пам'ятках. Центральним об'єктом культурно-історичної спадщини є Резиденція митрополитів Буковини і Далмації, яка є об'єктом світової спадщини ЮНЕСКО. Цей архітектурний комплекс, побудований у XIX столітті, нині є частиною Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Величний архітектурний ансамбль вражає відвідувачів своєю естетикою та історичним значенням, що робить його одним із найбільш відвідуваних туристичних об'єктів області. Також важливими туристичними центрами є численні замкові комплекси та монастирі. Наприклад, Хотинська фортеця, розташована на берегах річки Дністер, є однією з найвідоміших фортець України, побудованою ще в XIII столітті. Вона не тільки була оборонним об'єктом, але й важливим історичним осередком області, завдяки чому є привабливою для туристів і кінематографістів, а також місцем проведення різноманітних фестивалів. Значні можливості для розвитку має також екологічний та активний туризм. Чернівецька область відома своїм Національним природним парком «Вижицький», який займає площу понад 8 тисяч гектарів. Цей парк є природоохоронною територією з багатою флорою і фауною, що надає можливість для піших походів, екологічних екскурсій та спостереження за дикою природою. Гірські масиви Буковинських Карпат пропонують можливості для розвитку активного туризму, зокрема велосипедних маршрутів, катання на лижах у зимовий період, а також походів у гори влітку. Одним із популярних об'єктів є гора Томнатик, на вершині якої розташована колишня радіолокаційна станція, відома як «Памір». Це місце стало улюбленою туристичною атракцією завдяки мальовничим краєвидам та атмосфері покинутої військової бази. Оздоровчий туризм у Чернівецькій області розвивається завдяки наявності мінеральних вод і бальнеологічних курортів. Наприклад, с. Брусниця відоме своїми лікувальними мінеральними водами, що використовуються для лікування захворювань опорно-рухового апарату та нервової системи. Санаторії та оздоровчі комплекси області надають послуги з лікування та реабілітації, що робить цей напрямок туризму особливо привабливим для відпочивальників. Чернівецька область також має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Традиційна кухня області, що поєднує українські, румунські, угорські та молдавські кулінарні традиції, є важливим чинником привабливання туристів. Важливим осередком розвитку гастрономічного туризму є Чернівці, де щорічно проводяться різ-

номанітні фестивалі національної кухні та виноробства, що підкреслює унікальність місцевих гастрономічних традицій.

Таким чином, Карпатський регіон є привабливим напрямком для різноманітних видів туризму, що робить його важливим елементом розвитку туристично-рекреаційної індустрії України. Нижче наведена таблиця 1.1.1, що відображає основні складові туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону.

Таблиця 1.1.1

**Основні складові туристично-рекреаційного потенціалу  
Карпатського регіону**

<b>Категорія</b>	<b>Опис</b>	<b>Приклади туристичних та рекреаційних об'єктів</b>
Природні ресурси	Унікальні природні об'єкти, які сприяють екологічному туризму, походам, відпочинку на природі.	Українські Карпати, озера Синевир, Несамовите, гора Говерла, річки Черемош, Прут, мінеральні джерела Трускавця, Моршина, Східниці
Національні природні парки	Охоронювані території, що приваблюють туристів своєю екосистемою та біорізноманіттям.	Карпатський національний природний парк, Національний природний парк «Синевир», Ужанський національний природний парк, Національний природний парк «Зачарований край», Національний природний парк «Вижницький», Національний природний парк «Сколівські Бескиди»
Лікувально-оздоровчий туризм	Курортні зони, де використовуються мінеральні джерела та грязелікування для оздоровлення.	Трускавець, Моршин, Східниця, Поляна, Драгобрат, Яремче, Свалява
Гірсько-лижний туризм	Зони для зимових видів спорту, таких як лижі, сноуборд, зимові походи.	Буковель, Драгобрат, Плай, Ясіня, Захар Беркут
Культурно-історичні пам'ятки	Архітектурні та історичні об'єкти, що представляють культурну спадщину Карпатського регіону.	Мукачівський замок, Ужгородський замок, Церква Пресвятої Тройці (с. Верхній Ясенів, Івано-Франківська область), Вознесенська церква (с. Ясіня, Закарпатська область), Синевирська церква (с. Синевирська Поляна, Закарпатська область), Костел Святого Мартина (Ужгород), Замок «Паланок» (Мукачєво), Народний музей-садиба Івана Франка (с. Нагуєвичі, Львівська область)

Етнокультурний туризм	Туристичні напрями, що відображають автентичну культуру регіону, традиційні ремесла та свята.	Фестиваль «Гуцульська бриндзя» (м. Рахів), фестиваль «Косівська писанка» (м. Косів), Гуцульські вечорниці (смт Верховина, Івано-Франківська область), Музей Гуцульщина (смт Верховина, Івано-Франківська область)
Активний туризм	Туристичні зони для активних видів відпочинку: рафтинг, скелелазіння, піші походи.	Рафтинг на річці Черемош, піші походи на Говерлу, велосипедні маршрути в Закарпатті, сплави на катамаранах, підйом на г. Петрос, туризм на електровелосипедах, лижні маршрути в Буковелі

Джерело: авторська розробка.

Вивчення основних складових туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону дозволяє глибше оцінити природні та культурні ресурси, які є ключовими чинниками розвитку цієї галузі. Однак, для повного розуміння перспектив розвитку туристично-рекреаційного комплексу, необхідно звернути увагу на чинники, що впливають на стан цих ресурсів. В умовах глобальних змін, таких як кліматичні зміни та антропогенний вплив, аналіз екологічного стану областей Карпатського регіону стає важливим інструментом для оцінки трансформаційних процесів у туристично-рекреаційній галузі.

Відзначимо, що аналіз показників екологічного стану областей Карпатського регіону є важливим інструментом для розуміння впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі. Екологічні проблеми, що виявляються через забруднення повітря, водних ресурсів та зростання кількості відходів, безпосередньо впливають на привабливість регіону для туристів, а також на його здатність зберігати природний потенціал для сталого розвитку туризму. Аналіз екологічних показників Карпатського регіону дозволяє виявити ключові виклики, з якими зіштовхується туристично-рекреаційна галузь в умовах глобальних змін (табл. 1.1.2). Це створює необхідність розробки нових стратегій адаптації та трансформації цієї галузі, спрямованих на збереження екологічного балансу та стійкий розвиток регіону.

Показники екологічного стану областей Карпатського регіону свідчать про різноспрямовані тенденції у забрудненні атмосферного повітря, водних ресурсів та утворенні відходів. Зокрема, викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря в Закарпатській області поступово зменшуються з 17,4 тис. тонн у 2010 році

до 2,8 тис. тонн у 2021 році, що вказує на позитивні зміни в екологічній політиці. Івано-Франківська область, навпаки, демонструє коливання у викидах зі значним зростанням у 2021 році до 172,4 тис. тонн після зниження до 140,4 тис. тонн у 2020 році. Львівська область також демонструє тенденцію до зменшення викидів, що, однак, залишається на рівні понад 75 тис. тонн на рік. У Чернівецькій області викиди залишаються стабільно низькими, з невеликим зниженням до 1,7 тис. тонн у 2021 році.

Таблиця 1.1.2

**Показники екологічного стану областей Карпатського регіону**

Регіон/Роки	2010	2015	2020	2021	2022
<i>Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних, тис. т</i>					
Закарпатська	17,4	4,4	3,3	2,8	н.д.
Івано-Франківська	169,2	223,9	140,4	172,4	н.д.
Львівська	113,2	102,4	76,0	75,4	н.д.
Чернівецька	3,8	3,2	1,8	1,7	н.д.
<i>Скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти, млн.м<sup>3</sup></i>					
Закарпатська	8	2	3	4	4
Івано-Франківська	15	1	1	1	0
Львівська	59	45	123	120	114
Чернівецька	7	2	2	2	1
<i>Утворення відходів, тис. т</i>					
Закарпатська	188,7	133,7	145,0	н.д.	н.д.
Івано-Франківська	1278,5	2124,8	1729,8	н.д.	н.д.
Львівська	2599,9	2953,3	3121,1	н.д.	н.д.
Чернівецька	251,1	398,1	208,9	н.д.	н.д.

Джерело: складено на основі [10].

Скидання забруднених зворотних вод також зазнає значних змін. У Закарпатській області показники поступово збільшуються, з 2 млн м<sup>3</sup> у 2015 році до 4 млн м<sup>3</sup> у 2021 році. Івано-Франківська область зменшила скидання забруднених вод до мінімальних рівнів, досягнувши нульових показників у 2022 році. Львівська область навпаки демонструє зростання, досягнувши 114 млн м<sup>3</sup>, що вказує на необхідність посилення екологічних заходів. У Чернівецькій області спостерігається стабільне зменшення скидання з 7 до 1 млн м<sup>3</sup>.

Проблема утворення відходів також є викликом для регіону. У Закарпатській області кількість відходів коливається майже в межах одного рівня, тоді як в Івано-Франківській та Львівській областях спостерігається суттєве зростання утворення відходів, зокрема у Львівській області, де цей показник сягнув понад 3 млн тонн у 2020 році. Чернівецька область демонструє нестабільні показники з суттєвим зниженням у 2020 році.

Загалом для Карпатського регіону екологічні проблеми, як-от забруднення повітря, водних ресурсів та зростання кількості відходів, створюють серйозні виклики для сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристично-рекреаційної галузі. Це вимагає негайної трансформації та запровадження більш екологічно орієнтованих підходів у розвитку туризму, що допоможе зберегти природний потенціал регіону та забезпечити його стійкий розвиток в умовах глобальних змін.

Регіональний аспект трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону є важливим елементом стратегії сталого розвитку. Карпати з їхньою унікальною природною красою, багатою культурною спадщиною та різноманітним рекреаційним можливостям слугують привабливим місцем для туристів. Проте, сучасні виклики, такі як зміни клімату, економічні труднощі та соціальні зміни, вимагають переосмислення підходів до розвитку туристичної галузі в цьому регіоні.

Вивчення Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат [11] є надзвичайно важливим у контексті аналізу впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону з кількох ключових причин. По-перше, цей Протокол є основою для розробки політик сталого туризму в Карпатах, орієнтованих на збереження природних ресурсів, культурної спадщини та сприяння сталому економічному розвитку. У контексті глобальних змін, таких як зміна клімату, урбанізація та збільшення тиску на екосистеми, Карпати потребують стратегії, що забезпечить баланс між туристичним розвитком і збереженням екологічної рівноваги. Протокол ставить акцент на екологічно дружніх підходах, включаючи управління природними ресурсами та розвиток інфраструктури, яка мінімізує вплив на довкілля. По-друге, глобальні зміни впливають на структуру попиту в туризмі, що може змінити профіль відвідувачів регіону. Стійке управління туристичними потоками в рамках Протоколу допомагає адаптувати туристичну галузь до нових умов, підтримуючи економічну стабільність ре-

гіону. Стратегічна адаптація до кліматичних змін, економічних викликів та соціальних потреб дозволить уникнути деградації природних та культурних ресурсів, що є головними перевагами Карпатського регіону. По-третє, Протокол про сталий туризм сприяє посиленню міжнародної співпраці в Карпатському регіоні, що є критично важливим у контексті глобальних змін. Оскільки проблеми, пов'язані з кліматом, екологією та соціально-економічними трансформаціями, вимагають міждержавних зусиль, цей документ формує основи для комплексної співпраці між країнами, що входять до Карпатської конвенції.

Так, у 2011 році на Третій нараді Конференції Сторін Карпатської конвенції був підписаний Протокол про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат, який став важливим документом у контексті екологічно відповідального розвитку регіону. Згідно з цим Протоколом, Сторони зобов'язуються дотримуватися принципів застереження та запобігання, враховуючи можливий прямий та опосередкований, короткотривалий і довготривалий вплив на природні ресурси Карпат. Особлива увага приділяється сукупному впливу проектів, що стосуються розвитку туристичної, рекреаційної та спортивної інфраструктури, а також відповідної діяльності, яка може негативно позначитися на біологічному та ландшафтному різноманітті Карпат. У цьому контексті Сторони зобов'язуються ретельно оцінювати потенційний негативний вплив проектів, планів і заходів, пов'язаних з розвитком туризму, зокрема, враховуючи транскордонні аспекти впливу.

Приєднання України до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат було закріплене Законом України «Про приєднання до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат» [12]. Це рішення дозволило Україні посилити свої позиції на міжнародному туристичному ринку. Крім того, приєднання сприятиме збереженню та відновленню історико-культурної спадщини Карпатського регіону, що є важливим для подальшого розвитку туризму. Також були створені умови для розвитку сільського та екологічного туризму, визначено спільні інтереси щодо розвитку туризму та реалізації міжнародних програм, зокрема залучення іноземних інвестицій. Це також сприятиме взаємному ознайомленню з соціально-економічним, історичним та культурним життям країн-учасниць, а також збільшенню обсягів туризму в Україні та, відповідно, зростанню фінансових надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Таким чином, приєднання України до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат є важливим кроком у контексті впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі, оскільки цей документ спрямований на збереження унікальних природних і культурних ресурсів Карпат, а також розвиток сталого туризму, що має враховувати глобальні виклики, зокрема зміни клімату, екологічні ризики, а також потребу адаптації до нових соціально-економічних умов. Такі дії, зі свого боку, забезпечать можливість для формування стратегії довготривалого розвитку туристично-рекреаційної галузі в умовах глобальних змін, орієнтованої на захист природного середовища та сталий розвиток Карпатського регіону.

Вивчення Концепції розвитку гірських територій Українських Карпат (2019) [13] є ключовим у розкритті впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону через декілька основних аспектів. По-перше, Концепція визначає стратегічні напрями соціально-економічного розвитку гірських територій, що є особливо актуальним у світлі глобальних змін, таких як зміни клімату, соціальні та демографічні трансформації. Гірські території Карпат є вразливими до кліматичних змін, що призводить до деградації природних ресурсів і може вплинути на туристичну привабливість регіону. Концепція спрямована на підвищення стійкості цих територій через впровадження екологічно чистих технологій, розвиток інфраструктури, адаптованої до нових екологічних і соціальних викликів, та підтримку місцевих громад. По-друге, Концепція акцентує на розвитку туристичного потенціалу Карпатських гір як одного з пріоритетних напрямів економічного зростання регіону. Туристична галузь є залежною від природних умов і соціально-економічних змін, які можуть бути наслідком глобальних процесів, таких як зміна клімату або зміна туристичних трендів на світовому рівні. Вивчення Концепції дозволяє зрозуміти, яким чином можна адаптувати туристично-рекреаційний сектор до цих змін, забезпечуючи при цьому стабільний розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць та залучення інвестицій у регіон. По-третє, Концепція сприяє активізації міжнародної та міжрегіональної співпраці, що є важливим для підготовки Карпат до викликів глобальних змін. Глобалізація вимагає нових підходів до управління територіями, зокрема гірськими, де проблеми соціального розвитку, збереження природного середовища та стійкого туризму тісно переплітаються. Концепція пропонує стратегії для створення умов, які враховують ці

взаємозв'язки та підтримують довгостроковий розвиток Карпат в умовах нових глобальних реалій. Крім того, важливо враховувати соціальні зміни, такі як урбанізація та зміна стилю життя населення, які можуть суттєво впливати на туристичну галузь. Зростання інтересу до активного відпочинку та екологічної свідомості серед туристів вимагає нових підходів у розробці туристичних програм.

Отже, Концепція розвитку гірських територій Українських Карпат [13] є важливим інструментом для врахування впливу глобальних змін на туристично-рекреаційну галузь регіону. Вона забезпечує рамки для розробки стратегій, які допоможуть адаптуватися до сучасних викликів та скористатися новими можливостями для розвитку.

Водночас вивчення інформації про регіональні стратегії розвитку областей Карпатського регіону є ключовим для розкриття впливу глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі з кількох важливих причин. По-перше, регіональні стратегії розвитку враховують специфіку кожної з областей Карпатського регіону, таких як Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька. Ці стратегії формуються на основі локальних потреб, потенціалу та викликів, що дозволяє ефективно реагувати на глобальні зміни, наприклад, кліматичні та економічні перетворення. Оскільки Карпати є екологічно вразливою зоною, стратегії розвитку підкреслюють важливість захисту природних ресурсів і адаптації інфраструктури до нових умов, таких як підвищення температур, зсуви ґрунтів, зменшення снігового покриву та інші зміни, які можуть вплинути на туристичний потік і сезонність туризму. По-друге, регіональні стратегії передбачають модернізацію інфраструктури та розвиток туристичних послуг у відповідь на зміну попиту в умовах глобалізації. Сучасні туристи все більше орієнтуються на екологічний та сталий туризм, тому стратегії розвитку областей Карпатського регіону спрямовані на створення інфраструктури, яка відповідатиме цим запитам. Це включає будівництво екологічних туристичних об'єктів, розвиток транспортної доступності та створення нових туристичних маршрутів, орієнтованих на збереження біорізноманіття і культурної спадщини. Крім того, регіональні стратегії розвитку підтримують місцеві громади, що є важливим у контексті глобальних змін, таких як міграція населення та зміни в соціальній структурі. Туристично-рекреаційна галузь у Карпатському регіоні залежить від активного залучення місцевих мешканців до туристичного бізнесу та збереження традицій. Стратегії розвитку зосереджені на під-

тримці малих і середніх підприємств, що дозволяє місцевим жителям адаптуватися до змін, стимулювати розвиток внутрішнього туризму і зменшити негативні соціальні наслідки глобальних процесів. Також регіональні стратегії враховують міжрегіональну та міжнародну співпрацю, що є важливим аспектом у контексті глобальних змін. Туристично-рекреаційна галузь в Карпатському регіоні потребує координації з іншими країнами Карпатського простору, що дозволяє інтегрувати регіон у глобальні туристичні мережі та розробляти спільні стратегії з адаптації до викликів кліматичних та економічних трансформацій.

Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021–2027 років [14] передбачає реалізацію положень Карпатської конвенції. Зокрема, вона спрямована на інтеграцію екологічних аспектів у просторові плани розвитку адміністративно-територіальних одиниць. Важливими складовими стратегії є впровадження сталих підходів до управління та відновлення лісових і мисливських ресурсів регіону, а також збільшення площ природно-заповідних територій і об'єктів.

Регіональна стратегія розвитку Львівської області на період 2021–2027 років [15] враховує цільові орієнтири, визначені в Програмі діяльності Кабінету Міністрів України, схваленій Верховною Радою 4 жовтня 2019 року. Особливу увагу приділено пріоритетам розвитку гірських територій, що закладені в Державній програмі розвитку регіону українських Карпат на 2021–2027 роки, затвердженій Постановою Кабінету Міністрів України від 20 жовтня 2019 року №880.

Стратегія розвитку Чернівецької області до 2027 року [16] в галузі туризму та рекреації передбачає формування позитивного іміджу Буковини на внутрішніх та міжнародних туристичних ринках. Важливими напрямками є підвищення конкурентоспроможності туристичних пропозицій регіону, створення регіонального інтернет-ресурсу для популяризації туристичних можливостей Буковини, а також запровадження єдиної туристично-інформаційної системи з можливістю онлайн-бронювання та оплати. Стратегія також спрямована на збільшення кількості внутрішніх туристів, обсягів продажу регіональних туристичних продуктів, розвитку нових туристичних маршрутів та зростання кількості туристів у вихідні дні в місті Чернівці, а також у гірських районах і Дністровському каньйоні.

Стратегія розвитку Івано-Франківської області до 2027 року [17] у сфері туризму та рекреації передбачає створення ефектив-

ної системи економічного стимулювання для розвитку туризму. Особлива увага приділяється розвитку туристичної та рекреаційної інфраструктури, формуванню сприятливого інвестиційного клімату для реалізації проєктів у цій сфері, покращенню кадрового забезпечення для розвитку туристичної галузі та готельного господарства, а також активізації механізмів державно-приватного партнерства для реалізації інфраструктурних і туристичних проєктів.

Варто відзначити, що регіональний аспект трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону охоплює різні тенденції та виклики, пов'язані з глобальними змінами. Однією з ключових тенденцій є адаптація туристичних продуктів до потреб різних груп туристів, що забезпечує більш інклюзивний і гнучкий підхід до розвитку туризму. Наприклад, у Закарпатській області спостерігається зростання інтересу до екологічного та агротуризму, що відображає прагнення туристів до активного відпочинку на природі та водночас відповідає на глобальні виклики щодо збереження довкілля. Відповідно, місцеві підприємці починають пропонувати нові види послуг, такі як організація екоекскурсій, агроекспедицій і майстер-класів з традиційних ремесел. Це не лише сприяє розвитку економіки, але й зберігає культурні традиції регіону. В Івано-Франківській області, яка є важливим центром гірськолижного туризму, трансформація полягає у впровадженні нових технологій і сервісів. Відновлення та модернізація інфраструктури, зокрема лижних трас і підйомників, створює можливості для залучення туристів у міжсезоння. Цей підхід допомагає зменшити сезонність, забезпечуючи стабільні доходи для місцевих підприємств. Львівська область, зі своєю багатого культурною спадщиною, активно розвиває культурний туризм. Співпраця з міжнародними культурними інституціями та реалізація спільних проєктів дозволяє підвищити привабливість регіону для туристів. Окрім цього, проведення фестивалів, ярмарків та інших культурних подій стимулює внутрішній та міжнародний туристичний потік. Чернівецька область, попри меншу популярність у порівнянні з іншими, також має великий потенціал для розвитку туризму. Підвищення туристичної привабливості можливе через активне просування природних ресурсів, таких як національні парки та природні резервати, а також історичних пам'яток, що дозволяє залучати туристів, які цікавляться історією та природою [14–17].

Отже, регіональний аспект трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону вимагає комплексного підхо-

ду, який враховує унікальні можливості та потреби кожної області. Співпраця між місцевими органами влади, підприємцями та громадами є критично важливою для забезпечення сталого розвитку галузі, що відповідає сучасним викликам і очікуванням туристів. Розвиток регіонального туризму має стати пріоритетом у контексті економічного зростання та соціальної стабільності, що забезпечить збереження культурної та природної спадщини Карпат.

Регіональний аспект трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону у контексті вивчення впливу кліматичних змін має особливе значення, оскільки Карпати є одним із найбільш екологічно вразливих регіонів України. Кліматичні зміни, такі як підвищення середньорічної температури, скорочення снігового покриву та частіші погодні аномалії, суттєво впливають на сезонність туризму, зокрема зимові види відпочинку, такі як гірськолижний спорт. Це змушує туристично-рекреаційну галузь адаптуватися до нових умов, наприклад, розширювати пропозиції на теплі сезони, популяризувати екотуризм, гірський туризм, веломаршрути та інші форми активного відпочинку, що не залежать від снігових умов.

Крім того, кліматичні зміни призводять до деградації природних ландшафтів, що створює додаткові виклики для туристичних об'єктів і сервісів, які розташовані в екологічно чутливих зонах. Туристично-рекреаційний сектор змушений звертати увагу на сталий розвиток, інтегрувати екологічно дружні практики та активніше взаємодіяти з місцевими громадами, щоб забезпечити збереження природних ресурсів і біорізноманіття.

Зміни клімату, такі як підвищення середньорічних температур, скорочення зимового сезону та збільшення частоти екстремальних погодних явищ, значно впливають на туристичні зони України. Особливо це стосується гірських і прибережних регіонів, де традиційні види туризму, такі як зимовий спорт, можуть зазнавати змін через погодні аномалії. Наприклад, Карпатський регіон, де зимовий туризм є основним джерелом доходу для багатьох місцевих громад, потребує розвитку альтернативних видів туризму, таких як екотуризм, щоб зберегти свою конкурентоспроможність. Крім того, зміни клімату можуть негативно вплинути на природні екосистеми Карпатського регіону, які вже зазнають впливу антропогенної діяльності та змін у землекористуванні. У зв'язку з цим виникає необхідність впровадження заходів для пом'якшення наслідків кліматичних змін і адаптації до них. Це є важливим для збереження природних екосистем регіону та забез-

печення сталого соціально-економічного розвитку Карпатського регіону [1, с. 72].

Кліматичні зміни значно впливають на розвиток туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні. Ці зміни створюють нові виклики для традиційних видів туризму, таких як гірськолижний та екологічний, що є основою економічної діяльності багатьох регіональних громад. Закарпатська область відчуває значні наслідки від підвищення температури та зміни кількості опадів, що призводить до зменшення кількості снігового покриву на гірськолижних курортах та підвищення ризику повеней. Часті зливи та несприятливі погодні умови впливають на безпеку інфраструктури та зменшують її привабливість для туристів, особливо в зимовий період. Це вимагає розробки заходів із захисту від стихійних лих, покращення управління водними ресурсами та запровадження штучного засніження. Івано-Франківська область, як один із ключових туристичних центрів Карпат, також відчуває вплив змін клімату, що зумовлює скорочення зимового туристичного сезону. Підвищення середньорічної температури та часті літні посухи створюють проблеми з водопостачанням для рекреаційної інфраструктури, а також знижують привабливість зимових видів туризму. Це вимагає пошуку альтернативних підходів до розвитку туристичної інфраструктури, зокрема всесезонного туризму та раціонального використання природних ресурсів. Львівська область також відчуває наслідки кліматичних змін, що виявляються у збільшенні кількості екстремальних погодних явищ, включно з частими зливами, різкими змінами погоди та збільшенням ризику лісових пожеж. Це впливає на безпеку туристів і туристичну привабливість регіону. Для зменшення ризиків потрібні інвестиції в системи раннього попередження, штучне засніження для зимових курортів, а також розвиток інших видів туризму, таких як культурно-історичний, що менш залежить від сезонних змін. Чернівецька область зазнає підвищеного ризику паводків через зміни в режимі опадів, що особливо небезпечно для річкових рекреаційних зон. Погіршення інфраструктури через часті паводки призводить до зниження туристичних потоків та зменшення інвестицій у розвиток туристичної галузі. Підвищення температури та скорочення зимового сезону також створюють умови для необхідності зміни стратегій розвитку туризму, орієнтованих на літні та всесезонні види відпочинку [6–8; 18–22]. Нижче наведено вплив кліматичних змін на розвиток туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні та можливі шляхи вирішення проблем (табл. 1.1.3).

Таблиця 1.1.3

**Вплив кліматичних змін на розвиток туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні та можливі шляхи вирішення проблем**

Область	Основні кліматичні зміни	Вплив на туристично-рекреаційну галузь	Можливі адаптаційні заходи
Закарпатська	Підвищення температури, зміна кількості опадів, часті зливи, ризик повеней	Зменшення кількості снігу на гірськолижних курортах, ризик підтоплення інфраструктури	Створення штучних снігових покривів, покращення протиपाдовкових споруд, розвиток екотуризму
Івано-Франківська	Підвищення середньорічної температури, посухи влітку, зменшення кількості снігу в зимовий період	Скорочення тривалості зимового туристичного сезону, проблеми з водними ресурсами	Розвиток всесезонних видів туризму (піші маршрути, культурний туризм), раціональне водокористування
Львівська	Часті зміни погоди, зменшення кількості снігу, підвищення ризику лісових пожеж	Підвищений ризик для безпеки туристів, скорочення зимового сезону на гірськолижних курортах	Інвестування в штучне засніження, посилення протипожежної безпеки, розвиток культурно-історичного туризму
Чернівецька	Потепління клімату, зміна сезонності, підвищення ризику паводків на річках	Порушення туристичної інфраструктури, зменшення привабливості зимового туризму	Розвиток літніх видів туризму (річкові сплави, піші походи), укріплення інфраструктури від паводків

Джерело: власна розробка автора на основі [1; 6–8; 18–22].

Після проведеного аналізу впливу кліматичних змін на розвиток туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону, стає очевидним, що адаптація до нових кліматичних умов є необхідною складовою для сталого розвитку цього сектора. SWOT-аналіз допоможе систематизувати ключові сильні та слабкі сторони, можливості й загрози, пов'язані з впливом кліматичних змін на Карпатський регіон, а також визначити можливі напрями вирішення виявлених проблем.

SWOT-аналіз регіонального аспекту трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону в контексті впливу кліматичних змін доцільно представити наступним чином:

Сильні сторони:

1. Екологічний потенціал: Карпатський регіон залишається однією з найпривабливіших природних зон України, багатою на біорізноманіття та ландшафти, які приваблюють туристів протягом усього року.

2. Альтернативні види туризму: екотуризм, велотуризм, піші маршрути і культурно-історичний туризм можуть стати сильними конкурентними напрямками розвитку, незалежними від сезонних коливань.

3. Регіональна популярність: Карпатський регіон традиційно є популярним туристичним напрямком, особливо у зимовий період, що може стати основою для адаптаційних заходів.

Слабкі сторони:

1. Залежність від клімату: зміна сезонів, скорочення зимового періоду та зменшення снігового покриву знижують привабливість традиційного зимового туризму, зокрема гірськолижного спорту.

2. Вразливість інфраструктури: інфраструктура Карпатського регіону недостатньо підготовлена до частих екстремальних погодних явищ, таких як повені, лісові пожежі та зміни температур.

3. Недостатнє фінансування сталого розвитку: існує брак інвестицій в інфраструктуру, зокрема в системи раннього попередження та захисту від природних катастроф.

Можливості:

1. Розвиток всесезонного туризму: створення програм для популяризації активного відпочинку, такого як гірський туризм, велосипедні маршрути і піші походи, здатні залучити туристів незалежно від сезону.

2. Впровадження екологічно дружніх практик: сталий розвиток туристичної галузі з урахуванням екологічних стандартів сприятиме залученню нових інвесторів та забезпечить збереження природних ресурсів.

3. Інновації в інфраструктурі: використання сучасних технологій для створення штучного снігу та управління водними ресурсами сприятиме збереженню туристичної привабливості зимових курортів.

Загрози:

1. Погіршення кліматичних умов: постійне підвищення температури та часті погодні аномалії можуть призвести до подальшого скорочення зимового туристичного сезону.

2. Деградація природних ландшафтів: активна антропогенна діяльність у поєднанні з кліматичними змінами може спричинити погіршення стану природних екосистем Карпатського регіону.

3. Зниження туристичних потоків: нестабільні погодні умови можуть знизити інтерес до зимових видів туризму, що негативно вплине на місцеву економіку.

Проведений SWOT-аналіз демонструє, що кліматичні зміни створюють серйозні виклики для туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону, але одночасно відкривають нові можливості для розвитку сталого та всесезонного туризму.

Таким чином, вплив кліматичних змін на туристично-рекреаційну галузь Карпатського регіону має комплексний характер, торкаючись різних аспектів природного середовища та інфраструктури. Для збереження привабливості регіону та забезпечення сталого розвитку необхідно вжити низку заходів, що спрямовані на адаптацію туристичної галузі до нових кліматичних умов.

Карпати, будучи екологічно вразливим регіоном, потребують оперативних і дієвих рішень для адаптації до нових кліматичних умов. Досвід різних областей регіону демонструє, як можна вирішувати проблеми, пов'язані з кліматичними змінами, зокрема потрібно:

1. Розробляти програми зі створення штучного засніження на гірськолижних курортах. Це дозволить підтримувати зимовий туризм, навіть за умов зменшення природного снігового покриву.

2. Активно просувати екотуризм, залучаючи туристів до природних пам'яток, що не залежать від снігових умов.

3. Надавати перевагу розвитку всесезонних видів туризму, зокрема активно реалізувати проекти з облаштування піших маршрутів та культурного туризму.

4. Впроваджувати заходи з раціонального водокористування, що забезпечить надійне водопостачання для рекреаційної інфраструктури в умовах літніх посух.

5. Реалізувати інвестиційні проекти в системи раннього попередження та посилення протипожежної безпеки.

6. Розвивати культурно-історичний туризм, що менш залежить від сезонних змін.

7. Акцентувати на літніх видах відпочинку, таких як річкові сплави та піші походи. Це дозволить не лише адаптуватися до нових кліматичних реалій, але й покращити інфраструктуру для захисту від паводків, забезпечуючи таким чином безпеку туристів.

Отже, ефективні рішення для адаптації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону до впливу кліматичних змін включають: створення альтернативних видів туризму, впровадження інновацій у водокористуванні, розвиток екологічних

практик та інвестування в інфраструктуру для захисту від природних катастроф. Ці заходи не лише зберігатимуть природні ресурси, але й забезпечуватимуть соціально-економічний розвиток регіону, сприяючи його сталому майбутньому.

Глобальні економічні кризи, такі як наслідки пандемії COVID-19 та війна в Україні, мають суттєвий вплив на туристичний сектор. Зниження туристичних потоків, закриття кордонів та зміна моделей поведінки споживачів змушують регіональні туристичні стратегії пристосовуватися до нових реалій. У таких умовах розвиток внутрішнього туризму стає пріоритетним напрямком, який сприяє економічному відновленню регіонів. Наприклад, Закарпаття та Львівщина стали важливими центрами внутрішнього туризму, пропонуючи культурні та природні туристичні продукти.

Економічні та соціальні виклики трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону є актуальною проблемою, що вимагає комплексного підходу для забезпечення сталого розвитку територій. Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Чернівецька області зіштовхуються з низкою економічних труднощів, пов'язаних з інвестиційною привабливістю, сезонністю туристичних послуг та кліматичними змінами. Зокрема, скорочення зимового сезону на гірськолижних курортах зумовлює зменшення доходів від туристичної діяльності, що, зі свого боку, знижує загальну економічну ефективність регіону. Збільшення витрат на підтримку та оновлення інфраструктури також стає значним викликом, особливо в контексті кліматичних катастроф, таких як паводки та зсуви. Соціальні аспекти трансформації туристично-рекреаційної галузі також відіграють важливу роль у розвитку регіону. Сезонність туризму сприяє нестабільному рівню зайнятості населення, що веде до високого рівня безробіття та трудової міграції. Особливо це стосується молоді, яка шукає кращих можливостей для професійної реалізації за межами регіону, що призводить до демографічних змін та соціальної нестабільності. Відсутність стабільних доходів у туристичному секторі загострює соціальну нерівність, особливо між міськими та сільськими громадами. Це створює додаткові труднощі у вирішенні проблем соціального захисту та забезпечення рівного доступу до ресурсів і можливостей. Погіршення екологічних умов у регіоні, спричинене кліматичними змінами, підвищує ризики для безпеки туристів та загалом знижує привабливість Карпат як рекреаційної зони. Збитки від стихійних лих, таких як повені, ведуть до руйнування

туристичної інфраструктури та вимагають значних інвестицій на її відновлення. Однак ці витрати часто перевищують наявні фінансові можливості регіонів, що посилює економічну вразливість територій. У цьому контексті необхідно шукати нові моделі розвитку, орієнтовані на всесезонні види туризму, інноваційні рішення та співпрацю з міжнародними інвесторами [2; 22–28]. Нижче наведено вплив економіко-соціальних аспектів на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні (табл. 1.1.4).

Таблиця 1.1.4

**Вплив економіко-соціальних аспектів на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в областях Карпатського регіону**

Область	Економічні виклики	Соціальні виклики
Закарпатська	Зниження інвестиційної привабливості через кліматичні зміни, скорочення тривалості зимового сезону, підвищення витрат на інфраструктуру	Високий рівень безробіття через сезонність роботи, зменшення кількості туристів, еміграція населення у пошуках роботи
Івано-Франківська	Високі витрати на підтримку інфраструктури у зв'язку з екстремальними погодними умовами, зниження доходів від зимового туризму	Демографічні зміни через міграцію молоді, обмежені можливості для професійної реалізації в туристичній сфері, соціальна нестабільність
Львівська	Витрати на інноваційні технології для підтримки всесезонного туризму, зниження прибутковості традиційних туристичних напрямків	Соціальна нерівність, збільшення різниці між міськими та сільськими громадами, високий рівень соціальної напруги в регіоні
Чернівецька	Збитки через часті паводки, необхідність оновлення інфраструктури, низька привабливість для міжнародних інвесторів	Погіршення умов життя через руйнування рекреаційної інфраструктури, проблеми із залученням молоді до туристичної сфери

Джерело: власна розробка автора на основі [2; 22–28].

Проведений аналіз економіко-соціальних аспектів, що впливають на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні, засвідчує, що дані чинники значно впливають на розвиток і функціонування цієї галузі. Тому наступний SWOT-аналіз дозволяє всебічно розглянути ці впливи та розробити стра-

тегічні підходи для подолання наявних проблем та використання можливостей, що виникають у процесі змін:

*Сильні сторони:*

1. Природне багатство регіону: Карпатський регіон має значний природний та культурний потенціал для розвитку туризму.

2. Розвиток внутрішнього туризму: пандемія COVID-19 сприяла переорієнтації на внутрішній туризм, що посилило попит на локальні туристичні продукти.

3. Підтримка традиційного туризму: популярність культурних та рекреаційних заходів, таких як фестивалі, історичні маршрути.

*Слабкі сторони:*

1. Сезонність туризму: залежність від погодних умов (особливо для зимового туризму), що знижує загальні доходи.

2. Нестача інвестицій: обмежені інвестиції у розвиток інфраструктури, що стримує туристичний потенціал.

3. Відтік кваліфікованих кадрів: молодь часто емігрує через відсутність можливостей для професійної реалізації в регіоні.

*Можливості:*

1. Розвиток всесезонного туризму: впровадження інновацій та технологій, що дозволять залучати туристів упродовж усього року.

2. Залучення міжнародних інвесторів: співпраця з міжнародними партнерами для модернізації інфраструктури та впровадження нових туристичних продуктів.

3. Екологічні ініціативи: розвиток екологічного туризму, який стає дедалі популярнішим серед туристів.

*Загрози:*

1. Кліматичні зміни: зменшення тривалості зимового сезону та зростання кількості природних катастроф, таких як повені та зсуви.

2. Економічні кризи: війна в Україні та глобальні економічні кризи негативно впливають на рівень інвестицій та туристичні потоки.

3. Соціальна нестабільність: високий рівень безробіття та соціальної нерівності через сезонний характер роботи в туристичній галузі.

Вище проведений SWOT-аналіз демонструє необхідність впровадження комплексного підходу для подолання викликів, пов'язаних із трансформацією туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні.

Таким чином, економічні та соціальні виклики трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону обумовлюють необхідність стратегічного планування, модернізації

інфраструктури та впровадження інноваційних підходів для забезпечення стабільного економічного розвитку та соціальної стабільності. Зокрема, у Карпатському регіоні, де економіка значною мірою залежить від туризму, виникають критичні питання, які потребують термінового вирішення, а саме:

**1. Розвиток внутрішнього туризму.** Зниження міжнародних туристичних потоків сприяє зростанню внутрішнього туризму. Регіони, такі як Закарпаття та Львівщина, можуть активно просувати свої культурні та природні ресурси, що приваблюють місцевих туристів. Проведення культурних заходів, фестивалів та пропозиція унікальних туристичних маршрутів можуть зміцнити позиції внутрішнього туризму.

**2. Модернізація інфраструктури.** Для підтримки туристичної галузі необхідно інвестувати в модернізацію інфраструктури. Це включає поліпшення доріг, розвиток транспортних систем, а також створення комфортних умов для відпочинку. Важливо також адаптувати інфраструктуру до вимог екологічної стійкості.

**3. Впровадження інноваційних технологій.** Використання сучасних технологій, таких як онлайн-платформи для бронювання, мобільні додатки для туристів, а також використання екологічних технологій у готелях і ресторанах, може значно поліпшити туристичний досвід. Це дозволить залучити нових клієнтів і підвищити рівень обслуговування.

**4. Співпраця з міжнародними інвесторами.** Залучення іноземних інвестицій у туристичну інфраструктуру може стати ключем до розвитку галузі. Це включає створення спільних підприємств, які б сприяли розвитку нових туристичних продуктів і послуг. Наприклад, реалізація спільних проєктів у сфері екологічного туризму може привернути увагу міжнародних інвесторів.

**5. Соціальні програми для населення.** Для вирішення соціальних викликів, пов'язаних із сезонністю туристичних послуг, необхідно розробити програми, що забезпечать зайнятість населення протягом року. Це може включати навчання нових професій у сфері туризму, підвищення кваліфікації працівників, а також програми підтримки підприємців у туристичній сфері.

**6. Сталий розвиток і екологічна свідомість.** Необхідно акцентувати на сталому розвитку, що включає збереження природних ресурсів, екологічну освіту та свідоме ставлення до природи. Розробка екологічних маршрутів, організація екофестивалів та співпраця з екологічними організаціями можуть суттєво покращити екологічну ситуацію в регіоні.

З огляду на зазначене вище, економічні та соціальні виклики трансформації туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні вимагають комплексного підходу до їх вирішення. Впровадження інновацій, розвиток внутрішнього туризму, модернізація інфраструктури та активна співпраця з міжнародними інвесторами можуть стати основою для стабільного економічного розвитку та соціальної стабільності в регіоні.

Соціальні зміни, пов'язані з міграційними процесами та урбанізацією, також впливають на розвиток туристичних зон. Зростання великих міст і зменшення чисельності населення в сільських регіонах призводить до зміни туристичного попиту. Міські туристичні центри, такі як Львів, залучають більшість туристів, тоді як менш розвинені регіони потребують додаткових інвестицій в інфраструктуру для покращення їхньої туристичної привабливості. Підтримка місцевих ініціатив, таких як розвиток сільського туризму, може стати ефективним інструментом для стимулювання регіональних економік.

Варто зауважити, що соціальні зміни та урбанізація відіграють ключову роль у трансформації туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону. Зростання населення, викликане внутрішньою міграцією, змінює демографічну структуру регіону, ведучи до збільшення числа молоді, яка шукає нові можливості для відпочинку та розваг. Це підвищує попит на різноманітні туристичні послуги, такі як екологічний туризм, активний відпочинок і культурні програми, що, зі свого боку, сприяє розвитку інфраструктури. Урбанізація, що активно триває в регіоні, впливає на зміни в стилі життя місцевих жителів. Розширення міст і сіл супроводжується будівництвом нових житлових та рекреаційних об'єктів, що дозволяє розвивати туристичну інфраструктуру. Однак це також створює нові виклики, пов'язані з необхідністю модернізації існуючих об'єктів і послуг, аби задовольнити зростаючий попит. Водночас урбанізаційні процеси можуть призвести до конкуренції між містами та сільськими районами за туристичні потоки, що вимагає нових стратегій розвитку для збереження культурної ідентичності та природної спадщини. Важливою складовою соціальних змін є зміна стилю життя та цінностей населення, зокрема зростання інтересу до активного відпочинку та екологічної свідомості. Це сприяє розвитку нових форм туризму, таких як велотуризм, піші походи, агротуризм та екотуризм, які стають популярними серед молоді та сімей. Зростаюча соціальна напруга у сільських місцевостях, викликана проблемами з зайнятістю та еміграцією, також підкреслює важливість розвитку

сільського туризму як способу забезпечення економічної стабільності та збереження культурних традицій [25–26; 29–32]. Нижче наведено вплив соціальних змін та урбанізації на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні (табл. 1.1.5).

Таблиця 1.1.5

**Вплив соціальних змін та урбанізації на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в областях Карпатського регіону**

Область	Соціальні зміни	Урбанізація	Вплив на туристично-рекреаційну галузь
Закарпатська	Зростання місцевого населення через внутрішню міграцію, зміна культурних традицій	Розширення міст, збільшення кількості житлових будинків і рекреаційних об'єктів	Збільшення попиту на туристичні послуги, потреба у модернізації інфраструктури
Івано-Франківська	Зміна демографічної структури, зростання молодіжного населення	Урбанізація міст, зростання сіл, розвиток інфраструктури	Підвищення конкуренції між регіонами за туристичні потоки, необхідність розвитку нових пропозицій
Львівська	Зміна стилю життя населення, зростання інтересу до активного відпочинку	Зростання урбанізації, розвиток інфраструктури транспортного сполучення	Розвиток нових форм туризму (екологічний, культурний), зростання інвестицій у туристичну інфраструктуру
Чернівецька	Погіршення умов життя у сільській місцевості, підвищення соціальних напруг через міграцію	Зростання міст, розширення агломерацій, збільшення потоку внутрішніх мігрантів	Необхідність збереження культурної спадщини, розвиток сільського туризму

Джерело: власна розробка автора на основі [25–26; 29–32].

Таким чином, вплив соціальних змін та урбанізації на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні вимагає комплексного підходу до управління розвитком територій. У зв'язку з цим, доцільним є проведення SWOT-аналізу для оцінки сильних і слабких сторін, а також можливостей та загроз, що виникають у процесі соціальних змін та урбанізації. Цей аналіз дозволить більш ґрунтовно оцінити потенціал галузі та визначити подальші стратегічні напрями її розвитку.

SWOT-аналіз впливу соціальних змін та урбанізації на туристично-рекреаційну галузь Карпатського регіону:

Сильні сторони:

1. Природні ресурси: Карпатський регіон має багатий потенціал для розвитку екологічного та активного туризму.
2. Розвиток урбаністичної інфраструктури: розширення міст сприяє покращенню доступу до рекреаційних зон, підвищуючи їх привабливість.
3. Традиційна культура: культурна спадщина регіону приваблює туристів, що відкриває можливості для розвитку культурного туризму.

Слабкі сторони:

1. Недостатній рівень інфраструктури: багато сільських територій потребують модернізації транспортної та туристичної інфраструктури.
2. Соціальні напруги: міграція з сільських місцевостей призводить до зниження зайнятості та економічного спаду.
3. Обмеженість інвестицій: недостатнє фінансування обмежує можливості розвитку нових туристичних продуктів.

Можливості:

1. Розвиток нових форм туризму: зростання інтересу до екотуризму, велотуризму та агротуризму може сприяти розвитку регіону.
2. Підтримка місцевих ініціатив: інвестиції у сільський туризм та культурні проекти можуть забезпечити економічну стабільність та розвиток регіонів.
3. Співпраця з міжнародними організаціями: використання міжнародного досвіду та залучення інвестицій можуть підвищити рівень туристичної галузі.

Загрози:

1. Демографічний спад у сільській місцевості: зменшення чисельності населення у віддалених територіях знижує їх туристичний потенціал.
2. Екологічні виклики: збільшення урбанізації та туристичного навантаження може призвести до деградації природного середовища.
3. Конкуренція між регіонами: урбанізовані центри, наприклад, такі як Львів, можуть витіснити сільські туристичні зони, що потребує розробки нових стратегій.

Таким чином, проведений SWOT-аналіз дав можливість краще зрозуміти виклики та перспективи розвитку туристично-рекреаційної галузі в умовах соціальних змін та урбанізації, що, зі

свого боку, сприятиме формуванню стратегій для забезпечення сталого розвитку Карпатського регіону.

Отже, соціальні зміни та урбанізація у Карпатському регіоні істотно впливають на трансформацію туристично-рекреаційної галузі, вимагаючи адаптації існуючих стратегій розвитку, впровадження інноваційних підходів і збереження балансу між економічним зростанням та соціальною стабільністю. Це забезпечить стійкий розвиток туристичного потенціалу регіону в умовах сучасних викликів. Крім того, зростання міст та зміна демографічної структури ведуть до нових викликів і можливостей для розвитку регіону, зокрема це вимагає таких заходів:

**1. Розвиток сільського та екологічного туризму.** З метою підвищення туристичної привабливості менш розвинутих регіонів необхідно акцентувати на розвитку сільського та екологічного туризму. Наприклад, Закарпаття може розвивати агротуризм, залучаючи туристів до участі в традиційних сільськогосподарських роботах, а також організовуючи екскурсії до місцевих виноробень. Такі ініціативи не лише підвищать економічну стабільність, але й сприятимуть збереженню культурних традицій.

**2. Модернізація інфраструктури.** Зростання попиту на туристичні послуги зумовлює потребу у модернізації туристичної інфраструктури. Необхідно покращити транспортну доступність та розвинути інфраструктуру розміщення. Доцільно також впроваджувати програми з оновлення готелів і створення нових об'єктів інфраструктури, що задовольнятиме потреби туристів.

**3. Збереження культурної спадщини.** Урбанізація може загрожувати збереженню культурної спадщини регіону. При цьому, області Карпатського регіону можуть реалізувати проекти, спрямовані на збереження історичних пам'яток та культурних традицій, зокрема, через організацію фестивалів та культурних заходів, які привертають туристів.

**4. Підтримка місцевих ініціатив.** Важливим напрямом є підтримка місцевих ініціатив, які сприяють розвитку туризму. Це може включати фінансування проектів місцевих підприємців, що пропонують унікальні туристичні продукти. Наприклад, в областях Карпатського регіону можуть бути запроваджені програми для підтримки молодих підприємців, які розвивають місцеві туристичні маршрути.

**5. Створення нових туристичних продуктів.** Необхідно зосередитися на створенні нових форм туризму, таких як велотуризм, піші маршрути, та інші активні види відпочинку, які стають

популярними серед молоді. Ці напрямки можуть бути реалізовані в областях Карпатського регіону, зокрема через організацію вело-екскурсій та природних походів.

**6. Залучення інвестицій.** Важливо забезпечити залучення інвестицій у туристичну галузь. Для цього необхідно створити сприятливі умови для інвесторів, зокрема, шляхом спрощення адміністративних процедур та розробки державних програм підтримки.

**7. Розвиток партнерств.** Необхідно розвивати партнерства між державними органами, місцевими громадами та бізнесом. Це дозволить реалізовувати спільні проекти, які сприятимуть розвитку туристичної інфраструктури та збереженню культурної спадщини.

Підсумовуючи, відзначимо, що соціальні зміни та урбанізація в Карпатському регіоні вимагають комплексного підходу до трансформації туристично-рекреаційної галузі. Розвиток сільського та екологічного туризму, модернізація інфраструктури, збереження культурної спадщини та підтримка місцевих ініціатив є ключовими напрямками для забезпечення сталого розвитку та економічної стабільності регіону в умовах сучасних викликів.

Технологічні зміни, зокрема розвиток цифрових платформ та соціальних мереж, суттєво впливають на трансформацію туристичних послуг. Туристи все більше звертаються до цифрових ресурсів для планування подорожей, що змушує туристичні компанії та регіональні органи влади впроваджувати цифрові рішення, такі як онлайн-бронювання, віртуальні тури та цифровий маркетинг. Для регіонів, які хочуть привабити нових туристів, це відкриває нові можливості, але також вимагає інвестицій у розвиток цифрової інфраструктури.

Вплив цифрових технологій на трансформацію туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону стає все більш помітним у контексті сучасних викликів і можливостей. Цифровізація не лише змінює способи організації та споживання туристичних послуг, а й суттєво впливає на поведінку споживачів, маркетингові стратегії підприємств та загальний туристичний досвід. Одним з ключових аспектів впливу цифрових технологій є вдосконалення процесів бронювання та планування подорожей. Мобільні додатки та онлайн-платформи надають можливість туристам швидко знаходити інформацію про місця проживання, ресторани, атракції та розклад подій. Це підвищує зручність і доступність послуг, що є особливо важливим у конкурентному середовищі. В областях Карпатського регіону, наприклад, активне впровадження мобільних додатків для туристів сприяє покращенню інформованості про

регіональні пропозиції та підвищенню туристичного потоку. Використання віртуальної та доповненої реальності також має значний потенціал у трансформації туристичного досвіду. Наприклад, можна активно експериментувати з віртуальними турами, які дозволяють потенційним туристам ознайомитися з культурними та природними особливостями Карпатського регіону, не виходячи з дому. Це розширює аудиторію та залучає нові категорії туристів, які можуть бути зацікавлені у відвідинах після віртуального знайомства. Використання цифрових технологій може бути досить корисним для оптимізації маркетингових стратегій. Онлайн-платформи, що спеціалізуються на продажу квитків і бронюванні готелів, дозволяють зменшити витрати на просування та підвищити видимість регіональних туристичних пропозицій. Завдяки таким платформам, місцеві підприємства можуть ефективно конкурувати з великими гравцями на ринку. Активне використання соціальних мереж для просування туристичних послуг є також досить поширеним. Соціальні медіа не тільки допомагають у формуванні позитивного іміджу Карпатського регіону, але й сприяють залученню молодіжної аудиторії. Це особливо важливо в умовах зростаючої конкуренції за увагу туристів на міжнародному ринку [3–5; 27; 33–37]. Нижче наведено вплив цифрових технологій на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Карпатському регіоні (табл. 1.1.6).

Таблиця 1.1.6

**Вплив цифрових технологій на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в областях Карпатського регіону**

<b>Область</b>	<b>Цифрові технології</b>	<b>Вплив на туристично-рекреаційну галузь</b>
Закарпатська	Впровадження мобільних додатків для планування подорожей	Зручність у бронюванні, підвищення інформованості туристів про місцеві послуги
Івано-Франківська	Використання технологій віртуальної та доповненої реальності для віртуальних турів	Розширення туристичного досвіду, залучення нових категорій туристів
Львівська	Онлайн-платформи для продажу квитків і бронювання готелів	Зниження витрат на маркетинг, збільшення потоку туристів
Чернівецька	Соціальні мережі для просування туристичних послуг	Зростання популярності місцевих атракцій, залучення молодіжної аудиторії

Джерело: власна розробка автора на основі [3–5; 27; 33–37].

Після детального розгляду впливу цифрових технологій на туристично-рекреаційну галузь в областях Карпатського регіону, що було представлено у таблиці 6, доцільно провести SWOT-аналіз, що дозволить систематизувати інформацію та оцінити, як цифрові технології впливають на розвиток галузі, виявляючи її сильні і слабкі сторони, а також можливості та загрози, що виникають у процесі трансформації.

SWOT-аналіз впливу цифрових технологій на туристично-рекреаційну галузь в Карпатському регіоні доцільно представити у такому вигляді:

*Сильні сторони:*

1. Зручність та доступність послуг: впровадження мобільних додатків та онлайн-платформ значно спрощує процес бронювання та планування подорожей, підвищуючи комфорт для туристів.

2. Покращення маркетингових стратегій: використання соціальних мереж і цифрового маркетингу дозволяє ефективно просувати регіональні пропозиції, що залучає нові аудиторії.

3. Розширення туристичного досвіду: віртуальні та доповнені реальності дозволяють потенційним туристам ознайомитися з регіоном, що сприяє збільшенню потоку відвідувачів.

*Слабкі сторони:*

1. Нестача цифрової інфраструктури: необхідні інвестиції в розвиток швидкісного інтернету та сучасних технологій можуть бути обмежені.

2. Недостатня цифрова грамотність: деякі підприємства та працівники можуть бути не готовими до використання нових технологій, що ускладнює їх впровадження.

3. Висока конкуренція: зростаюча кількість туристичних платформ і сервісів може призводити до насичення ринку, ускладнюючи конкуренцію для місцевих підприємств.

*Можливості:*

1. Залучення нових категорій туристів: віртуальні тури можуть привернути увагу нових аудиторій, які можуть стати реальними відвідувачами після ознайомлення з регіоном.

2. Співпраця з технологічними компаніями: партнерство з IT-компаніями може допомогти у впровадженні новітніх технологій та покращенні сервісів.

3. Розвиток екотуризму: використання цифрових платформ для просування екологічно чистих туристичних пропозицій може зміцнити імідж регіону та залучити свідомих туристів.

Загрози:

1. Зміни в поведінці споживачів: швидкий розвиток технологій може призвести до змін у вподобаннях та очікуваннях туристів, зокрема у виборі платформ для планування подорожей.

2. Економічні коливання: нестабільність економіки може зменшити інвестиції в туристичну інфраструктуру та розвиток цифрових рішень.

3. Кіберзагрози: зростаюча цифровізація підвищує ризики кіберзлочинності, що може негативно вплинути на довіру споживачів до онлайн-сервісів.

Таким чином, SWOT-аналіз підтверджує, що впровадження цифрових технологій у туристично-рекреаційній галузі Карпатського регіону має великий потенціал для розвитку. Однак для успішної реалізації цих можливостей необхідно вирішити існуючі проблеми та врахувати загрози, що можуть виникнути в умовах швидких змін у технологічному середовищі.

Крім цього, важливою залишається інтеграція традиційних цінностей з сучасними технологічними рішеннями, що дозволить зберегти унікальність Карпат і підвищити їх привабливість для туристів. Однак з розвитком технологій з'являються нові виклики та можливості для місцевих туристичних підприємств, наприклад:

**1. Інтеграція цифрових платформ у туристичний сектор.**

Технологічні зміни, зокрема розвиток цифрових платформ для бронювання та просування послуг, суттєво трансформують туристичну галузь. Наприклад, впровадження мобільних додатків, які дозволяють туристам легко знаходити інформацію про готелі, ресторани та туристичні атракції підвищує зручність бронювання і доступність послуг, що важливо для зростання туристичного потоку.

**2. Використання віртуальної та доповненої реальності.**

Експериментуючи з віртуальними турами, можна дозволити потенційним туристам ознайомитися з культурними та природними пам'ятками Карпатського регіону. Це не лише підвищує зацікавленість, але й залучає нові категорії туристів, які можуть стати реальними відвідувачами після ознайомлення з віртуальними турами.

**3. Соціальні медіа як інструмент маркетингу.**

Активне використання соціальних мереж для просування туристичних послуг є важливим інструментом. Завдяки платформам соціальних медіа, місцеві підприємства можуть створювати позитивний імідж Карпатського регіону та залучати молодіжну аудиторію. Це особливо актуально в умовах конкурентного середовища.

**4. Інвестиції в цифрову інфраструктуру.** Для успішної реалізації цифрових рішень в туристичному секторі необхідні інвестиції в розвиток цифрової інфраструктури. Регіональні органи влади повинні співпрацювати з бізнесом для забезпечення доступності швидкого інтернету, що є критично важливим для розвитку онлайн-сервісів.

**5. Освіта та підготовка кадрів.** З метою адаптації до нових технологій важливо забезпечити навчання та підготовку кадрів, які зможуть ефективно працювати з цифровими інструментами. Наприклад, доцільно реалізувати програми підвищення кваліфікації для працівників туристичного сектору, що допомагатиме їм адаптуватися до змін.

Таким чином, цифрові технології суттєво змінюють туристично-рекреаційну галузь Карпатського регіону, відкриваючи нові можливості для розвитку та інновацій. Адаптація до цих змін, інтеграція традиційних цінностей з сучасними технологічними рішеннями, а також інвестиції в цифрову інфраструктуру є важливими умовами для забезпечення сталого розвитку регіону та покращення якості туристичних послуг.

З огляду на зазначене вище, доцільно зауважити, що глобальні зміни суттєво впливають на туристично-рекреаційну галузь Карпатського регіону, створюючи нові виклики та водночас відкриваючи можливості для розвитку. Регіональні стратегії повинні бути адаптовані до цих змін, щоб забезпечити сталий розвиток туристичного сектора та підтримати економічне зростання в окремих місцевостях.

Аналіз туристичного збору є важливим інструментом для розуміння загального стану туристично-рекреаційної галузі та її динаміки розвитку. Оцінка цього показника дозволяє виявити як місцеві тенденції, так і глобальні виклики, що впливають на туристичну сферу. Особливо важливим стає цей аналіз у контексті глобальних змін, які мають значний вплив на трансформацію туристично-рекреаційної галузі в Україні. Глобальні виклики, зокрема кліматичні зміни, соціально-економічні кризи та пандемії, кардинально змінюють характер туристичних потоків і споживання рекреаційних послуг. У зв'язку з цим туристичний збір є індикатором того, як різні туристичні регіони, зокрема Карпатський регіон, адаптуються до цих змін. Так, Державне агентство розвитку туризму підрахувало, як туристичний збір вплинув на бюджети громад за перші два квартали 2024 року. Бюджет Львівської області зріс на 21 млн 688 тис. грн, що на 221% більше, ніж у 2021 році, коли було

отримано 6 млн 756 тис. грн. В Івано-Франківській області сума туристичного збору збільшилася на 50%, склавши 14 млн 651 тис. грн за перше півріччя цього року порівняно з 8 млн 756 тис. грн торік. Водночас у Закарпатській області сума туристичного збору зменшилася до 8 млн 638 тис. грн, тоді як торік вона складала 9 млн 53 тис. грн [38].

Трансформація туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону в умовах російсько-української війни та повоєнного відновлення є важливою складовою стратегії соціально-економічного розвитку України. Війна призвела до суттєвих змін у структурі попиту на туристичні послуги, змушуючи підприємства адаптувати свої стратегії до нових умов. У цьому контексті комплексний підхід до відновлення та розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури є необхідністю для забезпечення сталого розвитку регіону. По-перше, важливо враховувати, що війна вплинула на зміну поведінки споживачів. Підвищення рівня безпеки, зокрема для внутрішнього туризму, стає одним з ключових чинників, що впливають на вибір туристів. Громадяни України шукають безпечні та комфортні місця для відпочинку, що призводить до зростання інтересу до Карпатського регіону. По-друге, розвиток інфраструктури є критично важливим елементом для відновлення туристичної галузі. Важливо модернізувати дороги, транспортні засоби та комунікаційні системи, щоб забезпечити легкий доступ до природних і культурних ресурсів регіону. Паралельно з цим необхідно інвестувати в технології, які допоможуть поліпшити обслуговування туристів. Зокрема, цифровізація процесів бронювання та впровадження мобільних додатків можуть значно підвищити зручність та доступність послуг. По-третє, збереження природних і культурних ресурсів є основою для сталого розвитку туристичної галузі. Зважаючи на унікальність природи Карпатського регіону, важливо розвивати екологічний туризм, який не лише приваблює туристів, але й сприяє збереженню навколишнього середовища. У цьому контексті можна впроваджувати програми збереження природних резервів, що дозволить зберегти біорізноманіття регіону та залучити туристів, зацікавлених в еко-туризмі. Крім того, освіта та підготовка кадрів у туристичній галузі відіграють важливу роль у трансформації сектора. В умовах нових викликів та потреб важливо забезпечити навчання працівників, які зможуть адаптуватися до змін, впроваджуючи нові технології та сучасні методи обслуговування. Залучення молоді до навчальних програм та стажувань у туристичній сфері допоможе підвищити конкурентоспроможність регіону на ринку туристичних послуг.

Крім того, зазначимо, що вплив глобальних змін на трансформацію туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону в умовах російсько-української війни та повоєнного відновлення є складним питанням. Розглянемо можливі напрями вирішення, що можуть допомогти адаптуватися до нових реалій.

**1. Адаптація до нових реалій.** В умовах війни важливо переосмислити туристичні продукти та пропозиції, зосередившись на внутрішньому туризмі. У регіоні можуть впроваджуватися спеціалізовані програми для українських туристів, які шукають безпечні та цікаві місця для відпочинку. Наприклад, популяризація короткострокових поїздок до природних парків і культурних пам'яток Карпатського регіону.

**2. Впровадження інноваційних технологій.** Цифровізація може стати важливим інструментом для адаптації туристичної галузі. Використання онлайн-бронювання, мобільних додатків для туристів, а також віртуальних турів допоможе залучити нових відвідувачів та підвищити ефективність обслуговування. Наприклад, впровадження додатків, що надають актуальну інформацію про безпеку, доступність місць та пропозиції.

**3. Промоція безпечного туризму.** Створення бренду «Безпечний туризм» може допомогти в залученні туристів під час війни та в період відновлення. Важливо розробити комунікаційну стратегію, яка підкреслює безпеку подорожей у регіоні. В цьому контексті регіональні органи влади можуть співпрацювати з туристичними компаніями для формування позитивного іміджу.

**4. Розвиток інфраструктури.** Відновлення інфраструктури, зокрема дорожньої, транспортної та комунікаційної, є ключовим для розвитку туристичної галузі. Інвестиції в оновлення інфраструктури допоможуть забезпечити комфортні умови для відвідувачів і сприятимуть зростанню туристичного потоку.

**5. Залучення міжнародних партнерів.** У період відновлення важливо активізувати співпрацю з міжнародними організаціями та фондами, які можуть підтримати відновлення туристичного сектора. Залучення іноземних інвестицій допоможе модернізувати інфраструктуру та розробити нові туристичні продукти.

**6. Орієнтація на екологічний туризм.** Екологічний туризм може стати важливим елементом у відновленні туристичної галузі, оскільки він привертає увагу до природних ресурсів регіону. Розробка екологічних маршрутів та програм може сприяти збереженню навколишнього середовища та залученню туристів, які цінують природу.

**7. Підтримка місцевих підприємств.** Важливо підтримувати місцеві підприємства та ініціативи у сфері туризму. Наприклад, створення платформ для продажу місцевих товарів і послуг може сприяти економічному розвитку Карпатського регіону та залученню туристів.

Отже, трансформація туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону в умовах російсько-української війни та повоєнного відновлення вимагає комплексного підходу. Адаптація до нових реалій, впровадження технологій, розвиток інфраструктури, безпечний туризм і підтримка місцевих ініціатив можуть суттєво сприяти відновленню галузі та покращенню її конкурентоспроможності.

**Висновки.** Таким чином, у проведеному дослідженні розкрито вплив глобальних змін на туристично-рекреаційну галузь України, зокрема в Карпатському регіоні. Виявлено, що кліматичні, соціально-економічні та технологічні зміни суттєво трансформують як національний, так і регіональний розвиток туризму. В результаті дослідження пропонуються нові підходи до управління та планування туристичної інфраструктури для адаптації до нових умов, при чому, визначено, що Карпати, з їх унікальними природними ресурсами та культурною спадщиною, є ключовими для розвитку сталого туризму. Однак, екологічні проблеми, такі як забруднення та зміна клімату, вимагають розробки ефективних стратегій адаптації, щоб забезпечити тривале збереження природних ресурсів і розвиток регіону. Також розглядається вплив кліматичних змін на туристично-рекреаційну галузь Карпатського регіону. Зокрема, відзначено, що підвищення середньорічних температур, скорочення снігового покриву та часті погодні аномалії негативно впливають на традиційний зимовий туризм, зокрема на гірськолижні курорти. Це спонукає до необхідності адаптації галузі через розвиток альтернативних видів туризму, таких як екотуризм та всесезонний туризм, а також впровадження екологічно сталих практик. Підкреслено також важливість інтеграції нових підходів, таких як штучне засніження, раціональне водокористування та інвестиції в інфраструктуру, для забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку Карпатського регіону. Зазначається, що для збереження природних ресурсів і підтримання туристичної привабливості Карпат необхідно вжити заходів, що сприятимуть адаптації до нових кліматичних умов. Глобальні економічні кризи, такі як пандемія COVID-19 і війна в Україні, значно вплинули на туристичний сектор, призвівши до зниження туристичних пото-

ків і закриття кордонів. Це змусило регіони адаптувати свої туристичні стратегії, зокрема через розвиток внутрішнього туризму, що стало пріоритетом для економічного відновлення. Карпатський регіон зіштовхується з економічними та соціальними викликами, включаючи зменшення інвестиційної привабливості, сезонність послуг, високий рівень безробіття та міграцію молоді. Погіршення екологічних умов через кліматичні зміни також ускладнює ситуацію. У цьому контексті необхідно стратегічно планувати модернізацію інфраструктури, впроваджувати інноваційні технології, залучати міжнародних інвесторів і розвивати соціальні програми для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі. Соціальні зміни та урбанізація в Карпатському регіоні значно впливають на розвиток туристично-рекреаційної галузі. Зростання міст і зміни в демографічній структурі, зокрема через внутрішню міграцію, підвищують попит на різноманітні туристичні послуги. Міські туристичні центри Карпатського регіону залучають більшість туристів, тоді як сільські райони потребують інвестицій для покращення інфраструктури. Розвиток сільського та екологічного туризму може стати ефективним засобом стимулювання економік менших регіонів і збереження культурних традицій. Водночас урбанізація створює нові виклики, зокрема необхідність модернізації існуючих об'єктів та послуг. Для забезпечення сталого розвитку туристичного потенціалу регіону необхідно впроваджувати інноваційні стратегії, зосереджуючи увагу на розвитку інфраструктури, підтримці місцевих ініціатив і залученні інвестицій. Технологічні зміни, зокрема розвиток цифрових платформ і соціальних мереж, істотно впливають на трансформацію туристичних послуг у Карпатському регіоні. Зростання використання цифрових ресурсів для планування подорожей спонукає туристичні компанії впроваджувати новітні технології, такі як онлайн-бронювання та віртуальні тури. Це не лише підвищує зручність для туристів, але й створює нові можливості для регіонів у залученні туристів, вимагаючи інвестицій у цифрову інфраструктуру. Відзначено, що цифровізація змінює організацію та споживання туристичних послуг, впливаючи на поведінку споживачів і маркетингові стратегії. Мобільні додатки та онлайн-платформи дозволяють легко знаходити інформацію про місцеві атракції, підвищуючи доступність послуг. Використання віртуальної та доповненої реальності розширює туристичний досвід і залучає нові категорії туристів. Соціальні медіа, зі свого боку, сприяють формуванню позитивного іміджу регіону та залученню молодіжної аудиторії. Проте для успішної реалізації

цих змін важливими є інвестиції в цифрову інфраструктуру, освітні програми для підготовки кадрів та інтеграція традиційних цінностей з новими технологіями. Адаптація до цифрових технологій відкриває нові можливості для розвитку туристичної галузі, однак вимагає зусиль з боку регіональних органів влади та підприємств для забезпечення сталого розвитку та покращення якості туристичних послуг.

У підсумку зазначено, що в умовах російсько-української війни та повоєнного відновлення трансформація туристично-рекреаційної галузі Карпатського регіону зіштовхується з численними викликами, які вимагають комплексного підходу. Важливими напрямками адаптації є переосмислення туристичних продуктів з акцентом на внутрішній туризм, впровадження інноваційних технологій, створення бренду «Безпечний туризм» для підвищення довіри туристів, а також розвиток необхідної інфраструктури. Крім того, залучення міжнародних партнерів і орієнтація на екологічний туризм можуть сприяти модернізації галузі. Підтримка місцевих підприємств та ініціатив також є критично важливою для економічного розвитку регіону. Таким чином, поєднання цих стратегій може суттєво підвищити конкурентоспроможність туристичного сектора.

### Список використаних джерел і літератури:

1. Климчук І. Я., Архипова Л. М. Дослідження змін клімату в Карпатському регіоні: наслідки та виклики для гірськолижних курортів. *Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування*. 2023. № 27(1). С. 66–74.
2. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С. 102–112.
3. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. № 23(2). С. 147–152.
4. Худавердієва В. А. Тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму. *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 10. С. 158–171.
5. Петренко С. М. Стратегія впровадження сучасних інформаційних технологій на підприємствах у галузі туризму України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. № 18. С. 134–148.

6. Гапоненко Г. І., Свтушенко О. В., Шамара І. М. Проблеми та перспективи екологізації туризму в Україні. *Проблеми економіки*. 2021. № 1(47). С. 4–10.
7. Михайлюк І. Екологічні аспекти розвитку туризму. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 4(81). С. 124–131.
8. Петраковська О. С., Беспалько Р. І., Казімір І. І. Принципи формування екологічної мережі Українських Карпат на засадах стратегії Карпатської конвенції. *Управління екологічною безпекою*. 2019. № 1. С. 23–31.
9. Про перелік населених пунктів, яким надається статус гірських: Постанова Кабінету Міністрів України; Перелік від 11.08.1995 № 647. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/647-95-%D0%BF#Text>
10. Довкілля України 2022. Державна служба статистики України. Київ, 2023. 142 с.
11. Протокол про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат: Україна, Чеська Республіка, Республіка Угорщина, Республіка Польща, Румунія, Республіка Сербія, Словацька Республіка; Протокол, Міжнародний документ від 27.05.2011. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/001\\_004-11#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/001_004-11#Text)
12. Про приєднання до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат: Закон України від 22.02.2017 № 1905-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1905-19#Text>
13. Про схвалення Концепції розвитку гірських територій українських Карпат: Розпорядження Кабінету Міністрів України; Концепція від 03.04.2019 № 232-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232-2019-%D1%80#Text>
14. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021–2027 років (із змінами, внесеними рішенням обласної ради від 01.10.2019 № 1840): Рішення сесії Закарпатської обласної ради від 01 жовтня 2020 року № 1840. URL: <https://carpathia.gov.ua/diyalnist/ekonomichnij-blok/regionalni-programi-rozvitku>
15. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021–2027 років. URL: <https://loda.gov.ua/documents/49999>
16. Стратегія розвитку Чернівецької області на період до 2027 року. URL: <https://bukoda.gov.ua/storage/app/sites/23/uploaded-files/strategia-chernivetska-2027.pdf>
17. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021–2027 роки. URL: <https://www.if.gov.ua/strategiya-rozvitku-ivano-frankivskoyi-oblasti>
18. Шевченко О. Г. Вплив погодно-кліматичних чинників на туристичну галузь. *Географія та туризм*. 2012. № 23. С. 19–24.

19. Ковальчук І. Оцінка стану і функціонування туристично-рекреаційної і лікувально-оздоровчої галузі Львівської області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2020. № 49(2). С. 123–134.
20. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. В. В. Папш. Мукачево : Ред.-вид. центр МДУ, 2016. 268 с.
21. Волкова І., Науменко Ю. Розвиток рекреаційно-оздоровчого туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2016. Вип. 40. С. 50–66.
22. Сунцова О. О. Розвиток рекреаційно-туристичного потенціалу регіону за рахунок впровадження дорадницько-консалтингових проєктів. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2022. № 6. С. 32–39.
23. Конкурентоспроможність туристично-рекреаційної сфери Карпатського регіону України: оцінка, перспективи: монографія / ред. В. С. Кравців; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2024. 245 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»)
24. Зінько Ю., Мальська М., Іваник М., Благодир С. Туризм у Карпатському регіоні: загрози для довкілля та шляхи сталого розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2014. № 45. С. 443–451.
25. Соціальна вразливість населення Карпатського регіону України: стан, виклики, сценарії послаблення: електронне науково-аналітичне видання / за ред. д.е.н., проф. Т. Г. Васильціва; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2023. 109 с.
26. Боднар Л. Р. Напрями залучення інвестицій у розвиток туристично-рекреаційного комплексу Карпатського регіону. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2009. Вип. 30. С. 157–161.
27. Грицюк М. Ю., Грицюк Ю. І. Побудова стратегії сталого розвитку туризму в Карпатському регіоні України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. № 27(2). С. 130–136.
28. Горецький А. І. Механізми інноваційного розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону. *Теорія та практика державного управління*. 2014. № 1. С. 142–146.
29. Криштанович С., Глух М. Агротуризм гірських територій: приклад Карпатського регіону і його потенціалу. *Академічні візії*. 2024. № 29. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/977>
30. Чайка-Петегирич Л. Б. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Карпатському регіоні України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 3. С. 75–79.

31. Міграційна активність населення Карпатського регіону України: нова емпірика та пріоритети політики регулювання / наук. ред. Т. Г. Васильців; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2021. 293 с.
32. Васильців Т. Г., Харчевнікова Л. С. Концепційні положення регіональної програми покращення якості життя населення Карпатського регіону України: екологічні та соціальні детермінанти. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. Т. 1, № 6. С. 16–24.
33. Домище-Медяник А. М., Кляп М. П. Інноваційні процеси в туристичній галузі. *Науковий вісник УжНУ Серія: Економіка*. 2017. Т. 2, Вип. 1 (49). С. 189–196.
34. Калініченко С., Грібіник А., Аврята А. Вплив цифровізації туристичної інфраструктури на розвиток регіонального туризму. *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 1. С. 133–138.
35. Виговський Д.С., Конарівська О. Б. Дослідження інструментів цифровізації в процесі формування туристичних дестинацій. *Вісник НУВГП*. 2024. № 1(105). С. 56–68.
36. Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2020. Вип. 2. С. 162–173.
37. Якименко-Терещенко Н. В., Носирев О. О. Стратегічні пріоритети туризму і готельного бізнесу в концепції сталого розвитку регіонів : монографія. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 320 с.
38. До бюджету громад за I півріччя 2024 року надійшло понад 107 млн грн туристичного збору. ДАРТ, 2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-za-i-pivrichchya-2024-roku-nadiyshlo-ponad-107-mln-grn-turistichnogo-zboru>

## 1.2. ВПЛИВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА ТУРИЗМ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВІДНОВЛЕННЯ

### ■ **Наталія Габчак**

*кандидат географічних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Розвиток туризму в країнах Європи та світу підтвердив, що він є важливою складовою економіки цих держав, адже доходи від туристичних подорожей складають значну частину їхнього бюджету. Туризм сприяє розвитку різних аспектів інфраструктури, зокрема підприємств сфери послуг, створює багато робочих місць і забезпечує умови для діяльності компаній у галузях, пов'язаних із туризмом та рекреацією.

Україна вже третій рік поспіль безпосередньо втягнута у війну з росією. На жаль, війна — це така сторінка людського життя, яка прямо чи опосередковано зачіпає усіх без винятку громадян воюючих країн [9]. Історії відомі міждержавні, національно-визвольні та громадянські війни, але ця війна ХХІ століття відмінна від попередніх війн і її необхідно класифікувати як винищувальна війна, мета якої знищити українців як націю, опустошити міста, села, наявну інфраструктуру.

Міжнародний інститут стратегічних досліджень (IISS) у своєму щорічному огляді збройних конфліктів повідомляє, що у 2023 році на планеті тривали 183 війни. Це свідчить про продовження глобальної нестабільності та конфліктів у різних регіонах. Столітня війна між Англією та Францією тривала з 1337 по 1453 рік і вважається найтривалішою війною в історії. Конфлікт мав глибокі політичні, соціальні та економічні наслідки для обох країн. На противагу цим довготривалим конфліктам, англо-занзібарська війна відбулася між Великою Британією та Занзібаром 27 серпня 1896 року. Ця війна тривала всього лише 38 хвилин, що робить її найкоротшою війною в історії, зафіксованою в Книзі рекордів Гіннеса. Конфлікт розпочався через спробу Великої Британії підтримати на троні Занзібару свого ставленика, що викликало опір місцевого правителя Халід бін Баргаша. Війна закінчилася швидкою перемогою британських сил, що призвело до встановлення контролю над Занзібаром. Цей конфлікт, незважаючи на свою короткочасність, став важливою подією в історії колоніалізму. Ці дві війни, тривалістю в століття і менше години, демонструють різні

аспекти воєнної історії за тривалістю і розвитком подій і тільки 292 роки людство прожило без війни [18].

Аналізуючи багатоаспектні наслідки війни в Україні станом на 01.09.2024 року, можна виділити три ключові аспекти: 1) зростання цін на біржові товари та інфляційний тиск оскільки росія та Україна є значними постачальниками біржових товарів, що впливає на глобальні ринки; 2) порушення торгівлі та ланцюгів постачання між сусідніми країнами, що призводить до нестабільності в економічних відносинах; 3) зменшення впевненості бізнесу та інвесторів, адже війна викликає невизначеність, що негативно позначається на інвестиційній привабливості регіону; 4) занепад у сфері послуг, зокрема туризмі, який важко переорієнтовується з міжнародного на внутрішній тощо.

Російсько-українська війна дійсно має руйнівний вплив на інфраструктуру, екосистему та соціальну структуру суспільства. Вона призводить до:

**1) погіршення інфраструктури** — знищення доріг, мостів, лікарень та інших важливих об'єктів, що ускладнює доступ до медичної допомоги та базових послуг;

**2) економічного занепаду** — війна призвела до значного скорочення робочих місць і доходів, зменшення купівельної спроможності та активів.

У 2022 році економіка України втратила 29,2% реального ВВП, а 13,5 млн осіб змушені були покинути свої домівки. Військова агресія росії викликала руйнування виробничого капіталу та інфраструктури, спричинила людські жертви та соціальні втрати. Більше 7 млн осіб опинилися за межею бідності, а рівень бідності досяг 24% населення. Ці наслідки потребують термінового вирішення для відновлення країни. Експерти Світового банку і Єврокомісії оцінюють пошкодження, завдані війною в Україні з 24 лютого 2022 року до 24 лютого 2023 року, в 134,7 млрд доларів. Потреби у відновленні складають 410,6 млрд доларів. Ці дані підкреслюють масштаб необхідних зусиль для відновлення країни після конфлікту. За методологією «Rapid Damage and Needs Assessments» (RDNA2) Світового банку пошкодження (damage) — це прямі втрати від знищення чи ушкодження фізичних активів та інфраструктури, виражені в грошовій формі. Вартість визначається на основі заміни або ремонту втрачених активів за цінами до початку війни, а потреби (needs) — це вартість відновлення довоєнної нормальності, включаючи роботи з ремонту, відбудови та модернізації. Вони враховують інфляцію, підвищення страхових премій та обчислюються за поточними рин-

ковими цінами на момент оцінки. Ця методологія допомагає точно оцінити економічні втрати та потреби у відновленні (табл.1.2.1).

Таблиця 1.2.1

**Вартість збитків від військових дій і потреб станом на 24.02.2023 року (млрд дол. США) [19]**

Сектор	Пошкодження	Потреби
Житло громадян	50,4	68,6
Освіта і наука	4,4	10,7
Охорона здоров'я	2,5	16,4
Соціальне забезпечення	0,2	41,8
Культура і туризм	2,6	6,9
Енергетика і добувні галузі	10,6	47,0
Транспорт	35,7	92,1
Телекомунікації і цифрові технології	1,6	4,5
Водопостачання і очищення води	2,2	7,1
Муніципальні послуги	2,4	5,7
Сільське господарство	8,7	29,7
Промисловість і торгівля	10,9	23,2
Иригація, управління водними ресурсами	0,4	8,9
Фінанси і банківська справа	0,0	6,8
Охорона довкілля і ліси	1,5	1,5
Державне управління	0,3	0,6
Розмінування	-	37,6
<b>Інші</b>	<b>0,3</b>	<b>1,5</b>
<b>Всього</b>	<b>134,7</b>	<b>410,6</b>

У першому році війни Україна зазнала значних втрат, згідно з оцінками Світового банку. Найбільше пошкоджень торкнулися: 1) житловий сектор — 38% від загальних пошкоджень; 2) транспорт — 26%; 3) енергетика — 8%; 4) промисловість і торгівля — 8%; 5) сільське господарство — 7%. Загалом було зруйновано або пошкоджено 1,4 мільйона житлових приміщень, серед яких 135 тисяч — приватних будинків та 39 тисяч — гуртожитків [19].

У загальній сумі потреб на відновлення, яка становить 410,6 млрд доларів, розподіл по секторах виглядає так: 1) транспортний сектор — 22%; 2) житловий сектор — 17%; 3) енергетика — 11%; 4) сфера соціального захисту і життєдіяльності — 10%;

5) боротьба з небезпечними ситуаціями — 9%; сільське господарство — 7%. Цей розподіл підкреслює пріоритети у відновленні інфраструктури та життєвих умов в Україні [19].

Економічні збитки від війни охоплюють не лише руйнування інфраструктури та виробничих об'єктів, але й втрати людського капіталу та витрати на військове протистояння. У 2022 році національні бюджетні витрати на оборону становили 23% ВВП, а у 2023 році плануються на рівні 20% ВВП. Водночас, військова допомога Україні від західних партнерів до 15 січня 2023 року досягла 65,4 млрд доларів США, що складає 46,5% ВВП за 2022 рік;

**3) екологічних наслідків** — забруднення, знищення природних ресурсів та порушення екосистем, що може призвести до довгострокових екологічних проблем. Однією з найважливіших екологічних проблем в Україні під час війни стало забруднення повітря, води та ґрунту. Постійні бомбардування та обстріли призвели до викиду токсичних хімічних речовин у навколишнє середовище. Це забруднення негативно вплинуло на ґрунти, джерела води та атмосферу, викликавши серйозні проблеми зі здоров'ям місцевого населення, зокрема респіраторні захворювання, подразнення шкіри та різні види раку. Ще однією серйозною екологічною проблемою в Україні під час війни стало знищення лісів і місць проживання диких тварин. Постійні бомбардування та обстріли завдали значної шкоди екосистемі, змусивши багато видів рослин і тварин покинути свої домівки. Це суттєво вплинуло на біорізноманіття регіону та на життєдіяльність місцевих громад, які залежать від лісу як джерела їжі, палива та інших ресурсів. Війна завдала значної шкоди інфраструктурі України, зокрема заводам, електростанціям та нафтопереробним заводам. Це призвело до розливів і витоків небезпечних матеріалів, таких як нафта, хімікати та радіоактивні речовини, у навколишнє середовище. Внаслідок цього сталося подальше забруднення повітря, води та ґрунту, що спричинило довгострокові проблеми зі здоров'ям та негативний вплив на екологію для населення України. На додаток до шкоди, завданої війною, тривалий конфлікт також перешкоджає зусиллям з вирішення екологічних проблем у регіонах. Відсутність стабільності та безпеки ускладнила доступ екологічних організацій до територій, які потребують уваги. Обмежені ресурси, доступні для захисту довкілля, були перерозподілені на інші потреби, такі як охорона здоров'я та продовольча безпека;

**4) зменшення соціальних витрат** — зменшення фінансування освіти, охорони здоров'я та соціальних програм через перенаправлення коштів на військові потреби;

**5) голоду** — дестабілізація сільського господарства, знищення виробництв та логістичних ланцюгів, що призводить до браку їжі;

**6) еміграції** — масовий виїзд людей у пошуках безпеки та кращих умов життя, що викликає соціальні та економічні проблеми в сусідніх країнах. Демографічні втрати від воєнних дій є суттєвими і їх важко оцінити. Дослідження ЄБРР показують, що навіть через 25 років після закінчення конфліктів населення постраждалих країн залишається значно меншим, ніж у країнах без воєн. Основні складові цих втрат включають жертви військових дій, відтік біженців та зменшення народжуваності;

**7) порушення прав людини** — неправомірне поводження з військовополоненими та цивільними особами, що викликає гуманітарні кризи.

Українська промисловість зазнала значних втрат через війну. У 2022 році промислове виробництво впало на 38%, а збитки в промисловості та торгівлі оцінюються в 10,9 млрд доларів. Потреби у відновленні для цих секторів до 2033 року складають 23,2 млрд доларів США, з яких 80% призначено на відбудову та модернізацію виробничих приміщень, машин і обладнання, а також на відновлення складських запасів. Російське вторгнення в Україну в 2022 році стало початком однієї з наймасштабніших і найруйнівніших воєн з часів Другої світової війни. Вартість збитків і потреби у відновленні досягли рекордних величин, а темпи падіння реального ВВП і промислового виробництва перевищують показники багатьох країн під час воєн другої половини XX — початку XXI століття. У 2022-2023 роках Україні вдалося уникнути макроекономічної дестабілізації та диверсифікувати джерела фінансування. Це допоможе зберегти економіку від подальшого падіння та позитивно вплине на перспективи повоєнного відновлення.

Війна має глибокий вплив на психологічний стан людей, які живуть у зоні бойових дій. Постраждалі часто стикаються з тривожністю, депресією та стресом, що може призвести до довготривалих психічних розладів. Часто люди стають свідками насильства, що формує у них почуття безвиході та страху. Важливо також враховувати, що діти, які пережили конфлікт, можуть мати труднощі з адаптацією в майбутньому, оскільки їхнє дитинство проходить в умовах нестабільності. Серед інших негативних наслідків можна виділити:

**1) посттравматичний стресовий розлад (ПТСР)** — це серйозний стан, що виникає після пережитого травматичного досвіду;

**2) соціальна ізоляція** — через війну багато людей втрачають зв'язки з родиною та друзями, що погіршує їхній емоційний стан.

**3) економічні труднощі** — війна призводить до втрати роботи і нестачі ресурсів, що додає стресу.

**4) дисфункціональні родинні стосунки** — переживання війни може призводити до конфліктів у сім'ї, що ще більше погіршує ситуацію.

Аналіз опитування соціологічної кампанії «Gradus» показав, що 71% українців нещодавно відчували стрес або сильну знервованість, а 50% переживають тривожність і напругу. Проте лише 2% звертаються за психологічною допомогою. Основною причиною стресу для 72% українців є війна з росією, 44% вказують на фінансові труднощі, а 30% хвилюються через соціально-політичну ситуацію [12] (рис. 1.2.1).

Дослідження показали, що 63% опитаних переживають за безпеку близьких, 42% — через втрату роботи, 37% бояться загинути під час бойових дій, а 37% — втратити майно через обстріли. Крім того, 32% тяжко переживають розлуку з рідними, а 24% бояться отримати поранення.



Рис. 1.2.1. Опитування громадян щодо відчуття стресу та знервованості (за матеріалами [20])

Для подолання стресу 39% опитаних проводять час в інтернеті, 31% спілкуються з родиною чи друзями, а 29% дивляться телевізор, кіно чи серіали. Також:

- 20% заглиблюються у роботу

- 16% вживають алкоголь
- 15% читають книги
- 13% виїжджають на природу
- 14% їдять солодке
- 10% займаються спортом

Ці звички свідчать про різні способи coping-механізмів, які використовують люди для боротьби зі стресом у складний час [20].

Основною причиною стресу та знервованості 72% українців називають війну з росією. Лише 2% опитаних звертаються за психологічною допомогою. Загалом, 9% українців відвідували психолога, тоді як 46% ніколи не ходили і не планують цього робити. Це підкреслює важливість підвищення обізнаності про необхідність психологічної підтримки в умовах війни, а також необхідність доступу до ресурсів і сервісів для покращення психічного здоров'я (рис. 1.2.2).



Рис. 1.2.2. Відсоток громадян щодо причин стресу та знервованості (за матеріалами [20])

Основною причиною стресу та знервованості 72% українців називають війну з росією. Лише 2% опитаних звертаються за психологічною допомогою. Загалом, 9% українців відвідували психолога, тоді як 46% ніколи не ходили і не планують цього робити.

Ці дані підкреслюють важливість підвищення обізнаності про необхідність психологічної підтримки в умовах війни. 63% опитаних хвилюються за безпеку близьких, 49% українців вважають, що психологи потрібні лише психічно хворим людям, а 44%

впевнені, що з психологічними проблемами можна впоратися са-  
мостійно. 36% не бачать різниці між психологом і психіатром, а  
22% вважають, що психологи намагаються витягти з пацієнта гро-  
ші (рис. 1.2.3). Ці уявлення свідчать про необхідність підвищення  
обізнаності щодо ролі психологічної підтримки та її значення для  
всіх громадян.



Рис. 1.2.3. Ризики та проблеми, що викликають стрес та знервованість (за матеріалами [20])



Рис. 1.2.4. Способи подолання стресу та знервованості (за матеріалами [20])

За даними Міністерства охорони здоров'я, з початку війни 650 тисяч людей звернулися до психологів і психіатрів та отримали допомогу. У лікарнях України з'являться посади клінічного психолога та психотерапевта. Згідно з іншим опитуванням, на восьмий місяць повномасштабної війни 40% українців перебувають у напруженому або дуже напруженому стані. Це свідчить про критичну необхідність психічної підтримки та розвитку системи охорони психічного здоров'я в країні [20].

Таким чином, важливо надавати психологічну підтримку та ресурси для людей, які постраждали від війни, щоб допомогти їм відновити своє життя [23].

Згідно з розрахунками Міністерства охорони здоров'я України, психічні розлади можуть проявитися у 15 млн українців, з яких 3–4 млн потребуватимуть медикаментозного лікування. Цей факт свідчить про серйозність ситуації. Психічні проблеми можуть загострювати й інші хронічні захворювання, такі як:

- 1) серцево-судинні хвороби** — стрес і тривога можуть впливати на стан серця, підвищуючи ризик інфарктів та інсультів.
- 2) онкологічні захворювання** — психологічний стрес може негативно впливати на імунну систему, що в свою чергу може сприяти розвитку онкології.
- 3) шкідливі звички та залежності** — люди, які переживають психологічні труднощі, можуть шукати спосіб втечі через алкоголь або наркотики, що лише погіршує їхнє здоров'я.

Необхідно забезпечити доступ до психологічної підтримки та лікування для тих, хто цього потребує, а також проводити просвітницькі програми, щоб знизити ризик розвитку таких проблем у майбутньому. За даними Міністерства охорони здоров'я України, з початку війни за психологічною допомогою звернулося понад 650 тисяч українців. Це свідчить про високий рівень потреби в підтримці, оскільки багато людей стикаються з емоційними та психологічними труднощами через бойові дії та їхні наслідки. Забезпечення доступу до кваліфікованої допомоги є критично важливим для відновлення психічного здоров'я населення.

Фахівці в області медицини надають 10 порад, які допоможуть зберегти внутрішній спокій і віднайти рівновагу під час війни, адже важливо не зациклюватися на негативі. Необхідно віднайти способи відволіктися від постійного потоку тривожних новин і зайнятися тим, що приносить задоволення і допомагає зосередитися на позитивних моментах. Ось кілька ідей: [22]

1) *переключення уваги та зміщення акцентів на зовнішній світ* — важливо не заціклюватися на негативних думках і новинах та знаходити позитивні моменти у навколишньому світі. Щодня гуляти лісом або парком протягом години. Це не лише допоможе відволіктися, а й покращить фізичне здоров'я. Під час прогулянок намагайтеся зануритися в атмосферу: спостерігати за природою, дихати свіжим повітрям і це значно знизить рівень стресу і допоможе відчувати себе більш спокійно та збалансовано;

2) *заняття спортом* — фізична активність є одним з найефективніших способів зняти напругу та поліпшити настрій. Вона сприяє вивільненню ендорфінів, які називають «гормонами щастя», а також зменшує рівень стресових гормонів, таких як кортизол. Регулярні заняття спортом не лише покращують фізичну форму, але й позитивно впливають на емоційний стан, допомагаючи відчувати себе більш енергійним і щасливим. Потрібно включити фізичну активність у своє повсякденне життя, щоб отримати всі ці переваги. Варто спробувати різні активності, нові заняття, щоб знайти те, що найбільше до душі. Танці вдома під улюблену музику, велосипедні прогулянки, плавання або активні ігри з дітьми — все це допоможе залишатися в русі і підтримувати гарний настрій. Регулярна фізична активність забезпечить позитивний заряд на день, а також допоможе зберегти енергію й витривалість у цей складний час;

3) *короткотривала подорож* — одна з ефективних стратегій боротьби зі стресом. Якщо далекі поїздки нині неможливі, варто звернути увагу на природні красоти України. Навіть коротка поїздка може допомогти відволіктися від повсякденних проблем і тривог. Нові враження та позитивні емоції заряджають енергією і надають сил для подолання труднощів. Відкриття нових місць може стати чудовим способом покращити настрій і знайти нову мотивацію;

4) *улюблене хобі* — допоможе відволіктися від тривожних думок: можна писати вірші або прозу, шити чи в'язати цікаві речі, готувати кулінарні шедеври, займатися самоосвітою та здобувати нову професію. Ці заняття не лише допоможуть розслабитися, але й принесуть радість і задоволення, дозволяючи знайти новий зміст в повсякденному житті;

5) *спілкування з рідними та близькими людьми* — запобіжить від ізоляції і самотності, тому зв'язок з рідними й друзями допомагає відчувати підтримку і розуміння. Спілкуючись з близькими людина не тільки допомагає собі, але й підтримує інших, ство-

рюючи взаємну допомогу і зміцнюючи стосунки. Часті розмови дозволяють вилити душу, поділитися переживаннями та висловити свої почуття. Це, у свою чергу, зменшує внутрішню напругу і стрес, робить людину більш стійкішою до викликів, з якими стикаєтеся в час війни;

6) *не жаліти себе* — важливо розуміти, що в житті є як погані, так і хороші моменти. Подяка — потужний засіб профілактики стресу і замість постійного невдоволення, зосередьтеся на позитивних аспектах життя. Коли людина практикує вдячність щодня, то відчуєте зміни в своєму емоційному стані;

7) *підтримка емоційного та фізичного здоров'я* — медитація, дихальні вправи або консультація з психологом, а також здорове харчування, теплі ванни та достатній сон. Ці прості практики здатні підтримати фізичне і емоційне здоров'я та стати більш стійким до викликів, які приносить життя;

8) *мріяти та фантазувати* — у позитивній психології існує техніка, яка називається «Візуалізація». Її суть полягає в тому, щоб мріяти про те, чого людина хоче, робити це із задоволенням і в теперішньому часі. Необхідно скласти список того, що радує і це допоможе отримати те, що малюється в уяві. Якщо прагнути змінити ситуацію, то дивитись тільки вперед і уявляти нове життя з новими можливостями. Ця практика є порятунком від стресу і допоможе знайти внутрішній спокій;

9) *частіше посміхатись* — людина посміхається, реагує на різні події, не завжди позитивні. Сміх — це одна з найкращих профілактик стресу, адже він сприяє вивільненню ендорфінів, які підвищують настрій і зменшують фізичне відчуття болю. Навіть якщо не дуже весело варто посміхнутися — це може суттєво змінити настрій;

10) *емоції під час війни* — під час війни людина може відчути шок, гнів, депресію, перепади настрою, проблеми зі сном, і це нормальна реакція психіки на стрес. Якщо самотійно з цим впоратись важко, то професійна підтримка буде вкрай важливою і стане важливим кроком на шляху до відновлення [22].

Війна в Україні суттєво вплинула на туристичну ситуацію не лише в Україні, а й у всій Європі. Повномасштабне вторгнення росії призвело до зростання цін на нафту і логістику, а також підвищило рівень невизначеності серед європейців. У перші шість місяців конфлікту це викликало перебої в подорожах по всій Східній Європі, зменшуючи туристичну активність і змінюючи маршрути мандрівників.

Країни регіону стикнулися з новими викликами, намагаючись адаптуватися до нових умов і забезпечити безпеку для туристів. В умовах війни туризм продемонстрував високий ступінь чутливості до сучасної кризи, свідченням чого стала реакція мандрівників, яка проявилася у масових відмовах від бронювання та в істотному скороченні туристичного трафіку [14].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів у ряді країн значно знизилася через війну в Україні. Найбільше зниження зафіксовано в: Молдові (-69%); Словенії (-42%); Латвії (-38%); Фінляндії (-36%); Чехії (-35%). Потенційні втрати світової туристичної економіки оцінюються у 14 млрд доларів. В Україні надходження від туристичної галузі до держбюджету у 2022 році скоротилися більш ніж на 30% [16]. У перший рік повномасштабної війни менше податків сплатили: турбази, кемпінги, дитячі табори відпочинку (-57%); туристичні оператори (-35%); туристичні агенції (-27%). Це свідчить про суттєвий вплив війни на туристичну галузь в Україні [16].

За даними Державного агентства розвитку туризму, лише пансіонати та гуртожитки показали приріст надходжень на 46%. Це сталося завдяки їх використанню як тимчасового прихистку для переселенців, які змушені були залишити свої домівки через бойові дії у 2022 році. У 2023 році ситуація в туристичній галузі не покращилася. В середньому галузь скоротилася на третину в порівнянні з початком 2022 року:

- на 29% менше сплачено податків за перші три місяці 2023 року;
- кількість компаній у туристичній галузі зменшилася на 34% [5].

У 2023 році ситуація в галузі залишалася складною. У середньому вона скоротилася на третину в порівнянні з початком 2022 року. За перші три місяці 2023 року податкові надходження зменшилися на 29%, а кількість компаній у туристичній сфері — на 34%.

Розуміємо, що війна несе негативний вплив на розвиток туризму в Україні і приводить до:

- 1) **зниження туристичних потоків** — через військові дії та загрозу безпеці значно скоротився внутрішній та міжнародний туристичний потік; багато туристичних об'єктів зазнали руйнувань або стали недоступними;
- 2) **зміна попиту** — туристи стали віддавати перевагу безпечнішим напрямкам, що призвело до зниження популярності України як туристичного напрямку;

3) **економічні втрати** — війна негативно вплинула на бізнеси, пов'язані з туризмом: готелі, ресторани, туристичні агенції та інші служби.

Поточний стан індустрії туризму в постраждалих регіонах України характеризується суттєвим зниженням кількості туристів та доходів. Після початку повномасштабного вторгнення ситуація стала критичною, оскільки конфлікт негативно позначився на туристичній інфраструктурі та безпеці. Східні регіони, які зазнали найбільших руйнувань, особливо страждають від відсутності туристичних потоків і інвестицій.

Попри це, є спроби адаптуватися до нових умов, розвиваючи внутрішній туризм і залучаючи увагу до культурних та історичних пам'яток, які можуть стати цікавими для внутрішніх мандрівників. Проте для відновлення галузі потрібна стабільність та підтримка з боку держави.

Зменшення кількості туристів і доходів справило суттєвий вплив на індустрію туризму в постраждалих регіонах України. Багато готелів та туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до втрати робочих місць і економічних труднощів для багатьох людей у цих регіонах. Ситуація обтяжується відсутністю інвестицій і низькою привабливістю для внутрішнього і міжнародного туризму. Для відновлення галузі необхідні підтримка з боку держави та нові ініціативи для залучення туристів.

Туристична індустрія України, особливо в східних областях, почала зазнавати значних втрат ще з 2014 року, коли розпочалася російська окупація Кримського півострова. Крим був дуже популярним серед внутрішніх і закордонних туристів. За даними Державної служби статистики України, кількість міжнародних туристичних прибутків знизилася з 14,2 млн у 2013 році до 9,9 млн у 2016 році, що становить зниження на 30% [5].

Ця ситуація стала катализатором подальших економічних труднощів та соціальних проблем у регіонах, які найбільше постраждали від конфлікту.

Дохід від індустрії туризму в Україні також скоротився: з 1,8 мільярда доларів у 2013 році до 1,2 мільярда доларів у 2016 році, що становить зниження на 33%. Однак в останні роки спостерігалися ознаки відновлення. У 2019 році кількість міжнародних туристів зросла до 13,4 мільйона, а доходи туристичної галузі досягли 2,6 мільярда доларів. Проте пандемія COVID-19 негативно вплинула на туристичну індустрію в усьому світі, включно з Україною, що

загальмувало відновлення галузі і створило нові виклики для подальшого розвитку [5].

Кількість відвідувачів до нашої столиці за 2022 рік дуже зменшилась, оскільки до лютого 2022 року стабільно зростала чисельність іноземних та вітчизняних туристів. Причиною є агресія Росії проти України, оскільки чисельність іноземних туристів, що відвідали місто Київ скоротилася у 3 рази, а це близько 300 тисяч осіб у I півріччі у 2021 року, а у I півріччі 2022 року чисельність іноземних відвідувачів знизилася до 98 тисяч осіб. За даними дослідженнями іноземними туристами нашої столиці протягом останніх років були громадяни таких країн, як Туреччина, США, Ізраїль, Польща, Німеччина, Індія, Азербайджан, Франція та Італія, а це близько 60% від загальної кількості іноземних відвідувачів, які побували у Києві з туристичною метою.

Значно скорочуються надходження коштів до місцевих бюджетів від туристичної сфери. У I півріччі 2022 року бюджет Київ отримав 24,1 мільйона гривень туристичного збору, а у I півріччі 2021 році дана цифра становила 76 мільйонів гривень, а це значно більше, ніж з початком повномасштабного вторгнення країни-агресора. Станом на 27.09.2022 року бюджет столиці становить 30,5 мільйона гривень, що і показує дуже низькі показники по надходженнях до місцевого бюджету [8].

За підрахунками Державного агентства розвитку туризму, державний бюджет України недоотримав значну суму податків від туристичної галузі через війну. У 2022 році надходження від туристичної сфери склали 1 млрд 551 млн 182 тис. грн, що на 31% менше, ніж у 2021 році, коли до бюджету надійшло 2 млрд 231 млн 860 тис. грн. Загальна кількість платників податків у туристичній сфері за рік скоротилася на 17%, що свідчить про серйозні виклики, з якими стикається галузь у цей складний період [5].

У 2022 році надходження податків від класифікованих видів туристичної діяльності зменшилося практично за всіма категоріями туристичного бізнесу. Єдиним винятком стали об'єкти інших засобів тимчасового розміщення, кількість яких зросла на 45,9%. У той же час, показники за іншими категоріями у туристичній сфері знизилися на 26,7–57% у порівнянні з 2021 роком, що свідчить про серйозні проблеми, з якими стикається галузь через військовий конфлікт (табл. 1.2.2).

У 2022 році значна частина надходжень до державного бюджету від готелів та подібних засобів тимчасового розміщення складала 898 млн грн, що на 30% менше порівняно з 2021 роком. Загалом

до бюджету надійшло 1 млрд 288 млн грн. Спостерігався приріст сплаченого податку на 46% від діяльності гуртожитків та пансіонатів, які використовувалися для тимчасового прихистку осіб, що вимушено покинули свої домівки через війну. Водночас частка податкових надходжень від дитячих таборів, турбаз та кемпінгів зменшилася на 57%, склавши лише 141 млн грн у 2022 році порівняно з 328 млн грн у 2021 році.

Таблиця 1.2.2

**Надходження податків від туристичної галузі  
в Україні за 2022 р.**

Об'єкти оподаткування*	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137 394,00	+45,9

Примітка\* — КВЕД (класифікація видів економічної діяльності) галузей туризму [5]

Від діяльності туристичних операторів податки до державного бюджету у 2022 році зменшилися на 35%, склавши 167 млн 858 тис. грн, порівняно з 259 млн 5 тис. грн у 2021 році. Доходи від діяльності туристичних агентств також знизилися на 27% і у 2022 році становили 204 млн 795 тис. грн, тоді як у 2021 році ця сума складала 279 млн 265 тис. грн. Ці дані свідчать про значні труднощі, з якими стикається туристична індустрія через військовий конфлікт (рис. 1.2.5).

У 2022 році спостерігалось збільшення розміру сплаченого податку порівняно з 2021 роком у кількох областях:

- Львівська область: 273 млн грн проти 215 млн грн
- Київська область: 164 млн грн проти майже 125 млн грн
- Івано-Франківська область: 159 млн грн проти майже 131 млн грн

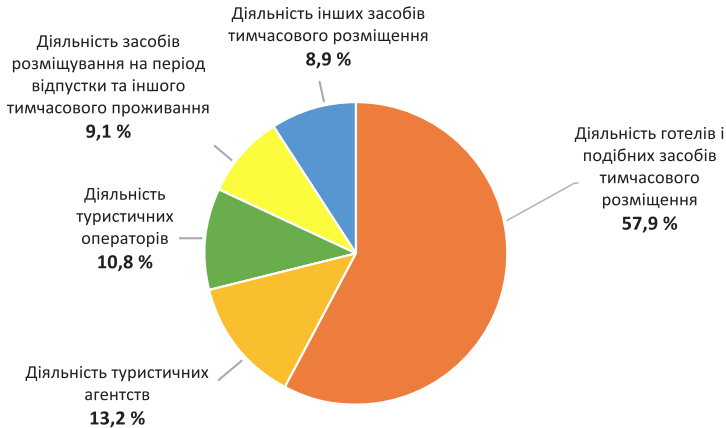


Рис.1.2.5. Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму [5]

Водночас, зменшення податкових надходжень було зафіксовано у Києві та Одеській області. У Одесі надходження зменшилися на 58%, а в Києві — на 46%. Це свідчить про нерівномірний вплив війни на різні регіони України. За період воєнного стану за 2022 рік сума туристичного збору склала 178 млн 948 тис. грн, що значно менше (на 24%) в порівнянні з 2021 роком, оскільки тоді сума туристичного збору становила 235 млн 461 тис. грн. (табл. 1.2.3).

Таблиця 1.2.3

**Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані [5]**

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83
Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24

Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

Зменшення доходів від туристичного збору було зафіксовано в 14 областях України, переважно в тих, які перебували або перебувають у зоні бойових дій чи тимчасово окуповані. До прикладу:

- Донецька область: -83%
- Луганська область: -80%
- Одеська область: -80%
- Запорізька область: -78%
- Харківська область: -61%
- Сумська область: -58%
- Київ: -54%
- Чернігівська область: -53%
- Київська область: -43%
- Житомирська область: -24%
- Дніпропетровська та Рівненська області: -15%

Ці дані свідчать про серйозні виклики для туристичної індустрії в Україні в умовах війни.

Лідером серед областей України за кількістю туристичного збору у 2022 році стала Львівщина, яка збрала 41 млн 430 тис. грн, показавши приріст на 79% у порівнянні з 2021 роком. Київ збільшив свої надходження до бюджету на 31 млн 474 тис. грн, хоча ця сума була вдвічі меншою, ніж у 2021 році.

Серед інших лідерів за сплатою туристичного збору:

- Закарпатська область — 19 млн 471 тис. грн
- Івано-Франківська область — 17 млн 956 тис. грн
- Черкаська область — 12 млн 555 тис. грн

Ці дані підкреслюють активність туристичного бізнесу в цих регіонах, незважаючи на складні умови.

Фактично, військові дії мають значний негативний вплив на індустрію туризму в Україні. Основні причини цього впливу включають:

- 1) занепокоєння щодо безпеки: туристи уникають регіонів, де відбуваються бойові дії;

- 2) зменшення попиту — падіння інтересу до подорожей у постраждалих регіонах;
- 3) пошкодження інфраструктури — руйнування готелів, до-ріг і інших об'єктів, що обмежує можливості для туризму;
- 4) втрата робочих місць — закриття підприємств призводить до безробіття серед працівників туристичної сфери;
- 5) негативний імідж — військові дії формують стереотипи про небезпеку, що відштовхує потенційних туристів.

Як бачимо, вплив військових дій на індустрію туризму є дуже серйозним і призводить до значних втрат, наслідки яких можуть відчуватися ще багато років після завершення конфлікту.

Туризм в Україні адаптувався до умов війни, змінивши формати і запити. Замість традиційних іноземних туристів, українські готелі заповнені закордонними дипломатами, активістами, журналістами та волонтерами. У 2022 році в Україну в'їхало близько 2 мільйонів іноземців, з яких мільйон прибули під час повномасштабного вторгнення росії. Це свідчить про підтримку з боку міжнародної спільноти та збереження інтересу до країни навіть в умовах кризи.

Цікаво, що активні бойові дії не завадили хасидам святкувати Рош га-Шана в Умані у 2022 році. До міста приїхали 23 тисячі паломників, що вдвічі перевищило очікування влади. Для порівняння, під час пандемії коронавірусу у 2020 році святкування відвідали лише 2,5 тисячі людей, а у 2021 році — вже 30 тисяч. Це свідчить про незмінну традицію та велику прихильність громади до цього свята.

До 2019 року туристична галузь України була спрямована на виїзний туризм, проте пандемія COVID-19 та російсько-українська війна 2022 року кардинально змінили ситуацію на туристичному ринку. Ці події обмежили міжнародний туризм і змусили зосередитися на розвитку внутрішнього. Довгострокове планування відпочинку стало недоцільним, і люди почали обирати короткотривалі поїздки в безпечні, менш населені райони. Внаслідок цього бюджетні внутрішні подорожі стали популярними серед українських туристів [2].

Міграційні процеси, стреси від обстрілів, руйнування міст і сіл через воєнні дії, підриг Каховської ГЕС та загроза підригу Запорізької АЕС в Енергодарі призводять до вибору короткотривалих подорожей. Такі поїздки стали важливим чинником відновлення сил і способом перезавантаження для багатьох громадян України [2]. Це призвело до часткового поновлення внутрішнього туризму. У 2023 році українці обирають більш безпечні західні регіони для відпочинку. Найбільше популярності набрали Чернівецька, Львів-

ська та Закарпатська області. Водночас на півдні країни, зокрема в Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, спостерігається значне падіння доходів у туристичному секторі.

Пошкодження та руйнування об'єктів нерухомої культурної спадщини, що є результатом ракетних ударів, бомбардувань та артилерійських обстрілів, наразі зафіксовано у 15 регіонах України. Географічно це охоплює майже всю територію України від Луганської та Донецької областей на сході України до Львівської області біля кордону з Польщею на заході. Втрачено природні туристичні локації на територіях, що тимчасово окуповані: Олешківські піски, Асканія-Нова, Кінборська коса, Джарилгач, побережжя Азовського моря (Генічеськ і Рожеві солені озера, Кирилівка, Скадовськ, Бердянськ, Очаків, частково Скіфський курган). Також тимчасово замінованими є прикордонні райони України з Білоруссю, що унеможливило відпочинок на озерах Волині та сплави по ріках НПП «Прип'ять–Стохід» [1].

Відновлення туризму в Україні демонструє певні тенденції [14, 2]:

- 1) *оздоровчий відпочинок* — зростає популярність санаторно-оздоровчих турів, адже туристи переважно шукають санаторії та оздоровчі курорти, де можна знайти спокій подалі від небезпеки;
- 2) *попит на індивідуальні поїздки* — зросла популярність подорожей не великою кількістю людей у малозаселені місця, сільські території (соло-туризм; родиною; мама чи бабуся з дітьми, онуками);
- 3) *основні вимоги до житла* — готелі та хостели мають забезпечувати наявність світла, води, зв'язку та укриття;
- 4) *останній момент бронювання* — звужуються часові рамки планування подорожі (туристи планують тури в останню мить, або в короткі терміни);
- 5) *вибір регіону відпочинку* — найбільшим туристичним попитом користуються західні частини України (Карпатський регіон);
- 6) *нова пропозиція* — літній вікенд для двох терміном на 3 дні.

В умовах війни громадяни переосмислили поняття «здоров'я» і шукають безпечні місця для відпочинку, щоб відновити фізичне та емоційне здоров'я. За статистикою українського туроператора Join UP, найбільша частка замовлень — понад 44,4% — припадає на санаторні тури. На другому місці — подорожі в Українські Карпати (29%), а на третьому — гірськолижні курорти (19,5%). Це свідчить про зростаючий інтерес до оздоровчих і природних напрямків серед українців.

Також, на даний час чітко прослідковується розвиток міського туризму та спеціалізованого дитячого відпочинку (рис. 1.2.6).

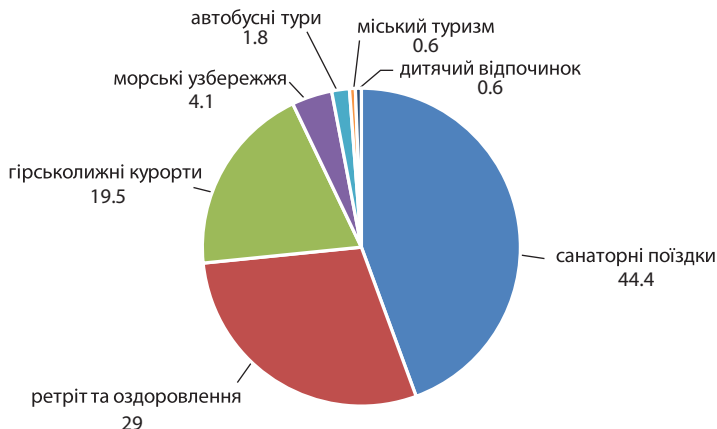


Рис. 1.2.6. Особливості внутрішнього туризму України за I квартал 2023 року [2]

Аналіз статистичних даних Державної служби статистики України щодо податкових надходжень від засобів розміщення по областях України за I квартал 2023 року показав реальні цифри росту податків у Західних областях. Так, найбільший приріст податкових надходжень до бюджету від засобів розміщення було зафіксовано у Чернівецькій області — 98%, (5 млн 152 тис. грн у 2023 році проти 2 млн 600 тис. грн за аналогічний період 2022 року. На другому місці Рівненська область — 17% (3 млн 430 тис. грн. у 2023 році проти 2 млн 938 тис. грн у 2022 році, що на 37% більше ніж у 2021 році. На третьому місці Львівська — 16% (60 млн 434 тис. грн у 2023 році, проти 52 млн 59 тис. грн у 2022 році, і на 59% більше ніж у 2021 році — 37 млн 900 тис. грн) [5].

Щодо Закарпатської області, то у порівнянні з 2022 роком було зафіксовано приріст у 15% (16 млн 842 тис. грн проти 14 млн 629 тис. грн), а у порівнянні з 2021 роком податки зросли майже в два рази — на 46% .

Найбільший спад податкових надходжень до бюджету від туристичної галузі спостерігається у 6 областях, які перебувають у зоні активних бойових дій. У Луганській області на 100%, Херсонській на 97%, Донецькій на 87%, Запорізькій на 79%, Миколаївська на 67% та у Харківській на 54% (табл. 1.2.4).

Таблиця 1.2.4

**Аналіз динаміки податкових надходжень від засобів розміщення по областях за I квартал 2021–2023 рр. [5]**

Податки (млн. грн)	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Закарпатська область	11,5	14,6	16,8
Івано-Франківська область	33,7	33,4	30,2
м. Київ	125,1	107,6	57,0
Львівська область	37,9	52,1	60,4
Миколаївська область	6,0	6,0	2,0
Одеська область	191,5	24,2	15,2
Херсонська область	68	7,0	7,0
Чернівецька область	2,6	2,6	2,6

Спад спостерігається і в Одеській (37% менше, ніж торік), Тернопільській (23% менше, ніж торік), Чернігівській (33% менше, ніж торік) тощо.

В Києві спад податкових надходжень у 2023 році (56 млн 974 тис. грн) в порівнянні з 2022 роком (107 млн 629 тис. грн) становить 47%, в порівнянні з 2021 роком (125 млн 100 тис. грн) — 54%.

Закарпатська область, розташована на заході України, є однією з найбільш безпечних територій у країні. Вона межує з країнами ЄС: Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією, що сприяє розвитку внутрішнього туризму. До основних особливостей розвитку внутрішнього туризму Закарпаття належать:

- 1) *безпека* — відносно стабільна ситуація в регіоні робить його привабливим для туристів, які шукають безпечні місця для відпочинку;
- 2) *природні ресурси* — Українські Карпати пропонують мальовничі пейзажі, гірські маршрути та можливості для активного відпочинку;
- 3) *культурна спадщина* — Закарпаття славиться своєю багатю культурною спадщиною, включаючи традиції, ремесла та гастрономію, що приваблює туристів;
- 4) *туристична інфраструктура* — розвинута інфраструктура — готелі, санаторії, туристичні центри — забезпечує комфортний відпочинок;
- 5) *населення* — станом на липень 2023 року в області проживало 1,244 млн осіб, що створює потенційний внутрішній ринок для туристичних послуг.

Закарпаття стає все більш популярним напрямком для українців, які прагнуть відновити здоров'я і насолодитися природою в безпечних умовах.

На даний час за інформацією Закарпатської ОВА на території області офіційно зареєстровано та занесено до бази даних 156 тис. внутрішньо переміщених осіб (ВПО), однак за даними мобільних операторів їх загальна кількість становить 400 тис. осіб.

Територіальні громади Закарпаття взяли на себе значне навантаження, пов'язане з внутрішніми міграційними процесами, що призводить до чималої кількості проблем. Серед них виокремлюємо проблеми з розміщення переселенців, працевлаштування, надання якісних медичних послуг, влаштування дітей в садочки та школи, а також організація відпочинку та дозвілля [2,3].

Впродовж останніх п'яти місяців 2023 року до місцевих бюджетів Закарпатської області сплачено 8,1 млн грн туристичного збору. Зокрема, у травні перераховано до місцевих скарбниць 1 млн 941 тис. грн. Протягом січня-травня 2023 року більшу частину збору сплатили юридичні особи — понад 4 млн грн. Фізичні особи-підприємці спрямували до місцевих скарбниць майже 3 млн 929 тис. грн. (рис. 1.2.7) [11].



Рис. 1.2.7. Туристичний збір до бюджету Закарпатської області територіальними громадами, 2023 р. [5]

Серед туристичних послуг, які надаються жителям Закарпатської області, переважають:

- 1) підбір та продаж унікальних туристичних продуктів — інші індивідуальні тури, які відображають культурну та природну спадщину регіону;

- 2) *проведення екскурсій* — організація екскурсій містом для знайомства з історією та архітектурою;
- 3) *бронювання* — послуги з бронювання готелів, автомобілів, залізничних і авіаквитків для зручності туристів;
- 4) *продаж квитків на культурні події* — доступ до квитків на концерти, вистави та інші заходи в регіоні;
- 5) *продаж сувенірної та поліграфічної продукції* — пропозиція місцевих сувенірів та друкованої продукції для туристів;
- 6) *інформування про правила в'їзду та виїзду* — надання актуальної інформації щодо правил в'їзду в Україну та виїзду до інших країн.

Ці послуги підкреслюють різноманіття пропозицій для туристів і сприяють розвитку внутрішнього туризму в Закарпатті.

Також, суттєвий вплив на розвиток внутрішнього туризму має транзитний туризм Закарпаття. Президент Закарпатської туристичної організації, туризмознавець, професор Ужгородського національного університету Федір Шандор вважає, що транзитний туризм краю це — зупинки туристів по шляху проходження до туристичних місць призначення. Дослідження науковця з даного питання показують, що в період 1991–2022 рр. туристи зупинялись в м. Ужгород (3%); м. Мукачево (12%); термальні води Косино (4,6%); м. Берегове (4,4%); по трасі Київ–Чоп (76%) — у закладах громадського харчування, у закладах розміщення та місцях продажу сувенірної продукції.

Щодо питання куди саме їздять жителі Закарпаття відпочивати, то 29% — м. Ужгород, 29% — м. Мукачево, 14,2% — Косино; 7% — Берегове; 20,6% — озеро Синевир та 6,2 — інші напрями. Найбільшим туристичним попитом визначається центр міста Ужгорода та мініскульптурки, замок Паланок, Замок Шенборнів, термальні води Косино, дегустація вина «Чизай мала гора», Центр реабілітації бурого ведмеда, озеро Синевир, Воеводино, Лавандова гора, Селиська сироварня, бункер лінії Арпада, гора Говерла та інші вершини двотисячники.

Закарпатська область є однією з найбільш перспективних для розвитку рекреаційно-туристичної індустрії в Україні. Її природні ресурси, розташування в центрі Європи та досвід у сфері туризму створюють сприятливі умови для розвитку. Закарпаття пропонує різноманітні можливості для санаторно-курортного лікування, оздоровлення та активного відпочинку, що приваблює як внутрішніх туристів, так і іноземних гостей. Це регіон з багатою культурною спадщиною та унікальними природними ландшафтами, що робить його ідеальним місцем для розвитку туристичної інфраструктури.

Туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття характеризується можливістю ефективного використання таких ресурсів як:

- бальнеологічні (мінеральні води, лікувальні грязі, озокерит);
- лісові (міські ліси, лісопарки, ліси зелених зон ...);
- водні (ріки, озера, ставки, водосховища, водоспади);
- спелеоресурси (печери);
- природно-заповідні території та об'єкти;
- пам'ятки історії та культури, архітектури (монастирі, замки тощо);
- санаторно-курортні комплекси («Лумшори», «Поляна», «Синяк» та інші).

Також слід відзначити кліматичні ресурси області. Західний перенос повітря дає змогу розвивати в теплий сезон, що триває 5–7 місяців, «зелений», або як його ще називають «сільський» туризм. Такому туризму сприяє значна залісненість території, що становить майже 50%. Щодо холодного періоду, то помірно-континентальний клімат створює всі умови для розвитку зимових видів туризму та спорту. Найбільш сприятливим місцем для такого відпочинку є Полонинсько-Чорногірський масив, де тривалість залягання снігу складає 5-6 місяців, а його товщина 10-35 см. Такі кліматичні умови і визначають загальну комфортабельність області для рекреації та туризму. Так на Закарпатті сформувався туристично-рекреаційний комплекс з двома чітко визначеними сезонами — літнім (оздоровлення, відпочинок, лікування) та зимовим (гірськолижний) [13].

Закарпатська область особливо виділяється своїми бальнеологічними ресурсами, що є основними природно-рекреаційними ресурсами області. Тут знаходиться понад 620 джерел мінеральних вод, з яких більше 300 вже досліджені, що робить Закарпаття лідером в Україні за кількістю та якістю лікувальних джерел. Цей потенціал відкриває великі перспективи для розвитку санаторно-курортної сфери.

Крім того, область багата на пам'ятки історії, архітектури та культури. Тут збереглися традиційні звичаї, а на обліку знаходиться понад 700 пам'яток, серед яких більше 100 — архітектурні. Ці пам'ятки охоплюють тисячолітню історію і представляють різні європейські архітектурні стилі, що робить регіон привабливим для туристів [13]. На Закарпатті збереглися 12 середньовічних замків, серед яких Ужгородський, Мукачівський та Чинадіївський є придатними для екскурсій, що сприяє розвитку пізнавального туризму. Регіон поділений на чотири рекреаційні зони:

- 1) Північний (I)
- 2) Західний (II)
- 3) Центральньо-Східний (III)
- 4) Південно-Східний (IV)

У Північному та Центральньо-Східному регіонах знаходяться унікальні сакральні пам'ятки XVII–XVIII століть і численні бальнеологічні курорти. Західний регіон славиться археологічними пам'ятками VI–IV ст. до н.е. та старовинними замками XIV–XIX століть. Це різноманіття ресурсів створює широкі можливості для розвитку туристичної інфраструктури.

У Південно-Східному регіоні Закарпаття особливо виділяються спелеоресурси, зокрема печери. Проте їх потенціал реалізований недостатньо через відсутність ефективної державної політики в розвитку туризму, що призводить до низької економічної ефективності галузі. Основні проблеми включають слабку комунікаційну доступність перспективних територій, незадовільний стан доріг, а також відсутність електрифікації та телефонізації. Це ускладнює розвиток туристичної інфраструктури в регіоні.

В Закарпатті спостерігається дефіцит кваліфікованих кадрів та спеціалізованих навчальних закладів для їх підготовки. Також недостатньо розвинена сервісна інфраструктура, що обмежує розвиток туристичних територій. Крім того, відсутній законодавчо встановлений механізм реєстрації особистих селянських господарств, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму. Це створює додаткові труднощі для розвитку туристичної галузі в регіоні.

Географія сучасних різновидів туризму Закарпаття вражає туристів і вони мають можливість обрати найцікавіші місцини чи туристичні об'єкти (локації) краю (табл. 1.2.5).

Національна туристична організація України (НТО.UA) оголосила 2024 рік НТО.UA — роком доступного туризму. Доступний туризм — це сучасна концепція, що забезпечує участь у туристичній діяльності всіх людей, незалежно від їхніх фізичних можливостей. Він враховує психологічні та фізичні особливості кожної особи. Основні аспекти: інклюзія, яка гарантує доступність туристичних послуг для людей з інвалідністю та реабілітація, тобто відновлення фізичного, психологічного та соціального функціонування людини після травми, хвороби або інвалідності. Цей процес включає фізіотерапію, реабілітаційну медицину, професійну реабілітацію та інші види терапії [21].

Закарпатська туристична організація оголосила 2024 рік роком квіткового туризму. Про це повідомив президент організації

Федір Шандор. У рамках цієї ініціативи планується організація різноманітних заходів, фестивалів та екскурсій, що дозволять туристам насолодитися красою квітучих регіонів Закарпаття. Це чудова можливість для залучення нових відвідувачів та популяризації місцевої флори [24].

Таблиця 1.2.5

**Сучасні різновиди туризму Закарпатської області  
(складено автором за матеріалами [17])**

№	Різновиди туризму	ТОП – місця розташування (локації)
1.	Конференц-туризм	Здійснюється з метою участі у конференціях: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Косино – термал, Косонь</li> <li>- Дарлінг, Мукачево</li> <li>- Воєводино, Тур'я Пасіка</li> <li>- Деренівська купіль, с. Нижнє Солотвино</li> <li>- Ужгородський національний університет, м. Ужгород</li> <li>- Верховина, с. Кам'яниця</li> <li>- Івент – хол, Мукачево</li> <li>- Унгварський, м. Ужгород</li> <li>- Кілікія, м. Ужгород</li> <li>- Камелот, с. Кам'яниця</li> </ul>
2.	Історико-культурний туризм	Відвідування місцевості пов'язаної з історією та історичною спадщиною: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мукачево та околиці (жіночий монастир на Чернечій горі)</li> <li>- Ужгород та околиці (палац Плотені)</li> <li>- Хуст та околиці (дерев'яні храми с. Сокирниця та с. Крайниково)</li> <li>- Берегове та околиці (готичний храм с. Мужієво)</li> <li>- Виноградів та околиці (палац Шенборна)</li> <li>- Перечин та Невицький замок</li> <li>- Середнянський замок та винні підвали</li> <li>- Центр континентальної Європи (с. Ділове)</li> </ul>
3.	Етнічний туризм	Здійснюється туристами на місця свого історичного проживання: <p>1. Угорці:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Верецький перевал</li> <li>- Витоки річки Тиса</li> <li>- Мукачівський замок</li> <li>- м. Виноградів</li> <li>- м. Берегове</li> <li>- м. Ужгород</li> <li>- «Маленький робот» у м. Свалява</li> </ul>

		<p>2. Євреї:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- іудейські цвинтарі м. Мукачева, м. Ужгорода</li> <li>- синагоги м. Ужгород, м. Виноградів, м. Мукачево м. Берегове</li> <li>- місця Голокосту в м. Ужгород, м. Мукачево та с. Ясіня</li> </ul> <p>3. Чехи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- чеські квартали м. Ужгорода</li> <li>- літературні місця для чехів у с. Колочава</li> <li>- чеські квартали м. Ужгорода, м. Мукачева, м. Хуста</li> </ul>
4.	Індустріальний туризм	<p>Дослідження туристами територій, будівель та інженерних споруд виробничого та спеціального призначення, а також будь-яких закинутих споруд:</p> <p>1. Відвідування закинутих об'єктів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закинутий санаторій в селі Кваси</li> <li>- залишки РЛС (радіолокаційної станції) в с. Пістрялово</li> <li>- метеостанція «Білий слон»</li> <li>- колишня військова база на Полонині Руна</li> </ul> <p>2. Постпаломництво, тобто відвідання занедбаних десакралізованих об'єктів релігійного вшанування:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- храм Яна Непомуцького на Радванці в м. Ужгород</li> <li>- дерев'яний храм в с. Гукливий</li> <li>- монастирські печери Мукачева та с. Угľa</li> </ul> <p>3. Урбанізм — це любов до занедбаних міських пейзажів об'єктами особливого натхнення для митців можуть бути будівлі певної архітектури:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- залізничні розв'язки та депо, тупіки</li> <li>- спальні райони старої забудови</li> <li>- дивні і незвичайні місця</li> <li>- дороги чи залізничні колії що не використовуються</li> <li>- перевал Уклин</li> <li>- тунель в с. Ужок</li> </ul> <p>4. Дослідження підземних споруд (диггерство):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дренажні системи</li> <li>- каналізаційні колектори</li> <li>- підземні ріки — Малий Уж в м. Ужгород</li> <li>- старі винні підвали с. Середне, м. Мукачево, м. Ужгород, с. Нижнє Солотвино</li> </ul> <p>5. Прогулянки дахами (руфінг, руферство)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подорожі дахами багатоповерхівок м. Ужгорода та м. Мукачева</li> </ul> <p>6. Пасивний та комерційний індустріальний туризм— це відвідування підприємцями вдалих об'єктів промисловості для вивчення досвіду господарювання, інвестування:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підприємства м. Ужгорода, м. Мукачева, м. Перечина та с. Кваси</li> </ul>

5.	Гірськолижний туризм	Активний туризм на лижних засобах пересування: - Драгобрат - Пилипець - Подобовець - Красія - Синяк - Ізки - Воеводино - Жденієво - Великий
6.	Велосипедний туризм	Різновид туризму в якому велосипед (моноцикл, квадроцикл, веломобілі, біцикл та ін.) служить головним або єдиним засобом пересування: 1. Шлях Федора Фекете: Ужгород – Перечин – Тур’я Ремети (40 км) 2. До Синевирського озера: Воловець – Міжгір’я – Синевирська Поляна – озеро Синевир (70 км) 3. Шлях Гуци Венеліна: Свалява – Тибави (12 км) 4. Закарпатське адажіо: Свалява – Довге – Іза – Хуст-Мукачево (150 км) 5. Шлях Швейка: Ужок – В. Березний – Перечин – Ужгород – Чоп (122 км) 6. Мое Закарпаття: Свалява – Мукачево – Берегове – Виноградів – Хуст – Мукачево (200 км) 7. Карпатська Україна: Ужок – Воловець – Міжгір’я – Хуст – Тячів – Солотвино (220 км) 8. Шлях Другетів: Ужгород – Горянська ротонда (5 км) 9. Столиці Закарпаття: Ужгород – Мукачево – Хуст – Ясіня (272 км) 10. Шлях Арпада: Верецький перевал – Нижні Ворота – Уклин – Мукачево – Берегове (119 км)
7.	Сирний туризм	Дегустація, споживання, купівля сиру, безпосередньо у виробника (на фермі, у спеціалізованому магазині, сироварні, дегустаційному залі, на ярмарку чи фестивалі): - Сироварня «Селиська сироварня» — с. Нижнє Селище - Сироварня «Карпатський буйвіл» — с. Олешник - Сироварня «Перечинська мануфактура» — м. Перечин - Сироварня «Розенталь» — с. Кваси - Сироварня «Порядний газда» — м. Мукачево - Сироварня «Varoshcheese» — м. Мукачево - Еко-ферма «Зелений гай» — с. Нижнє Селище - Сироварня «Турянський двір» — с. Тур’я Поляна - Сироварня «Біласовиця» — с. Біласовиця - Мінісироварня «Мамин сир» — с. Золотарьово - Еко-ферма «Райський куточок» — с. Горінчово
8.	Грибний туризм	Відвідування місць зростання їстівних грибів, пошук споживання та купівля грибів безпосередньо в грибному районі: - трюфель — села Лікідари, Лумшори, Тур’я Поляна, Пилипець, Подобовець

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- гриб Цезаря — села Рокосово, Грабово, Сімер, Нижні Ремети</li> <li>- білий гриб — села Грибівці, Гут, Ярок, Тростянець, Жденієво, Колочава, Черногорова, Смерекова, Порошково, Свалявка, Буковець</li> <li>- грифола кучерявенька — села Лісарня, Герцівці, Тур'я Пасіка, Оріховці</li> </ul>
9.	Військовий туризм	<p>Відвідання місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- музей «Лінія Арпада» у с. Колочава</li> <li>- бункер в музеї с. Колочава</li> <li>- мілітарі-отель «ГрінГоф» у с. Гукливий</li> <li>- бункер с. Сіль</li> <li>- окопи 1-ої Світової війни</li> <li>- військово поховання — перевал Легіонерів</li> <li>- Ужоцький перевал</li> <li>- місця битв в районі Середньоверецького перевалу — с. Довге, с. Вилоч, с. Пийтерфолво, с. Мала Копаня, с. Красне поле</li> </ul>
10.	Болотний туризм	<p>Відвідування туристами заболоченої місцевості:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Глуханя» — с. Негровець</li> <li>- «Багно» — с. Ільниця</li> <li>- «Чорне багно» — с. Підгірне</li> <li>- «Вінкове»</li> <li>- «Озеро Сине» — с. Синяк</li> <li>- «Товар» — с. Дідово</li> <li>- «Глуха Млака» — с. Синевирська Поляна</li> </ul>
11.	Апітуризм (медовий)	<p>Дегустація, споживання, купівля продуктів бджільництва (мед, віск, прополіс, маточне молочко, бджолина отрута) безпосередньо на місці у виробника:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Медовий дім» — м. Мукачево</li> <li>- «Пчольник» — с. Вовкове</li> <li>- «Турянський мед» — Тур'я Ремети (лавандова пасіка)</li> <li>- Бджолине премгосподарство — с. Вучкове</li> <li>- Колочавська пасіка — с. Колочава</li> </ul>
12.	В'ючний (кінний) туризм	<p>Різновид туризму на в'ючних засобах пересування, серед яких коні, віслюки, верблюди, олені, буйволи тощо:</p> <p>1. Кінний туризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Тур'я Поляна — кінний центр при садибі «Шепіт гір»</li> <li>- Воеводино — кінний клуб</li> <li>- Дубки — кінний клуб</li> <li>- Кваси — племінна ферма «Полонинське господарство»</li> <li>- Квітка Полонини — племінне господарство</li> <li>- Синевир — кінна ферма</li> <li>- Золота гора (с. Барвінок) — кінний центр, ранчо</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Шаян — кінна ферма</li> <li>- Ясіня кінна ферма</li> <li>- Берегово — спортивний клуб «Мустанг»</li> <li>- Воєводино — кінний центр</li> <li>- Ізки — кінна ферма</li> <li>- Ужгород — кінно-спортивний клуб «Тріумф»</li> </ul> <p>2. Екіпажний туризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Воєводино</li> <li>- Драгобрат</li> <li>- Золота гора</li> <li>- Шаян</li> <li>- Кваси</li> <li>- Ясіня</li> <li>- Вишка</li> </ul>
13.	Квітковий туризм	<p>Відвідування місць поширення квітучих рослин:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Долина шафранів» — с. Колочава</li> <li>- «Долина ірисів» — с. Нижнє Солотвино</li> <li>- «Долина нарцисів» — м. Хуст сакури</li> <li>- «Алея сакури» — міста Ужгород, Мукачєво, Хуст</li> <li>- «Лавандова гора» — м. Перечин</li> <li>- «Поляна розмарії» — с. Забрідь</li> <li>- «Алея шафранів Гейфєля» — с. Березинка</li> <li>- «Квіти скансену» — м. Ужгород</li> <li>- «Долина білоцвіту» — річка Бронька</li> <li>- «Липова алея» — м. Ужгород</li> </ul>

Туристичний сезон 2023 показав, що квіткові тури мають значний потенціал як альтернатива традиційному відпочинку. Вони можуть стати привабливим і економічно вигідним напрямком для окремих регіонів, зокрема на заході України. Однак цей вид туризму все ще залишається недостатньо відомим серед туристів, що вимагає сучасних досліджень і активної популяризації на локальному та регіональному рівнях. Це відкриває нові можливості для розвитку та залучення туристів.

На даний час Карпатський регіон, а саме Закарпаття є найбільш безпечним, а отже сюди і приїжджає найбільше туристів, які обирають квіткові тури. В цьому році попит на такі тури відновився наполовину порівняно з минулими роками. За статистичними даними Управління туризму та курортів Закарпатської обласної військової адміністрації дві третини туристів в цьому році подорожують, щоб психологічно розвантажитись, набратись сил і побачити щось нове. Для 30% важливо відпочити на природі, а кожен п'ятий мандрує, щоб зробити селфі для соцмережі. В літній період у одноденних екскурсіях як правило брали участь приблизно 20% прибулих з інших регіонів України, решта туристів — львів'я-

ни. Для порівняння у минулі роки туристів з інших регіонів нашої країни було до 70% [3].

Десять років тому більшість людей асоціювали подорожі з квітами лише з Долиною нарцисів біля Хуста. Проте сьогодні географія місць цвітіння значно розширилася. Весною популярні подорожі на крокуси, тюльпани та дикі тюльпани. Літній період відзначається «лавандовим і липовим бумом», а восени — цвітінням гортензій та пізньоцвіту осіннього, відомого також як дикий шафран. Цю отруйну квітку, що занесена до Червоної книги України, оспівував Назарій Яремчук. Таким чином, квіткові тури відкривають нові горизонти для туристів. На сьогодні в Закарпатті перебуває понад 300 тисяч внутрішньо переміщених осіб, які через війну опинилися на цій території. Вони стали каталізаторами туристичного розвитку, адже попит стимулює пропозицію. Багато з них знаходять час для покращення свого емоційного стану, відвідуючи квіткові локації, що сприяє популяризації цього виду туризму (табл. 1.2.6).

Окрім квіткових локацій, туристам пропонують відвідати й інші цікаві місця. Наприклад, у Тячівському районі, що традиційно вважається депресивним у туристичному сенсі, відкрили чотири нові сироварні. У Хусті з'явилася мануфактура з виробництва комбучі, а на перечинщині запустили виробництво косметики з лаванди та троянди. Також в Замку Паланок відкрився кінотеатр, де презентують анімаційний серіал про історію фортеці. Ці нововведення роблять регіон ще більш привабливим для туристів.

Кожен турист, який відвідає Закарпаття, знайде цікаві рідзинки цього краю. Тут є все: архітектурні пам'ятки, замки, музеї, крафтові пивоварні, гастрономічні шляхи, золота кава «Аль Ідрісі» та унікальні делікатеси, які не виготовляють більше в жодному регіоні України. Закарпаття пропонує різноманіття вражень та відкриває нові горизонти для мандрівників.

Під керівництвом Федора Шандора в Закарпатті триває туристична акція «Сакура Закарпаття — 100 років». У Мукачеві висадили першу сакуру під номером «Мукачево — 001» на найстарішій Алеї сакур області. З 22 червня 2023 року до 24 квітня 2024 року було висаджено саджанців декоративної японської вишні поруч із відомими туристичними об'єктами у 64 громадах Закарпаття. Саме 2024 рік є роком квіткового туризму і закарпатській сакурі виповнюється 100 років. Туристи зможуть милуватися шафранами, сакурами, лавандою, нарцисами і тюльпанами, смакувати квітковий мед, брати участь у презентаціях квіткових фотозон і пленерах.

Таблиця 1.2.6

**Локації цвітіння квітів в межах Закарпаття  
(складено автором)**

Сезон цвітіння	Рослини	Фото	Локація
початок березня	білоцвіті шафрани		Березинка Лісарня Колочава
квітень травень	магнолія сакура		Ужгород Мукачево
травень червень	нарциси дерен		Хуст Кіреші Виноградів
червень	лаванда рододендрон липи		Перечин Чорногора, Горгани, Свидовець, Близниця Ужгород
серпень	орхідеї		Боржавські полонини
жовтень	розмарія		Забрідь Пасіка

Наразі ринок туризму орієнтується переважно на внутрішнього туриста. Агентства пропонують рекреаційний відпочинок для українців у горах та сільській місцевості, а також розробляють різноманітні автобусні тури за кордон. Це відповідає сучасним тенденціям та потребам туристів, які шукають нові враження і відпочинок в Україні.

Варто звернути увагу і на важливість розвитку туризму у містах. До ТОП-11 туристичних міст України, згідно з рейтингом CNN, увійшли:

1. Львів
2. Чернівці
3. Умань
4. Київ
5. Переяслав-Хмельницький
6. Харків
7. Чернігів
8. Одеса
9. Ужгород
10. Кам'янець-Подільський

Цей рейтинг підкреслює різноманітність культурних та історичних пам'яток України. В Карпатському регіоні слід виокремити Львів, Ужгород, Чернівці.

Міський туризм відіграє важливу роль у підвищенні туристичної привабливості регіонів. Проведення подій формує новий імідж території, залучає інвестиції в інфраструктуру, а також створює нові робочі місця для місцевої громади. Крім того, такі заходи сприяють розвитку малобюджетних видів відпочинку та підвищують культурно-освітній рівень населення. Особливостями міського туризму є:

- 1) відсутність сезонності — туризм у містах популярний протягом усього року;
- 2) можливість прогнозування — можна передбачити відвідуваність на основі запланованих подій;
- 3) масовість — приваблює великі групи туристів;
- 4) інтерактивність — залучення туристів у різноманітні активності та заходи;
- 5) інноваційність — використання нових технологій і підходів у проведенні подій;
- 6) регулярність подій — постійне проведення заходів, які підтримують інтерес;
- 7) стимулювання повторного відвідування destinations — створення причин повертатися;

8) видовищність — акцент на яскравих та незабутніх подіях. Гальмуючими чинниками, що негативно впливають на розвиток міського туризму, є:

- 1) слаборозвинена туристська інфраструктура;
- 2) низька інвестиційна та ділова активність місцевого населення;
- 3) нестача кваліфікованих кадрів;
- 4) слабе інформаційне просування заходу;
- 5) слабе використання туристського потенціалу.

Для вирішення цих проблем важливо реалізувати успішні програми та ініціативи за участі представників освітніх закладів, органів влади, бізнесу, громадських організацій та медіа. Це забезпечить комплексний підхід до розвитку міського туризму [4].

Розвиток міського туризму в Ужгороді має реалізуватись у чотирьох основних напрямках:

- 1) створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі — поліпшення інфраструктури та сервісів;
- 2) розвиток кадрового потенціалу — підготовка фахівців, формування позитивного іміджу та патріотизму серед місцевих мешканців;
- 3) підвищення туристичної привабливості — створення сучасного позитивного туристичного іміджу міста.

Найвизначнішими історико-культурними пам'ятками Ужгорода, які входять до пугівника міста, є: 1) Ужгородський замок; 2) Закарпатський краєзнавчий музей; 3) Музей народної архітектури та побуту; 4) Шелестівська церква Архангела Михаїла; 5) Горянська ротонда Святої Анни; 6) Кафедральний греко-католицький собор; 7) Театральна площа; 8) Корзо; 9) Площа Корятовича. Ці пам'ятки відображають багатий історичний та культурний спадок міста.

Серед проблем туристичної галузі є:

- 1) недостатній обсяг інвестування у розвиток галузі;
- 2) відсутність комплексного підходу до реклами туристичного потенціалу міста;
- 3) відсутність єдиної цілісної системи координації розвитку сфери туризму в місті;
- 4) недостатня робота при формуванні брендінгу та просуванню туристичного іміджу міста.

Для вирішення проблем розвитку туризму міста чи території пропонується реалізація програм та ініціатив за участі туроператорів, турагенств, представників освітніх закладів, органів влади, бізнесу, громадських організацій та медіа.

Досвід використання мініскульптур в екскурсійній діяльності активно застосовується у семи країнах: Угорщині, Словаччині, Чехії, Німеччині, Австрії, США та Росії. Ці мініскульптури слугують не лише туристичними атракціями, а й елементами культурної спадщини, що допомагають привернути увагу до історії та традицій кожної країни [4].

Використання мініскульптур дозволяє оновити туристично-екскурсійні маршрути, задовольняючи духовні, естетичні та інформаційні потреби туристів. Найбільшим попитом користується екскурсійний маршрут правобережної частини міста, який включає огляд таких цікавих об'єктів правобережної частини Ужгорода:

- 1) *площа Корятовича* — початок маршруту з оглядом історичної архітектури та пам'ятників;
- 2) *провулок «Гірчичне зерно»* — зупинка біля мініскульптури «Малий Уж», що відображає атмосферу міста;
- 3) *винні підвали Ракоці* — розміщені у старовинній пивоварні «Совине гніздо» (XVII ст.), де щорічно проходить фестиваль «Закарпатське Божоле» (19-20 листопада);
- 4) *найдовша липова алея в Європі* — протяжністю 2 км 200 м, на якій встановлено мініскульптури Джону Лорду, Карпатії та Миколайчику;
- 5) *Ужгородський замок* — збудований у середині X століття в романському стилі, з оглядом його архітектурних особливостей;
- 6) *Закарпатський музей народної архітектури (скансен)* — з дерев'яною лемківською церквою, побудованою в 1777 році, яка є родзинкою музею.

Цей маршрут дозволяє глибше зануритися в історію та культуру регіону, а також насолодитися красою міських ландшафтів.

Уже зараз між гравцями ринку йдуть розмови про повоєнне відродження галузі. На нашу думку, найшвидше відновлюватимуться регіони, що найменше постраждали від війни. Туризм у звільнених містах матиме свої особливості: екскурсійні маршрути потрібно буде прокладати з урахуванням місць пам'яті та трагедій. Ці локації повинні стати частиною меморіального туризму в Україні, а розміщення будь-яких атракцій на них має бути забороненим. Це дозволить зберегти пам'ять про загиблих і віддати данину поваги жертвам, а також допоможе формувати відповідальне ставлення до історії.

Перебування України в стані війни це — нові виклики розвитку внутрішнього туризму, які ускладнюються низкою проблем, а саме:

- 1) зони окупації та активних воєнних дій є небезпечними для туристів;
- 2) втрати значної частини природного та історико-культурного потенціалу туристичних територій;
- 3) руйнація туристичної інфраструктури;
- 4) зменшення заощаджень на відпочинок;
- 5) порушення логістики в межах України;
- 6) виїзд працездатного населення за кордон тощо.

Для зменшення впливу зазначених проблем на розвиток внутрішнього туризму необхідно:

- 1) забезпечення з боку уряду швидкого інформування щодо попередження небезпеки на території країни чи регіонів;
- 2) розробка альтернативних туристичних маршрутів у більш безпечні місця, які не проходять через зону бойових дій;
- 3) залучення іноземних інвесторів, міст-побратимів для відновлення туристичної інфраструктури;
- 4) державна підтримка працівників сфери послуг для збереження робочих місць та отримання достойної заробітної плати.

Ці тенденції свідчать про адаптацію туристичного ринку до нових реалій і потреб. Галузь поступово переходить до нових форматів, враховуючи соціально-культурні аспекти, а також акцентує увагу на безпеці та відповідальності. Це відкриває нові можливості для розвитку меморіального туризму та впровадження інноваційних маршрутів, що відповідають сучасним вимогам. Тому важливим є застосування нових тенденцій та інновацій для розвитку туристичної індустрії у післявоєнний період.

Війна має великий вплив на індустрію туризму, але з розвитком технологій і новими тенденціями з'являється багато можливостей для відновлення цієї галузі в післявоєнний період. Нижче наведено деякі нові тренди та інновації, які можуть бути застосовані:

Сталий туризм є одним із ключових трендів, що передбачає відповідальний підхід до подорожей. Це включає:

- 1) збереження навколишнього середовища — популяризація екологічно чистих практик;
- 2) розвиток місцевих громад — підтримка місцевого бізнесу та культурних ініціатив;
- 3) соціальна відповідальність — врахування інтересів місцевого населення.

*Меморіальний туризм* — включення пам'ятних місць у маршрути, щоб підкреслити історичну пам'ять і вшанування жертв війни.

*Цифровізація* — використання сучасних технологій для покращення туристичного досвіду:

- 1) *віртуальні екскурсії* — можливість ознайомлення з об'єктами через онлайн-платформи;
- 2) *мобільні додатки* — для навігації та отримання інформації про маршрути.

*Персоналізація* — створення індивідуальних туристичних пропозицій, що відповідають потребам конкретних груп туристів.

*Інтеграція культурних програм* — організація заходів, що включають місцеву культуру, традиції та мистецтво, для залучення туристів.

Ці тенденції допоможуть адаптувати індустрію туризму до нових реалій і сприятимуть її відновленню в післявоєнний період [7].

Застосовуючи практику сталого туризму, індустрія може залучити більше екологічно свідомих туристів, зацікавлених у знайомстві з природною красою та культурною спадщиною регіону. Це створює економічні можливості для місцевих громад, одночасно зберігаючи природні та культурні ресурси. Сталий туризм сприяє:

- 1) розвитку місцевої економіки — підтримка локальних підприємств та робочих місць;
- 2) збереженню екосистем — впровадження екологічних практик, що захищають навколишнє середовище;
- 3) зміцненню культурної ідентичності — популяризація місцевих традицій та культурної спадщини серед туристів.

Таким чином, сталий туризм не лише відповідає потребам сучасних туристів, а й забезпечує довгострокову вигоду для регіонів. цифрова трансформація є важливим трендом для розвитку туристичної галузі в післявоєнний період. Індустрія може використовувати цифрові технології для покращення туристичного досвіду, оптимізації процесів та просування регіону на глобальному рівні. Основні аспекти цифрової трансформації:

- 1) *мобільні додатки* — інтерактивні платформи для бронювання послуг та інформаційні додатки, що надають туристам рекомендації та маршрути;
- 2) *віртуальна реальність* — можливість віртуальних турів для віддалених напрямків, що дозволяє зацікавити потенційних туристів.
- 3) *Онлайн-бронювання* — зручні платформи для швидкої та простої броні готелів, екскурсій та інших послуг.

До переваг цифрової трансформації належать:

- *залучення технічно підкованих туристів* — сучасні технології відповідають потребам молодшої аудиторії;
- *підвищення операційної ефективності* — автоматизація процесів знижує витрати та покращує сервіс;
- *економічна вигода* — оптимізація діяльності веде до зростання прибутковості.

Завдяки цифровій трансформації індустрія туризму може адаптуватися до нових умов і забезпечити якісний сервіс для туристів.

Щодо культурно-кулінарного туризму, то він є важливим напрямком для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Цей вид туризму передбачає популяризацію унікальних культурних традицій і кулінарних практик регіонів України, що допомагає залучити туристів. До основних аспектів культурно-кулінарного туризму відносимо:

- 1) *популяризація місцевих ремесел* — виставки та ярмарки, на яких представлено роботи місцевих майстрів;
- 2) *культурні заходи* — проведення фестивалів, свят та традиційних обрядів, які демонструють регіональні особливості;
- 3) *кулінарні враження* — організація майстер-класів з приготування традиційних страв та дегустацій.

Серед економічних можливостей місцевих громад виділяємо в першу чергу — розвиток малого бізнесу, тобто підтримка локальних виробників та гастрономічних закладів, а також залучення інвестицій. Переваги, які отримують туристи це — збагачення досвіду, а саме можливість пізнати історію та культуру через гастрономічні традиції. Також унікальні враження – створення незабутніх моментів, які залишаються в пам'яті. Культурно-кулінарний туризм може стати важливим елементом відновлення туристичної галузі, сприяючи збереженню культурної спадщини та розвитку місцевих економік.

Не менш важливим трендом є спільне партнерство для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Воно передбачає співпрацю між різними зацікавленими сторонами, такими як державні установи, неурядові організації та місцеві громади. Серед переваг спільного партнерства слід виокремити:

- 1) *використання колективних ресурсів* — співпраця дозволяє об'єднувати фінансові та людські ресурси для ефективнішого розвитку туризму;
- 2) *обмін знаннями та досвідом* — партнерство сприяє обміну найкращими практиками та інноваціями, що допомагає впроваджувати ефективні рішення;

- 3) просування регіону — спільні зусилля можуть забезпечити більш успішну маркетингову кампанію для залучення туристів на міжнародному рівні;
- 4) сталий розвиток — спільне партнерство підтримує принципи сталого розвитку, що забезпечує довгострокову стійкість індустрії.

До учасників спільного партнерства відносимо державні установи, неурядові організації та місцеві громади.

Спільне партнерство може стати основою для успішного відновлення туристичної галузі, забезпечуючи комплексний підхід до її розвитку та підтримуючи активну участь всіх зацікавлених сторін.

Віртуальна реальність (VR) є інноваційною технологією, яка може суттєво сприяти розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. Використання VR відкриває нові можливості для залучення туристів і просування регіонів. До переваг використання VR належать:

- 1) *захоплюючий досвід* — туристи можуть досліджувати місця призначення в інтерактивному форматі, що дозволяє їм краще відчувати атмосферу регіону без фізичної подорожі;
- 2) *безпечний доступ* — особливо корисно для напрямків, які сильно постраждали від війни або наразі є небезпечними для відвідування, VR забезпечує можливість ознайомлення з культурною спадщиною та природними красотами;
- 3) *демонстрація унікальності* — VR може показати особливості регіону, його культуру, традиції та історію, залучаючи більше туристів і підвищуючи пізнаванність;
- 4) *інноваційний маркетинг* — використання VR у туристичному маркетингу може створити нові можливості для реклами, залучаючи різноманітні цільові аудиторії.

Використання даної технології призведе до збільшення туристичного потоку, адже VR може спонукати туристів відвідати місця, які вони спочатку не розглядали та підвищення зацікавленості, оскільки інтерактивні формати допомагають створити емоційний зв'язок з регіоном, що сприяє формуванню більшого інтересу до відвідування. Впровадження VR в туристичну індустрію може стати важливим кроком у її відновленні, забезпечуючи нові можливості для досвіду та розвитку.

Доповнена реальність (AR) є ще однією інноваційною технологією, яка може суттєво вплинути на розвиток туристичної галузі після війни. AR покращує туристичний досвід, додаючи цифрову

інформацію та віртуальні об'єкти до реального середовища. Її використання це:

- 1) *інтерактивні путівники* — AR може створити інтерактивні туристичні путівники, що надають інформацію про історію, культуру та архітектурні особливості регіону, забезпечуючи глибше занурення у контекст;
- 2) *освітня цінність* — дана технологія підвищує освітню цінність туристичного досвіду, дозволяючи туристам отримувати знання про об'єкти на місці їх відвідування;
- 3) *залучення та зацікавленість* — AR забезпечує більш привабливий і захоплюючий досвід, який може залучити різноманітні аудиторії, зокрема молодь та сім'ї;
- 4) *персоналізація досвіду* — туристи можуть отримувати індивідуалізовану інформацію відповідно до своїх інтересів, що робить кожну подорож унікальною.

Впровадження доповненої реальності в туристичну галузь може стати важливим інструментом для відновлення, роблячи досвід туристів більш захоплюючим і освітнім. AR може спонукати більше туристів відвідати регіони, надаючи їм нові способи дослідження та використання AR в рекламних кампаніях може привернути увагу до місць, які потребують відновлення та популяризації.

Використання мобільних додатків у туристичній галузі можуть стати ключовим інструментом для розвитку туристичної галузі в післявоєнний період. Вони пропонують широкий спектр послуг, що робить туристичний досвід більш зручним і доступним. Переваги мобільних додатків в тому що [10]:

- 1) система бронювання та оплати — туристи можуть легко бронювати готелі, екскурсії та інші послуги прямо з додатка, що спрощує процес планування подорожі;
- 2) місцеві гідди та інформація — додатки можуть надавати доступ до локальних гідів, які пропонують інсайдерську інформацію та рекомендації, що підвищує цінність досвіду;
- 3) персоналізований досвід — мобільні програми можуть бути налаштовані відповідно до індивідуальних потреб і вподобань туристів, що робить кожну подорож унікальною;
- 4) легкість у використанні — інтуїтивно зрозумілий інтерфейс дозволяє туристам швидко знаходити потрібну інформацію та послуги, що підвищує зручність користування;
- 5) просування регіону — мобільні додатки можуть слугувати платформою для реклами місцевих атракцій і подій, що сприяє популяризації регіону серед глобальної аудиторії.

Впровадження мобільних додатків у туристичну індустрію може значно поліпшити досвід туристів і сприяти відновленню галузі в післявоєнний період.

Маркетинг у соціальних мережах є ефективним інструментом для відновлення туристичної галузі після війни. Ці платформи забезпечують рентабельний спосіб охоплення глобальної аудиторії та реклами регіону серед потенційних туристів. Основні аспекти маркетингу в соціальних мережах визначаються через:

- 1) *візуальний контент* — використання фотографій і відео для демонстрації краси природи та культурної спадщини регіону. Яскравий візуальний контент може привернути увагу та викликати інтерес до подорожей;
- 2) *маркетинг впливу* — співпраця з популярними блогерами та впливовими особами, які можуть рекламувати регіон своїм підписникам, що допомагає залучити нову аудиторію;
- 3) *створення спільноти* — активна участь у дискусіях, відповіді на запитання та взаємодія з підписниками можуть допомогти формувати спільноту навколо регіону;
- 4) *реклама подій та акцій* — використання соціальних мереж для анонсування місцевих заходів, фестивалів і акцій, що сприяє залученню туристів;
- 5) *аналіз та адаптація* — моніторинг реакцій аудиторії та адаптація контенту для покращення результатів кампаній.

Використання маркетингу в соціальних мережах може стати важливим інструментом для відновлення та розвитку туристичної індустрії, забезпечуючи ефективне просування серед потенційних туристів.

Розвиток туристичної галузі має значний позитивний вплив на економіку та суспільство. Основні переваги включають [10]:

- 1) *створення нових робочих місць* — туризм генерує попит на різноманітні професії, від гідів до працівників сфери обслуговування;
- 2) *підтримка високого рівня життя* — зростання туристичної активності сприяє підвищенню доходів населення та поліпшенню якості життя;
- 3) *удосконалення системи медичного обслуговування* — розвиток інфраструктури для туристів позитивно впливає на медичні послуги для місцевого населення;
- 4) *збільшення обсягів інвестицій* — туризм стимулює інвестиції в інфраструктуру, готелі, ресторани та інші супутні послуги;

5) *поліпшення платіжного балансу* — зростання туристичних витрат від іноземних туристів позитивно впливає на економіку країни.

Державна політика України спрямована на:

- 1) *розширення маркетингової діяльності* — активне просування туристичних ресурсів на національному та міжнародному рівнях;
- 2) *раціональне використання ресурсів* — ефективне управління природними, історико-культурними та соціально-побутовими ресурсами для сталого розвитку.

Ці заходи сприяють зміцненню туристичної галузі та забезпечують її позитивний вплив на економіку і суспільство. Фактично індустрія туризму має значний потенціал для підтримки економічного зростання та розвитку в післявоєнний період. Використання інноваційних рішень може суттєво покращити туристичний досвід і залучити більше відвідувачів.

Важливо зауважити, що впровадження цих інновацій підтримує відновлення та зростання індустрії туризму, сприяючи залученню нових туристів, а саме розширенню аудиторії та підвищенню впізнаваності регіону, а також економічному зростанню, що призводить до створення нових робочих місць та збільшення інвестицій у місцеву інфраструктуру. Таким чином, індустрія туризму може стати важливим драйвером економічного розвитку у післявоєнний період, сприяючи відновленню та стійкому зростанню.

Щодо основних шляхів відновлення туризму то вони наступні [10]:

- 1) *розвиток внутрішнього туризму* — заохочення подорожей: акції, знижки та спеціальні програми для українців; презентація маршрутів та створення безпечних і цікавих туристичних маршрутів;
- 2) *безпека і інфраструктура* — співпраця з правоохоронцями, забезпечення безпеки туристів та відновлення інфраструктури — ремонти доріг, готелів та туристичних об'єктів;
- 3) *промоція культурної спадщини* — акцент на пам'ятках, а саме підкреслення унікальних культурних та історичних об'єктів та організація заходів: проведення фестивалів, виставок та культурних подій;
- 4) *екологічний та відповідальний туризм* — розвиток екотуризму — впровадження програм сталого розвитку для залучення нової аудиторії;

- 5) *міжнародна співпраця* — залучення інвестицій та співпраця з міжнародними організаціями для розвитку туризму;
- 6) *спільні програми* — розробка ініціатив з іншими країнами для просування туризму;
- 7) *цифрові технології* — онлайн-платформи, а саме використання цифрових засобів для реклами туристичних послуг.
- 8) *мобільні додатки* — створення програм для спрощення планування подорожей.

Ці шляхи допоможуть відновити і зміцнити туристичну галузь, сприяючи економічному зростанню та розвитку в післявоєнний період. Зусилля в цих напрямках можуть призвести не лише до відновлення, а й до зростання туристичного потенціалу країни в майбутньому, сприяючи економічному розвитку та соціальному прогресу.

### Список використаних джерел і літератури:

1. Бордун, О., Шевчук, В., Монастирський, В., та ін. (2022). Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022 (62). 178–196.
2. Габчак, Н., & Габчак, С. (2023). Внутрішній туризм України: тенденції, проблеми та можливості розвитку у воєнний період. *Економіка та суспільство*, (52). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-67>
3. Габчак, Н., & Габчак, С. (2024). Квітковий туризм як новий бренд внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-78>
4. Габчак, Н., & Дубіс, Л. (2019). Особливості міського туризму. У Ян Гжесяк, Іван Зимомря, Василь Ільницький (Ред.), *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи* (с. 184–185). Контін – Ужгород – Бельско – Бяла – Київ: Посвіт.
5. Державна служба статистики України. (2024, 18 липня). <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) /Статистика. (2024, 20 липня). <https://www.tourism.gov.ua/statistic>
7. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
8. Катаєва, М. (2022, 27 вересня). Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. *Вечірній Київ. Новини*. <https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973/>

9. Лавер, О. (2018). *Війни та народонаселення країн світу у ХХ–ХХІ століттях (1900–2016 рр.)*. Вид. 2-ге, перероб. і доповнене. ДВНЗ «Ужгородський нац. ун-т».
10. Моца, А., Шевчук, С., & Середа, Н. (2022). Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>
11. На Закарпатті за пів року зібрали 9 мільйонів гривень туристичного збору (2023, 11 липня). <https://suspilne.media/526559-na-zakarpatti-za-piv-roku-zibrali-9-miljoniv-griven-turisticnogo-zboru/>
12. Психічне здоров'я та ставлення українців до психологічної допомоги під час війни / Результати національного опитування на платформі Gradus. <https://gradus.app/uk/open-reports/mental-health-and-attitudes-ukrainians-towards-psychological-assistance-during-war/>
13. Соскида, Н. (2020). Географія сучасних різновидів туризму Закарпаття. У Н. Соскида, Р.В Славик (Ред). *Збірник наукових праць студентів географічного факультету* (с. 83–88). Ужгород.
14. Тараненко, Г. Г. (2020). Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. *Ефективна економіка*, (1). <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90>
15. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення (2024, 4 липня). Звягінцева О. SEO – копірайтерка Kyivstar. Tech. <https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya>
16. Туристичний барометр України (2020). <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>
17. Шандор, Ф. Ф., & Кляп, М.П. (2013). *Сучасні різновиди туризму*. Знання.
18. <http://surl.li/rnghgl>
19. [https://lb.ua/blog/tetiana\\_bohdan/550614\\_finansovoeconomichni\\_naslidki.htm](https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoeconomichni_naslidki.htm)
20. <https://life.pravda.com.ua/society/2022/10/31/251075/>
21. <https://nto.ua/>
22. <https://www.bdo.ua/uk-ua/blogs-2/consulting/10-tips-to-help-you-cope-with-stress-during-the-war>
23. <https://www.reuters.com/world/europe/quarter-ukrainians-risk-severe-mental-health-conditions-who-2023-02-09/>
24. <https://zakarpat.net/2024-rik-na-zakarpatti-ogolosyly-rokom-kvitkovogoturizmu/>
25. UNWTO: офіційний сайт. <https://www.unwto.org/>.

### 1.3. СУЧАСНІ ТRENДИ РИНКУ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

#### ■ **Марія Кашка**

*кандидат історичних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Сьогодні туризм в Україні знаходиться в надзвичайно складному стані. Інфраструктура та природні ресурси країни постійно зазнають руйнувань через російські атаки. Багато унікальних природно-рекреаційних об'єктів, таких як Асканія Нова та Кінбурнська коса, були зруйновані під час бойових дій або перебувають під окупацією. Окрім фізичних руйнувань та терору з боку Росії, існує проблема з туристичним потоком: кількість іноземних відвідувачів значно зменшилася, а українці часто не мають фінансових та психоемоційних ресурсів для подорожей по країні [2].

Війна в Україні значно вплинула на міжнародний туризм, спричинивши зміни в туристичних потоках, пріоритетах та поведінці мандрівників. Внаслідок військових дій, Україна втратила значну частину міжнародних туристів. Багато країн випускають рекомендації своїм громадянам утримуватися від поїздок до України через небезпеку. Наприклад, уряд США класифікує Україну як країну четвертого рівня небезпеки — «Не подорожувати».

Аналіз ситуації на туристичному ринку України в умовах воєнного стану активно досліджуються наступними науковцями: В. Царук [28], А. Зарубіна, Е. Сіра, Л. Демчук [9], О. Фастовець [27], Ю. Костинець, В. Костинець, О. Шевченко [13], А. Моца, Д. Кожемякін, І. Шишкін, А. Кізюн, Л. Гуцал, І. Цуркан [16].

Наслідки впливу російсько-української війни на світовий туристичний ринок є головною тематикою наукових публікацій М. Лісовської [15], С. Цвілого [29], Г. Бригілевич, М. Мальської [1].

Специфіка туристичних локацій прифронтових територій, західних і центральних областей, а також зарубіжний досвід відновлення туристичної сфери знаходять своє відображення у працях М. Рейманн, О. Корнус, Н. Венгерська, В. Холодок, В. Пацюк, Х. Паланг [19].

Повоєнне відновлення туризму є наріжним каменем публікацій С. Грищенка, де автор обґрунтовує систему інформаційного забезпечення процесів оцінювання й аналізу туристичної привабливості окремих регіонів та країни в цілому [4].

Тематика російсько-української війни є актуальною і для зарубіжних науковців. Зокрема О. Анрі-Бібо розглядає, як війна впливає на туристичні потоки з Росії та України, що становить близько 3% світових витрат на міжнародний туризм. Дослідження також оцінює потенційні втрати для світової туристичної економіки [31].

Д. Мланга та Е. Ндхлоу висвітлюють вплив війни на туристичні компанії та ринки, використовуючи метод подій. У роботі підкреслюється, що війна спричинила значні негативні економічні наслідки для туристичної індустрії у Європі, Близькому Сході, Африці та Тихоокеанському регіоні [33].

М. Балбаа, М. Ешов, Н. Ісмаїлова у своїй роботі досліджують довгострокові економічні наслідки війни, включаючи вплив на туризм. Їхнє дослідження підкреслює, що війни завдають шкоди економічному розвитку, що включає і туристичний сектор, який сильно залежить від економічної стабільності та безпеки в регіоні [30].

Проте, незважаючи на значну кількість публікацій поза увагою залишається регіональна специфіка туристичного ринку, а саме DESTИНАЦІЙ, які є найбезпечнішими.

На сьогоднішній день загальна вартість фізичних збитків, завданих культурному та туристичному секторам в Україні, за оцінками ЮНЕСКО, становить майже 3,5 млрд дол. США [32].

Ця оцінка охоплює загалом 4779 культурних і туристичних об'єктів, про які українська влада заявила як пошкоджені. Це включає збитки, завдані об'єктам і будівлям спадщини (за оцінками, 2,41 млрд дол. США); пошкодження творів мистецтва, колекцій і культурних сховищ (161 млн дол. США); пошкодження будівель і майстерень, призначених для культурних і креативних індустрій (262 млн дол. США); і збиток, завданий туристичним об'єктам (650 млн дол. США). Найбільше постраждала Харківська область, на яку припадає майже 25% зафіксованих збитків, за нею йдуть Донецька область з 14,7% та Одеська область з 7,6% [32].

3 лютого 2022 р. сектори культури та туризму також накопили втрачені доходи в розмірі 19,6 млрд дол. США, що становить зростання на 30% за один рік. Більше половини цих збитків – 10,6 млрд дол. США — зазнало тільки місто Київ, в основному через падіння кількості туристів і раптове уповільнення креативних індустрій.

За даними ЮНЕСКО, у період з 2024 по 2033 роки необхідно буде зібрати близько 9 млрд дол. США для фінансування заходів з відновлення та реконструкції. Ця потреба у фінансуванні зростає на 30% за рік.

Рівень безпеки у різних регіонах України варіюється. Наприклад, Західна Україна відносно безпечніша порівняно з прифронтовими регіонами на Сході та Півдні. Проте, навіть у відносно безпечних регіонах можуть траплятися ракетні обстріли та повітряні тривоги.

Війна призвела до того, що багато мандрівників змінили свої плани та напрямки подорожей. Наприклад, замість відвідування України, туристи вибирають інші європейські країни, які забезпечують безпеку і стабільність. Зокрема, спостерігається збільшення поїздок до країн, які не видають візи громадянам РФ, таких як Бельгія, Данія, Естонія, Латвія, Литва, Нідерланди, Словаччина та Чехія.

Війна також вплинула на авіаційні маршрути. Багато авіакомпаній призупинили рейси до та з України, що створило додаткові труднощі для міжнародних мандрівників. Це вплинуло на доступність України як туристичної дестинації і знизило її привабливість для іноземних туристів.

Зниження туризму негативно позначилося на економіці України, зокрема на регіонах, які сильно залежать від туристичних доходів. Втрата доходів від туризму вплинула на малий та середній бізнес, зокрема на готелі, ресторани, туристичні агенції та інші сфери, пов'язані з туристичною галуззю.

У той же час, відносно безпечні регіони України, такі як Карпати, стали більш популярними серед внутрішніх туристів. Це дозволило зберегти хоча б частину туристичної активності в країні та підтримати місцеву економіку.

Українці, які подорожують за кордон під час війни, використовують ці поїздки для інформування іноземців про реальну ситуацію в Україні. Це сприяє підвищенню міжнародної підтримки та розумінню ситуації в країні.

Загалом, війна негативно вплинула на міжнародний туризм до України, проте водночас стимулювала внутрішній туризм у безпечніших регіонах та підвищила обізнаність міжнародної спільноти про Україну та її виклики.

Сучасною тенденцією є зростання внутрішнього туризму. Закарпаття в умовах війни вважається відносно безпечним регіоном для туристичних подорожей. Цей регіон уникнув активних бойових дій і залишається популярним місцем для внутрішнього туризму, особливо серед тих, хто шукає безпечні місця для відпочинку.

Закарпаття є одним з найбезпечніших регіонів України під час війни. Тут немає комендантської години, і область прийняла

багато внутрішньо переміщених осіб, що позитивно впливає на розвиток місцевої інфраструктури та економіки. Регіон зберігає стабільну ситуацію і активно працює над забезпеченням безпеки туристів.

Закарпаття пропонує багато туристичних можливостей, включаючи відвідування природних парків, термальних джерел, історичних та культурних пам'яток. У регіоні відкриваються нові бізнеси, такі як сироварні, мануфактури з виробництва косметики, що також сприяє розвитку туризму.

Важливим кроком на шляху розвитку туризму в Україні є включення українських сіл до міжнародної мережі «Кращі туристичні села», що не лише приверне увагу мандрівників з усього світу, але й забезпечить їм менторство від UNWTO та потенційну фінансову підтримку від іноземних донорів, які підтримують розвиток туризму у сільській місцевості.

Державне агентство розвитку туризму України подало заявку на включення в цій престижній туристичній ініціативі наступних сіл [5]:

1. Ворохта — високо розташоване селище біля підніжжя Говерли, найвищої гори України. Відоме своїм віадуком та є центром гірськолижного туризму.
2. Зелений Гай — село з однойменною фермою, що стало прихистком для понад 300 людей і 1500 свійських тварин з початком війни.
3. Кваси — гірське курортне селище, відоме своїми мінеральними цілющими джерелами, крафтовою продукцією та виробництвом гуцульських лижників.
4. Олика — старовинне село, внесене до списку історичних населених місць України, з 10 об'єктами історичної спадщини, включаючи середньовічний замок князів Радзивіллів.
5. Урич — село з бойківською автентикою, відомою своїми обрядами та архітектурою. Поруч із селом знаходиться середньовічна наскельна фортеця Тустань.

Наразі мережа нараховує 190 селищ з усього світу, серед яких поки немає українських. До даного проекту долучають села, які ведуть розвиток сільської місцевості, збереженні ландшафтів, культурного розмаїття, місцевих цінностей та кулінарних традицій.

Географія номінованих сіл охоплює всю Україну, а саме: Ворохта — Івано-Франківська область, Зелений Гай — Дніпропетровська область, Урич — Львівська область, Олика — Волинська область, Кваси — Закарпатська область.

У рамках нашого дослідження зупинимось більш детально саме на селі Кваси.

Кваси славляться своїми мінеральними джерелами, зокрема джерелом «Буркут». Ця вода багата на мікроелементи, має лікувальні властивості і використовується для пиття та лікувальних ванн. Кваси розташовані в горах, що забезпечує чисте повітря і сприятливий клімат для відпочинку та оздоровлення. Влітку тут прохолодно, а взимку можна насолоджуватися засніженими ландшафтами.

Селище є чудовим місцем для активного відпочинку, включаючи гірські походи, велосипедні маршрути, катання на лижах та санках. Також тут можна організувати піші екскурсії до сусідніх гірських вершин та лісів.

Кваси зберегли традиційну гуцульську культуру, що можна побачити в архітектурі, місцевих ремеслах та фестивалях. Туристи можуть відвідати місцеві музеї та етнографічні виставки.

У селищі Кваси розташовано кілька відомих санаторіїв та оздоровчих комплексів, які пропонують різні послуги для оздоровлення і релаксації. Серед них: санаторії «Гірська Тиса», «Кваси» і оздоровчі комплекси «Джерела Карпат» та «Едельвейс».

Санаторій «Гірська Тиса» спеціалізується на лікуванні захворювань опорно-рухового апарату, нервової системи та органів травлення. Основні методи лікування включають бальнеотерапію, фізіотерапію, лікувальні масажі та грязелікування. Послуги: мінеральні ванни, гідротерапія, інгаляції, лікувальні душі [18].

Санаторій «Кваси» відомий своїми лікувальними мінеральними водами, які використовуються для пиття та бальнеотерапії. Санаторій спеціалізується на лікуванні захворювань шлунково-кишкового тракту, серцево-судинної та нервової системи. Послуги: мінеральні ванни, лікувальні душі, фітотерапія, масажі, фізіотерапія.

Оздоровчий комплекс «Джерела Карпат» пропонує різноманітні послуги для відпочинку та оздоровлення, включаючи процедури на основі мінеральних вод, СПА-послуги, лікувальні ванни та масажі, басейн, сауна, фітнес-зал, масажі.

Оздоровчий комплекс «Едельвейс» пропонує комплексні програми для оздоровлення та релаксації. Основна спеціалізація комплексу — лікування захворювань серцево-судинної та нервової системи [18].

Ці санаторії та оздоровчі комплекси надають широкий спектр послуг для покращення здоров'я та загального стану організму, використовуючи унікальні природні ресурси Квасів, такі як мінеральні води та чисте гірське повітря.

Наприкінці 2023 р. на території санаторію «Гірська Тиса» відкритися музей «Гуцульської спадщини села Кваси», що зібрав понад 200 рідкісних експонатів, включаючи більше сотні фотографій австро-угорського та чехословацького періодів. Також у музеї представлена рідкісна література про гуцулів, опришків і Олексу Довбуша. Музей є справжньою скарбницею гуцульської культури, зберігаючи та популяризуючи унікальні артефакти та історії цього регіону [10].

Серед визначних пам'яток історико-культурного значення дерев'яна церква Різдва Пресвятої Богородиці. Церква має три вежі, що є типовою рисою гуцульської архітектури. Вона прикрашена багатьма архітектурними деталями, що підкреслюють її унікальний стиль і красу.

Внутрішнє оздоблення церкви включає ікони, написані в різні періоди, що дозволяє відслідкувати розвиток стилів від бароко до класицизму. Ці ікони додають церкві особливого шарму та духовної глибини.

Церква Різдва Пресвятої Богородиці є популярним місцем для туристів та паломників, які відвідують Кваси. Вона знаходиться в пішій доступності від центру села і є однією з головних визначних пам'яток регіону. Її відвідування надає унікальну можливість поринути в історію та культуру гуцульського краю.

Ця церква не лише є релігійним центром, але й важливим історичним і культурним об'єктом, який приваблює відвідувачів з усієї країни та з-за кордону.

Селище Кваси, розташоване в Рахівському районі Закарпатської області, стало популярним місцем для гастрономічного туризму завдяки своїй автентичній кухні, крафтовим напоям і традиціям гуцульської кухні.

Кваси відомі своєю гуцульською кухнею, яка включає такі страви як банош, бринза, грибні супи, голубці та різноманітні м'ясні страви. Відвідувачі можуть насолодитися справжніми смаками Карпат, приготованими за традиційними рецептами з місцевих продуктів.

У Квасах можна скуштувати місцеві крафтові напої, включаючи пиво та настоянки. Місцеві броварні та винокурні пропонують туристам дегустації та екскурсії, де можна дізнатися більше про процес виготовлення напоїв та їх історію.

Селище славиться своїми традиційними гуцульськими продуктами, такими як сир, м'ясні вироби, мед та трав'яні чаї. Відвідувачі можуть придбати ці продукти на місцевих ринках та ярмарках.

Багато готелів та гостинних дворів у Квасах пропонують кулінарні майстер-класи, де туристи можуть навчитися готувати традиційні гуцульські страви. Це чудова можливість зануритися в місцеву культуру і збагатити свій кулінарний досвід.

Кваси часто проводять гастрономічні фестивалі, де місцеві жителі представляють свої найкращі страви і напої. Ці заходи збирають туристів з усієї України та за її межами, пропонуючи можливість скуштувати різноманітні страви, взяти участь у конкурсах та насолодитися культурною програмою.

FoodTravel UA — маркетплейс гастрономічних подорожей пропонує гастро-тур «Кваси-наповнися». Тривалістю 2 дні. Особливостями туру є проживання в санаторії «Гірська Тиса» та поїздка до еко-садиби Васкул, ознайомлення з історією села Кваси, гуцулами і бокорашами, дегустація мінеральної води, крафтового гуцульського сиру, леквару, морозива, кави та випічки, наливки, пива, бриндзи, бограча та баноша. Тур пропонує унікальне поєднання культурних та гастрономічних вражень, занурення в гуцульську спадщину та насолоду місцевими делікатесами [3].

Гастрономічний туризм у Квасах — це чудова можливість для туристів познайомитися з багатого культурною та кулінарною спадщиною гуцульського краю. Відвідувачі можуть насолодитися не лише природною красою Карпат, але й відкрити для себе унікальні смаки та традиції цього регіону.

Село Кваси стало об'єктом фільму мультимедійної команди «Tour de Ukraine». Тревел-блогери відвідали столітню сироварню, гори Шешул і Веснарка, санаторій «Гірська Тиса» та сезонне свято фермерів — вигін корів на високі пасовища.

Таким чином, село Кваси зважаючи на його неповторну автентичність заслуговує потрапити до проекту «Кращі туристичні села».

Державне агентство розвитку туризму України активно працює над розвитком туристичної галузі Закарпаття, орієнтуючись на створення інноваційних туристичних маршрутів, економічне зростання регіону та підтримку місцевих ініціатив. Основними напрямками діяльності є популяризація внутрішнього туризму, розвиток нових туристичних продуктів, та співпраця з місцевими громадами і бізнесом для забезпечення сталого розвитку туризму.

У рамках проекту «Мандруй Україною» реалізуються заходи, спрямовані на заохочення українців подорожувати своєю країною, відкриваючи нові туристичні локації, включаючи Закарпаття. Крім того, проект «Туристичні магніти» спрямований на попу-

ляризацію історичної, культурної та архітектурної спадщини, що є важливим аспектом розвитку туризму в цьому регіоні.

Основна мета проекту «Мандруй Україною» — підвищити інтерес до внутрішнього туризму та збільшити його частку в економіці країни. Проект сприяє створенню нових туристичних маршрутів, підтримці місцевих ініціатив і бізнесу, а також збереженню культурної та природної спадщини. Основні напрямками є [5]:

1. Розробка та популяризація нових маршрутів: проект включає створення інноваційних туристичних маршрутів, які охоплюють різні регіони України. Це дозволяє не лише розвантажити популярні туристичні місця, але й залучити туристів до маловідомих, але цікавих об'єктів.
2. Підтримка місцевого бізнесу: одним з важливих завдань проекту є підтримка місцевого бізнесу, особливо в туристичній сфері. Це включає готелі, ресторани, музеї, екскурсійні агентства та інші підприємства, які можуть отримати додатковий прибуток завдяки збільшенню потоку туристів.
3. Збереження культурної спадщини: проект активно сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини України. Це включає реставрацію історичних пам'яток, підтримку традиційних ремесел і проведення культурних заходів.
4. Екологічний та сталий туризм: одним із важливих аспектів проекту є розвиток екологічного та сталого туризму. Це включає збереження природних ресурсів, розвиток еко-маршрутів та підвищення екологічної свідомості серед туристів.

Проект «Мандруй Україною» має позитивний вплив на туристичну галузь країни. За рахунок популяризації нових маршрутів збільшується кількість туристів, які подорожують Україною. Це сприяє економічному зростанню регіонів, створенню нових робочих місць і підвищенню якості життя місцевого населення. Крім того, проект допомагає зберігати та відновлювати культурну і природну спадщину України, що є важливим для майбутніх поколінь.

Попри позитивні результати, проект стикається з певними викликами. Серед них можна виділити недостатнє фінансування, проблеми з інфраструктурою, а також необхідність підвищення рівня сервісу в туристичній сфері. Вирішення цих проблем потребує тісної співпраці держави, бізнесу та громадських організацій.

Проект «Мандруй Україною», ініційований Державним агентством розвитку туризму України, активно просуває туристичні

маршрути Закарпаттям, щоб відкрити для українців та іноземців унікальні природні і культурні багатства цього регіону. Серед маршрутів регіоном є наступні [5]:

1. Маршрут «Ужгород – Мукачево – Хуст – Виноградів» включає відвідування наступних об'єктів:

- Ужгородський замок: один з найдавніших замків України, який має багату історію та музейну експозицію.
- Паланок (Мукачівський замок): велична середньовічна фортеця, що пропонує відвідувачам неймовірну історію представлену у мультиплікаційному форматі.
- Хустський замок: руїни замку з чудовими панорамами, які є частиною культурної спадщини Закарпаття.
- Виноградів: відомий своїми виноробними традиціями, місто пропонує дегустації вин та ознайомлення з процесом їх виготовлення.

Цей маршрут підсилює культурну обізнаність і сприяє збереженню історичних пам'яток. Він залучає туристів до важливих історичних місць та підтримує місцеву економіку через розвиток винного туризму.

2. Екотуристичний маршрут «Карпатські полонини» охоплює такі пам'ятки:

- Полонина Боржава: відомий хребет, де туристи можуть насолодитися гірськими пейзажами та відвідати місцеві сироварні.
- Гора Говерла: найвища точка України, яка приваблює туристів з усього світу своїми захоплюючими краєвидами.
- Синевирське озеро: одне з найкрасивіших гірських озер, оточене легендами та природною красою.

Екотуристичні маршрути сприяють розвитку сталого туризму, підвищують екологічну обізнаність і зберігають природні ресурси. Вони підтримують місцевий туризм і сприяють економічному розвитку регіону.

3. Гастрономічний маршрут «Закарпатська кухня» пропонує такі локації:

- сироварні: відвідування місцевих сироварень, де виробляють традиційний гуцульський сир.
- кафе та ресторани: ознайомлення з традиційними стравами закарпатської кухні, такими як бограч, банош, лемішка та інші.
- винні погребі: дегустація місцевих вин та напоїв, відвідування виноградників та виноробень.

Гастрономічні маршрути стимулюють розвиток місцевої кулінарної культури та підтримують аграрний сектор. Вони залучають туристів, зацікавлених у дегустації автентичних страв та напоїв, що позитивно впливає на економіку регіону.

4. Культурний маршрут «Гуцульські традиції та ремесла» включає:

- музеї та етнографічні комплекси: відвідування музеїв, які зберігають гуцульську спадщину та демонструють традиційні ремесла.
- майстер-класи: участь у майстер-класах з ткацтва, гончарства та інших ремесел.
- фестивалі: участь у традиційних фестивалях, де можна побачити народні танці, музику та скуштувати місцеві страви.

Культурні маршрути допомагають зберегти і популяризувати місцеві традиції та ремесла, залучаючи туристів до активного пізнання культурної спадщини. Вони також сприяють економічному розвитку через підтримку місцевих майстрів та культурних заходів.

Маршрути, розроблені в рамках проекту «Мандруй Україною», сприяють розвитку туристичної інфраструктури, економічному зростанню та збереженню культурної і природної спадщини Закарпаття. Вони забезпечують різноманітний туристичний досвід, задовольняючи інтереси як історико-культурних, так і природних та гастрономічних туристів.

Проект «Туристичні магніти» є ініціативою Державного агентства розвитку туризму України, спрямованою на розвиток і популяризацію ключових туристичних об'єктів в регіонах України, включаючи Закарпаття. Цей проект має на меті створити привабливі туристичні дестинації, які б залучали як внутрішніх, так і іноземних туристів. Основні цілі та завдання проекту:

1. Популяризація туристичних об'єктів: підвищення обізнаності про унікальні туристичні об'єкти Закарпаття, такі як історичні замки, природні заповідники, культурні пам'ятки та інші визначні місця.
2. Інфраструктурний розвиток: поліпшення інфраструктури навколо ключових туристичних об'єктів, включаючи дороги, інформаційні центри, готелі та ресторани.
3. Економічний розвиток: стимулювання місцевої економіки через розвиток туризму, створення нових робочих місць та підтримку малого та середнього бізнесу.

4. Збереження культурної спадщини: збереження та реставрація історичних і культурних пам'яток, які мають важливе значення для регіону.

Проект «Туристичні магніти» від ДАРТ фокусується на популяризації ключових туристичних об'єктів Закарпаття. На основі рис. 1.3.1 можна зробити детальний аналіз основних напрямків і місць, які пропонуються для відвідування в цьому регіоні.



Рис. 1.3.1. Локалізація туристичних магнітів Закарпаття [11]

Основні туристичні магніти Закарпаття згідно з проектом [11]:

1. Ужгородський замок історичний замок з багатою культурною спадщиною, що приваблює туристів своєю архітектурою та музейною експозицією.
2. Термальні джерела Берегівщини: місце для оздоровлення та релаксації, відоме своїми цілющими термальними водами.
3. Замок Паланок (Мукачівський замок): середньовічний замок, який є одним з найбільш відвідуваних туристичних об'єктів в Закарпатті. Він пропонує чудові панорамні види та цікаві екскурсії.
4. Фортеця Сент-Міклош: важливий історичний об'єкт, що представляє архітектурну спадщину регіону.

5. Замок графів Шенборнів: архітектурна перлина Закарпаття з чудовим парком та романтичною атмосферою.
6. Мінеральні води м. Свалява: місто відоме своїми мінеральними водами, що використовуються для оздоровлення та лікування.
7. Водоспад Шипіт: один з найвідоміших і найкрасивіших водоспадів в Україні, популярне місце для відвідувачів.
8. Озеро Липовецьке (Морське око): природне озеро з кришталеву чистою водою, оточене мальовничими ландшафтами.
9. Національний природний парк «Синевир»: відомий своєю унікальною природою та найбільшим гірським озером в Україні — Синевирським озером.
10. Національний природний парк «Ужанський»: природний парк з багатою флорою та фауною, що пропонує різноманітні маршрути для еко-туризму.
11. Полонина Боржава: високогірний масив з чудовими краєвидами, популярне місце для піших походів.
12. Карпатський біосферний заповідник: захищена територія з різноманітними екосистемами, яка є важливим об'єктом для наукових досліджень та екотуризму.

Проект «Туристичні магніти» у Закарпатті спрямований на розвиток туризму шляхом популяризації та покращення інфраструктури навколо ключових туристичних об'єктів. Він має на меті залучити більше туристів, підвищити економічну активність регіону та зберегти культурну та природну спадщину. Ключові об'єкти, зазначені в проекті, представляють різноманітні аспекти Закарпаття — від історичних замків до природних чудес, що робить цей регіон привабливим для туристів з різними інтересами.

В умовах війни туристична галузь Закарпаття зіштовхується з багатьма викликами, однак цей регіон залишається одним з основних центрів внутрішнього туризму України. У 2023 р. до місцевих бюджетів Закарпатської області було сплачено 22 160,7 млн грн. туристичного збору, що на 13,8% більше, ніж за аналогічний період 2022 р. [23].

За інформацією Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА – ОВА, фізичні особи сплатили 10 714,9 млн грн., а юридичні особи — 11 445,8 млн грн. Для порівняння у 2022 р. показники були наступні фізичними особами — 9 038,8 млн грн., а юридичними особами — 10 432,5 млн грн. [23].

Надходження від туристичного збору, що були отримані територіальними громадами представлені у табл. 1.3.1.

Таблиця 1.3.1

**Туристичний збір по територіальних громадах**  
(сформовано автором за даними [23–24])

Територіальна громада	Сума туристичного збору (тис. грн)	
	2022	2023
с. Поляна	4 806,0	5021,5
м. Ужгород	2 531,9	2740,1
с. Баранинці	2 930,8	2737,6
с. Косонь	1209,3	1765,3
м. Берегове	687,0	1253,0
м. Мукачево	1088,0	1234,3
с. Оноківці	567,2	861,5
м. Виноградів	630,7	812,1
с. Вишка	729,4	803,4
с. Довге	441,7	629,1
с. Тур'я-Ремета	629,2	617,1
с. Пилипець	702,0	541,0
с. Кольчино	192,4	503,8

Виходячи із даних туристичного збору проаналізуємо провідні локації туристичного ринку Закарпаття.

Лідером по обсягах сум туристичного збору в Закарпатській області є село Поляна — відомий бальнеологічний курорт, який приваблює туристів своїми природними багатствами і розвинутою інфраструктурою для лікування та відпочинку.

Основні напрямки туризму в Поляні:

1. Бальнеологічні курорти. У Поляні знаходяться кілька відомих санаторіїв, які пропонують лікування за допомогою мінеральних вод, відомих своїми цілющими властивостями. Вода «Поляна Купіль» використовується для лікування захворювань шлунково-кишкового тракту, нирок, печінки та інших. Поляна славиться своїми мінеральними водами, які здобули міжнародне визнання ще в XIX столітті. Сюди приїжджають для прийому ванн і пиття лікувальних вод, таких як «Поляна Квасова» та «Лужанська».

2. Активний відпочинок: піші походи та екскурсії. Поляна розташована у мальовничій місцевості Карпат, що робить її привабливою для любителів пішохідних турів. Тут можна насолоджуватися прогулянками по Полонинському і Вулканічному хребтах.

Взимку село приваблює туристів можливістю зайнятися гірсько-лижним спортом. В околицях Поляни є кілька лижних трас, що забезпечують чудові умови для активного відпочинку.

3. Історичні та культурні пам'ятки. Поляна має багату історію, що сягає II тисячоліття до н. е. Перша письмова згадка про село датується XII століттям. Зараз село зберігає численні історичні пам'ятки, які можуть зацікавити туристів.

Мінеральна вода «Поляна» відома своїми унікальними властивостями, що робить її однією з найцінніших природних вод не лише в Україні, але й у світі. Вона має багатий хімічний склад, включаючи високий вміст гідрокарбонатів, фтору та ортоборної кислоти. Цей склад робить її ефективною для лікування ряду хронічних захворювань, зокрема: хвороби шлунково-кишкового тракту (гастрити, виразкові хвороби); захворювання печінки та жовчного міхура; дисфункції підшлункової залози; ниркові хвороби.

Мінеральна вода «Поляна» відома своїм позитивним впливом на організм завдяки своїм лужним властивостям. Вона сприяє нормалізації кислотно-лужного балансу в організмі, поліпшенню обміну речовин та виведенню токсинів. Це допомагає покращити загальний стан здоров'я та сприяє одужанню при багатьох хворобах.

Мінеральна вода «Поляна Квасова» була відзначена на багатьох міжнародних конкурсах ще у XIX столітті як одна з найкращих вод у Центральній Європі. Це свідчить про її високу якість та ефективність, які були визнані на міжнародному рівні.

Вода «Поляна» використовується не тільки для пиття, але й для бальнеологічних процедур, включаючи мінеральні ванни, які допомагають при захворюваннях опорно-рухового апарату та нервової системи. Санаторії в Полянні спеціалізуються на комплексному підході до лікування, використовуючи природні ресурси регіону.

Вода доступна не лише для місцевих жителів, але й для туристів, які приїжджають до Поляни для лікування та відпочинку. Санаторії мають власні бювети, де можна безпосередньо спробувати цю унікальну воду.

Мінеральна вода «Поляна» є однією з ключових причин, чому ця територіальна громада Закарпаття привертає так багато туристів і пацієнтів, які шукають оздоровлення та лікування.

В селі Поляна знаходяться кілька відомих санаторіїв, які пропонують різноманітні лікувальні та оздоровчі програми. Найбільш популярнішими з них є: «Поляна», «Сонячне Закарпаття», «Квітка Полонини», «Сузір'я», «Сонячний», «Сонячна Долина», «Сонячна Поляна» (табл. 1.3.2). Ці санаторії надають високоякісні ме-

дичні та оздоровчі послуги, що робить Полянну привабливим місцем для відпочинку та лікування.

Таблиця 1.3.2

**Порівняльний аналіз санаторіїв в Полянні (сформовано автором)**

Назва санаторію	Основні лікувальні фактори	Спеціалізація	Основні послуги	Додаткові послуги
Санаторій «Поляна»	Мінеральна вода «Поляна Купіль»	Захворювання ШКТ, нирок, печінки	Бальнеотерапія, фізіотерапія, дієтотерапія	Спа-процедури, бювет з мінеральною водою
Санаторій «Сонячне Закарпаття»	Мінеральна вода «Поляна Квасова»	Захворювання ШКТ, обміну речовин	Бальнеотерапія, фізіотерапія, гідротерапія	Спа-процедури, басейн, фітотерапія
Санаторій «Квітка Полонини»	Мінеральні води «Лужанська-4» та «Лужанська-7»	Захворювання органів травлення, обміну речовин	Бальнеотерапія, фізіотерапія, дієтотерапія	Спа-процедури, басейн, фітотерапія
Санаторій «Сузир'я»	Мінеральні води «Поляна Квасова» та «Лужанська»	Захворювання ШКТ, опорно-рухового апарату, нервової та серцево-судинної системи	Бальнеотерапія, фізіотерапія, спелеотерапія	Спа-процедури, басейн, тренажерний зал
Санаторій «Сольва»	Мінеральна вода	Захворювання ШКТ, різні захворювання	Фізіотерапія, спа-послуги, басейн	Сучасні номери, ресторан
Санаторій «Сонячний»	Мінеральна вода	Захворювання ШКТ, органів дихання, опорно-рухового апарату	Бювет, медичний центр, спа-зона, басейн	Сучасні номери, ресторан
Санаторій «Сонячна Долина»	Мінеральна вода	Захворювання ШКТ, нервової системи, обміну речовин	Бальнеотерапія, масаж, спа-послуги, басейн	Затишна атмосфера, ресторан
Санаторій «Сонячна Поляна»	Мінеральна вода	Захворювання органів травлення, нервової та серцево-судинної системи	Фізіотерапія, спелеотерапія, бальнеотерапія	Сучасні номери, різноманітні оздоровчі програми

Вартість путівок у санаторіях формується на основі декількох ключових факторів, які визначають рівень послуг та зручностей, що надаються. Основними компонентами, що впливають на формування ціни путівок у санаторіях Поляни є:

- тип номеру: ціна залежить від категорії номера (стандартний, напівлюкс, люкс, апартаменти). Комфортніші та просторіші номери з додатковими зручностями коштують дорожче;
- сезонність: вартість може змінюватися залежно від сезону. Під час пікових сезонів (літо, зимові свята) ціни зазвичай вищі;
- тип харчування: санаторії пропонують різні типи харчування — повний пансіон (сніданок, обід, вечеря), напівпансіон (сніданок і вечеря) або тільки сніданок. Спеціалізовані дієтичні меню для пацієнтів з певними захворюваннями можуть впливати на вартість;
- лікувальні процедури. Базовий пакет: у вартість путівки часто входить певний набір лікувальних процедур (бальнеотерапія, фізіотерапія, мінеральні ванни). Додаткові процедури: вартість може збільшуватися залежно від кількості та типу додаткових медичних і спа-процедур, які замовляє гість;
- додаткові послуги: спа та оздоровчі послуги, доступ до басейнів, саун, масажних кабінетів, фітнес-центрів та інших оздоровчих закладів;
- розважальні заходи: програми розваг, екскурсії, спортивні заходи також можуть включатися у вартість путівки або пропонуватися за додаткову плату.

Приклад вартості путівок різних сегментів представлено у табл. 1.3.3.

Таблиця 1.3.3

**Вартість путівок у санаторії «Сольва» та «Сонячне Закарпаття»**  
(сформовано автором за даними [19])

«Сольва»				«Сонячне Закарпаття»	
Категорія номера	Чол.	ВВ / грн.	ФВ / грн.	Категорія номера	Ціна, грн
«1-місний Стандарт»	1	2 470	3 410	«1-місний номер 1 категорії»	1560

«Стандарт»	2	3 770	5 590	«1-місний номер 2 категорії»	1350
«Стандарт (мансардний)»	2	3 615	5 490	«2-місний номер 1 категорії»	1200
«Твін»	2	4 020	5 890	«2-місний номер 2 категорії»	1140
«Твін (мансардний)»	2	3 930	5 800	«2-кімнатний Люкс 1 категорії»	1590
«Напівлюкс»	2	4 215	6 100	«2-кімнатний Люкс 2 категорії»	1350
«Люкс»	2	4 840	6 710	«2-кімнатний Люкс 3 категорії»	1230
«Люкс (мансардний)»	2	4 630	6 500	Додаткове місце до- рослий / діти	
«Еліт»	2	7 490	9 100	«Люкс 1 категорії»	1430 / 810
«Апартаменти»	2	22 300	24 600	«Люкс 2 категорії»	1100 / 730
«1-кімнатний Котедж»	2+2	5 150	-	«Люкс 3 категорії»	1050 / 660
«2-кімнатний Котедж»	2+4	10 920	-	-	-
Дод. місце в номерах	1	715	1 950	-	-
Дитяче ліжко	1	260			

Цей аналіз показує, що ціни на послуги в санаторіях Поляни варіюються, що дозволяє обрати санаторій відповідно до бюджету та індивідуальних вподобань.

На другому місці за обсягом туристичного збору по області — місто Ужгород — столиця Закарпатської області, важливий туристичний центр. Туристичний ринок Ужгорода пропонує різноманітні послуги та атракції, що забезпечують приємний відпочинок для гостей з усього світу.

Основні аспекти туристичного ринку Ужгорода:

1. Культурні та історичні пам'ятки: Ужгородський замок, який є одним із найстаріших замків України; музеї, такі як Закарпатський краєзнавчий музей, музей народної архітектури і побуту, Закарпатський обласний Художній музей ім. Й. Бокшая; церкви та собори, серед яких Горянська ротонда та Хрестовоздвиженський кафедральний собор.

2. Туристичні маршрути та екскурсії: піші прогулянки по місту з оглядом мініскульптур, що стали візитною карткою Ужгорода. Маршрути до природних об'єктів, таких як ботанічний сад та липова алея.

3. Фестивалі і події: щорічний фестиваль цвітіння сакури, який привертає багато туристів навесні. Різні культурні та гастрономічні фестивалі, що відбуваються протягом року.

4. Інфраструктура та послуги. Широкий вибір закладів розміщення, від готелів та хостелів до приватних апартаментів, ресторани, кафе та колиби, де можна скуштувати місцеву кухню та вина, послуги прокату велосипедів, квадроциклів, трансферів та гідів для зручності туристів.

Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького у 2023 р. відвідало 209194 осіб (рис. 1.3.2). Цей музей є найпопулярнішим серед трьох, з великою кількістю відвідувачів. Він розташований у середньовічному замку в Ужгороді, є одним із найбільших та найпопулярніших музеїв в Закарпатській області. Заснований у 1945 р., заклад займається збереженням та популяризацією історичної, культурної та природної спадщини регіону.

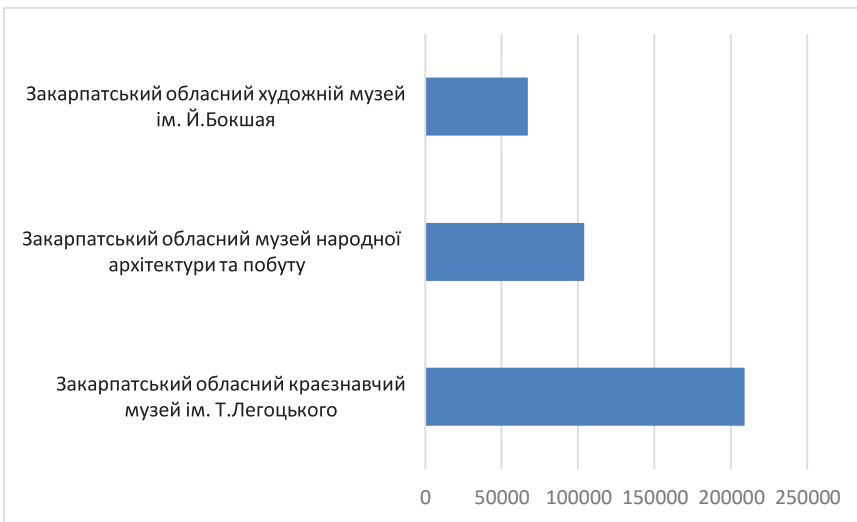


Рис. 1.3.2. Динаміка відвідувачів музеїв у м. Ужгород, 2023 р. [26]

Основні напрямки діяльності музею:

1. *Експозиції та колекції*: музей має численні постійні та тимчасові експозиції, які охоплюють різні аспекти історії, культури та природи Закарпаття. Основні розділи експозицій включають ар-

хеологічні знахідки, етнографічні матеріали, природничі колекції, документи та фотографії. Серед особливих експонатів — стародавні артефакти, релігійні предмети, національні костюми, а також зразки флори і фауни Закарпаття.

2. *Науково-дослідницька робота*: музей займається науковими дослідженнями в галузі історії, археології, етнографії та природознавства. Результати досліджень публікуються в наукових виданнях та презентуються на конференціях.

3. *Освітня діяльність*: музей проводить екскурсії, лекції, майстер-класи та інші освітні заходи для школярів, студентів та дорослих. Це сприяє підвищенню рівня знань відвідувачів про історію та культуру регіону.

4. *Культурно-масові заходи*: музей організовує різноманітні виставки, фестивалі, культурні акції та інші заходи, спрямовані на популяризацію культури Закарпаття. Особливою популярністю користуються щорічні фестивалі та тематичні виставки.

5. *Видавнича діяльність*: Закарпатський обласний краєзнавчий музей видає наукові збірники, каталоги виставок, буклети та інші інформаційні матеріали, що сприяє популяризації музейних колекцій та результатів наукових досліджень.

Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького активно проводить різноманітні заходи, спрямовані на популяризацію історії та культури Закарпаття, а також на залучення широкого кола відвідувачів. Регулярно проводяться фотовиставки, присвячені історії та культурі регіону. Наприклад, виставка «Замки Карпатського регіону» представила 43 світлини 37 замків з різних країн Карпатського регіону [8]. Культурно-просвітницькі заходи: лекції, семінари та майстер-класи для студентів, освітян та широкої громадськості. Ці заходи спрямовані на підвищення рівня знань про історію та культурну спадщину Закарпаття; тематичні екскурсії для різних груп населення, включаючи дітей, студентів, військових та інші категорії. Музей активно відзначає різноманітні свята і пам'ятні дати, такі як День Європи, Міжнародний день захисту дітей та інші. Проводить пізнавальні квести та конкурси, що залучають молодь та дітей до активного пізнання історії та культури регіону.

Ці заходи сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини Закарпаття, залучають нових відвідувачів та підвищують загальний інтерес до історії регіону.

Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького активно впроваджує інновації, щоб покращити досвід відвідувачів та зробити експозиції доступнішими і цікавішими для широ-

кої аудиторії. Серед інноваційних підходів, що використовуються музеєм:

1. *Аудіогіди*. В рамках Всеукраїнської програми встановлення аудіогідів, музей запровадив україномовні та англійськомовні аудіогіди. Це дозволяє відвідувачам отримувати детальну інформацію про експозиції та історичні об'єкти під час самостійного огляду музею.

2. *Проект «Єдиний квиток»* у співпраці з іншими музеями дозволяє відвідувачам придбати один квиток для відвідування кількох музеїв. Це не тільки зручно, але й економічно вигідно для відвідувачів, що сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону.

3. *Віртуальні тури за своїми експозиціями*. Це дозволяє людям з усього світу віртуально відвідувати музей і знайомитися з його колекціями, що особливо важливо в умовах обмеженого фізичного доступу під час пандемій або інших ситуацій

4. *Інтерактивні експозиції*: використання інтерактивних технологій для створення експозицій, які дозволяють відвідувачам взаємодіяти з історичними матеріалами. Це може включати сенсорні екрани, 3D моделі, та інші інтерактивні елементи, що роблять огляд експозицій більш захоплюючим та освітнім.

Ці інновації допомагають Закарпатському обласному краєзнавчому музею ім. Т. Легоцького залишатися сучасною та привабливою установою для відвідувачів, сприяють підвищенню рівня освіченості та інтересу до культурної спадщини Закарпаття.

Закарпатський музей народної архітектури та побуту в Ужгороді активно організовує етнографічні фестивалі, де відвідувачі можуть ознайомитися з традиційними закарпатськими ремеслами, музикою, танцями та кухнею. Це сприяє збереженню та популяризації народних традицій серед молодого покоління. Наприклад, проводяться фестивалі народних ремесел, де майстри демонструють своє мистецтво у різних техніках: ткацтво, гончарство, ковальство тощо.

Музей організовує тимчасові виставки, присвячені різним аспектам народної культури. Наприклад, виставка текстилю «Різдвяна карпатська симфонія» та виставка художніх робіт місцевих митців.

Проводяться освітні програми для дітей та молоді, які включають екскурсії, лекції та майстер-класи з традиційних ремесел. Це дозволяє молодому поколінню ознайомитися з історією та культурою рідного краю. Майстер-класи з народних ремесел, такі як гончарство, ткацтво, виготовлення традиційних прикрас, сприяють розвитку практичних навичок у відвідувачів.

Ужгород, будучи столицею Закарпатської області, має добре розвинену туристичну інфраструктуру, що забезпечує комфортний відпочинок для відвідувачів з різними вподобаннями та бюджетами. Ужгород пропонує широкий вибір готелів, від бюджетних до класу люкс. Серед них: готель «Олд Континент» відомий своїм високим рівнем сервісу та комфортом, готель «Прага» пропонує сучасні зручності та зручне розташування, готель «Унгарський» поєднує історичний колорит з сучасними умовами.

Ужгород славиться цвітінням сакур, яке приваблює численних туристів навесні. 2024 рік було оголошено роком квіткового туризму на Закарпатті, що включало різні заходи та фестивалі, присвячені квітам. Сакури в Ужгороді зацвітають зазвичай на початку квітня, перетворюючи місто на справжній квітковий рай. Вулиці та набережні вкриваються рожевими хмарами квітів, створюючи мальовничий пейзаж, який приваблює численних туристів. Найпопулярніші місця для спостереження за цвітінням сакур: набережна Незалежності, Студентська набережна, вулиці Довженка та сквер Лаборця.

У Ботанічному саду Ужгородського національного університету можна побачити різні види квітів та екзотичних рослин. Під час сезону цвітіння тут розпускаються магнолії, яблуні Недзельського, мигдаль та багато інших рослин, які створюють чарівну атмосферу для прогулянок та фотосесій. Крім сакур та ботанічного саду, Ужгород пропонує численні парки та зелені зони, де можна насолодитися цвітінням різних квітів і рослин протягом року. Це включає міські парки, сквери та приватні сади, які відкриті для відвідувачів під час спеціальних заходів та екскурсій.

Квітковий туризм є важливою складовою туристичної інфраструктури Ужгорода, пропонуючи відвідувачам незабутні враження від споглядання цвітіння сакур та інших квітів. Різноманітні заходи та фестивалі, що проводяться під час квіткового сезону, роблять місто привабливим туристичним напрямком для любителів природи і квітів.

Ужгород пропонує багатий спектр послуг та атракцій для туристів, від комфортного проживання і смачної їжі до культурних заходів та природних красот. Місто активно розвиває туристичну інфраструктуру, забезпечуючи високий рівень обслуговування та різноманітні можливості для відпочинку.

Баранинська ОТГ, розташована в Ужгородському районі, включає села, кожне з яких пропонує різноманітні туристичні можливості. Наприклад, на території громади знаходяться готель-

но-ресторанний комплекс «Золота Гора» (с. Барвінок); санаторний комплекс «Термал Стар» (с. Нижнє Солотвино); санаторій «Деренівська купіль» (с. Нижнє Солотвино); спорт-готель «Зінедін» (с. Баранинці), сільська садиба «Дача» (с. Циганівці) готель «Vip Avtim» (с. Великі Лази), зелена садиба «Жива вода» (с. Стрипа).

На четвертій позиції за обсягом сплати туристичного збору Закарпатської області знаходиться село Косонь, що є популярним туристичним напрямком завдяки своїм природним та культурним особливостям.

Косонь відоме своїми термальними джерелами, які приваблюють туристів з усієї України та з-за кордону. Термальні води мають лікувальні властивості і використовуються для лікування різних захворювань, зокрема суглобових, нервових та шкірних.

У селі є кілька відпочинкових комплексів, які пропонують послуги спа, басейни з термальною водою, сауни та масажі. Найвідоміший з них — комплекс «Косино», який славиться сучасною інфраструктурою та високим рівнем сервісу.

Косонь оточений красивою природою Закарпаття, що робить його привабливим місцем для любителів екотуризму. Тут можна насолоджуватися прогулянками лісами, спостерігати за рідкісними видами флори та фауни, а також займатися риболовлю в місцевих водоймах.

Село зберігає свою унікальну культуру і традиції, які можна спостерігати під час місцевих свят та фестивалів. У Косоні можна відвідати старовинні церкви та інші архітектурні пам'ятки, які відображають історію та культуру цього регіону. Місцеві жителі відзначаються своєю гостинністю, що робить перебування туристів в Косоні ще більш приємним. Туристи можуть насолоджуватися традиційною закарпатською кухнею в місцевих ресторанах та кафе.

Оздоровчо-рекреаційний комплекс «Термальні води «Косино» має сучасну матеріально-технічну базу, яка включає наступні основні елементи [17]:

1. Термальні басейни: комплекс має кілька термальних басейнів з різними температурами води, які забезпечені сучасними системами фільтрації та підігріву. Басейни обладнані для комфортного перебування відвідувачів, включаючи зони з джакузі та водними масажами.

2. SPA-зона включає в себе різні види саун (фінська сауна, римська парна, турецький хамам), басейни з холодною водою для контрастних процедур, а також кімнати для масажу та інших оздоров-

вчих процедур. Обладнання для SPA-процедур відповідає високим стандартам і включає сучасні технології для максимального комфорту гостей.

3. Аквапарк є важливою частиною комплексу і пропонує різноманітні водні атракціони для дітей і дорослих. Він обладнаний гірками, водоспадами та дитячими басейнами з безпечними ігровими зонами. Система безпеки та контролю відповідає всім стандартам.

4. Ресторани та кафе: на території комплексу діють кілька ресторанів і кафе, де пропонуються страви як місцевої, так і міжнародної кухні. Кухні оснащені сучасним обладнанням, що дозволяє готувати страви високої якості. Інтер'єр закладів створений з урахуванням комфорту гостей, включаючи зони для великих компаній та окремі зали для приватних заходів.

5. Готельні номери та котеджі: комплекс пропонує різноманітні варіанти розміщення, від стандартних готельних номерів до розкішних котеджів. Всі приміщення обладнані сучасними меблями, системами клімат-контролю, телевізорами, інтернетом і іншими необхідними зручностями. Номери та котеджі відповідають міжнародним стандартам готельного бізнесу.

6. Конференц-зали для проведення бізнес-заходів, конференцій та святкувань: комплекс має кілька конференц-залів, обладнаних сучасною аудіо- та відеотехнікою. Зали можуть бути адаптовані під різні формати заходів, включаючи бізнес-зустрічі, тренінги та весілля.

7. Спортивні та рекреаційні майданчики: комплекс «Косино» також пропонує різноманітні можливості для активного відпочинку, включаючи спортивні майданчики для футболу, волейболу, тенісу, а також тренажерний зал. Спортивні об'єкти оснащені всім необхідним обладнанням для занять спортом.

8. Паркувальні зони та транспортна інфраструктура: на території комплексу є просторі паркувальні зони, що забезпечують безпеку та зручність для гостей, які приїжджають на власних автомобілях. Транспортна інфраструктура включає також трансферні послуги для гостей.

9. Служби безпеки та обслуговування: комплекс оснащений системами відеоспостереження, пожежної безпеки та медичного обслуговування. Персонал комплексу проходить регулярні тренінги, що забезпечує високий рівень обслуговування та безпеки для гостей.

Матеріально-технічна база комплексу «Косино» відповідає високим стандартам якості та забезпечує комфортний і безпечний відпочинок для всіх категорій відвідувачів. Високий рівень обслуго-

вування та різноманітність послуг роблять «Косино» привабливим місцем для оздоровлення, відпочинку та проведення різних заходів.

Крім термального комплексу «Косино», у селі Косонь та його околицях є кілька цікавих місць, які варто відвідати туристам. Село Косонь славиться своєю реформатською церквою, яка збудована у XIII–XIV століттях на місці монастиря святого Ласло. У 1552 році цей монастир був перетворений на реформатську церкву, коли село прийняло реформатську віру. Між 1642 і 1654 роками церкву реконструювали і вона набула ренесансних рис; з кам'яними стінами та склепом під храмом, де поховані заможні мешканці та пастори. Тут також похований директор місцевої школи Даніел Лукаш.

Католицькою громадою села у 1832 році побудовано кам'яний храм, який у 1880 році отримав вежу, який зберігся донині [12].

У Косоні та поблизу села можна відвідати місцеві винні погребі, де пропонують дегустацію закарпатських вин. Це чудова можливість спробувати унікальні сорти вина і дізнатися більше про виноробство в цьому регіоні.

Палац Етвешів, розташований неподалік від католицької церкви. Ця одноповерхова садиба, зведена в 1703 році родиною Рац. Цікавим архітектурним елементом палацу є родинний герб [12].

Косонь — це місце, де можна знайти багато цікавого для себе, незалежно від того, чи ви любите активний відпочинок, культурні заходи чи просто бажаєте розслабитися в оточенні природи.

На п'ятій позиції у рейтингу обсягів туристичного збору знаходиться Берегове — місто на Закарпатті, відоме своїми виноробними традиціями, культурною спадщиною та термальними джерелами.

Берегове є центром виноробного регіону, і тут розташовані численні виноробні, які пропонують дегустації та екскурсії. Винні фестивалі, що проводяться в місті, приваблюють туристів з усієї України та з-за кордону. Місцеві винороби виробляють унікальні сорти вина, які мають високу якість та чудовий смак.

Берегове славиться своїми термальними водами, які мають лікувальні властивості. В місті функціонують кілька термальних комплексів, де відвідувачі можуть насолодитися купанням у термальних басейнах, оздоровчими процедурами та спа-послугами. Найвідоміший з них — комплекс «Жайворонок», який пропонує сучасні умови для відпочинку та оздоровлення.

Берегове має багату історію та культуру, що відображається в численних архітектурних пам'ятках, музеях та культурних заходах. Відвідувачі можуть ознайомитися з історією міста, відвідав-

ши місцеві музеї та історичні місця, такі як костел Святого Трійці, угорський драматичний театр та інші.

Туристи можуть скористатися різноманітними екскурсійними програмами, що включають відвідування виноробень, природних пам'яток, прогулянки по горах та лісах. Для любителів активного відпочинку пропонуються маршрути для пішохідних та велосипедних прогулянок, риболовля та інші види активного відпочинку.

Місто активно проводить різноманітні культурні заходи та фестивалі, які приваблюють туристів. Найвідоміші з них — винний фестиваль, фестивалі національної кухні та традиційні свята, що дозволяють гостям поринути в атмосферу місцевої культури.

Берегове має добре розвинену туристичну інфраструктуру, включаючи готелі, апартаменти, хостели та приватні садиби, які пропонують різні варіанти розміщення для туристів з різним бюджетом. Також у місті є численні заклади харчування, сувенірні магазини та інші сервіси, що забезпечують комфортне перебування туристів.

Державний термальний басейн у Берегові є одним з ключових туристичних об'єктів міста, відомим своїми цілющими водами і можливостями для оздоровлення. Термальні води басейну багаті на мінерали і мають лікувальні властивості. Вони використовуються для лікування різних захворювань, зокрема, опорно-рухового апарату, нервової системи та шкіри. Вода в басейні містить високу концентрацію кремнію, натрію, калію та інших корисних елементів.

Державний термальний басейн у Берегові має розвинену інфраструктуру, що включає [6]:

- відкритий басейн — великий басейн з термальною водою, який працює протягом всього року. Температура води підтримується на рівні 33–36°C.
- душові та роздягальні — зручні та чисті приміщення для переодягання і прийняття душу.
- сауни — додаткові оздоровчі послуги, які включають сауни різних типів.
- масажні кабінети — можливість отримати професійний масаж для загального оздоровлення та релаксації.

Басейн у Берегові наповнюється водою з гейзера, що б'є з глибини півтора кілометри. Ця кремнієво-азото-вуглекисло-хлоридно-натрієва вода з високою мінералізацією ефективно знищує мікроби, що робить басейн популярним серед десятків тисяч від-

відувачів щороку. Температура води у джерелі становить близько 50°C, але в басейні вона охолоджується до комфортних 30°C.

Через специфічний склад води не рекомендується перебувати в басейні більше двох годин на добу, однак короткі купання особливо корисні для людей з проблемами опорно-рухового апарату та іншими захворюваннями. Басейн працює цілий рік, тому любителі зимового купання можуть насолодитися теплою водою навіть у холодну пору року, коли температура води перевищує 30°C [6].

На території комплексу також можна скористатися сауною, отримати масаж або взяти участь у спортивних іграх, таких як футбол чи гандбол, в закритому приміщенні спортбази «Закарпаття». Поруч з басейном місцеві жителі пропонують купити свіжі фрукти та вино, залежно від сезону.

Багато туристів обирають декілька днів поспіль приймати термальні ванни, знімаючи квартири або номери в готелях Берегова. Вони відвідують басейн щодня, гуляють містом і насолоджуються життям цього невеличкого прикордонного закарпатського містечка. Хоча Берегове — невелике місто, тут функціонує багато кафе та ресторанів, де можна скуштувати страви не лише української, а й закарпатської та угорської кухні. Крім того, можна насолодитися різноманітними сортами домашніх закарпатських вин.

Державний термальний басейн легко доступний як для місцевих жителів, так і для туристів. Він розташований у центрі міста, що дозволяє зручно дістатися до нього громадським транспортом або на автомобілі. Паркувальні місця є доступними для відвідувачів [6].

Ціни на відвідування басейну є доступними для широкого кола відвідувачів. Вартість квитків варіюється в залежності від віку, часу перебування та додаткових послуг. Басейн працює щоденно, включаючи вихідні та святкові дні.

Термальний комплекс «Жайворонок» у Берегові є одним з найпопулярніших та сучасних курортів у Закарпатті. Він відомий своїми цілющими термальними водами, розвиненою інфраструктурою та високоякісним обслуговуванням.

Комплекс пропонує кілька термальних басейнів з різними температурами води, які підійдуть для відвідувачів різного віку та з різними потребами [21]:

- великий відкритий басейн з температурою води 36-38°C, доступний протягом усього року;
- критий басейн, де вода підтримується на комфортній температурі ідеально підходить для релаксації;

- дитячий басейн з меншою глибиною та безпечними умовами для наймолодших гостей.

«Жайворонок» має розширену SPA-зону, яка включає: сауни: фінська, інфрачервона та римська парна; джакузі та гідромасажні ванни; масажні кабінети з широким спектром масажних процедур; кімнати для відпочинку та релаксації після процедур.

Комплекс пропонує різноманітні оздоровчі процедури: мінеральні ванни з термальною водою, грязьові обгортання, парафіно-терапія, раулікотерапія, інгаляції та інші лікувальні процедури, що сприяють покращенню загального стану здоров'я.

На території комплексу «Жайворонок» є готель з номерами різного класу, від стандартних до люкс. Працюють ресторани та кафе, де гості можуть насолодитися стравами закарпатської, угорської та міжнародної кухні. Комплекс пропонує різноманітні можливості для активного відпочинку та розваг: спортивні майданчики для футболу, волейболу та тенісу, фітнес-центр з сучасним обладнанням, анімаційні програми для дітей та дорослих. Для проведення бізнес-заходів, конференцій та семінарів «Жайворонок» пропонує сучасно обладнані конференц-зали з усім необхідним технічним забезпеченням [21].

Винний туризм у Берегові надає унікальну можливість насолодитися високоякісними винами, зануритися в атмосферу місцевих виноробень та дізнатися більше про процес виготовлення вина.

Берегове відоме своїми виноробнями, де туристи можуть скуштувати місцеві вина та дізнатися більше про їх виробництво:

- виноробня «Чизай» — одна з найбільших і найвідоміших виноробень регіону, що пропонує екскурсії та дегустації. Відвідувачі можуть побачити весь процес виробництва вина, від збору винограду до розливу напою в пляшки.
- винний підвал «Княгиня» — історичний підвал, де зберігаються вина різних років витримки. Тут також проводяться дегустації та екскурсії.

Берегове регулярно проводить винні фестивалі, що є важливою частиною місцевої культури та приваблюють туристів з різних куточків країни та за її межами. Берегівський винний фестиваль – щорічний захід, де відвідувачі можуть скуштувати різноманітні вина, взяти участь у майстер-класах, а також насолодитися місцевою кухнею та музичними виступами.

Екскурсії виноградниками дозволяють туристам побачити, де і як вирощується виноград, який потім перетворюється на високоякісне вино. Туристи можуть прогулятися по виноградни-

ках, дізнатися про різні сорти винограду та особливості їх вирощування.

Поряд із сучасними виноробнями у Берегові збереглися старовинні винні підвали, що мають багату історію. Старовинний винний підвал поруч із католицькою церквою — історичне місце, де можна побачити традиційні методи зберігання та витримки вина. Місцеві вина відрізняються високою якістю, а виноград, вирощений на вулканічних пагорбах, має унікальний смак і аромат.

Берегове пропонує не лише винні тури, а й кулінарні, де туристи можуть скуштувати місцеві страви, які чудово поєднуються з місцевими винами. У місцевих ресторанах та кафе можна спробувати страви закарпатської та угорської кухні.

Таким чином, на основі дослідження сучасних тенденцій ринку туризму Закарпаття можемо сформулювати наступні висновки.

1. На розвиток туризму регіону мають значні впливи різні проекти, а саме: «Мандруй Україною», «Туристичні магніти», «Кращі туристичні села». Проект «Мандруй Україною» активно просуває туристичні маршрути Закарпаттям, щоб відкрити для українців та іноземців унікальні природні і культурні багатства цього регіону. Серед маршрутів регіоном є наступні: «Ужгород – Мукачево – Хуст – Виноградів», екотуристичний маршрут «Карпатські полонини», гастрономічний маршрут «Закарпатська кухня», культурний маршрут «Гуцульські традиції та ремесла».

2. Маршрути, розроблені в рамках проекту «Мандруй Україною», сприяють розвитку туристичної інфраструктури, економічному зростанню та збереженню культурної і природної спадщини Закарпаття. Вони забезпечують різноманітний туристичний досвід, задовольняючи широкий спектр інтересів: історико-культурних, природних та гастрономічних. Проект «Мандруй Україною» є важливим кроком у розвитку внутрішнього туризму в Україні. Він сприяє не лише економічному зростанню, але й збереженню культурної спадщини, покращенню інфраструктури та підвищенню якості життя в регіонах. Для досягнення ще кращих результатів необхідна подальша підтримка з боку держави та активна участь місцевих громад.

3. Проект «Туристичні магніти спрямованою на розвиток і популяризацію ключових туристичних об'єктів в регіонах України, включаючи Закарпаття. Цей проект має на меті створити привабливі туристичні дестинації, які б залучали як внутрішніх, так і іноземних туристів. Основні туристичні магніти Закарпаття згідно з проектом: Ужгородський замок, термальні джерела Берегівщини, замок

Паланок, фортеця Сент-Міклош, замок графів Шенборнів мінеральні води м. Свалява, водоспад Шипіт, озеро Липовецьке, Національний природний парк «Синевир», Національний природний парк «Ужанський», полонина Боржава, Карпатський біосферний заповідник.

4. Важливим показником розвитку туристичної сфери Закарпаття є обсяг податкових надходжень від туристичних підприємств. За інформацією Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА – ОВА, у 2023 р. фізичні особи сплатили 10 714,9 млн грн, а юридичні особи — 11 445,8 млн грн. Для порівняння у 2022 р. показники були наступні фізичними особами — 9 038,8 млн грн, а юридичними особами — 10 432,5 млн грн.

5. У п'ятірку найбільших платників туристичного збору увійшли наступні територіальні громади: с. Поляна, м. Ужгород, с. Баранинці, с. Косонь, м. Берегове. Поляна є привабливим місцем для туристів завдяки своїм унікальним природним ресурсам, розвиненій санаторно-курортній базі та можливостям для активного відпочинку. Туристи можуть насолоджуватися не лише лікуванням і оздоровленням, а й активним відпочинком та знайомством з культурною спадщиною регіону. Туристичний ринок Ужгорода динамічно розвивається, пропонуючи відвідувачам різноманітні культурні, історичні та природні атракції. Місто має розвинену інфраструктуру для забезпечення комфортного відпочинку та багатий календар подій, що приваблює туристів з різних куточків світу. Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького відіграє важливу роль у збереженні та популяризації культурної спадщини міста. Завдяки різноманітним експозиціям, науково-дослідницькій та освітній діяльності, музей привертає увагу великої кількості відвідувачів, що сприяє культурному розвитку регіону. Косонь відоме своїми термальними джерелами, які приваблюють туристів з усієї України та з-за кордону. Термальні води мають лікувальні властивості і використовуються для лікування різних захворювань, зокрема суглобових, нервових та шкірних. Найвідоміший заклад дестинації — комплекс «Косино», який славиться сучасною інфраструктурою та високим рівнем сервісу. Туристичний ринок Берегова активно розвивається завдяки природним ресурсам, культурній спадщині та гостинності місцевих жителів. Це місце ідеально підходить для оздоровчого та культурного туризму, а також для активного відпочинку. Державний термальний басейн у Берегові є важливим центром оздоровчого туризму. Завдяки лікувальним властивостям води та розвиненій інфраструктурі, він залишається популярним місцем для відпочинку та оздоровлення. Термальний

комплекс «Жайворонок» у Берегові пропонує високоякісні послуги для оздоровлення та відпочинку, поєднуючи сучасну інфраструктуру з унікальними природними ресурсами. Це ідеальне місце для релаксації, оздоровлення та активного відпочинку.

### Список використаних джерел і літератури:

1. Бригілевич Г., Мальська М. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України в умовах війни. *Věda a perspektivy*. 2022. С. 50–59. DOI:10.52058/2695-1592-2022-9(16)-50-59
2. Відродження туризму після війни: про що каже міжнародний досвід та які можливості є для України? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/3658/reviving-tourism-after-the-war-what-does-international-experience-tell-us-and-what-opportunities-are-there-for-ukraine> (дата звернення: 29.08.2024).
3. Гастро-тур «Кваси-наповнюйся» – 2 Days. URL: <https://market.foodtravel.com.ua/trip/hastro-tur-kvasy-napovniujsia/> (дата звернення: 25.08.2024).
4. Грищенко С.І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
5. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 01.08.2024).
6. Державний термальний басейн у Берегово. URL: <https://go-to.rest/location/transcarpathia/beregove/derzhavnyi-termalniyi-basein-beregovo/> (дата звернення: 21.08.2024).
7. Динаміка податкових надходжень по областях за 2023 рік. <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahhodzhen-po-oblastyah-za-2023-rik> (дата звернення: 01.09.2024).
8. Замки Карпатського регіону. 37 історій: оригінальну фотовиставку організували в Ужгороді. URL: <https://uzhgorod.net.ua/news/164275> (дата звернення: 09.08.2024).
9. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. №41. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
10. Запрацював музей «Гуцульської спадщини села Кваси». URL: <https://rakhiv.rayon.in.ua/news/667744-zapratsyuvav-muzey-gutsulskoi-spadshchini-sela-kvasi> (дата звернення: 21.07.2024).
11. Ключові туристичні магніти Закарпаття. URL: <https://drive.google.com/file/d/1QiEulVBgzBbw6VaZLDbGZ2FoZzl2mU7K/view> (дата звернення: 21.08.2024).

12. Косонь. URL: <https://go-to.rest/location/transcarpathia/koson/> (дата звернення: 21.08.2024).
13. Костинець Ю. В., Костинець В. В., Шевченко О. О. Розвиток туризму України в умовах війни. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 3 (261), С. 51–57.
14. Кізюн А. Г., Гуцал Л. А., Цуркан, І. М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №8. С. 79–87. <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-8-11>
15. Лісовська М. М. Вплив російсько-української війни на розвиток міжнародного туризму. *Міжнародні відносини і безпека в багатополлярному світі: контури нового світоустрою для України та світу* : матеріали V Міжнар. наук. конф., м. Суми, 30 черв. 2023 р. Суми, 2023. С.57–59.
16. Моца А. А., Кожемякін Д. Ю., Шишкін І. Г. Розвиток внутрішнього туризму в Україні під час повномасштабної російської агресії. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2023. Вип. 5 (163). С. 20–25.
17. Оздоровчо-рекреаційний комплекс «Термальні води «Косино». URL: <https://kosino.ua/> (дата звернення: 21.08.2024).
18. Ретрит-відпочинок в Квасах. URL: [https://tisa.uz.ua/ua/pro\\_sanatoriю/aktsiyi\\_ta\\_novini/retrit-vidpochinok\\_v\\_kvazah](https://tisa.uz.ua/ua/pro_sanatoriю/aktsiyi_ta_novini/retrit-vidpochinok_v_kvazah) (дата звернення: 29.08.2024).
19. Рейманн М., Корнус О.Г., Венгерська Н.С., Холодок В.Д., Пацюк В.С., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. *Регіональна економіка*. 2023. №1. С 136-144.
20. Санаторії Поляни. Ціни 2024 на путівки. URL: <https://sanatorii.in.ua/sanatorii-polyana/> (дата звернення: 11.09.2024).
21. Термальний комплекс «Жайворонок». URL: <https://zhayvoronok.net/> (дата звернення: 30.08.2024).
22. У 2024 році до держбюджету від туристичної галузі вже надійшло 616 млн грн. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-roci-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-vzhe-nadiyshlo-616-mln-grn> (дата звернення: 01.09.2024).
23. У 2023 році на Закарпатті сплачено понад 22 млн грн туристичного збору. URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2023-rotsi-do-biudzhativ-zakarpattia-splache/> (дата звернення: 21.08.2024).
24. У 2022 році до місцевих бюджетів Закарпаття надійшло понад 19,4 млн грн туристичного збору. URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2022-rotsi-do-mistsevykh-biudzhativ-zakarpat/> (дата звернення: 10.09.2024).

25. У 2023 році національні природні парки Закарпаття відвідали понад 218 тисяч туристів. URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2023-rotsi-natsionalni-prugodni-parku-za/> (дата звернення: 21.08.2024).
26. У 2022 році найбільші музеї Закарпаття відвідали понад півмільйона туристів. URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2022-rotsi-najbilshi-muzei-zakarpattia-vi/> (дата звернення: 08.09.2024).
27. Фастовець О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. 3(80). С.87–97. <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-87-97>
28. Царук В. В. Туризм в Україні в умовах воєнного стану — проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. *Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2023. №4, С. 15-24. <https://doi.org/10.32782/tnv-pub.2023.4.3>
29. Цвілий С.М. Структурні зрушення в міжнародному туризмі внаслідок військової агресії росії проти України. *Війна та туризм : матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* (Київ, 11 листопада 2022 р.). К. : ТОВ «Геопринт», 2022. С. 73–76.
30. Balbaa, ME., M. Eshov, and N. Ismailova. 2022. The impacts of the Russian-Ukrainian war on the global economy. *Preprints*. URL: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14965.24807>.
31. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness. 2022. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism> (дата звернення: 21.08.2024).
32. Ukraine: UNESCO estimates the damage to culture and tourism after 2 years of war at \$3.5 billion. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/ukraine-unesco-estimates-damage-culture-and-tourism-after-2-years-war-35-billion> (дата звернення: 21.08.2024).
33. Mhlanga, D., Ndhlovu, E. The Implications of the Russia–Ukraine War on Sustainable Development Goals in Africa. *Fudan J. Hum. Soc. Sci.* 2023. 16. P. 435–454. <https://doi.org/10.1007/s40647-023-00383-z>

## ЕКОЛОГІЧНІ, ЦИФРОВІ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

### 2.1. ЕКОЛОГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

#### ■ Ольга Пригара

*кандидат біологічних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

В умовах сучасного світу, де глобалізація і технологічний прогрес сприяють значному зростанню туристичних потоків, питання екологічної стійкості стає все більш актуальним. Туризм, який є однією з найбільш швидкозростаючих галузей економіки, має як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище. З одного боку, він сприяє економічному розвитку, створенню робочих місць та підвищенню якості життя місцевого населення. З іншого боку, неконтрольований та неекологічний розвиток туризму може призвести до значних екологічних проблем, таких як забруднення довкілля, деградація природних ландшафтів, втрата біорізноманіття та виснаження природних ресурсів.

У цьому контексті екологічні орієнтири розвитку туризму набувають особливої важливості. Сталий розвиток туризму, який враховує екологічні, економічні та соціальні аспекти, є ключовим для збереження природних ресурсів та забезпечення їхнього раціонального використання. Впровадження екологічних практик у туристичну індустрію не тільки сприяє зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище, але й підвищує привабливість туристичних напрямків для сучасних мандрівників, які все більше орієнтуються на відповідальний та екологічно свідомий туризм.

Зокрема, екологічний туризм, який акцентує увагу на збереженні природного середовища та підтримці місцевих громад, стає

одним із найбільш перспективних напрямків у розвитку туризму. Він дозволяє не тільки мінімізувати негативний вплив на довкілля, але й сприяє освіті туристів щодо важливості екологічної відповідальності, підтримці місцевої економіки та культурної спадщини.

В Україні питання екологічного туризму також набуває все більшої ваги. Країна володіє значними природними та культурними ресурсами, які можуть стати основою для розвитку екологічного туризму. Однак, для цього необхідні зусилля з боку держави, місцевих громад, бізнесу та самих туристів щодо впровадження екологічних стандартів та практик у сфері туризму.

Таким чином, дослідження екологічних орієнтирів розвитку туризму є не тільки актуальним, але й необхідним для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях та збереження природного середовища для майбутніх поколінь. Це питання вимагає комплексного підходу та співпраці різних зацікавлених сторін для досягнення сталого балансу між розвитком туризму та збереженням довкілля.

Сучасні тенденції розвитку екологічних видів туризму як пріоритетних напрямків сталого розвитку туризму в Україні досліджують такі науковці, як В. О. Бойко, К. Г. Бриль, Г. О. Горіна, Ю. В. Зінько, Я. С. Коробейнікова, М. П. Мальська, Н. В. Павліха, Н. Є. Паньків, Л. М. Полетаєва, А. М. Прилуцький Т. А. Сафранов, І. С. Скороход, Ю. В. Ставська, О. І. Табенська та інші.

Проте, у зв'язку з погіршенням екологічної ситуації, забрудненням всіх геосфер та швидким виснаженням природних ресурсів важливим є дослідження тих форм туристичної діяльності, які мінімізують негативний вплив на довкілля, сприятимуть сталому розвитку туристичної галузі та збереженню навколишнього природного середовища.

Туристична індустрія, яка сьогодні розвивається швидкими темпами в усьому світі, відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку багатьох країн і регіонів. Позитивний вплив туризму на економіку країн чи окремих регіонів є очевидним і охоплює різні аспекти, включаючи економічний розвиток, культурний обмін, збереження культурної спадщини та поліпшення інфраструктури.

Туризм є одним із головних джерел доходу для багатьох країн, особливо для тих, які мають обмежені природні ресурси або індустрію. Туризм сприяє створенню робочих місць у різних секторах економіки, включаючи гостинність, транспорт, роздрібну торгів-

лю, харчову промисловість та культурні послуги. Він також залучає іноземні інвестиції і сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, що зміцнює економіку на місцевому рівні.

Розвиток туризму сприяє культурному обміну між різними народами та країнами. Він дозволяє туристам пізнавати нові культури, традиції та звичаї, що сприяє підвищенню толерантності та взаєморозуміння між людьми з різних куточків світу. Це також відкриває можливості для збагачення місцевих культур шляхом залучення нових ідей та практик, що сприяє культурному розвитку.

Туризм також сприяє збереженню історичних пам'яток, культурних об'єктів і традицій, оскільки вони стають важливими туристичними атракціями. Доходи від туризму можуть бути спрямовані на реставрацію та підтримку культурних і природних об'єктів, що забезпечує їх збереження для майбутніх поколінь. Місцеві громади, розуміючи цінність своєї культурної спадщини для туризму, можуть активніше брати участь у її захисті.

Розвиток туризму стимулює покращення інфраструктури, такої як дороги, аеропорти, готелі, ресторани, транспортні засоби та інші об'єкти. Це покращення не лише забезпечує комфортні умови для туристів, але й підвищує якість життя місцевого населення. Наприклад, будівництво нових доріг та транспортних мереж полегшує доступ до віддалених регіонів, що стимулює їхній розвиток.

Туризм впливає на соціальний розвиток, надаючи можливість для навчання та професійного розвитку. Наприклад, працівники туристичної індустрії отримують навички, які можуть бути корисними і в інших сферах. Це включає вивчення іноземних мов, управління, маркетинг, обслуговування клієнтів та інші професійні навички. Зростаючий попит на освітні програми в туризмі також сприяє покращенню рівня освіти в країнах, які розвивають цей сектор.

Сучасний туризм все частіше орієнтується на сталий розвиток, що включає збереження природних ресурсів, екологічно чисті практики та відповідальне ставлення до навколишнього середовища. Це сприяє збереженню екосистем та природного середовища, водночас забезпечуючи економічні вигоди для місцевих громад. Сталий туризм може стати інструментом для захисту довкілля, коли відвідувачі підтримують екологічно чисті ініціативи та сприяють збереженню природних ландшафтів.

Туризм сприяє зміцненню міжнародних зв'язків і покращенню дипломатичних відносин між країнами. Взаємні візити, культурні обміни та співпраця у сфері туризму створюють міцніші

зв'язки між народами, що може сприяти глобальному миру та стабільності. Крім того, країни, які активно розвивають туристичні зв'язки, часто укладають двосторонні угоди, що сприяють економічному та культурному співробітництву.

В цілому, туризм має значний позитивний вплив на економіку, культуру, суспільство та довкілля. Він сприяє економічному зростанню, покращенню інфраструктури, збереженню культурної спадщини та розвитку міжнародних відносин. При належному плануванні та управлінні туризм може стати потужним інструментом для сталого розвитку, що приносить користь як туристам, так і місцевим громадам.

Туризм в Україні має важливе значення для розвитку національної економіки, сприяє зростанню таких галузей як транспорт, зв'язок, сфера обслуговування, створює нові робочі місця та сприяє формуванню інституційних структур, ухваленню законів і реалізації національних проектів [21].

Туризм поступово стає ефективним інструментом для формування ринкових механізмів управління, забезпечення значних надходжень до державного бюджету, одним із способів раціонального використання вільного часу, залучення широких верств населення до ознайомлення з історико-культурною спадщиною, організації змістовного відпочинку та вивчення історії рідного краю [7].

Однак, туризм, хоч і приносить значні економічні вигоди, може мати суттєвий негативний вплив на навколишнє середовище та об'єкти історико-культурної спадщини. Цей вплив стає все більш помітним разом з інтенсивним розвитком масового туризму і варіюється в залежності від типу туризму, рівня відвідування туристичних місць та рівня розвитку інфраструктури.

Туристично-рекреаційна діяльність та процеси, пов'язані з розбудовою інфраструктури, створюють для природного середовища техногенні загрози, схожі до тих, які відбуваються внаслідок розвитку промисловості, сільського господарства, містобудування та транспорту [9].

Однією з ключових проблем розвитку туризму в Україні є неузгодженість рівнів допустимого екологічного навантаження на рекреаційні зони з їхньою здатністю до відновлення [2].

Це веде до деградації природних територій, забруднення, виснаження природних ресурсів, порушення екосистем, знищення культурної спадщини.

Деградація природних територій через туристичну діяльність є однією з найбільш значущих екологічних проблем сучас-

ного туризму. Ця проблема виникає через надмірне використання природних ресурсів, нераціональне планування розвитку туристичної інфраструктури та недостатнє врахування екологічних ризиків при організації туристичних послуг.

За оцінками експертів, роль (частка) туризму у деградації середовища становить 5–7 % [10].

Масовий туризм може призвести до деградації природних територій через надмірне навантаження на екосистеми, що включає витоптування рослинності, ерозію ґрунтів, забруднення водних ресурсів і руйнування природних ландшафтів. Популярні туристичні місця, такі як узбережжя, гірські та лісові масиви, можуть страждати від надмірного тиску з боку туристів, що веде до їхнього поступового руйнування. Зміна навколишнього середовища, під час відвідування туристами вразливих екосистем, може призвести до зміни середовища існування живих організмів, внаслідок чого спостерігається вимирання видів та збіднення біорізноманіття.

Основними проявами деградації природних територій, пов'язаної з туризмом є ерозія ґрунтів, знищення рослинного покриву, руйнування середовищ існування природних видів, забруднення природних територій, негативний вплив на тваринний світ, зниження естетичної цінності природних територій.

Інтенсивний рух туристів у природних зонах, таких як гірські та лісові масиви, призводить до значної ерозії ґрунтів. Стежки, що прокладаються туристами, витоптуються, ущільнюється ґрунт, спресовується підстилка, гинуть сходи рослин, пошкоджується коренева система, тим самим знищується рослинний покрив, що захищає ґрунт від розмивання. Це призводить до збільшення поверхневого стоку води, вимивання ґрунту та формування ярів. Ерозія ґрунту може також спричиняти зниження родючості земель, що негативно впливає на місцеву флору і фауну.

Туристична діяльність, особливо у місцях з високою відвідуваністю, може призводити до знищення або серйозного пошкодження рослинного покриву. Це може статися внаслідок будівництва туристичної інфраструктури, прокладання нових туристичних стежок або використання територій для кемпінгу. Знищення рослинного покриву призводить до втрати місцевих видів рослин, деградації екосистем і зниження біорізноманіття. Збір туристами ягід, грибів, квітів, лікарських рослин зменшує можливість до самовідновлення рослинного світу, а пошкоджені гілки чи стовбури дерев спричиняють зараження дерев хворобами і шкідниками [16].

Туристична інфраструктура, така як готельно-ресторанне господарство, дороги зі штучним покриттям та рекреаційні об'єкти, часто розташовується у природних середовищах існування диких видів, що призводить до їх руйнування. Це може мати катастрофічні наслідки для дикої природи, оскільки багато видів рослин і тварин втрачають свої природні місця проживання. Руйнування середовищ існування може також призводити до фрагментації екосистем, що знижує їх стійкість і здатність до відновлення.

Забруднення довкілля є ще однією проблемою розвитку туризму. Туризм сприяє забрудненню навколишнього природного середовища через викиди твердих відходів, скидання стічних вод з об'єктів туристичної інфраструктури, викиди транспортних засобів та використання хімічних речовин. Це забруднення може спричинити деградацію водойм, забруднення ґрунтів та пошкодження чутливих екосистем. Наприклад, хімічні речовини, що використовуються для обслуговування басейнів та газонів у курортах, можуть проникати в підземні води, забруднюючи їх [24].

Туристична діяльність може суттєво порушувати поведінку і середовище проживання диких тварин. Наприклад, присутність великої кількості туристів у природних національних парках або на інших природно-заповідних територіях (заповідниках, заказниках тощо) може спричинити зміну поведінки диких тварин, змусивши їх мігрувати до менш безпечних зон. Це також може знизити рівень успішного розмноження видів, що перебувають під загрозою зникнення.

Помічено, що в лісах, які інтенсивно використовуються для туризму й рекреації стає менше листя на деревах, порушується ярусність, зникають гриби, ягідні рослини, стає менше птахів, які гніздяться поблизу землі, погіршуються умови існування для багатьох представників тваринного світу.

Масовий туризм може призвести до втрати естетичної цінності природних територій через надмірну забудову, наявність великої кількості туристів і накопичення сміття. Засмічення території призводить не лише до втрати естетичної привабливості, а й до погіршення санітарно-гігієнічного стану довкілля. Це, у свою чергу, може знижувати привабливість цих територій для відвідувачів і викликати соціальні конфлікти з місцевими громадами, які залежать від туризму як джерела доходу.

Деградація природних територій через туристичну діяльність є складною проблемою, що вимагає комплексного підходу до її вирішення. Впровадження принципів сталого туризму, зокрема

обмеження кількості відвідувачів, збереження природних середовищ існування та підвищення екологічної свідомості серед туристів, є ключовими кроками для мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

Туризм є також джерелом значного забруднення атмосферного повітря, води та ґрунту. Викиди від транспортних засобів сприяють забрудненню атмосфери та збільшенню концентрації парникових газів. Туристичні об'єкти часто генерують велику кількість відходів, які не завжди належним чином утилізуються, що може призвести до забруднення водних джерел і знищення місцевої флори та фауни.

Неправильне видалення відходів, використання пластикових інструментів, контейнерів і пляшок, водного спорядження, забруднює навколишнє середовище і погіршує здоров'я місцевих мешканців.

Забруднення навколишнього середовища, пов'язане з туристичною діяльністю, є однією з найбільш серйозних екологічних проблем, яка стає дедалі актуальнішою з розвитком туризму в усьому світі. Це забруднення може мати різні форми, включаючи забруднення повітря, води, ґрунту та шумове забруднення.

Туризм призводить до забруднення повітря через використання транспортних засобів, які працюють на вуглеводневому паливі. Авіаційні перевезення є одними з найбільших джерел викидів вуглекислого газу ( $\text{CO}_2$ ) у світі [28].

Зростання кількості автотранспорту, вихлопні гази будівельних вантажівок, які використовують під час будівництва закладів розміщення, окрім того, недосконалі системи опалення у багатьох з них є причиною надмірного забруднення шкідливими викидами атмосферного повітря.

Крім  $\text{CO}_2$ , транспортні засоби викидають в атмосферу оксиди азоту ( $\text{NO}_x$ ) та інші шкідливі речовини, що негативно впливають на якість повітря і здоров'я людей, зокрема, важкі метали, сполуки хлору, фтору, ртуті та інші [28].

Туризм є також однією з причин глобального потепління, відповідаючи приблизно за 5% емісії  $\text{CO}_2$  (2% припадає на авіаційні перельоти, 1,7% — на наземний транспорт, 1% — на готельне господарство) [19].

Вплив туристичного транспорту на довкілля виявляється не лише через викиди в атмосферу відпрацьованих газів, а й значним шумовим забрудненням, а також через будівництво нових доріг, автостоянок, автозаправних станцій і станцій технічного обслуговування.

Сьогодні у розвинених країнах світу простежується тенденція до повсюдної екологізації транспортних засобів і розробки альтернативних засобів пересування та аналогічної інфраструктури. Інноваційні рішення спрямовані на мінімізацію відходів, що забруднюють навколишнє середовище, а саме прискорені «рухомі» пішохідні доріжки, автомобільні дороги з покриттям із сонячних батарей тощо [11].

Туристична діяльність часто призводить до забруднення водойм, особливо в прибережних регіонах та біля туристичних центрів. Готелі та інші туристичні об'єкти можуть скидати неочищені стічні води та відходи у водні об'єкти, спричиняючи забруднення водних ресурсів відходами життєдіяльності туристів і синтетичними мийними засобами, що загрожує морському та прісноводному біорізноманіттю, а також здоров'ю місцевого населення. Крім того, хімічні речовини, які використовуються в готелях та рекреаційних зонах, можуть проникати в ґрунт і потрапляти в підземні води, які згодом стають джерелом водопостачання.

Туристична діяльність створює велику кількість твердих відходів, включаючи пластикові пляшки, пакувальні матеріали, залишки їжі, одноразовий посуд тощо. У популярних туристичних зонах часто виникають проблеми з утилізацією відходів, що призводить до забруднення ґрунту та накопичення сміття в природних зонах. Особливо гостро ця проблема стоїть в місцях з високою відвідуваністю, де інфраструктура не завжди встигає справлятися з великою кількістю відходів.

Іншим аспектом забруднення довкілля, пов'язаним з туристичною діяльністю, є шумове забруднення, яке часто ігнорують, хоча воно має суттєвий вплив на навколишнє середовище. Шум від туристичного транспорту, зокрема літаків, автомобілів, мотоциклів, а також від розважальних заходів у туристичних зонах, може порушувати спокій дикої природи, негативно впливаючи на поведінку та здоров'я тварин. Гучні звуки лякають тварин, змушуючи їх мігрувати або шукати нові місця для проживання. Шумове забруднення також спричиняє дискомфорт для місцевих жителів і знижує якість життя в туристичних регіонах.

Туристична діяльність може призводити до руйнування і забруднення природних середовищ існування диких видів. Наприклад, неконтрольований туризм у горах, лісах та заповідних зонах може призводити до ерозії ґрунту, витоптування рослинності та деградації природних ландшафтів. Крім того, масовий туризм може сприяти втраті середовищ існування для багатьох

видів рослин і тварин, що може призвести до зниження біорізноманіття.

Хімічне забруднення довкілля є ще однією проблемою розвитку масового туризму. Готелі, курорти та інші туристичні об'єкти часто використовують велику кількість хімічних речовин, таких як миючі засоби, пестициди для обслуговування газонів і басейнів, а також добрива для підтримки ландшафтів. Ці хімічні речовини можуть проникати в ґрунт і воду, забруднюючи навколишнє середовище та становлячи загрозу для місцевих екосистем.

Забруднення навколишнього середовища, пов'язане з туризмом, є складною і багатогранною проблемою, яка вимагає ретельного планування і впровадження сталих практик у туристичній індустрії. Мінімізація негативного впливу туризму на довкілля можлива шляхом впровадження екологічно чистих технологій, підвищення екологічної свідомості серед туристів і розвитку інфраструктури, яка дозволяє ефективно управляти відходами та ресурсами.

Інтенсивний розвиток туризму може спричинити значне виснаження природних ресурсів, особливо водних та енергетичних. Великі готельні, курортні та туристичні комплекси часто споживають величезну кількість води для своїх потреб, що може призвести до дефіциту водних ресурсів у місцевого населення. Крім того, висока енергетична потреба туристичних об'єктів сприяє збільшенню використання викопного палива та, відповідно, збільшенню викидів вуглецю.

Виснаження природних ресурсів є однією з найбільших загроз, пов'язаних із розвитком туризму. Масовий туризм, особливо в популярних туристичних зонах, може спричинити серйозне виснаження природних ресурсів, що негативно впливає на екосистеми та місцеві громади.

Зокрема, туризм може значно збільшити споживання води, особливо в регіонах з обмеженими водними ресурсами. Готелі, курорти, гольф-поля, басейни та інші туристичні об'єкти споживають величезну кількість води для забезпечення своїх потреб, що може призводити до зниження рівня підземних вод, висихання річок та озер, що впливає на місцеві екосистеми і сільське господарство.

Наприклад, турист, який живе в готелі, використовує в середньому на 1/3 води більше, ніж місцевий житель. Підраховано, що 100 гостей розкішного готелю споживають за 2 місяці стільки води, скільки 100 міським сім'ям вистачило б на 2 роки. У багатьох районах інфраструктура не розрахована на споживання ресурсів у таких кількостях [14].

Будівництво готельних комплексів часто призводить до перевантаження каналізаційних систем. Очисні споруди в розпал сезону не завжди справляються з великим обсягом стічних вод, і стічні води скидаються у водні об'єкти (річки, озера тощо), негативно впливаючи на рослинний світ та мешканців водних об'єктів.

Туризм значною мірою залежить від енергетичних ресурсів, таких як електроенергія, пальне для транспортних засобів і газ для опалення та приготування їжі. Високий попит на енергію в туристичних зонах може призводити до збільшення видобутку і споживання невідновлюваних ресурсів, таких як нафта, вугілля і природний газ. Це, в свою чергу, сприяє вичерпанню цих ресурсів і збільшує викиди парникових газів, що посилює зміну клімату.

Зокрема, середнє використання енергії на 1 квадратний метр площі в «не зірковому» готелі становить 157 кВт/год, у чотиризірковому готелі — вже 380 кВт/год. Тобто, зі збільшенням комфортності засобу розміщення енергоспоживання зростає [14].

Для будівництва туристичної інфраструктури, такої як готелі, дороги, курорти та рекреаційні об'єкти часто вирубуються ліси. Це призводить до знищення великих площ лісових масивів, що має негативні наслідки для біорізноманіття, регулювання клімату і водного циклу. Крім того, ліси часто використовуються як джерело деревини для будівництва та опалення, що ще більше сприяє їх виснаженню. Вирубання дерев для заготівлі дров призводить до знеліснення території, зникнення багатьох видів тварин (невеликих ссавців, птахів, плазунів), збіднення біологічного різноманіття, порушення цілісності екосистем. Цінні породи дерев часто використовуються для виготовлення сувенірів, які прагне взяти на пам'ять кожний турист, що призводить до знищення рідкісних природних об'єктів [16].

Туристична діяльність потребує значних земельних ресурсів для будівництва інфраструктури та розвитку рекреаційних зон. Це може призводити до виснаження родючих ґрунтів, особливо в гірських регіонах, де земля є обмеженим ресурсом. Перетворення природних ландшафтів на туристичні об'єкти може також спричинити ерозію ґрунтів, зниження їхньої продуктивності та втрату біорізноманіття.

Зростання попиту на природні продукти і сувеніри може призводити до надмірного використання біологічних ресурсів. Це може включати вирубку дерев для дерев'яних сувенірів, збирання рідкісних рослин, зокрема, лікарських рослин, які знаходяться на межі зникнення, полювання на тварин для виготовлення сувені-

рів. Така діяльність сприяє зниженню популяції видів, що може загрожувати їхньому виживанню.

Виснаження природних ресурсів унаслідок туристичної діяльності є серйозною проблемою, яка потребує негайної уваги і впровадження стійких практик у туристичній індустрії.

Масовий туризм також може мати негативний вплив на культурні пам'ятки та традиції місцевих громад. Постійний потік туристів до історичних місць може призвести до їхнього руйнування через ерозію, вібрації або навіть вандалізм. Історичні пам'ятки та культурні об'єкти, такі як музеї, замки, церкви та монастирі, можуть бути під час відвідування туристами пошкоджені або знищені. Це може вплинути на їхню збереженість, атрактивність для інших відвідувачів та вимагає додаткових витрат на їхню реставрацію.

Крім того, місцеві традиції можуть бути комерціалізовані та втратити свою автентичність через прагнення задовольнити смаки туристів.

У популярних туристичних місцях зростає попит на товари та послуги, що може призвести до перенасичення ринку, підвищення цін і витіснення місцевого населення. Місцеві культури можуть зміщуватися під тиском глобалізації та культурного туризму, що призводить до втрати культурної ідентичності. Історичні та культурні об'єкти можуть бути використані як місце для комерційної діяльності, що може впливати на їхню автентичність та цінність.

Надмірний туристичний тиск на історичні та культурні об'єкти може викликати проблеми безпеки та зниження якості відвідування.

Туризм, незважаючи на свої економічні та соціальні переваги, може мати суттєві негативні наслідки для навколишнього середовища. Він сприяє деградації природних і культурних ресурсів, забрудненню, виснаженню ресурсів та порушенню життя дикої природи. Ці проблеми вимагають уваги як від туристів, так і від урядів, з метою розробки стратегій для зменшення негативного впливу туризму та просування стійких туристичних практик.

З метою зниження негативного впливу масового туризму на довкілля, експерти пропонують науково обґрунтовані методи та обмежувальні заходи. Серед них — створення «закритих» зон, таких як національні парки, заповідники та заказники, а також розробка механізмів регулювання туристичних потоків, що включає введення квот на відвідування охоронюваних територій, допуск лише підготовлених осіб, свідоме обмеження під'їзних шляхів та ускладнення доступу тощо.

Питання взаємодії та взаємозалежності туризму і довкілля давно вийшли за межі національних та регіональних інтересів, ставши темою міжнародних дискусій. Цю проблему обговорювали на багатьох туристичних форумах, і вона отримала значну увагу в Ріо-де-Жанейрській декларації з питань навколишнього середовища та розвитку від 13 червня 1992 р., Манільській декларації зі світового туризму щодо соціального впливу туризму від 22 травня 1997 р., у Глобальному етичному кодексі туризму та ряді регіональних і міжвідомчих документів.

Міжнародні механізми, спрямовані на зменшення негативного впливу туризму на природне середовище, охоплюють кілька підходів, орієнтованих на збереження природних ресурсів, мінімізацію шкоди для екосистем і підтримку сталого розвитку туристичної галузі (табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

**Механізми зменшення негативного впливу на довкілля**

Сталий туризм	<i>Розробка екологічних стандартів:</i> Впровадження стандартів для туристичних операторів та інфраструктури, які передбачають мінімізацію відходів, енергозбереження та використання відновлюваних ресурсів <i>Еко-готелі:</i> Готелі та курорти, які використовують екологічні практики, такі як використання сонячної енергії, повторне використання води, зменшення споживання одноразових пластикових виробів.
Обмеження туристичних потоків	<i>Контроль за кількістю відвідувачів:</i> Встановлення квот на кількість відвідувачів у природних парках та заповідниках, щоб зменшити навантаження на екосистеми. <i>Сезонні обмеження:</i> Обмеження доступу до певних туристичних об'єктів у періоди високої вразливості екосистеми (наприклад, у сезон гніздування птахів або розмноження риб).
Законодавче регулювання	<i>Екологічні закони:</i> Введення та посилення законодавства, яке регулює діяльність у сфері туризму з метою захисту довкілля. <i>Штрафи та санкції:</i> Введення штрафів для туристів та туристичних операторів, які порушують екологічні норми та завдають шкоди природі.
Освіта та підвищення обізнаності туристів	<i>Інформування туристів:</i> Проведення освітніх кампаній серед туристів щодо важливості збереження природи, раціонального використання ресурсів і відповідальної поведінки під час відвідування природних об'єктів. <i>Залучення місцевих громад:</i> Підтримка та навчання місцевих громад для участі у сталому розвитку туризму, що також сприяє збереженню їхньої культурної спадщини.

Інфраструктурні заходи	<i>Екологічно безпечна інфраструктура:</i> Будівництво туристичних об'єктів із використанням екологічно чистих матеріалів, розташування доріг, стежок та будівель таким чином, щоб мінімізувати порушення природного середовища. <i>Система збору відходів:</i> Впровадження ефективної системи збору та утилізації відходів, зокрема сортування сміття, використання біорозкладних матеріалів.
Економічні інструменти	<i>Екологічні податки:</i> Запровадження податків або зборів для туристів, кошти від яких спрямовуються на збереження природних територій. <i>Інвестиції у сталий розвиток:</i> Спрямування частини прибутків від туризму на збереження екологічно важливих територій та розвиток екологічно чистих технологій.

Джерело: складено автором на основі [22], [23], [26], [36]

Розвиток сталого туризму є ключовим в туристичній діяльності, який сприяє ефективному використанню туристичних ресурсів та збереженню здорового навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Основні принципи концепції сталого розвитку були закладені у програмному документі «Порядок денний на XXI століття» («Agenda XXI»), який уряди 182 країн ухвалили на Конференції ООН з питань довкілля та розвитку (UNCED) у 1992 році в Ріо-де-Жанейро. На основі цього документа у 1996 році Всесвітня туристична організація, Всесвітня рада з подорожей і туризму та міжнародна організація «Зелений світ» розробили Концепцію сталого розвитку туризму у XXI столітті («Agenda 21 for travel and tourism industry»), яка містить основні принципи сталого туризму [22].

Ідеї сталого розвитку туризму були ухвалені ще в низці міжнародних документів, зокрема, таких як «Хартія зі сталого туризму» (1995), «Міжнародна програма сталого розвитку туризму» (1999), «Майбутнє, якого ми бажаємо» (2012), «Програма сталого розвитку до 2030 року» (2015), «Міжнародний рік сталого туризму в інтересах розвитку» (2017) «Туризм та цілі сталого розвитку — подорож до 2030 року» (2017) та інших.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) визначає сталий туризм як туризм, що враховує поточні та майбутні економічні, соціальні й екологічні впливи, задовольняючи потреби відвідувачів, індустрії, довкілля та місцевих громад. Він спрямований на мінімізацію негативних наслідків та максимізацію користі для місцевих громад і природних ресурсів, зберігаючи їх для майбутніх поколінь [34].

Основні принципи сталого туризму спрямовані на досягнення балансу між економічним розвитком, соціальним благополуччям і захистом довкілля (табл. 2.1.2).

Таблиця 2.1.2

**Принципи сталого туризму**

<b>Принцип</b>	<b>Зміст</b>
Екологічна стійкість	мінімізація негативного впливу на природне середовище та підтримка екосистем, збереження біорізноманіття й раціональне використання природних ресурсів
Економічна стійкість	створення довготривалих економічних вигод для всіх залучених сторін — місцевих громад, туристичних підприємств, і забезпечення стабільного розвитку без шкоди для природних і культурних ресурсів
Соціальна та культурна відповідальність	збереження культурної спадщини, повага до місцевих традицій і способу життя, залучення місцевого населення до прийняття рішень та отримання вигод від туризму
Етичне споживання	усвідомлення туристами власного впливу на довкілля та місцеві громади, сприяння зменшенню шкідливого впливу через відповідальну поведінку
Інклюзивність та рівність	забезпечення участі місцевого населення в плануванні, управлінні та отриманні вигод від туристичної діяльності, рівні можливості для всіх залучених сторін
Збереження ресурсів для майбутніх поколінь	управління ресурсами таким чином, щоб не виснажувати їх, забезпечуючи їх доступність для майбутніх поколінь

Джерело: складено автором на основі [26], [34]

Досягнення екологічної стійкості у туристичній діяльності передбачає зменшення негативного впливу на довкілля та впровадження практик, які сприяють збереженню природних ресурсів, серед яких:

- енергоефективність та використання відновлюваних джерел енергії (використання сонячних панелей, вітряних турбін або інших відновлюваних джерел енергії на туристичних об'єктах, запровадження заходів для зниження енергоспоживання, таких як енергоефективні прилади та системи освітлення тощо);
- мінімізація відходів (сортування та переробка сміття, зменшення використання одноразових пластикових ви-

- робів, впровадження політики «нульових відходів», заохочення туристів використовувати багаторазові контейнери та пляшки для води);
- розумне використання водних ресурсів (встановлення водозберігаючих технологій, таких як аератори для змішувачів і системи збору дощової води, контроль за кількістю води, що використовується в готелях, ресторанах та інших туристичних об'єктах);
  - збереження природних екосистем (планування туристичних маршрутів і об'єктів таким чином, щоб мінімізувати шкоду для природних ландшафтів і середовищ існування диких тварин, обмеження кількості відвідувачів у чутливих природних зонах через введення квот або платних дозволів на вхід);
  - сталий транспорт (заохочення використання екологічно чистих видів транспорту, таких як велосипеди, електромобілі чи громадський транспорт, розвиток інфраструктури для пішохідних і велосипедних прогулянок у туристичних зонах);
  - підтримка біорізноманіття та відновлення природних ресурсів (захист флори і фауни через створення природоохоронних зон, національних парків, заповідників, участь у програмах з відновлення лісів та інших природних екосистем);
  - підвищення екологічної свідомості туристів (проведення екоосвітніх програм для туристів, які інформують про важливість захисту природи, впровадження практик відповідального туризму, таких як правила поведінки у природоохоронних зонах, мінімізація впливу на природу);
  - відповідальне використання місцевих ресурсів (підтримка місцевих постачальників продуктів харчування та товарів, які використовують екологічні методи виробництва, зменшення карбонового сліду за рахунок використання місцевих матеріалів та ресурсів) [23].

Економічна стійкість при сталому туризмі передбачає створення довготривалих економічних вигод для місцевих громад, туристичних підприємств і туристичної галузі загалом, без виснаження природних ресурсів чи негативного впливу на місцеву культуру. Забезпечення економічної стійкості в туризмі передбачає кілька ключових аспектів:

- підтримка місцевих економік (створення стабільних робочих місць для місцевого населення, що включає різні

сфери, такі як готельний бізнес, екскурсійні послуги, транспорт, ремесла та продаж сувенірів);

- підтримка малого та середнього бізнесу шляхом заохочення туристів купувати товари та послуги у місцевих підприємців, що підвищує прибутки місцевих громад;
- використання місцевих ресурсів шляхом залучення місцевих постачальників їжі, матеріалів і послуг, що стимулює розвиток локальної економіки та знижує витрати на транспортування;
- довготривалі інвестиції та диверсифікація (довготривалі прибутки): сталий туризм орієнтований на збереження економічної вигоди впродовж тривалого часу, а значить, ресурси не виснажуються швидко, і туристична галузь може приносити доходи на постійній основі;
- диверсифікація туристичних послуг: розвиток різноманітних форм туризму, наприклад, екотуризм, культурний туризм, сільський туризм, що зменшує залежність регіону від одного виду туристичної діяльності та створює додаткові джерела доходу;
- розвиток позасезонного туризму: заохочення туристичних ініціатив поза високим сезоном допомагає забезпечити рівномірний прибуток упродовж року та зменшує економічні коливання;
- фінансування та інвестування в сталий розвиток (залучення інвестицій у сталу інфраструктуру, яка розвивається з урахуванням екологічних стандартів і довготривалої експлуатації та включає енергоефективні будівлі, інфраструктуру для переробки відходів і водозберігаючі системи);
- фінансування охорони довкілля: частина прибутків від туризму повинна направлятися на збереження природних ресурсів, таких як національні парки, заповідники та інші природоохоронні об'єкти, тобто це інвестиції в екосистемні проекти, відновлення природних ландшафтів і захист рідкісних видів;
- справедливий розподіл економічних вигод (доходи від туризму мають бути справедливо розподілені між місцевими жителями, особливо в сільських районах або віддалених регіонах, де ресурси обмежені; туризм повинен забезпечувати працівникам справедливу заробітну плату та гідні умови праці, що знижує соціальну нерівність і сприяє стійкому економічному розвитку).

- зменшення економічних ризиків (зниження залежності від масового туризму, який може бути нестійким через коливання попиту, економічні кризи або екологічні катастрофи);
- створення резервів і фондів на розвиток (частина доходів може відкладатися на створення фондів для відновлення інфраструктури та підтримки місцевих громад у випадку природних катастроф або економічних спадів);
- розвиток людського капіталу (інвестиції в освіту і професійне навчання місцевих жителів, які працюють у туристичній сфері, що підвищує їхні професійні навички й конкурентоспроможність на ринку праці; заохочення місцевих жителів до відкриття власних бізнесів у сфері туризму (розвиток гостьових будинків, ресторанів, екскурсійних агентств або виробництво сувенірів);
- участь у глобальних ініціативах сталого розвитку (залучення до міжнародних проєктів: участь у глобальних ініціативах сталого туризму, таких як програми, розроблені Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) допомагає місцевим громадам впроваджувати найкращі практики сталого туризму й отримувати фінансування або технічну підтримку [34].

Соціальна та культурна відповідальність при сталому туризмі забезпечується через повагу до місцевих громад, культурних традицій і збереження їхньої автентичності. Цей аспект сталого туризму спрямований на захист соціальної структури регіону та підтримку гармонійної взаємодії між туристами й місцевим населенням. Соціальна та культурна відповідальність при сталому туризмі включає такі аспекти:

- збереження та охорона культурної спадщини (туризм повинен сприяти збереженню об'єктів культурної спадщини (музеї, архітектурні пам'ятки, історичні міста), а не шкодити їм через надмірне навантаження, сприяти збереженню місцевих традицій, ремесел і мистецтва, підтримуючи їхню автентичність та унікальність, запобігати комерціалізації культури. Важливо, щоб культурні аспекти не перетворювалися на комерційні атракції, які спотворюють автентичність. Наприклад, традиційні фестивалі або обряди не повинні адаптуватися лише для розваги туристів, втрачати свою справжню цінність;
- інтеграція місцевих громад у туристичну діяльність (залучення громад до участі у прийнятті рішень щодо розвитку

туризму, зокрема в плануванні та управлінні туристичними ресурсами, що дозволяє уникнути конфліктів між місцевим населенням і туристичною галуззю; створення можливостей для участі в туристичних ініціативах для всіх верств місцевого населення, що забезпечує соціальну справедливість і рівність; залучення місцевого населення у туристичний бізнес на різних рівнях — від адміністративних посад до робочих спеціальностей, що не лише забезпечує доходи для громад, але й знижує соціальну напругу);

- освіта та підвищення обізнаності туристів (інформування туристів про місцеві традиції, норми поведінки, етикет і правила поведінки в культурних або природоохоронних зонах, що допомагає уникнути непорозумінь і конфліктів; проведення інформаційних кампаній, екскурсій та освітніх програм для туристів, які допомагають їм зрозуміти цінність культурної та природної спадщини регіону. Це сприяє формуванню свідомого ставлення до місцевої культури);
- захист прав місцевого населення (туризм не повинен порушувати права місцевих громад на землю, ресурси чи традиційні засоби існування. Наприклад, створення великих готельних комплексів не повинно відбуватися за рахунок виселення місцевих жителів або обмеження їхнього доступу до природних ресурсів. Важливо, щоб туристи поважали приватне життя місцевих жителів і не втручалися в їхню повсякденну діяльність, якщо це не є частиною організованої культурної взаємодії);
- зменшення соціальної напруги (унікнення перевантаження туристичними потоками: масовий туризм може створювати тиск на інфраструктуру та соціальні системи місцевих громад, що призводить до соціальних конфліктів. Сталий туризм передбачає регулювання кількості відвідувачів та контроль за туристичними потоками, щоб уникнути перевантаження. Туристичні компанії мають працювати в інтересах місцевого населення, забезпечуючи справедливий розподіл вигод і уникаючи негативного впливу на соціальні структури);
- підтримка місцевої економіки та культури (сприяння місцевим культурним проектам: частина прибутків від туризму може використовуватися для фінансування куль-

турних проектів, які допомагають зберігати спадщину. Це можуть бути реставрації архітектурних пам'яток, організація фестивалів, підтримка ремесел. Туристи повинні бути заохочені підтримувати місцеві продукти та послуги, які виробляються екологічно та соціально відповідально);

- повага до традицій та способу життя (збереження культурної автентичності: туристи повинні поважати традиції та звичаї місцевих громад, не намагаючись їх змінювати або адаптувати під власні очікування. Наприклад, під час релігійних церемоній або фестивалів важливо дотримуватися місцевих правил поведінки. Уникнення культурного шоку та напруженості: культурні розбіжності можуть викликати непорозуміння між туристами та місцевим населенням. Для уникнення цього важливо, щоб туристи були підготовлені та обізнані про культурні особливості регіону);
- інвестиції в соціальну інфраструктуру (розвиток соціальної інфраструктури: частина прибутків від туризму повинна спрямовуватися на розвиток місцевої інфраструктури, яка важлива для громад (лікарні, школи, дороги, водопостачання). Це забезпечує позитивний ефект для місцевого населення, а не лише для туристів. Підтримка ініціатив соціального розвитку: туризм може підтримувати соціальні програми, спрямовані на покращення умов життя місцевих жителів, розвиток освіти та охорони здоров'я).

Загалом, соціальна та культурна відповідальність у сталому туризмі забезпечується шляхом поваги до місцевих традицій і культурної спадщини, залучення місцевих громад до туристичної діяльності та створення умов для розвитку місцевої економіки без шкоди для соціальної структури та культурної автентичності [26].

Етичне споживання в туризмі — ще один важливий принцип сталого туризму, який означає усвідомлений підхід до подорожей, що враховує екологічні, соціальні та культурні аспекти, прагнучи зменшити негативний вплив на середовище та місцеві спільноти. Основними принципами етичного споживання в туризмі є:

- повага до місцевої культури та традицій (туристи повинні бути чутливими до місцевих звичаїв, мови, традицій та релігійних переконань. Це включає відповідну поведінку в громадських місцях, повагу до святинь та культурної спадщини, дотримання дрес-коду та етикету);
- екологічна відповідальність (під час подорожей важливо мінімізувати вплив на природні ресурси шляхом вибору

екологічно чистого транспорту (велосипеди, громадський транспорт), використання багаторазових речей (пляшки для води, сумки), зменшення відходів та споживання води й енергії);

- підтримка місцевої економіки (підтримка місцевих підприємств — вибір локальних готелів, ресторанів, сувенірних магазинів замість великих міжнародних корпорацій, що сприяє розвитку місцевих громад та забезпечує сталі робочі місця);
- участь у відповідальному туризмі (поширення екологічних та соціальних ініціатив, таких як екотуризм або волонтерство, допомагає покращити життя місцевого населення та зберегти природні ресурси);
- вибір сертифікованих екотуристичних послуг (сьогодні існують сертифікати для екологічно свідомих туристичних операторів та готелів, які відповідають принципам сталого розвитку. Вибираючи такі послуги, туристи підтримують етичні практики);
- захист дикої природи (етичне споживання включає уникнення туристичних заходів, які шкодять тваринам або природі. Це може бути відмова від відвідування зоопарків чи вистав, де тварини знаходяться в неволі, або від фотографій з дикими тваринами в неприродних умовах) [30].

Етичний підхід до споживання в туризмі дозволяє не тільки отримати задоволення від подорожі, але й зробити свій внесок у захист природи та збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Інклюзивність та рівність у туризмі — це принципи, спрямовані на забезпечення доступу до туристичних послуг для всіх людей, незалежно від їхніх фізичних можливостей, соціального статусу, гендерної ідентичності, етнічного походження чи інших факторів. Забезпечення інклюзивності та рівності в туризмі передбачає створення умов, за яких кожна людина може насолоджуватися подорожами без перешкод. Основні аспекти інклюзивності в туризмі включають:

- фізичну доступність (для людей з обмеженими фізичними можливостями важливо забезпечити доступні пандуси, ліфти, ширші дверні отвори та інші архітектурні рішення, що дозволяють пересуватися на інвалідних візках);
- доступний транспорт (громадський та приватний транспорт повинен бути обладнаний для людей з інвалідні-

- стю — автобуси зі спеціальними підйомниками, простори місця для візків у поїздах і літаках);
- адаптоване житло (готелі повинні пропонувати номери з відповідними зручностями, такими як низькі раковини, поручні у ванних кімнатах та достатній простір для перебування);
  - інформаційна доступність (люди з різними типами обмежень (зору, слуху) повинні мати доступ до інформації про туристичні послуги);
  - супровідні матеріали (брайлівські шрифти на покажчиках, аудіогіди для людей з порушеннями зору, субтитри та переклади жестовою мовою для тих, хто має проблеми зі слухом);
  - цифрова доступність (вебсайти туристичних компаній повинні бути доступними для людей з порушенням зору, відповідати стандартам доступності WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) та підтримувати функції, які полегшують навігацію через екранні читалки);
  - соціальна інклюзія та гендерна рівність (туризм повинен створювати умови для безпеки та комфорту жінок, що подорожують самостійно або в групах. Це включає забезпечення освітлених громадських місць, безпечного транспорту, гендерно чутливих послуг та протидію сексуальним домаганням);
  - економічна доступність (інклюзивний туризм передбачає створення доступних для різних соціальних верств цінкових категорій. Наприклад, знижки для пенсіонерів, студентів чи малозабезпечених сімей, а також соціальні ініціативи, які надають можливість подорожувати тим, хто не має достатньо ресурсів);
  - освітні та тренувальні програми (включають підготовку персоналу, адже важливо, щоб працівники туристичних організацій були навчені інклюзивності, знали як спілкуватися з людьми з особливими потребами і надавали їм відповідні послуги);
  - підтримка культурної інклюзивності (включає повагу до культурних особливостей та традицій різних народів, надаючи можливість для їхнього представлення та захисту, одночасно забезпечуючи рівні можливості для участі представників різних культур у туристичних заходах) [25].

Інклюзивний туризм базується на принципах рівності, доступності та поваги до різноманіття, що дозволяє всім людям мати рівний доступ до туристичних ресурсів і відчутти задоволення від подорожей без перешкод.

Збереження ресурсів для майбутніх поколінь у туризмі є ключовим принципом сталого розвитку. Воно спрямоване на зменшення негативного впливу туризму на природне та культурне середовище, щоб туристичні об'єкти залишалися доступними для наступних поколінь. Для досягнення цієї мети використовуються різні стратегії та підходи, серед яких:

- екологічний туризм (є однією з найбільш ефективних форм туризму, яка поєднує задоволення від подорожей із збереженням природних ресурсів. Його основні принципи мінімізація впливу на довкілля (включає використання відновлюваних джерел енергії, зменшення споживання води, зменшення кількості відходів та їхнє правильне утилізування) та освітній компонент (екотури часто включають освітні програми для туристів, що сприяє підвищенню їхньої екологічної свідомості та відповідальності);
- збереження природних ресурсів (зменшення використання води у готелях і туристичних комплексах, встановлення системи збереження води, системи збирання дощової води, використовувати технології очищення та переробки використаної води, встановлювати ефективні систем поливу тощо; впровадження енергоощадних технологій та використання відновлюваних джерел енергії (сонячної, вітрової), використання енергоефективних матеріалів та систем, таких як утеплення, ефективне освітлення та вентиляція що дозволяє знизити енергоспоживання готелю);
- збереження біорізноманіття (створення природних парків і заповідників, які контролюють доступ туристів, допомагає зберігати флору та фауну регіонів; обмеження на будівництво в екологічно вразливих зонах зменшують ризик руйнування екосистем);
- збереження культурної спадщини (реставрація та охорона історичних пам'яток, контроль над кількістю відвідувачів для зменшення зносу об'єктів; залучення місцевих громад до участі у прийнятті рішень щодо збереження культурної спадщини);
- контроль туристичних потоків (регулювання кількості туристів для уникнення перевантаження туристичних зон,

що допомагає запобігти ерозії ґрунту, забрудненню та зниженню якості довкілля);

- освіта туристів та місцевого населення (проводяться освітні кампанії та тренінги для туристів щодо відповідальної поведінки в природних зонах, важливості збереження ресурсів, а також негативних наслідків масового туризму; місцеві жителі навчаються зберігати свої культурні та природні ресурси, що робить їх активними учасниками сталого туризму);
- підтримка сталих туристичних ініціатив (екологічна сертифікація та партнерство з міжнародними організаціями, такими як ООН та Всесвітня рада зі сталого туризму (GSTC), які розробляють стандарти та рекомендації для туристичних компаній, спрямовані на захист ресурсів та збереження довкілля).

Збереження ресурсів для майбутніх поколінь у туризмі базується на екологічній, економічній та культурній відповідальності всіх учасників процесу — туристів, урядів, бізнесу та місцевих громад. Сталий підхід гарантує, що природні й культурні багатства залишаться невичерпним джерелом для насолоди і в майбутньому [26].

Основні пріоритети сталого розвитку туризму в Україні визначено в Стратегії розвитку туризму та курортів в Україні на період до 2026 року [18]. Серед них:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту;
- забезпечення ефективного і комплексного використання туристичних ресурсів та охорони навколишнього природного середовища;
- підвищення якості інфраструктури рекреаційних територій;
- формування інформаційної інфраструктури туристичних послуг;
- підтримка малого і середнього бізнесу в сфері туризму, розробка національних стандартів надання туристичних послуг;
- організація системи підготовки кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

У формуванні стратегічних пріоритетів сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери пропонується спиратися на наукові підходи для підвищення якості та вдосконалення системи конкурентних переваг туристично-рекреаційних послуг, раціонального

використання туристично-рекреаційного потенціалу, розвитку регіональної інформаційної інфраструктури для надання туристично-рекреаційних послуг, а також створення ефективних бізнес-моделей для цієї галузі [12].

Одним із інструментів організаційно-економічного механізму сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери в сучасних умовах є впровадження «зелених сертифікатів». Ці сертифікати надаються туристичним організаціям, які дбають про захист навколишнього середовища, ефективно використовують водні та енергетичні ресурси, застосовують природоохоронні методи утилізації відходів, пропонують туристам екологічно безпечні види діяльності, а також забезпечують їх місцевими, здоровими продуктами харчування та детальною інформацією про природні, історичні та культурні атракції регіону. Цей знак якості, який надається Європейським центром екологічного та сільського туризму (ESEAT), свідчить про екологічну, соціальну, культурну та економічну сталість наданих послуг і житла [12].

Добровільна екологічна сертифікація підтверджує відповідність вимогам законодавства, технічних регламентів, найкращих практик, стандартів галузі та національних норм як у сфері туризму, так і в питаннях охорони довкілля [20].

Основним завданням для сталого розвитку зеленого туризму є розробка та впровадження нових моделей управління, що забезпечують гармонійний баланс між економічними, екологічними та соціально-культурними аспектами. Використання інноваційних технологій для моніторингу і зниження негативного впливу туризму на довкілля допомагає підвищити ефективність управління та сприяє збереженню природних і культурних ресурсів [8].

Загальними стратегічними настановами сталого розвитку туризму є оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, повага соціокультурної автентичності приймаючих громад, забезпечення соціально-економічних переваг для всіх сторін [4].

З метою протидії шкідливому впливу туризму на довкілля пропонується розвиток екологічного туризму як пріоритетного напрямку сталого розвитку туризму в Україні [13].

Екологічний туризм (або екотуризм) є формою відповідального туризму, спрямованого на відвідування природних територій з метою їхнього збереження, а також підтримки благополуччя місцевого населення [6]. Екотуризм передбачає активне залучення туристів до охорони природи, підтримки місцевих культур та економічного розвитку регіонів, де здійснюється туризм.

Нині екотуризм розвивається дуже швидкими темпами в усьому світі та є предметом уваги багатьох міжнародних інституцій. Основні міжнародні організації, які займаються питаннями екотуризму, включають ООН (зокрема через Програму ООН з навколишнього середовища — UNEP), Всесвітню туристичну організацію (UNWTO), а також Міжнародний союз охорони природи (IUCN). На сьогодні існує значна кількість визначень екологічного туризму (табл. 2.1.3).

Таблиця 2.1.3

**Визначення екотуризму**

<b>Міжнародна організація</b>	<b>Дефініція терміну «екотуризм»</b>
Міжнародний союз охорони природи (IUCN):	«Екологічний туризм є відповідальним подорожуванням до природних територій, яке зберігає навколишнє середовище і покращує добробут місцевого населення» Джерело: International Union for Conservation of Nature (IUCN).
Всесвітня туристична організація (UNWTO):	«Екологічний туризм включає всі форми туризму, які мають значний природний компонент і сприяють збереженню довкілля, а також підтримці добробуту місцевих громад» Джерело: World Tourism Organization (UNWTO).
Товариство екотуризму (TIES):	«Екотуризм є відповідальним подорожуванням до природних територій, яке зберігає навколишнє середовище, підтримує добробут місцевих жителів та включає освітні компоненти для туристів» Джерело: The International Ecotourism Society (TIES).
Зелений туризм (Green Tourism):	«Екологічний туризм — це подорожі, які спрямовані на збереження природи, підтримку культурних і природних ресурсів та сприяння екологічній освіті туристів» Джерело: Green Tourism
ЮНЕСКО:	«Екологічний туризм — це подорожі до відносно незайманих природних територій, з метою вивчення, насолоди та підтримки природних і культурних ресурсів» Джерело: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

Джерело: складено автором на основі [32], [33], [35], [37], [38]

Наведені визначення відображають спільні принципи екологічного туризму, включаючи збереження природи, підтримку місцевих громад та екологічну освіту туристів.

Принципи екологічного туризму:

- Збереження природи: Головною метою екотуризму є збереження природних екосистем та біорізноманіття. Це передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля та активне сприяння охороні природи.
- Екологічна освіта: Екотуризм має на меті підвищення екологічної свідомості туристів. Це досягається через освітні програми, екскурсії та інтерактивні заходи, що допомагають зрозуміти важливість збереження природних ресурсів.
- Підтримка місцевих громад: Екотуризм сприяє економічному розвитку місцевих громад шляхом створення робочих місць, підтримки місцевих підприємств та стимулювання розвитку інфраструктури.
- Культурна відповідальність: Повага до місцевих культурних традицій та звичаїв є важливою складовою екотуризму. Це включає підтримку культурної спадщини та залучення місцевих жителів до туристичної діяльності.
- Економічна стійкість: Екотуризм сприяє створенню економічно стійких моделей розвитку, що забезпечують довгострокову вигоду для місцевих громад та природоохоронних територій [29].

До основних характеристик екологічного туризму належать:

- Мінімальний вплив на навколишнє середовище: Використання екологічно дружніх методів пересування, проживання та харчування. Наприклад, піші походи, проживання в еко-готелях, споживання місцевих продуктів.
- Повага до природи та культури: Дотримання правил поведінки в природних територіях, повага до місцевих жителів та їхніх традицій.
- Активна участь туристів у природоохоронних заходах: Волонтерські програми, участь у заходах з відновлення екосистем, підтримка природоохоронних проєктів.
- Освітній компонент: Інформування туристів про екологічні проблеми, навчання практикам сталого життя, проведення освітніх заходів [3].

Економічні та соціальні аспекти екологічного туризму:

- Підтримка місцевої економіки: Створення нових робочих місць, розвиток місцевих підприємств та ремесел, залучення інвестицій у регіони.
- Соціальна взаємодія: Залучення місцевих жителів до туристичної діяльності, покращення якості життя місцевих

громад через розвиток інфраструктури та соціальних проєктів [6].

Забезпечення робочих місць для місцевого населення має стати основним аспектом стратегії розвитку екотуризму. У цьому контексті необхідно проводити спеціальні навчальні програми для підготовки місцевих гідів, надаючи їм відповідні знання та навички. Комплексна політика та залучення всіх учасників туристичної сфери повинні бути важливими інструментами для просування екотуристичних напрямків [13].

Екотуризм відіграє важливу роль у сталому розвитку, сприяючи збереженню природних і культурних ресурсів, водночас забезпечуючи економічні переваги та соціальну стабільність місцевих громад. Інтеграція екологічних принципів у сферу туризму є ключовою для досягнення рівноваги між розвитком галузі та охороною довкілля [36].

Екологічний туризм включає різноманітні види та форми, які спрямовані на збереження навколишнього природного середовища, підтримку добробуту місцевих громад, їх культури, самобутності та сприяє екологічній освіті населення..

Найбільш поширеними є наступні види екологічного туризму (табл. 2.1.4):

Таблиця 2.1.4

### Види екологічного туризму

Вид екотуризму	Зміст екотуристичної діяльності
Природоохоронний туризм:	<i>Спостереження за дикою природою:</i> Включає спостереження за птахами, тваринами, комахами та іншими видами дикої природи в їхньому природному середовищі. <i>Екологічні екскурсії:</i> Включає екскурсії та походи по національних парках, заповідниках і природних резерватах з метою вивчення екосистем, флори та фауни
Пригодницький туризм:	<i>Піші походи (трекінг):</i> Включає багатоденні походи по природних територіях, гірських маршрутах, лісах та інших екологічно важливих зонах <i>Кемпінг:</i> Розміщення наметів у природних умовах з мінімальним впливом на довкілля <i>Рафтинг та каньйонінг:</i> Сплав по річках та спуск по каньйонах, які проводяться з дотриманням екологічних стандартів
Сільський туризм:	<i>Агротуризм:</i> Включає відвідування сільськогосподарських ферм, участь у сільськогосподарських роботах, вивчення традиційних методів ведення господарства та дегустацію місцевих продуктів.

	<i>Екотури по сільських районах:</i> Подорожі по сільських місцевостях з метою вивчення культурних традицій, життя місцевих жителів та збереження природних ландшафтів
Культурний екотуризм:	<i>Етнотуризм:</i> Включає знайомство з культурними та релігійними традиціями місцевих громад, участь у місцевих святах та ритуалах <i>Культурні тури:</i> Включає відвідування культурних пам'яток, музеїв, історичних місць, які пов'язані з природною спадщиною.
Науковий туризм:	<i>Екотури для дослідників:</i> Включає участь у наукових експедиціях, дослідження екосистем, флори та фауни, моніторинг природних явищ <i>Освітні екотури:</i> Включає навчальні подорожі для студентів, школярів та дослідників з метою підвищення екологічної обізнаності.

Джерело: складено автором

Форми реалізації екологічного туризму охоплюють різні підходи і методи, які забезпечують ефективну інтеграцію екологічних принципів у туристичну діяльність. Серед основних форм реалізації екологічного туризму можна виділити наступні (табл. 2.1.5):

Таблиця 2.1.5

### Форми екологічного туризму

Волонтерський туризм (волонтуризм)	Туристи беруть участь у волонтерських проектах, спрямованих на збереження природи, відновлення екосистем, захист дикої природи та підтримку місцевих громад
Гастрономічний екотуризм	Відвідування місцевих ринків, фермерських господарств, виноробень, дегустація органічних продуктів і місцевих страв, які виготовляються з дотриманням екологічних стандартів
Екотури на велосипедах	Подорожі на велосипедах по екологічно чистих маршрутах, що сприяють мінімізації викидів та активному відпочинку на природі
Екотури на конях	Подорожі на конях по природних територіях, що дозволяють мінімізувати вплив на довкілля та насолоджуватися природними ландшафтами
Екотури на каное і байдарках	Сплави по річках і озерах з мінімальним впливом на водні екосистеми та навколишнє середовище
Екотуризм в гірських районах	Подорожі по гірських територіях, такі як трекінг, альпінізм, і гірський велосипед. Ця форма туризму часто фокусується на збереженні гірських екосистем та культурних аспектів місцевих громад

Джерело: складено автором

Кожен тип та форма екологічного туризму має свої особливості та переваги, сприяючи збереженню довкілля, підтримці місцевих громад та забезпеченню сталого розвитку туристичної галузі.

Природоохоронний туризм сприяє збереженню дикої природи та підвищенню екологічної обізнаності серед туристів.

Природоохоронний туризм часто поділяють на біотуризм та геотуризм.

Біотуризм — це різновид екотуризму, який зосереджується на спостереженні та вивченні біорізноманіття, включаючи флору, фауну та екосистеми в їхньому природному середовищі. Основна мета біотуризму полягає в тому, щоб дати туристам можливість пізнавати природу без її шкоди, сприяючи збереженню біорізноманіття та підтримуючи екологічно чисті практики.

Особливості біотуризму:

- Спостереження за дикою природою — туристи відвідують заповідники, національні парки, природоохоронні території для вивчення місцевої флори та фауни.
- Освітній аспект — під час біотуризму туристам надається інформація про екосистеми, види тварин і рослин, їхні взаємозв'язки, а також загрози, що стоять перед ними.
- Екологічна відповідальність — зменшення негативного впливу на природу через використання сталих практик, таких як мінімізація відходів і вибір екологічно чистих видів транспорту.
- Збереження видів — біотуризм часто підтримує програми збереження та захисту рідкісних і зникаючих видів.

Біотуризм допомагає підвищити екологічну свідомість серед мандрівників, одночасно сприяючи економічному розвитку місцевих громад, які беруть участь у захисті природних ресурсів.

Найкращими територіями для здійснення біотуризму є природоохоронні території, де збереглися унікальні природні комплекси та висока біорізноманітність природних видів (Карпатський біосферний заповідник, національні природні парки «Ужанський», «Синевир», «Зачарований край» та інші об'єкти природно-заповідного фонду).

Геотуризм — це вид туризму, який зосереджується на дослідженні геологічних об'єктів і процесів, а також ландшафтів, що формувалися впродовж мільйонів років. Він включає відвідування геологічно важливих місць, таких як печери, гори, каньйони, вулкани, карстові утворення, гейзери та інші унікальні природні об'єкти. Геотуризм має на меті не лише ознайомлення з природними дивами, але й сприяння їхньому збереженню.

Основні аспекти геотуризму:

- Геологічна освіта — туристи отримують інформацію про геологічні процеси, такі як тектонічні рухи, вулканічна активність, ерозія та утворення ландшафтів.
- Збереження геологічної спадщини — важливим елементом геотуризму є підтримка природоохоронних заходів для збереження унікальних геологічних об'єктів.
- Культурний аспект — геотуризм також охоплює взаємозв'язок між геологічними явищами та історією, культурою та розвитком людських цивілізацій у різних регіонах.

Геотуризм поєднує науку, природу та культуру, сприяючи пізнанню земної історії та її геологічних процесів, одночасно допомагаючи зберігати унікальні природні об'єкти для майбутніх поколінь.

Найпопулярніші сьогодні місцевості геотуризму в Закарпатті – НПП «Зачарований край» на Іршавщині та НПП «Ужанський» на Великоберезнянщині, а також вапнякові скелі та Карстові печери Угольського масиву Українських Карпат (вапнякові скелі Малий і Великий Гребінь, Вежа, Чур, Копиця, карстові печери: «Дружба», печери скелі Вів; порожнини скелі Чурь; печера прозорих стін; печера Ведмеже Ікло; печера Гребінь; печера Молочний Камінь та ін.

Пригодницький туризм — різновид туризму, пов'язаний з фізичними навантаженнями та організацією нестандартних турів у екзотичні й екологічно чисті природні резервації та включає незвичайні подорожі і нетрадиційні транспортні засоби [27].

Пригодницький туризм як форма екотуризму — це вид активного туризму, що поєднує екологічну відповідальність і пошук гострих відчуттів через фізичну активність у природних умовах, тобто, поєднує активний відпочинок з відповідальним ставленням до природи.

Основна мета пригодницького туризму полягає в дослідженні природних ландшафтів з мінімальним впливом на навколишнє середовище та повазі до місцевих екосистем.

Основні характеристики пригодницького туризму:

- Активна взаємодія з природою — цей вид туризму передбачає фізичні активності на природі, такі як піший туризм, альпінізм, сплави річками (рафтинг), каякінг, скелелазіння, велосипедні тури, каньйонінг, підводне плавання та інші пригоди на відкритому повітрі.
- Екологічна свідомість — учасники пригодницького туризму зобов'язуються дотримуватися правил збереження природи, уникаючи забруднення довкілля, мінімалізуючи

сліді свого перебування в дикій природі та дотримуючись принципів сталого використання природних ресурсів.

- Освітній аспект — туристи отримують знання про природні екосистеми, біорізноманіття та екологічні загрози, одночасно насолоджуючись активним відпочинком.
- Сприяння місцевій економіці — подорожі зазвичай організуються з місцевими гідами та підтримкою екологічно свідомих підприємств, що сприяє розвитку місцевих громад без шкоди для природи.
- Захист природи та культурної спадщини — у рамках пригодницького туризму часто підтримуються ініціативи, спрямовані на збереження природних і культурних ресурсів регіонів, які відвідують туристи.

Пригодницький туризм як частина екотуризму не лише задовольняє інтерес до активного відпочинку, але й сприяє екологічній обізнаності та відповідальному ставленню до природи.

Пригодницький туризм реалізується в різноманітних формах, що залежать від активностей, які включаються в подорожі, та природних середовищ, де вони відбуваються. Основні форми пригодницького туризму включають гірський туризм, водні пригоди (рафтинг, каякінг), сафарі та спостереження за дикою природою, велосипедний туризм, зимові види пригодницького туризму (лижний туризм, сноубординг), спелеотуризм тощо.

Кожна з цих форм пригодницького туризму пропонує різні рівні складності, підходить для різних фізичних можливостей і вподобань, але всі вони мають спільну мету — дослідження та насолода природою через активні форми відпочинку.

Основними локаціями для пригодницького туризму на Закарпатті є

- Полонина Руна, г. Пікуй, г. Петрос (пригоди тіла — подорожі, спортивні змагання):
- Бронецький замок, Вишківський замок, витоки Тиси, (пригоди розуму — навчання, детектив, дослідницька діяльність):
- Парк Шенборна, НПП «Зачарований край» Карстовий міст (емоційні пригоди — драми, гумор):
- Водоспад Шипіт, Піп-Іван Чорногірський, Анталовецька Поляна (пригоди духу — релігійна і філософська діяльність, духовні практики).

Найбільш поширеною формою пригодницького туризму є піші походи (трекінг) — форма активного відпочинку, яка передба-

чає піше пересування по природних територіях, часто по визначених маршрутах у горах, лісах, заповідниках або вздовж річок і узбереж. Це популярний вид пригодницького туризму, який поєднує фізичну активність, пізнання природи та насолоду від краєвидів.

На Закарпатті популярними є сходження на Говерлу, Полонину Боржава, похід на Чорногірський хребет, сходження на Говерлу і Петрос, тур в Лумшори (чани, готель та похід) похід по Горгагах і Свидовцю, похід на Чорногору — сходження на г. Піп Іван, похід на озера Чорногори, сходження на г. Бребенеску, похід до озер Несамовите, Бребенескул та Данцер, похід на хребет Пішконя, оз. Синевир — с. Колочава та інші.

Для любителів водних пригод — рафтинг по р. Тиса та її притоках: Тербля, Латориця, Ріка та Тересва.

Сільський туризм — це вид туризму, який передбачає відвідування сільських місцевостей для відпочинку, ознайомлення з сільським способом життя, культурою, традиціями та природним оточенням.

В Проекті закону України «Про сільський туризм» визначено термін сільський туризм як відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування у сільській місцевості (селі), а сільський зелений туризм трактується як відпочинковий вид сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів в власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства [17].

Основні риси сільського туризму:

- Проживання в сільській місцевості — туристи зазвичай зупиняються в приватних садибах, фермах, сільських будинках або екологічних готелях. Це дозволяє відчувати атмосферу сільського життя, взяти участь у господарських справах або просто насолодитися простим і натуральним способом життя.
- Ознайомлення з сільською культурою та традиціями — туристам надається можливість дізнатися про місцеві звичаї, ремесла, кулінарні традиції, брати участь у святкуваннях, ярмарках або народних обрядах. Це також може включати майстер-класи з виготовлення традиційних виробів, випічки хліба або збору врожаю.
- Агротуризм — підвид сільського туризму, де туристи активно долучаються до сільськогосподарських робіт, таких як збір врожаю, догляд за тваринами, обробка землі або

виготовлення продуктів (сирів, вина тощо). Це дає можливість глибше зрозуміти сільське господарство та навчитися новим навичкам.

- Екотуризм — частина сільського туризму, що поєднує екологічно відповідальні подорожі в сільські райони з метою пізнання природного середовища, сприяння його збереженню та підтримки сталого розвитку місцевих громад.
- Активний відпочинок — у сільській місцевості часто пропонуються різні форми активного відпочинку, такі як піші прогулянки, велотури, кінні прогулянки, риболовля, збирання грибів та ягід, полювання або спостереження за дикою природою.
- Кулінарний туризм — сільські регіони часто приваблюють туристів автентичною місцевою кухнею. Туристи можуть скуштувати традиційні страви, приготовані з місцевих продуктів, а також взяти участь у приготуванні їжі з використанням сільськогосподарської сировини.

Економічні дослідження зеленого туризму підкреслюють його потенціал як джерела сталого доходу для місцевих громад. Зелений туризм може стимулювати економічний розвиток через створення нових робочих місць і покращення місцевої інфраструктури. Залучення місцевого населення до туристичних проєктів зміцнює їхню економічну стабільність і знижує рівень міграції з сільських районів [8].

Сільський туризм надає можливість не лише відпочити, але й глибше зануритися в сільську культуру, з'єднатися з природою та зробити внесок у підтримку екологічної та культурної спадщини села [1].

Отже, можна сказати, що сільський зелений туризм в Україні є одним із найперспективніших напрямків туризму. Його розвиток забезпечує ряд переваг, зокрема стимулює економічну активність у сільських районах, сприяє відродженню автентичності окремих населених пунктів (їх культури, традицій, звичаїв), позитивно впливає на економічний стан регіонів, відкриває можливість для популяризації країни за кордоном та не вимагає значних інвестицій [1].

На Закарпатті сільський еко-туризм активно розвивається в кожному районі області. Найбільш динамічно розвивається сільський «зелений» туризм на Березівщині, яка відома своїми термальними джерелами, угорською кухнею і угорським колоритом, а також для гірських куточків Карпат, серед яких Міжгірщина з

її озером Синевир, Боржавськими полонинами, водоспадом Шипот, Рахівщина, де починаються гірські масиви Карпат, Хустщина з її еко-сирами, фермою оленів, термальними водами і Долиною нарцисів, Перечинщина, яка пропонує подорожі на курорт Воеводино і село Лумшори, Виноградівщина, яка запрошує в «королівське минуле» краю.

Головна особливість сільського «зеленого» туризму в Закарпатті — проживання в приватному секторі (садибах, котеджах). Туристи можуть відпочити в екологічно чистому регіоні, відчутти місцевий колорит, спробувати місцевої закарпатської кухні, ознайомитись з народним побутом і традиціями. Відпочинок доповнюють різноманітні екскурсії, лікувальні спа-процедури, активні подорожі – рафтинг, катання на квадроциклах, мотоциклах, джипінг, верхова їзда, піші походи, риболовля, катання на лижах, санках, сноубордах на курортах Плай, Буковель, Красія, прогулянки в лісі, участь у численних фестивалях: вина, бринзи, ріпи (картоплі), провідів овечих отар на полонину, народних промыслів і т. д.

Культурний екотуризм — це напрямок туризму, що поєднує вивчення культурної спадщини та природного середовища з акцентом на сталий розвиток і відповідальне використання ресурсів. Він дає туристам можливість ознайомитися з культурою та традиціями місцевих громад, одночасно підтримуючи збереження природних екосистем і культурної самобутності регіонів.

Особливості культурного екотуризму:

- Культурна інтеграція — туристи мають змогу глибше познайомитися з місцевими звичаями, мовою, мистецтвом, релігійними практиками та способами життя місцевих спільнот. Це часто включає участь у місцевих фестивалях, ритуалах, ремісничих майстернях та інших культурних заходах.
- Збереження культурної спадщини — мета культурного екотуризму полягає в тому, щоб допомогти зберегти матеріальну й нематеріальну культурну спадщину. Туристи відвідують історичні пам'ятки, архітектурні споруди, археологічні місця або етнографічні музеї, а також підтримують місцеві культурні проекти.
- Відповідальний туризм — культурний екотуризм спрямований на мінімізацію негативного впливу на природу та культуру. Він передбачає дотримання екологічних стандартів, повагу до традиційних цінностей місцевих спільнот та забезпечення сталого використання ресурсів.

- Підтримка місцевих громад — кошти, зароблені від екотуризму, допомагають місцевим громадам розвиватися. Це може бути підтримка місцевих ремісників, закупівля продукції в місцевих виробників або сприяння розвитку місцевих культурних ініціатив.
- Освітній аспект — туристи дізнаються про важливість культурної та природної спадщини, вивчають традиційні методи господарювання, будівництва або виготовлення ремісничих виробів, а також усвідомлюють, чому важливо зберігати ці практики для майбутніх поколінь [5].

Формами культурного екотуризму можуть бути етнографічні тури (відвідування місць, де збереглися традиційні культури, звичаї та способи життя), кулінарний екотуризм (знайомство з місцевими кулінарними традиціями, участь у приготуванні страв з використанням місцевих органічних продуктів, відвідування місцевих ринків та ферм), ремісничий туризм (відвідування місцевих майстерень і ремісничих центрів, де туристи можуть побачити, як виготовляються традиційні вироби (гончарство, ткацтво, різьблення по дереву тощо), та навіть взяти участь у майстер-класах).

Культурний екотуризм допомагає не лише зберігати культурні та природні багатства, але й сприяє сталому розвитку. Він створює нові можливості для економічного зростання місцевих громад, зберігаючи водночас їхню самобутність та екологічну рівновагу.

Закарпаття — це регіон України, багатий на історію, традиції та різноманітні культурні пам'ятки, що робить його привабливим для культурного туризму. Найбільш популярними місцями та подіями для культурного туризму в Закарпатті є:

- Замки Закарпаття (замок Паланок (Мукачівський замок), Ужгородський замок);
- Дерев'яні церкви Закарпаття (більшість з них занесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО);
- Музей народної архітектури та побуту в Ужгороді;
- Берегове і угорська культура (щорічно тут проводиться фестиваль вина);
- Фестиваль «Червене вино» у Мукачеві;
- Етнографічні села (Колочава);
- Гуцульські фестивалі.

Ці місця та заходи допомагають зберігати та популяризувати багатогранну культуру Закарпаття, залучаючи туристів, які цікавляться історією, мистецтвом та етнографією регіону.

Науковий екотуризм — це форма екотуризму, що спрямована на поєднання подорожей із науковими дослідженнями та вивченням природи. Мета таких подорожей — не лише насолодитися природними пейзажами, але й сприяти науковим ініціативам, досліджувати природні екосистеми, біорізноманіття, геологічні процеси та кліматичні зміни. Туристи можуть брати участь у наукових експедиціях або допомагати у збереженні довкілля під керівництвом експертів.

Основні риси наукового екотуризму:

- Освітня складова — туристи отримують можливість поглибити свої знання про природні екосистеми, флору, фауну, геологію або клімат. Під час таких подорожей проводяться лекції, семінари, екскурсії, які пояснюють процеси, що відбуваються в природі, і важливість їхнього збереження.
- Участь у наукових дослідженнях — туристи можуть брати активну участь у польових дослідженнях, таких як спостереження за тваринами, збір даних про стан екосистем, моніторинг кліматичних умов або вивчення рослинності. Це може бути як допомога професійним науковцям, так і участь у громадських наукових проєктах.
- Збереження природи — науковий екотуризм спрямований на збереження природних ресурсів та біорізноманіття. Туристи беруть участь у проєктах, спрямованих на захист довкілля, таких як посадка дерев, очищення територій, моніторинг стану природоохоронних зон.
- Сприяння розвитку екологічної свідомості — подорожі мають на меті підвищити екологічну обізнаність туристів, розуміння важливості сталого розвитку та відповідального ставлення до природи. Це допомагає формувати екологічно свідому поведінку серед широкого загалу.

Карпатський регіон України є унікальною територією з багатим біорізноманіттям, мальовничими ландшафтами та культурною спадщиною, що робить його привабливим для наукового туризму. В цьому регіоні проводяться численні наукові дослідження та експедиції, спрямовані на вивчення флори, фауни, геологічних особливостей, екосистем, а також впливу кліматичних змін. Це туризм з метою вивчення біорізноманіття в Карпатському біосферному заповіднику (моніторинг популяції карпатського бурого ведмеда, рисі, зубра та інших великих ссавців; дослідження ендемічних та реліктових видів рослин, вивчення динаміки лісових екосистем під впливом змін клімату та антропогенної діяльності

тощо.) геологічні експедиції в Карпатах (вивчення карстових печер (наприклад, печера «Дружба»), їх формування та впливу природних умов: геологічний аналіз гірських порід, що складають Карпати, для вивчення історії формування Карпатського регіону: дослідження зсувів і лавин для прогнозування та попередження природних катастроф), дослідження кліматичних змін у Карпатах (вивчення динаміки снігового покриву та його впливу на місцеву флору і фауну: моніторинг змін у гідрологічному режимі гірських річок та водоспадів: аналіз впливу температурних змін на популяції рідкісних видів рослин і тварин), експедиції з орнітології (спостереження за міграцією птахів, дослідження їхніх гніздувань та аналізу змін популяцій), екологічний моніторинг водних ресурсів (моніторинг якості води, дослідження екосистем річок та озер, а також вивчення впливу людської діяльності на водні ресурси).

Науковий туризм у Карпатському регіоні України надає можливість не лише насолодитися красою природи, але й зробити внесок у збереження довкілля та підтримати наукові дослідження. Він охоплює широке коло дисциплін, включаючи біологію, геологію, кліматологію, екологію та орнітологію, і сприяє підвищенню екологічної обізнаності серед туристів.

Таким чином, орієнтація туристичної діяльності на бережливе використання природних туристичних ресурсів має велике природоохоронне та виховне значення та сприяє сталому розвитку регіону.

Екологічний туризм є важливою складовою сталого розвитку, яка допомагає зберегти природні та культурні ресурси, забезпечуючи при цьому економічні вигоди та соціальну стабільність місцевих громад. Впровадження екологічних орієнтирів у туризмі є ключовим для досягнення балансу між розвитком галузі та збереженням довкілля. Однак, для досягнення стійкого еколого-збалансованого розвитку туризму необхідна екологізація всіх видів туристичної діяльності, яка полягає в їх екологічній орієнтації, впровадженні екологічних підходів до їх організації. Всі види туризму, які здійснюються в природне середовище повинні керуватися принципами раціонального використання та охорони природних туристичних ресурсів [15].

Закарпаття має великий потенціал для розвитку екологічно орієнтованих видів туризму завдяки своїм природним ресурсам, біорізноманіттю та унікальним ландшафтам. Серед перспективних напрямків можна виділити такі як екотуризм (подорожі до природних місць з мінімальним впливом на довкілля), сільський

зелений туризм (відвідання ферм, ознайомлення з екологічно чистими методами вирощування продуктів, участь у зборі врожаю, дегустація традиційних страв), термальний туризм (термальні курорти Берегова та Косино можуть поєднувати оздоровчі послуги з екологічними практиками, такими як використання відновлюваних джерел енергії та зменшення споживання енергетичних ресурсів), пішохідний та велосипедний туризм (Закарпаття має численні пішохідні та велосипедні маршрути, які можна розвивати в межах екотуризму), етнотуризм (передбачає занурення у місцеву культуру, знайомство з народними ремеслами, традиційною архітектурою та кухнею, що може бути інтегровано в екологічно орієнтовані тури), орнітологічний туризм (спостереження за птахами є популярним видом екологічного туризму, і Закарпаття з його різноманіттям видів птахів може залучати орнітологів та аматорів). Розвиток цих видів туризму може допомогти зберегти унікальні природні ресурси Закарпаття та підтримати місцеві громади, зменшуючи негативний вплив на довкілля. Екологічно орієнтовані види туризму забезпечують робочі місця в сільських районах, сприяють використанню місцевих ресурсів та розширюють можливості відпочинку для малозабезпечених верств населення.

Для успішного розвитку екологічно орієнтованих видів туризму необхідно вдосконалювати інфраструктуру — дороги, засоби зв'язку, еко-готелі та кемпінги, що позитивно впливатиме на загальний розвиток регіону. Організація екотурів і проведення освітніх заходів сприятиме формуванню відповідального ставлення до навколишнього середовища у туристів і мешканців.

Загалом, розвиток екологічно орієнтованих видів туризму на Закарпатті сприятиме сталому розвитку регіону, поєднуючи економічний розвиток із захистом природних і культурних ресурсів.

### **Список використаних джерел і літератури:**

1. Бойко В. О. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Агросвіт*. 2020. № 22. С. 58–65. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.22.58
2. Бриль К. Г. Екологічно-орієнтовані види туризму як стратегічний напрям розвитку галузі в сучасних умовах. *Економіка та держава*. 2015. № 9. С. 23–27.
3. Вишневський В.І. Екологічний туризм : навч. посіб. Київ : Інтерпрес ЛТД, 2015. 140 с.

4. Горіна Г. О. (2024). Сталий розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління. *Торгівля і ринок України*, 1(53). DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63>
5. Дерев'янко В. П. Розвиток екотуризму в Україні: культурний аспект. *Туристичний бізнес*. 2018. 15(2). С. 35–49.
6. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навч. посібн. / О. Ю. Дмитрук. К. : Альтерпрес, 2004. 192 с.
7. Євтушенко О. В., Курінна А. Т. Роль туризму в розвитку національної економіки України. *БІЗНЕСІНФОРМ*. № 11. 2018. С. 249-257.
8. Заваріка, Г., Видренко, А. (2024). Сталий розвиток зеленого туризму в епоху змін. *Економіка та суспільство*, (63). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-106>
9. Зінько Ю., Мальська М., Іваник М., Благодир С. Туризм у Карпатському регіоні: загрози для довкілля та способи сталого розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2014. Вип. 45. С. 443–451.
10. Коробейнікова Я.С. Екологічні проблеми туристично-рекреаційної діяльності. *Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування. Науково-технічний журнал*. 2021. № 1 (23). С.124–132.
11. Опанащук Ю.Я., Колісниченко Т.О., Вергун А.М. Світові досягнення та інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2021. № 27. С. 57–66.
12. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruzsm\\_2022.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruzsm_2022.pdf)
13. Паньків Н., Скрипник М. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 4. С. 229–240.
14. Паньків Н. Є., Гунько В. М. Вплив закладів туристичної інфраструктури на навколишнє середовище та розвиток еко-готелів як інноваційної концепції гостинності. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 27(3). С. 108–112.
15. Пригара О.В., Грабар М.В. Екологізація туризму як умова сталого розвитку. *Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»*. 2021. №5. С.16-19.
16. Пригара О.В. Екологічні проблеми туризму та шляхи їх вирішення. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчених Дрогобиц. держ. пед. ун-ту ім. І.Франка / ред.-упорядники В. Ільницький, А. Душний, І. Зимомря. Дрогобиц. : Посвіт, 2014. Вип. 8. С. 404–408.*

17. Про сільський та сільський зелений туризм. Проект закону України від 04.03.2021 № 5206. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JI04552A> (дата звернення 14.09.2024).
18. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>. (дата звернення: 03.09.2024).
19. Сафранов Т.А., Полетаєва Л.М. Проблема екологізації рекреаційно-туристичної діяльності в Україні. *Людина та довкілля. Проблеми неоекології*. 2016. № 3–4 (26). С. 51–61.
20. Скороход, І., Павліха, Н. (2021). Формування системи стандартизації та сертифікації сільського «зеленого» туризму в умовах європейської інтеграції. *Економічні горизонти*, 3(14), 55–63. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(14\).2020.234984](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(14).2020.234984)
21. Табенська, О.І. Прилуцький, А.М. (2023). Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (51). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-37>
22. Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403714> (дата звернення 12.08.2024).
23. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
24. Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283-302.
25. Strelnikova, M., Ivanova, R., Skrobotova, O., Polyakova, I., & Shelopugina, N. (2023). Development of inclusive tourism as a means of achieving sustainable development. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(1). DOI: <https://doi.org/10.37497/sdgs.v11i1.273>
26. Tourism and the Sustainable Development Goals — Journey to 2030. URL: <https://www.undp.org/publications/tourism-and-sustainable-development-goals-journey-2030> (дата звернення: 17.08.2024).
27. Adventure Travel Trade Association. URL: <https://www.adventuretravel.biz> (дата звернення: 25.08.2024).
28. Climate Change and Tourism. URL: <https://www.onecaribbean.org/content/files/unwtoclimatechangereport.pdf> (дата звернення: 07.08.2024).
29. Eco-tourism Principles and Concepts. URL: (дата звернення 02.09.2024).
30. Global Code of Ethics for Tourism (GCET). URL: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (дата звернення: 18.08.2024).
31. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). URL: <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-Indicators-UKRAINIAN.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).
32. Green Tourism. URL: <https://green-tourism.com> (дата звернення: 11.09.2024).

33. International Union for Conservation of Nature. *Definition of Ecotourism*. URL: <https://IUCN.org> (дата звернення: 12.09.2024).
34. Sustainable development. *UN Tourism*. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата звернення: 05.09.2024).
35. The International Ecotourism Society (TIES). *Ecotourism*. URL: <https://www.unescap.org/sites/default/files/20.%20FS-Ecotourism.pdf> (дата звернення: 27.08.2024).
36. Tourism and Environmental Conservation. URL: <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism> (дата звернення: 22.08.2024).
37. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Ecotourism*. URL: <https://unesdoc.unesco.org> (дата звернення: 07.09.2024).
38. World Tourism Organization. Glossary of tourism terms. *UNWTO*. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (08.09.2024).

## **2.2. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ: ВИЗНАЧЕННЯ, КОНЦЕПЦІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ**

### **■ Марина Грабар**

*кандидат економічних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Термін цифрова трансформація може застосовуватися до будь-чого, що змінюється від аналогового до цифрового. У глобальному масштабі це сума змін, що відбуваються в епоху цифрових технологій.

Цифрова трансформація — це процес інтеграції цифрових технологій у всі частини організації, такі як продукти, послуги чи операції, щоб надавати цінність клієнтам. У глобальному та цифровому середовищі цей тип трансформації — це більше, ніж просто йти в ногу з рештою світу — це продовжувати впроваджувати інновації та шукати нові, кращі способи роботи. Цифрова трансформація є необхідною для всіх компаній, від малого до корпоративного. Цифрова трансформація як інтеграція цифрових технологій у всі сфери бізнесу призводить до фундаментальних змін у тому, як бізнес працює та як він надає цінність клієнтам.

Питання розвитку цифрових процесів цікавлять велике коло науковців.

С. Петько вивчав теоретичні основи процесу цифрової трансформації суб'єктів господарювання. Автором розглянуто ключові напрямки та модель цифрової трансформації суб'єкта господарювання незалежно від його форми власності [12].

О. Мандич, Н. Бабко, М. Лищенко, Л. Харчевнікова аналізували цифрову трансформацію бізнесу як об'єктивну необхідність, яка слугує платформою для підвищення його конкурентоспроможності на ринку [6, с.15].

Ю. Нікітін, О. Кульчицький на основі дослідження визначень та термінів цифрової парадигми виокремили основні характеристики цифрового бізнесу та аспекти цифрового перетворення і ознаки ефективної трансформації підприємства [10, с. 77].

О. Стрижак досліджував трансформацію індустрії туризму під впливом цифровізації суспільно-економічних відносин [13, с. 41]. Науково-практичні підходи до діджиталізації в сучасній індустрії туризму та гостинності, проблеми і перспективні напрями використання у ній цифрових технологій знаходять своє відображення

у працях Ю. Головчук, О. Худоба, Р. Боднар [2]. А. Аврят аналізував використання цифрових технологій в питаннях управління туризмом [1, с. 235].

Проте поза увагою залишається концепція цифрової трансформації туризму та рекреації з позиції історичної генези розвитку та сучасного стану ринку на основі застосування інформаційних технологій.

Бізнес може піти на цифрову трансформацію з кількох причин. Але найімовірніша причина полягає в тому, що вони змушені: це питання виживання. Після пандемії критично важливою стала здатність організації швидко адаптуватися до збоїв у ланцюзі постачання, вчасно реагувати на тиск ринку та очікування клієнтів, що швидко змінюються.

Метою цифрової трансформації, як зазначено в новій книзі McKinsey «Rewired: A McKinsey Guide to Outcompeting in the Age of Digital and AI», має бути створення конкурентної переваги шляхом постійного масштабного впровадження технологій, покращення взаємодії з клієнтами та зниження витрат [37]. Цифрові трансформації, з іншого боку, — це довгострокові зусилля, спрямовані на те, як організація постійно вдосконалюється та змінюється, а це означає справді довгострокову перспективу. Це тому, що технології не тільки все більше інтегруються в бізнес, але й постійно розвиваються. Наприклад, враховуючи зростаючу важливість штучного інтелекту для отримання інформації про бізнес і забезпечення логіки прийняття рішень, будь-яка цифрова трансформація також має бути трансформацією ШІ.

Цифровізація суспільства почалася наприкінці 20-го століття та зазнала стрімкого прискорення в перші два десятиліття 21-го століття, стимулюючи зростаючу потребу в цифровій трансформації в усіх галузях. Пандемія COVID-19 у поєднанні зі зміною ринкових умов посилила потребу в автоматизації, віддаленій роботі та ефективному робочому процесі. Впровадження ініціатив цифрової трансформації покращує роботу компанії та більш гнучко реагує на потреби ринку. Перехід на цифрові технології — це наступний крок до трансформації, де компанії знаходять, як використовувати абстрактні або оцифровані дані та процеси. Ці інновації сприяють покращенню ведення документації, якості виробництва, часу виходу на ринок, моніторингу та ефективності виробництва тощо.

Дійсно, багато організацій вважають, що вони повинні або адаптуватися до мінливих ринкових сил, спричинених цифро-

візацією, або зіткнутися з вимиранням. Згідно зі звітом IDC, 82% організацій вважають, що вони «повинні інвестувати в цифрову трансформацію або залишаться позаду». У звіті Insight Intelligent Technology Report за 2023 рік, розробленому інтегратором Insight Enterprises, було опитано 1000 керівників компаній. Майже половина респондентів назвали здатність йти в ногу з технологічними інноваціями як одну з найбільших загроз, з якою вони зіткнуться протягом наступних 12 місяців [25].

За прогнозами, у 2024 р. витрати на цифрову трансформацію становитимуть 2,15 трлн дол. США (рис. 2.2.1). Очікується, що до 2027 р. глобальні витрати на цифрову трансформацію досягнуть 3,9 трлн дол. США.

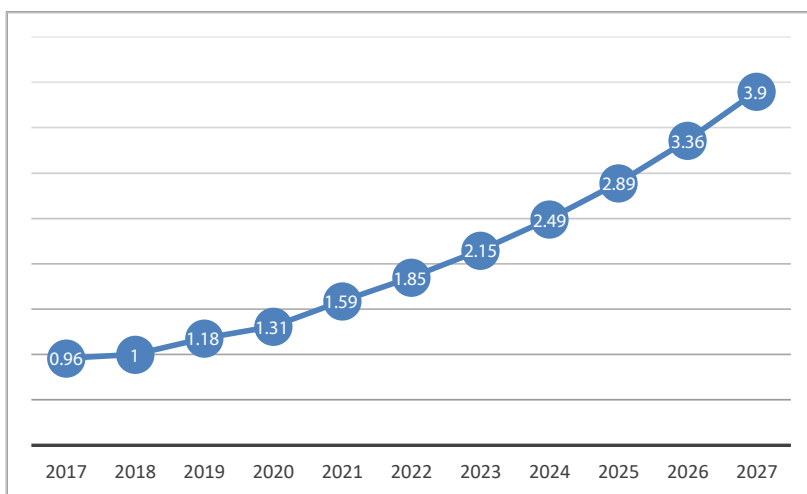


Рис. 2.2.1. Витрати на технології та послуги цифрової трансформації в усьому світі 2017-2027 рр., трлн дол. США [33]

Цифрова трансформація — це процес інтеграції цифрових технологій у всі аспекти бізнесу, що кардинально змінює спосіб його функціонування та створення цінності для клієнтів. Вона передбачає не тільки впровадження нових технологій, але й зміну бізнес-моделей, організаційних структур та корпоративної культури для забезпечення максимальної ефективності та адаптивності у швидкозмінному цифровому середовищі.

Наукові дискусії стосовно сутності поняття цифрова трансформація представлені у табл. 2.2.1.

Таблиця 2.2.1

**Трактування сутності поняття цифрова трансформація**  
(сформовано автором за даними [3; 5; 7; 9; 12; 14; 15; 16; 24])

№ п/п	Автор	Визначення
1	Н.Скоробогатова	цифрова трансформація — це перетворення наявних аналогових (іноді електронних) продуктів, процесів та бізнес-моделей організації, в основі якої лежить ефективне використання цифрових технологій [15, с. 390]
2	i-SCOOP	цифрова трансформація — це культурна, організаційна та операційна зміна організації, галузі чи екосистеми шляхом розумної інтеграції цифрових технологій, процесів та компетенцій на всіх рівнях та функціях поетапно та стратегічно [24]
3	І. Струтинська	цифрова трансформація — процес еволюції економічних, соціальних, виробничих, техніко-технологічних відносин у суспільстві, викликаний розвитком інформаційно-комунікаційних технологій [14, с. 93]
4	І. Головачов, О. Ніфатова	цифрова трансформація — впровадження цифрових технологій в усі сфери бізнесу з метою побудови більш стійких відносин та кращого розуміння потреб клієнтів [3, с. 105]
5	В. Марченко	цифрова трансформація — політика і процес впливу держави на суспільство загалом, його інституції, апарат самої держави, економіку і бізнес із метою впровадження цифрових інформаційно-комунікаційних технологій в їх життєдіяльність [7, с. 280]
6	В. Круглов	цифрова трансформація — організаційні чи суспільні зміни на основі впровадження цифрових технологій в усі аспекти взаємодії з людиною [5, с. 143]
7	І. Новак	цифрова трансформація — зміна культури та мислення організації при переході від традиційних процесів до цифрових технологій у внутрішній, орієнтований на персонал (employee-facing), і зовнішній, орієнтований на клієнта (customer-facing), функціях компанії, та дозволяє адаптувати організацію до швидкого розвитку технологій [9, с. 219]
8	С. Петько	цифрова трансформація — це своєрідна реформа, яка має бути свідомо погодженою між власником, топ-менеджментом та ключовими стейкхолдерами суб'єкта господарювання для його повного оновлення та переходу на цифровий рівень розвитку завдяки використанню цифрових технологій, які кардинально впливатимуть на гнучкість та результативність бізнес-процесів [12]

9	World Bank Group	цифрова трансформація — прояв якісних, революційних змін, що полягають не тільки у окремих цифрових перетвореннях, а й у принциповій зміні структури економіки, у перенесенні центрів створення доданої вартості у сфері вибудовування цифрових ресурсів та наскрізних цифрових процесів [16, с. 106]
---	------------------	---

Змістовий аналіз визначень дозволяє виділити різні підходи до розгляду сутності процесу цифрової трансформації, а саме:

1. Організаційний: цей підхід акцентує увагу на тому, що цифрова трансформація є комплексним процесом, який охоплює всі рівні та функції організації, галузі чи екосистеми. Інтеграція цифрових технологій має бути розумною, поетапною та стратегічною, що свідчить про необхідність планування та управління змінами. Цифрова трансформація включає зміну культури та мислення організації при переході від традиційних процесів до цифрових технологій. Це охоплює як внутрішні, орієнтовані на персонал, так і зовнішні, орієнтовані на клієнтів функції компанії, що дозволяє організації адаптуватися до швидкого розвитку технологій.

2. Технологічний: підкреслює, що цифрова трансформація передбачає використання цифрових технологій для модернізації наявних продуктів, процесів та моделей. Вона викликана розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, що свідчить про вплив цих технологій на всі сфери життя.

3. Клієнтоорієнтований: цифрова трансформація розглядається як впровадження цифрових технологій у всі сфери бізнесу з метою побудови стійких відносин та кращого розуміння потреб клієнтів. Це акцентує увагу на клієнтоорієнтованості та покращенні взаємодії з клієнтами.

4. Соціальний: цифрова трансформація розглядається як зміни, що відбуваються в організації чи суспільстві на основі впровадження цифрових технологій у всі аспекти взаємодії з людиною. Це підкреслює важливість людського фактора у процесі цифрових змін. Цифрова трансформація є процесом еволюції економічних, соціальних, виробничих та техніко-технологічних відносин у суспільстві.

Цифрова трансформація є багатогранним процесом, який включає в себе не тільки технологічні, але й культурні, організаційні та соціальні аспекти. Різні напрями до її розгляду підкреслюють важливість комплексного підходу, стратегічного планування та орієнтації на клієнта і персонал. Важливу роль також відіграють державна політика та еволюційні зміни в суспільстві.

Цифрова трансформація може допомогти компаніям підвищити лояльність клієнтів, залучити талановитих співробітників, сприяти конкурентній перевазі та створювати цінність бізнесу. Дослідження McKinsey показали, що в період з 2018 по 2022 рр. «цифрові лідери» досягли приблизно на 65% більших річних прибутків акціонерів, ніж цифрово «відстаючі» [25].

У деяких країнах, таких як Японія, цифрова трансформація навіть має на меті вплинути на всі аспекти життя за допомогою ініціативи країни «Суспільство 5.0» (яка має певну схожість із баченням промислової трансформації «Індустрія 4.0»).

«Цифрові лідери», які досягнуть своїх цілей трансформації, отримують кілька переваг. Основні переваги цифрової трансформації взаємопов'язані та взаємозалежні і включають:

- підвищення ефективності та продуктивності;
- краще управління ресурсами;
- більше стійкості;
- більша маневреність;
- покращене залучення клієнтів і персоналізація;
- підвищена чутливість до вимог ринку;
- ІТ модернізація;
- більше інновацій;
- швидший вихід на ринок із новими продуктами та послугами;
- збільшення доходу;
- постійна актуальність.

Загалом, цифрова трансформація дозволяє організаціям досягти успіху в цю цифрову епоху: для бізнесу цей успіх означає більший дохід і більший прибуток. Інші типи організацій, наприклад, некомерційні та державні установи, можуть краще задовольняти потреби зацікавлених сторін або покращити надання послуг громадянам.

Нинішні та майбутні зрушення та зміни, що призводять до необхідності швидшого розгортання стратегії цифрової трансформації, можуть бути спричинені декількома причинами, часто одночасно, на рівнях поведінки та очікувань клієнтів, нових економічних реалій, суспільних змін (наприклад, старіння населення), порушення екосистеми галузі та прискорене впровадження та інновації щодо нових або існуючих цифрових технологій.

На практиці наскрізна оптимізація клієнтського досвіду, операційна гнучкість та інновації є ключовими рушійними силами та цілями цифрової трансформації разом із розвитком нових дже-

рел доходу та інформаційних екосистем цінностей, що призводить до трансформації бізнес-моделі та нових форм цифрових процесів. Однак перш ніж потрапити туди, важливо також вирішити внутрішні проблеми, серед іншого на рівні застарілих систем і роз'єднань у процесах, завдяки чому внутрішні цілі є неминучими для наступних кроків.

Згідно зі змістовним аналізом джерельної бази є кілька типів цифрової трансформації [27]:

- 1) трансформація процесу;
- 2) трансформація бізнес-моделі;
- 3) трансформація домену;
- 4) культурна або організаційна трансформація.

Трансформація процесу: значні зміни або вдосконалення вносяться до реалізації, потоку, дизайну або діяльності, задіяної в певному процесі. Цей тип цифрової трансформації зосереджується на досягненні конкретних цілей, наприклад, підвищення ефективності шляхом технологічного вдосконалення.

Трансформація процесу може бути викликана змінами внутрішнього чи зовнішнього середовища або недостатньою ефективністю поточних процесів. Вона спрямована на підтримку цілей компанії та використання технологій для зниження витрат. Оптимізація процесу може включати: консолідацію ізольованих або резервних робочих процесів; створення інтелектуальних робочих процесів за допомогою III; заміна ручних завдань III та автоматизацією.

Оптимізація процесів може допомогти організаціям знизити витрати (зменшити час обробки замовлень, рівень фізичних зусиль і обсяг матеріалів), краще використовувати людський капітал і допомогти всім зацікавленим сторонам швидше приймати розумні рішення [11].

Трансформація бізнес-моделі — це фундаментальна зміна способу, яким організація постачає продукти, послуги та цінності своїм клієнтам, інвесторам або зацікавленим сторонам.

Організації прагнуть до трансформації бізнес-моделі з багатьох причин, наприклад, щоб задовольнити мінливі очікування клієнтів, збільшити слабкі продажі або виділитися на висококонкурентному ринку. Вони також можуть отримати шанс повернути увагу ринку на свою користь за допомогою нової бізнес-моделі або мати змогу відповісти на дії сильного конкурента.

Більш широкий підхід включає зміни в тому, як продукт або послуга виводяться на ринок. Замість того, щоб зосереджуватися

на поступових вдосконаленнях або впровадженні нових технологій, цей тип цифрової трансформації передбачає радикальне переосмислення та реструктуризацію всієї бізнес-моделі.

Трансформація бізнес-моделі може стати необхідною через зміну ринкових умов, революційні технології, зміни в уподобаннях клієнтів або інші зовнішні фактори, які можуть вплинути на довгострокову життєздатність компанії. Мета полягає в тому, щоб організація залишалася актуальною та успішною.

Трансформація домену не так широко обговорюється, але він може бути надзвичайно успішним. Трансформація домену — це коли бізнес хоче вийти на новий ринок і диверсифікувати свій портфель [27].

Нові конкуренти чи технології можуть утруднити діяльність за поточним бізнес-планом, тому трансформація домену допомагає підтримувати компанію активною та успішною.

Керівництво зосереджується на людях, які керують компанією, коли відбуваються культурні чи організаційні перетворення. Зрушення відбуваються з точки зору поведінки та ставлення працівників, щоб допомогти досягти ключових цілей, або реструктуризації організації для сприяння прозорості, інклюзивності, співтовариства та співпраці.

Культурна або організаційна трансформація, як правило, дозволяє працівникам стати більш відкритими до цифрового впровадження, оскільки вони визнають переваги роботи в цифровому бізнесі та стануть учасниками цифрової трансформації.

Процес цифрової трансформації включає чотири основні фази: рання стадія, середня стадія, стадія росту та зріла стадія. Вони описані у працях багатьох дослідників і практиків в галузі управління та інформаційних технологій. Серед авторів, які досліджували та описували ці етапи, можна виділити наступних:

1. Джон Коттер — його класичні праці щодо управління змінами, такі як «Leading Change» включають важливі концепції, які можна застосувати до процесів цифрових змін [26].
2. Джордж Вестерман, Дідьє Бонне та Ендрю МакАфі — у книзі «Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation» детально розглядають процес цифрової трансформації в організаціях [39].
3. Девід Роджерс — у праці «The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age» описує п'ять доменів цифрової трансформації, які охоплюють стратегічні підходи до процесу [31].

4. Ідріс Моатамід та Уве Гладішефф — у своїй праці «Digital Transformation: Building Smart Infrastructures» аналізують етапи та стратегії цифрової трансформації в контексті інфраструктур [28].

Зусилля щодо цифрової трансформації відрізняються від галузі до галузі. Процес може дещо відрізнятись залежно від очікувань клієнтів, бізнес-моделей та організаційної культури. Однак загальний процес цифрової трансформації можна розбити на чотири етапи.

1. *Рання стадія.* Перший етап процесу включає планування, розвиток необхідних партнерських стосунків і тестування можливостей організації. Керівники бізнесу розробляють підхід і обирають інструменти або цифрові інновації, які вони хочуть запровадити.

2. *Середня стадія.* На цьому етапі бізнес-лідери обирають напрямки, як-от бізнес-процеси, цифрові продукти або ключові ролі в організації. Визначають стратегію цифрової трансформації разом із ключовими показниками ефективності (KPI), які допомагають оцінити успіх.

3. *Стадія росту.* Етап зростання в проекті цифрової трансформації наголошує на масштабованості. Він зосереджений на впровадженні нових бізнес-процесів, продуктів і протоколів у всій організації. Управління змінами запроваджується на третьому етапі процесу трансформації.

4. *Зріла стадія.* Останній етап цифрової трансформації бізнесу зосереджений навколо постійних інновацій та вдосконалення. Стратегічний підхід до управління також має бути визначений на зрілому етапі.

Навіть в організаціях, де ініціатива цифрової трансформації була «завершена», необхідні постійне обслуговування та повторна оцінка.

Цифрова трансформація є вирішальною для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку бізнесу в сучасних умовах. Вона дозволяє компаніям бути більш адаптивними, ефективними та орієнтованими на клієнтів, що є критично важливим у динамічному та невизначеному середовищі. Компанії дедалі більше витрачають на процеси цифрової трансформації, що пов'язано із наступними напрямками впливу цифровізації на функціонування підприємств: конкурентоспроможність, ефективність та продуктивність, взаємодія з клієнтами, прийняття рішень на основі даних, адаптивність, сталий розвиток, інновації та економія коштів. Розглянемо їх більш детально:

- конкурентоспроможність: компанії, які не приймають цифрову трансформацію, ризикують відстати від своїх конкурентів, які модернізували свої інструменти та процеси;
- ефективність та продуктивність — цифрова трансформація оптимізує процеси, автоматизує завдання, покращує керування даними, звільняє час для співробітників, щоб зосередитися на інших сферах бізнесу, і підвищує продуктивність праці;
- покращення взаємодії з клієнтами: компанії можуть пропонувати онлайн-послуги, персоналізовану взаємодію, швидкі відповіді на запити та більш бездоганний досвід, що означає, що:
  - прийняття рішень на основі даних — організації можуть збирати та аналізувати дані цифрової трансформації в масштабі, використовуючи їх для розуміння поведінки та вподобань клієнтів. Потім вони можуть приймати обґрунтовані рішення щодо створення продуктів і послуг, які краще відповідають потребам клієнтів;
  - підвищення адаптивності — цифрова трансформація дозволяє компаніям йти в ногу зі зміною ринкових умов і вимог клієнтів. Вони мають розширені можливості для застосування послідовного та гнучкого підходу;
  - зміцнення сталого розвитку — за допомогою цифрових процесів компанії можуть зменшити споживання енергії та відходи паперу, дозволяючи їм використовувати екологічно чистий і стійкий підхід до свого бізнесу;
- інновації: впроваджуючи процеси цифрової трансформації, компанії можуть вивчати нові бізнес-моделі, розробляти нові продукти чи послуги або виходити на нові ринки;
- залучення та утримання талантів: створення технологічно передової компанії означає, що молоді покоління, які приходять на роботу, з більшою ймовірністю залишаться працювати. Компанії зі стратегіями цифрової трансформації, ймовірно, залучать і утримують найкращі таланти;
- економія грошей — цифрові процеси зменшують потребу у фізичних ресурсах, ручній праці та документації, що значно скорочує витрати в довгостроковій перспективі.

Концепція цифрової трансформації включає наступні ключові аспекти: технологічні інновації, цифрова культура, клієнтоорієнтованість, автоматизація процесів, гнучкість та адаптивність, інтеграція систем, кібербезпека (табл. 2.2.2).

Таблиця 2.2.2

**Концептуальні складові цифрової трансформації**  
(сформовано автором)

<b>Найменування</b>	<b>Характеристика</b>
Технологічні інновації	використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей (IoT), блокчейн, великі дані та хмарні обчислення, для підвищення ефективності та продуктивності.
Цифрова культура	формування цифрової культури в організації, що включає готовність до змін, підтримку інновацій та навчання новим навичкам.
Клієнтоорієнтованість	підвищення рівня обслуговування клієнтів за допомогою цифрових каналів, аналізу даних та персоналізації пропозицій.
Автоматизація процесів	заміна ручних процесів автоматизованими, що дозволяє зменшити витрати, знизити кількість помилок та прискорити виконання завдань.
Гнучкість та адаптивність	впровадження гнучких методів управління проектами та процесами, що дозволяє швидко реагувати на зміни ринку та потреби клієнтів.
Інтеграція систем	забезпечення взаємодії між різними цифровими системами та платформами для створення єдиної інформаційної екосистеми.
Кібербезпека	забезпечення захисту цифрових активів та даних від кібератак та несанкціонованого доступу.

Проаналізуємо детальніше наведені вище складові цифрової трансформації.

Індустрія туризму значною мірою покладається на задоволеність клієнтів і персоналізований досвід. Щоб ефективно задовольнити ці вимоги, компанії впровадили технологічні інновації, які підвищують ефективність і пропонують мандрівникам унікальні враження (табл. 2.2.3).

Цифрову культуру можна визначити як цінності, переконання, поведінку та технології, які формують те, як люди працюють і взаємодіють у цифровому середовищі. Він охоплює низку елементів, зокрема мислення, співпрацю, інновації та впровадження технологій. На відміну від традиційної організаційної культури, цифрова культура зосереджена на використанні технологій для досягнення бізнес-цілей.

Таблиця 2.2.3

**Роль і вплив технологічних інновацій на туризм [30]**

<b>Роль технологій у туризмі та подорожах</b>	<b>Вплив на динаміку галузі</b>	<b>Загальні переваги для туристичних та туристичних підприємств</b>
Підвищення операційних можливостей	Оптимізує та автоматизує складні операції, від обслуговування клієнтів до логістики.	Підвищує ефективність, знижує операційні витрати та звільняє ресурси для інновацій.
Сприяння отриманню розширених даних	Забезпечує збір та аналіз великих обсягів даних для прийняття обґрунтованих рішень.	Допомагає зрозуміти ринкові тенденції та поведінку клієнтів, що призводить до кращих стратегій.
Поліпшення взаємодії з клієнтами та досвіду	Змінює спосіб взаємодії з клієнтами, від бронювання до відгуків.	Підвищує задоволеність та залученість клієнтів, сприяє лояльності та повторним продажам.
Сприяння інноваціям та конкурентоспроможності	Заохочує постійні інновації, щоб залишатися попереду на конкурентному ринку.	Зберігає бізнес актуальним та привабливим, залучаючи нових клієнтів та утримуючи старих.

Цифрова культура важлива для організацій з кількох причин. По-перше, він підтримує такі бізнес-цілі, як інновації, клієнтський досвід і швидкість виконання. У цифровій економіці організації повинні мати можливість швидко впроваджувати інновації та адаптуватися до мінливих очікувань клієнтів.

По-друге, цифрова культура є важливою в поточному бізнес-ландшафті, оскільки вона стимулює цифрову трансформацію. Організації, які охоплюють цифрову культуру, краще оснащені для використання нових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та Інтернет речей. Вони також краще адаптуються до мінливих умов ринку та потреб клієнтів.

Нарешті, цифрова культура є важливою для залучення та утримання найкращих талантів. У цифровій культурі співробітники мають право брати на себе відповідальність за свою роботу та сприяти успіху організації. Це сприяє почуттю цілеспрямованості та зацікавленості, що може покращити утримання працівників і продуктивність.

Взаємодія з клієнтами — це сукупність уявлень клієнтів, що є результатом усіх їхніх взаємодій із компанією чи брендом — онлайн, у офісі та в повсякденному житті.

Зрештою, усі шляхи цифрової трансформації ведуть до домену клієнтського досвіду. Постійне вдосконалення клієнтського досвіду є конкурентним імперативом для більшості організацій.

Клієнтоорієнтованість цифрової трансформації є одним із ключових аспектів цього процесу, що передбачає фокусування на потребах і очікуваннях клієнтів. Вона включає в себе наступні елементи:

1. Персоналізація обслуговування: використання великих даних та аналітики для розуміння індивідуальних потреб клієнтів; налаштування пропозицій і послуг під конкретних клієнтів, щоб забезпечити максимально релевантний досвід.

2. Покращення комунікації: запровадження багатоканальних комунікацій, що дозволяють клієнтам взаємодіяти з бізнесом через різні канали (електронна пошта, чат-боти, соціальні мережі тощо); використання автоматизованих систем для швидкого та ефективного оброблення запитів клієнтів.

3. Забезпечення безшовного досвіду: інтеграція різних цифрових платформ та інструментів для створення єдиного, зручного для користувача інтерфейсу; забезпечення безперервності та зручності користування сервісами, незалежно від пристрою чи каналу комунікації.

4. Аналіз зворотного зв'язку: збір та аналіз зворотного зв'язку від клієнтів для постійного вдосконалення продуктів та послуг; використання опитувань, відгуків та соціальних медіа для отримання інформації про досвід клієнтів.

5. Розвиток нових цифрових продуктів та послуг: використання цифрових технологій для створення нових продуктів та послуг, які відповідають потребам сучасних клієнтів; інноваційні рішення, такі як мобільні додатки, онлайн-платформи, віртуальна та доповнена реальність для покращення клієнтського досвіду.

Автоматизація процесів сприяє підвищенню ефективності та зниженню витрат у різних галузях. Вона включає в себе такі напрямки:

1. Роботизована автоматизація процесів: використання програмних роботів для виконання рутинних завдань, таких як обробка даних, управління документами, введення даних тощо; зменшення кількості помилок, підвищення швидкості виконання завдань та звільнення працівників для виконання більш складних завдань.

2. Автоматизація бізнес-процесів: використання спеціалізованого програмного забезпечення для автоматизації складних бізнес-процесів, таких як управління проектами, фінансовий кон-

троль, управління ланцюгами постачання; підвищення продуктивності та забезпечення прозорості процесів.

3. Автоматизація маркетингових процесів: використання платформ для автоматизації маркетингу (Marketing Automation), які дозволяють автоматизувати email-маркетинг, соціальні медіа кампанії, сегментацію аудиторії та аналіз ефективності кампаній; забезпечення персоналізованого підходу до клієнтів та підвищення ефективності маркетингових заходів.

4. Автоматизація обслуговування клієнтів: впровадження чат-ботів та віртуальних асистентів для швидкого та ефективного оброблення запитів клієнтів; зменшення навантаження на службу підтримки та покращення якості обслуговування клієнтів.

5. Автоматизація управління людськими ресурсами: використання HRM-систем для автоматизації процесів найму, управління кадрами, обліку робочого часу та навчання персоналу; підвищення ефективності управління персоналом та покращення роботи з талантами.

6. Автоматизація фінансових процесів: впровадження програмних рішень для автоматизації бухгалтерського обліку, фінансового планування, звітності та управління бюджетом; зниження ризиків та підвищення точності фінансових операцій.

Цифрова трансформація є динамічним процесом, що вимагає від компаній здатності швидко реагувати на зміни та адаптуватися до нових умов. Гнучкість та адаптивність стають ключовими чинниками успішної трансформації, дозволяючи організаціям ефективно використовувати нові технології, вдосконалювати бізнес-процеси та підвищувати конкурентоспроможність.

Роль гнучкості та адаптивності у цифровій трансформації проявляється через:

- реагування на зміни ринку: швидка адаптація до змін ринкових умов та дій конкурентів, що дозволяє зберігати та розширювати ринкові позиції; реагування на зміни у вподобаннях та очікуваннях споживачів, що забезпечує високий рівень задоволеності клієнтів;
- впровадження нових технологій: здатність до швидкого впровадження нових технологій, що забезпечує конкурентні переваги та оптимізацію бізнес-процесів; використання методологій гнучкої розробки (Agile) дозволяє ефективно управляти проектами та швидко адаптуватися до змін;
- покращення внутрішніх процесів: гнучкі та адаптивні організації можуть швидко переглядати та вдосконалювати

внутрішні процеси для підвищення ефективності, використання сучасних підходів до управління, таких як DevOps та Lean, сприяє швидкому впровадженню змін та підвищенню продуктивності.

Цифрова трансформація вимагає глибокої інтеграції різних інформаційних систем, що використовуються в бізнес-процесах. Для туристичної галузі, де взаємодія між різними учасниками є критично важливою, інтеграція систем дозволяє покращити ефективність, підвищити рівень обслуговування клієнтів та створити нові можливості для бізнесу. Інтеграція може включати об'єднання внутрішніх систем управління, зовнішніх платформ бронювання, систем управління клієнтськими відносинами (CRM) та інших цифрових інструментів.

Основні типи інтеграції систем:

1. Інтеграція управлінських систем

- системи управління підприємством (ERP): інтеграція ERP-систем дозволяє об'єднати всі основні бізнес-процеси (фінанси, постачання, виробництво, HR) в єдину платформу;
- системи управління запасами: інтеграція з системами управління запасами дозволяє ефективніше контролювати наявність та переміщення товарів.

2. Інтеграція CRM-систем

- управління клієнтськими відносинами: CRM-системи об'єднують всі дані про клієнтів, включаючи історію бронювань, запити та скарги, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та покращувати обслуговування.
- маркетинг та продажі: інтеграція CRM з маркетинговими та продажними платформами дозволяє створювати ефективні кампанії та відслідковувати їх результати.

3. Інтеграція з зовнішніми платформами

- платформи бронювання: інтеграція з платформами, такими як Booking.com, Expedia, Airbnb, дозволяє автоматично оновлювати інформацію про наявність номерів, ціни та спеціальні пропозиції.
- соціальні мережі: інтеграція з соціальними мережами дозволяє ефективно управляти відгуками клієнтів, проводити маркетингові кампанії та аналізувати взаємодію з аудиторією.

4. Інтеграція з фінансовими системами

- платіжні системи: інтеграція з платіжними системами дозволяє автоматизувати обробку платежів, забезпечити

безпеку транзакцій та зменшити час на проведення фінансових операцій.

- бухгалтерські системи: інтеграція з бухгалтерськими системами забезпечує точний облік фінансових даних та формування звітності.

Інтеграція систем є ключовим аспектом цифрової трансформації в туристичній галузі, що дозволяє підвищити ефективність операцій, покращити обслуговування клієнтів та створити нові можливості для бізнесу. Успішна інтеграція вимагає ретельного планування, вибору відповідних технологій, ефективного управління проектом та навчання персоналу. Незважаючи на виклики, що можуть виникнути, переваги інтегрованих систем значно перевищують потенційні труднощі та сприяють сталому розвитку компанії в умовах цифрової економіки.

Туристична галузь, яка активно впроваджує новітні цифрові технології, стикається з загрозами кібератак, витоку даних та іншими кіберінцидентами. Забезпечення кібербезпеки є критично важливим для захисту конфіденційної інформації, безперебійної роботи систем та збереження довіри клієнтів.

Захист даних клієнтів, таких як імена, адреси, інформація про платежі та інші особисті дані, є критично важливим для запобігання шахрайству та втрати довіри. Конфіденційні бізнес-дані, включаючи фінансову інформацію, стратегії розвитку та комерційні таємниці, також потребують надійного захисту. Кібератаки можуть спричинити збої в роботі систем, що негативно вплине на обслуговування клієнтів та операційну діяльність компанії. Основні типи загроз кібербезпеки представлено у табл. 2.2.4.

Кібербезпека — це практика захисту комп'ютерних систем і мереж від несанкціонованого доступу або іншого пошкодження чи унеможливлення доступу шляхом пом'якшення інформаційних ризиків і вразливостей. Інформаційні ризики включають несанкціонований доступ, перехоплення, використання, розголошення або знищення даних. Метою кібербезпеки є щит для захисту пристроїв і служб від зловмисних атак, організованих хакерами, спамерами та кіберзлочинцями.

Цифрова трансформація в сфері подорожей і гостинності включає інтеграцію технологічних удосконалень, які використовуються для оновлення та зміни операційної системи та механізмів залучення клієнтів туристичних компаній.

Таблиця 2.2.4

**Основні типи загроз кібербезпеки**  
(сформовано за даними [4])

<b>Вид</b>	<b>Характеристика</b>
Фішингові атаки	Шахраї використовують фішингові електронні листи та повідомлення для отримання конфіденційної інформації від користувачів.
Соціальна інженерія	Атаки на основі соціальної інженерії спрямовані на маніпулювання людьми для отримання доступу до інформаційних систем.
Віруси та трояни	Шкідливе ПЗ може поширюватись через електронну пошту, вебсайти або зовнішні носії, завдаючи шкоди системам та даним.
Програми-вимагачі	Вимагачі шифрують дані та вимагають викуп за їх розшифровку, спричиняючи значні фінансові втрати.
Несанкціонований доступ	Кіберзлочинці можуть отримати несанкціонований доступ до систем та баз даних, викравши конфіденційну інформацію.
Інсайдерські загрози	Співробітники або партнери з доступом до систем можуть спричинити витік даних через недбалість або навмисні дії.
DDoS-атаки	Розподілені атаки на відмову в обслуговуванні (DDoS) можуть паралізувати роботу вебсайтів та інших онлайн-сервісів.
Уразливості мереж	Використання уразливостей в мережевих протоколах та обладнанні для здійснення атак.

Цифрові технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, здійснивши революційний вплив на багато сфер, включаючи туризм та рекреацію. Історичний розвиток цифрових технологій у цій галузі відзначається низкою ключових етапів, що змінили спосіб планування, бронювання та проведення подорожей. Від появи перших автоматизованих систем бронювання в 1950-х роках до сучасних мобільних додатків та платформ для спільного користування, технологічні інновації суттєво вплинули на всі аспекти туристичної індустрії.

На початку ери цифрових технологій, автоматизація процесів бронювання стала першою значною зміною, яка забезпечила більш ефективно та точно управління резервуваннями. Згодом, розвиток Інтернету та мобільних технологій у 1990-х і 2000-х роках

відкрив нові можливості для самостійного бронювання подорожей, підвищивши доступність та зручність для споживачів. Сучасний період характеризується впровадженням штучного інтелекту, великих даних та соціальних мереж, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції та покращувати досвід користувачів.

Тож, розглянемо ключові етапи та події в історичному ракурсі розвитку цифрової трансформації сфери туризму і рекреації, які визначили еволюцію галузі (табл. 2.2.5). Аналізуючи вплив технологічних змін на туристичну індустрію, ми зможемо краще зрозуміти, як цифрові технології перетворили туризм, зробивши його більш доступним, зручним та ефективним для мільйонів людей по всьому світу.

Таблиця 2.2.5

**Еволюція цифрової трансформації туризму і рекреації**  
(сформовано автором за даними [8; 35–36])

Назва етапу	Основні напрямки розвитку	Характеристика
1950–1970-ті роки — перші кроки автоматизації	системи бронювання; комп'ютеризація готелів	У 1960-х роках American Airlines зробила систему бронювання SABRE (Semi-Automated Business Research Environment), яка стала першою глобальною системою бронювання (GDS). Ця система дозволила автоматизувати процес бронювання квитків, що значно підвищило ефективність авіакомпаній. У 1970-х роках з'явилися перші комп'ютерні системи управління готелями (PMS), які автоматизували процеси бронювання номерів, управління ресурсами та обслуговування гостей.
1980-ті роки — розвиток глобальних систем бронювання	розширення GDS; комп'ютерні технології в готельному бізнесі	Системи SABRE, Amadeus, Galileo та Worldspan стали провідними глобальними системами бронювання, забезпечуючи доступ до інформації про рейси, готелі та оренду автомобілів для туристичних агентств по всьому світу. Впровадження нових комп'ютерних систем управління готелями дозволили автоматизувати різноманітні аспекти управління готелем, включаючи облік та фінанси, управління персоналом та обслуговування гостей.

<p>1990-ті – 2000-ні роки — Інтернет-революція</p>	<p>Інтернет-бронювання; електронні квитки</p>	<p>Поява інтернету в 1990-х роках призвела до створення онлайн-платформ для бронювання квитків та готелів, таких як Expedia та Booking.com. Це дало змогу туристам самостійно бронювати подорожі, минаючи туристичні агентства. Впровадження електронних квитків у авіаційну галузь спростило процес реєстрації та зменшило витрати на друк паперових квитків.</p>
<p>2010-ті – теперішній час — сучасний період</p>	<p>мобільні додатки; соціальні мережі; аналітика великих даних; штучний інтелект та чат-боти; розширена та віртуальна реальність (AR/VR) Інтернет-речей (IoT)</p>	<p>Поширення смартфонів і розвиток мобільних додатків для бронювання квитків, готелів та інших послуг Використання соціальних мереж для маркетингу туристичних послуг та взаємодії з клієнтами. Використання великих даних для аналізу поведінки туристів та розробки персоналізованих пропозицій. Впровадження штучного інтелекту для автоматизації обслуговування клієнтів через чат-боти та віртуальних асистентів, які можуть відповідати на запитання туристів та допомагати у бронюванні. Використання технологій AR та VR для створення віртуальних турів та покращення досвіду користувачів. Впровадження IoT для підвищення комфорту та безпеки туристів. Наприклад, «розумні» кімнати в готелях, які можуть автоматично налаштувати освітлення, температуру та інші параметри відповідно до побажань гостей.</p>

Ці етапи відображають еволюцію цифрових технологій у сфері туризму і рекреації, яка продовжує змінюватися під впливом нових інновацій та змін у поведінці споживачів.

Перші кроки автоматизації охопили 1950–1970-ті роки. До появи автоматизованих систем бронювання процес був досить трудомістким і займав багато часу. Для бронювання авіаквитків, номерів у готелях або інших послуг клієнти повинні були звертатися безпосередньо до компаній або агентів, які вручну обробляли запити та здійснювали резервування. Це вимагало великих людських ресурсів та не було достатньо ефективним.

На початку 1950-х років компанія American Airlines у співпраці з IBM почала розробку системи, яка автоматизувала б процес бро-

нювання. Основною метою було зменшення кількості помилок та часу, необхідного для обробки бронювань.

У 1960-х роках American Airlines розробила систему бронювання SABRE (Semi-Automated Business Research Environment), яка стала першою глобальною системою бронювання (GDS). Ця система дозволила автоматизувати процес бронювання квитків, що значно підвищило ефективність авіакомпаній. Система стала проривом у сфері бронювання. Вона дозволила агентам швидко перевіряти наявність місць на рейсах, робити бронювання та автоматично оновлювати інформацію в режимі реального часу [8, с. 543].

Принцип роботи SABRE:

- 1) централізована база даних: всі дані про рейси, місця та бронювання зберігалися у централізованій базі даних, до якої мали доступ агенти через термінали;
- 2) швидкість та точність: система значно підвищила швидкість обробки запитів та зменшила кількість помилок, що виникали при ручному обліку;
- 3) мережа терміналів: агенти мали доступ до системи через спеціальні термінали, що дозволяло їм оперативно отримувати інформацію та здійснювати бронювання.

Після успішного впровадження SABRE, інші авіакомпанії почали розробляти свої автоматизовані системи бронювання. Це призвело до значного покращення обслуговування клієнтів та підвищення ефективності роботи компаній. Хоча перші автоматизовані системи бронювання були впроваджені в авіаційній галузі, їх успіх став поштовхом для впровадження подібних систем у готельному бізнесі, оренді автомобілів та інших сферах послуг.

Після успішного впровадження системи SABRE в авіаційній галузі, інші компанії та галузі почали усвідомлювати потенціал автоматизованих систем бронювання. Цей період відзначається розширенням використання комп'ютеризованих систем бронювання, як в авіації, так і в інших сферах послуг. Наприклад, United Airlines впровадила свою систему Apollo у 1971 р. [35].

У 1970-х роках з'являються перші комп'ютеризовані системи бронювання для готелів. Це дозволило готелям автоматизувати процеси управління номерами, бронюваннями та оплатами.

Починають з'являтися системи управління готелями (Property Management Systems (PMS)), які інтегрують функціональність бронювання з управлінням операційними процесами готелю, такими як прибирання номерів, облік доходів та витрат, управління персоналом тощо.

Системи бронювання також впроваджуються у сферу оренди автомобілів, дозволяючи автоматизувати процеси управління автопарком, бронювання та обслуговування клієнтів. Автоматизація процесів бронювання та управління дозволила значно підвищити ефективність роботи компаній, зменшити час обробки запитів та покращити точність даних. Швидко та точно бронювання забезпечило кращий досвід для клієнтів, зменшивши кількість помилок та часу очікування.

Розвиток глобальних систем бронювання розпочався у 1980-ті роки. Зростання кількості автоматизованих систем бронювання призвело до необхідності стандартизації процесів та обміну даними між різними системами. Це стало основою для подальшого створення глобальних дистрибутивних систем (GDS).

У 1980-х роках з'являються перші глобальні дистрибутивні системи, такі як Galileo (створена консорціумом європейських авіакомпаній) та Amadeus (спільний проєкт кількох європейських авіакомпаній).

GDS об'єднують інформацію про рейси, готелі, оренду автомобілів та інші послуги в єдину систему, доступну для агентів по всьому світу. Це дозволяє агентам швидко знаходити та бронювати необхідні послуги, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів. GDS також надавали можливість управління тарифами, маршрутизацією та іншими аспектами бронювання, що значно полегшувало роботу агентів та підвищувало ефективність процесів.

Galileo був заснований у 1987 році консорціумом європейських авіакомпаній, таких як British Airways, KLM, Swissair, Alitalia, Austrian Airlines та Covia. Наразі, Galileo є частиною компанії Travelport, яка надає глобальні дистрибутивні системи (GDS) для туристичної індустрії. Система Galileo продовжує використовуватися для бронювання авіаквитків, готелів, оренди автомобілів та інших послуг. Вона інтегрована з іншими продуктами Travelport, такими як Apollo і Worldspan, що дозволяє агентам легко керувати бронюваннями та здійснювати різні операції [35].

Компанія Amadeus була заснована в 1987 році в Мадриді (Іспанія). Європейські авіакомпанії Air France, Iberia, Lufthansa та Scandinavian Airline створили Amadeus Marketing SA, щоб забезпечити нейтральну глобальну систему дистрибуції для європейського ринку [19].

Обидві системи Galileo та Amadeus надають інформацію про рейси, наявність місць та тарифи численних авіакомпаній

(табл. 2.2.6). Агенти можуть бронювати квитки, керувати бронюваннями та обробляти платежі. Системи підтримують бронювання готелів, оренду автомобілів та інші послуги, що дозволяє агентам пропонувати комплексні рішення для подорожей.

Таблиця 2.2.6

**Порівняльна характеристика Galileo та Amadeus**  
(сформовано автором за даними [19; 29])

Характеристика	Galileo	Amadeus
Компанія-власник	Travelport	Amadeus IT Group
Рік заснування	1987	1987
Основні функції	Бронювання авіаквитків, готелів, оренда автомобілів	Бронювання авіаквитків, готелів, оренда автомобілів, круїзи
Інтеграція з іншими системами	Інтеграція з Apollo та Worldspan	Інтеграція з різними системами та платформами
Підтримка API	Так	Так
Глобальна присутність	Світова	Світова
Основні клієнти	Туристичні агентства, авіакомпанії, готелі	Туристичні агентства, авіакомпанії, готелі, туристичні платформи
Особливості	Сильна інтеграція з іншими продуктами Travelport	Сильна присутність в Європі, інноваційні рішення

Amadeus активно використовує хмарні технології для забезпечення масштабованості та надійності системи. Це дозволяє обробляти великі обсяги даних та забезпечувати безперебійне обслуговування клієнтів. Використання аналітики та великих даних дозволяє Amadeus покращувати процеси бронювання, передбачати попит та оптимізувати тарифи. Система підтримує мобільні додатки, що дозволяє агентам та клієнтам здійснювати бронювання та керувати подорожами зі своїх смартфонів та планшетів.

Galileo інтегрується з різними системами управління готелями, оренди автомобілів та іншими послугами, забезпечуючи повний цикл обслуговування клієнтів. Система постійно вдосконалюється, включаючи нові функції та технології для покращення обслуговування агентів та клієнтів.

Amadeus є IT-провайдером, орієнтованим на ринок подорожей і туризму. Компанія має два основних напрямки діяльності;

глобальні системи розподілу (GDS) та IT-рішення. Глобальні системи розповсюдження використовуються як традиційними, так і онлайн-туристичними агентами як платформа пошуку та бронювання між ними та туристичними постачальниками. Відділ IT-рішень компанії надає туристичним компаніям програмні системи, які керують внутрішніми процесами, такими як управління запасами та контроль відправлення. Ця лінія працює переважно з авіакомпаніями через свою систему Altéa.

Згідно з даними, можна спостерігати значні зміни в кількості бронювань через систему Amadeus з 2010 по 2022 рр. (рис. 2.2.2).

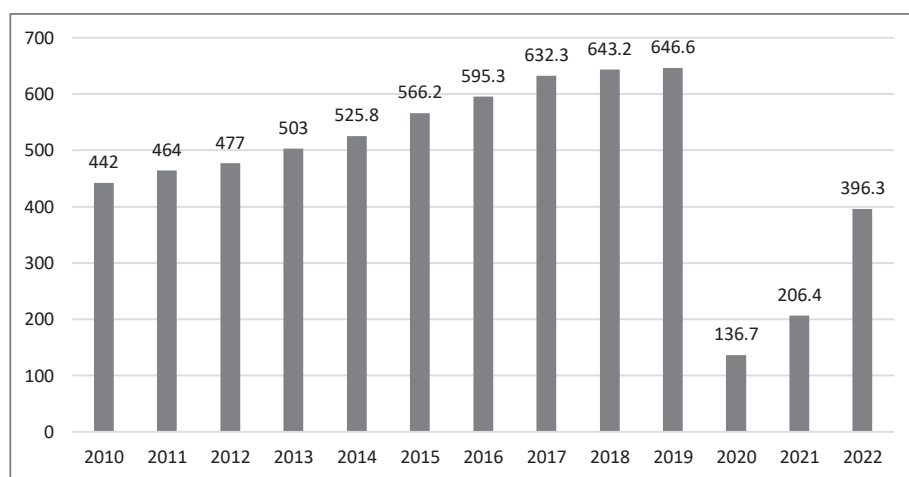


Рис. 2.2.2. Кількість бронювань подорожей, здійснених за допомогою платформи дистрибуції Amadeus 2010-2022 рр. [19]

З 2010–2019 рр. кількість бронювань стабільно зростала. З 442 млн у 2010 році до пікового значення 646,6 млн. у 2019 році. Це свідчить про поступове збільшення використання системи Amadeus для бронювання авіаквитків, готелів та інших послуг. Пандемія COVID-19 призвела до різкого скорочення кількості бронювань.

У 2020 році кількість бронювань впала до 136,7 млн, що є найбільшим зниженням за весь досліджуваний період. Це стало наслідком глобальних обмежень на подорожі та загального спаду туристичної активності. У 2021 р. кількість бронювань дещо відновилася до 206,4 млн, а в 2022 р. значно зросла до 396,3 млн. Хоча ці показники все ще не досягли рівня до пандемії, вони свідчать про поступове відновлення туристичної індустрії та повернення до нормальних обсягів подорожей.

У 2022 р. дохід Amadeus становив 4,81 млрд дол. США (4,48 млрд евро), що на 68 % більше, ніж у попередньому році (рис. 2.2.3).

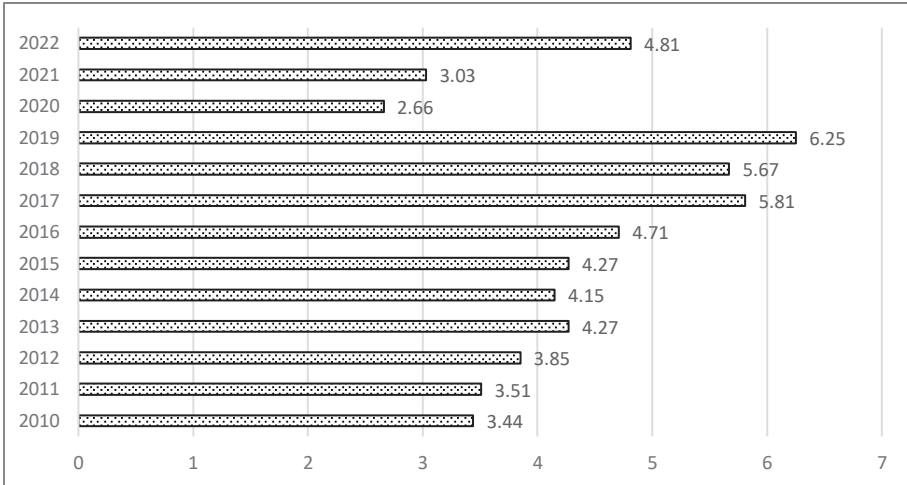


Рис. 2.2.3. Дохід Amadeus у всьому світі, 2010-2022 рр. млрд дол. США [29]

Протягом досліджуваного періоду середньорічний дохід Amadeus становив близько 4 млрд дол. США. У 2019 р. компанія отримала найбільший дохід у сумі 6,25 млрд дол. США, що прямопропорційно пов'язано із рекордною кількістю бронювань, яка склала 646,6 млн. Найбільшу частку доходу компанії приносить платформа GDS. Успіх глобальної платформи дистрибуції компанії дозволив Amadeus стати однією з найбільших дистрибуторських компаній у світі, займаючи ринкову частку понад 40 % світового ринку дистрибуції з 2013р.

Інтернет-революція охопила 1990-ті — 2000-ні. З появою Інтернету та його стрімким поширенням на початку 1990-х років, бізнес-моделі багатьох галузей, включаючи сферу туризму, зазнали значних змін. Інтернет надав нові можливості для автоматизації та спрощення процесів бронювання, зробивши їх доступними для широкого загалу користувачів.

У середині 1990-х років з'являються перші онлайн-агентства, такі як Expedia (заснована в 1996 році), які пропонували можливість бронювання авіаквитків та готелів через Інтернет. Це стало революційним кроком, адже з того часу почався розвиток туристичних онлайн маркетплейсів.

Заснована в 1996 році, Booking.com швидко стала одним із провідних онлайн-агентств для бронювання готелів, пропонуючи широкий вибір варіантів розміщення по всьому світу.

Онлайн-агентства починають пропонувати комплексні рішення, які включають бронювання авіаквитків, готелів, оренду автомобілів та інші послуги. Це дозволяє користувачам планувати та бронювати всі аспекти своїх подорожей в одному місці.

З'являються платформи, які дозволяють користувачам порівнювати ціни на різні послуги, наприклад, Skyscanner (заснована в 2003 році). Це забезпечує прозорість та допомагає знаходити найвигідніші пропозиції.

Технологічними інноваціями даного етапу є наступні:

- 1) інтеграція з глобальними дистрибутивними системами (GDS): онлайн-агентства активно інтегруються з GDS, такими як Amadeus та Galileo, що дозволяє їм отримувати актуальну інформацію про наявність місць, тарифи та маршрути в реальному часі.
- 2) автоматизація процесів: використання автоматизованих систем для обробки бронювань, управління інвентарем та обслуговування клієнтів. Це значно підвищує ефективність та зменшує час обробки запитів.
- 3) розвиток інтерфейсів API: впровадження інтерфейсів програмування додатків (API) дозволяє легко інтегрувати різні сервіси та забезпечує взаємодію між системами бронювання та іншими платформами.

Зростання популярності соціальних мереж, таких як Facebook (заснована в 2004 році), створює нові можливості для маркетингу та взаємодії з клієнтами. Бронювання через соціальні мережі стає реальністю. Розвиток смартфонів та мобільних додатків значно змінює спосіб бронювання. Компанії починають пропонувати мобільні додатки, які дозволяють користувачам бронювати послуги зі своїх мобільних пристроїв. Це забезпечує зручність та доступність бронювання у будь-який час та в будь-якому місці.

Відбувається трансформація бізнес-моделей. Наприклад, заснована в 2008 році, Airbnb пропонує нову бізнес-модель, яка дозволяє користувачам бронювати проживання у приватних оселях. Це відкриває нові можливості для туристів та власників нерухомості, змінюючи ландшафт готельної індустрії. З'являються платформи, які дозволяють користувачам спільно використовувати ресурси, такі як автомобілі (наприклад, Uber, заснована в 2009 році), що забезпечує нові форми транспорту та обслуговування.

Expedia була заснована як частина Microsoft. Ідея створення платформи для онлайн-бронювання авіаквитків, готелів та оренди автомобілів народилася у Річарда Бартона, який тоді працював у Microsoft. Він вважав, що Інтернет може революціонізувати спосіб, яким люди бронюють подорожі. Expedia запустила свій вебсайт у 1996 році, пропонуючи користувачам можливість бронювати авіаквитки онлайн. Це була одна з перших платформ, яка дозволила користувачам самостійно бронювати подорожі через Інтернет, без необхідності звертатися до туристичних агентств. У 1999 р. Expedia відділилася від Microsoft та стала публічною компанією, здійснивши первинне публічне розміщення акцій (IPO). Це дозволило компанії отримати додаткове фінансування для розширення свого бізнесу. У 2001 р. IAC/InterActiveCorp, під керівництвом Баррі Діллера, придбала Expedia. Це призвело до подальшого зростання компанії та розширення її можливостей. Expedia почала пропонувати бронювання готелів, оренду автомобілів, круїзи та інші послуги, ставши комплексним рішенням для планування подорожей [23].

Протягом 2000-х років Expedia активно розширювала свою присутність на міжнародному ринку, відкриваючи локальні версії свого вебсайту в різних країнах та регіонах. Expedia придбала декілька компаній, включаючи Hotels.com, Hotwire, Trivago та Orbitz, що дозволило їй зміцнити свої позиції на ринку та розширити асортимент послуг. Компанія активно впроваджує нові технології, такі як мобільні додатки та персоналізовані рекомендації, щоб забезпечити кращий досвід користувачів.

У 1996 р. Booking.com була заснована у Нідерландах Герт-Яном Бруїнсма. Спочатку компанія мала назву Bookings.nl та спеціалізувалася на бронюванні готелів у Нідерландах. У 1997 р. Bookings.nl перейменовується в Booking.com, розширюючи свою діяльність на міжнародний рівень [36]. У 2005 р. Priceline Group (тепер відома як Booking Holdings) придбала Booking.com за 133 млн дол. США. Це придбання стало ключовим моментом у розвитку компанії та сприяло її глобальному зростанню. Booking.com почала пропонувати не тільки готелі, але й апартаменти, будинки для відпочинку, хостели та інші варіанти розміщення. Це зробило платформу привабливою для різних категорій мандрівників. Компанія активно розширювала свою присутність у різних країнах, відкриваючи локальні офіси та адаптуючи свій вебсайт до потреб місцевих ринків [21].

Booking.com впроваджує нові технології для покращення користувацького досвіду, включаючи мобільні додатки, штучний інтелект для персоналізованих рекомендацій та покращення про-

цесу бронювання. Компанія розширює свій бізнес, включаючи пропозиції з бронювання ресторанів, оренди автомобілів та інших туристичних послуг.

Booking і Expedia були двома домінуючими туристичними онлайн-агенціями протягом 2000-х і на початку 2010-х років, при цьому дуополія придбала більшість інших вебсайтів і додатків. Однак запуск Airbnb змусив обох розширитися на розміщення в сім'ї та короткострокову оренду.

Незважаючи на це, Booking все ще є лідером ринку, коли йдеться про обсяг бронювань, особливо за межами США, де відбувається більшість транзакцій. У 2023 р. бронювання принесло компанії 21,3 млрд дол. США, що на 25,2% більше, ніж у минулому році (табл. 2.2.7). Booking щороку отримував річний чистий прибуток. У 2023 році він отримав чистий прибуток у розмірі 4,2 млрд дол. США.

Таблиця 2.2.7

**Фінансові показники діяльності Booking Holdings**  
(сформовано за даними [22])

Рік	Дохід (млрд дол. США)	Чистий прибуток (млн дол. США)	Рік	Дохід (млрд дол. США)	Чистий прибуток (млн дол. США)
2010	3,08	528	2017	12,68	2341
2011	4,35	1056	2018	14,52	3998
2012	5,26	1420	2019	15,06	4865
2013	6,79	1893	2020	6,79	59
2014	8,44	2422	2021	10,95	1165
2015	9,22	2551	2022	17	3058
2016	10,74	2135	2023	21,3	4289

У 2023 р. валовий обсяг бронювань подорожей склав 150,6 млрд дол., що на 24,1% більше, ніж у попередньому році. Наведені фінансові дані стосуються Booking Holdings, яка включає Priceline, Agoda, Kayak, Cheapflights, Momondo та OpenTable. Близько 89 % його доходів припадає на Booking.com і дочірній програми. Подібно до обсягу транзакцій, Booking збільшив кількість заброньованих номерів у 2023 році.

У 2023 році продажі авіаквитків становили 36 млн, що на 56% більше, ніж у попередньому році; а кількість бронювань на оренду автомобіля майже досягла рівня 2019 р. — 74 млн (табл. 2.2.8). У 2023 році у Booking було 120 мільйонів активних мобільних користувачів.

Таблиця 2.2.8

**Обсяг транзакції бронювання Booking Holdings, 2016–2023 рр.**  
(сформовано за даними [22])

Рік	Бронювання (млрд дол.)	Заброньовані ночі (млн)	Авіаквитки (млн)	Заброньовано днів оренди автомобіля (млн)
2016	60,08	556	7,3	66,2
2017	81,22	674	7,6	73,3
2018	92,75	760	8,1	74,3
2019	96,44	844	8,6	76,9
2020	35,39	355	7,1	31,1
2021	76,58	590	15,3	47
2022	121,3	895	23	62
2023	150,6	1049	36	74

На відміну від Booking, свого головного конкурента, Expedia не змогла пробитися на ринки за межами Північної Америки. Тому отримує більшу частину своїх доходів із Сполучених Штатів. У 2023 році Expedia отримала 12,8 млрд дол. США річного доходу, що на 10% більше, ніж у попередньому році (табл. 2.2.9). Чистий прибуток Expedia склав 797 млрд дол. США у 2023 році, другий рік річного прибутку після збитків пандемічних років.

Таблиця 2.2.9

**Фінансові показники Expedia, 2010–2023 рр. млрд дол. США**  
(сформовано за даними [23])

Рік	Дохід (млрд дол. США)	Чистий при- буток (млн дол. США)	Рік	Дохід (млрд дол. США)	Чистий при- буток (млн дол. США)
2009	2,74	300	2017	10,06	378
2010	3,03	422	2018	11,22	406
2011	3,44	472	2019	12,06	565
2012	4,03	280	2020	5,19	-2687
2013	4,77	233	2021	8,59	-269
2014	5,76	398	2022	11,66	352
2015	6,67	764	2023	12,83	797
2016	8,77	282			

У розрізі брендів Expedia Group річний дохід за сегментами розподілений наступним чином: Expedia забезпечив 45% доходів (рис. 2.2.4), Vrbo — 20%, Hotels.com — 18%, Travelocity — 5%, Orbitz — 3%, інші — 9%. Expedia керує понад 200 туристичними вебсайтами і доступна в 42 країнах.

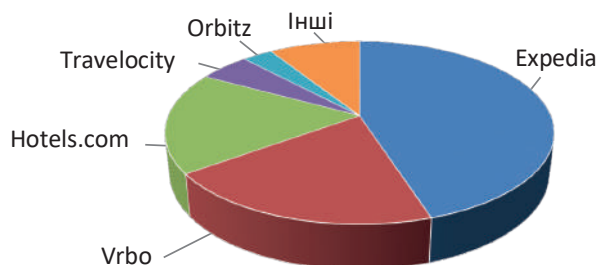


Рис. 2.2.4. Річний дохід Expedia за сегментами 2023 (%) [30]

Річні бронювання Expedia зросли до 104 млрд дол. США у 2023 р., що є кращим показником у порівнянні з попереднім роком, але все ще на 3,2% менше, ніж у 2019 р. (табл. 2.2.10). У 2022 р. у Expedia було 48 млн активних користувачів, що на 26,3% більше, ніж у попередньому році. У 2022 р. у Expedia було 18 млн замовлень, що на 91% більше, ніж у 2021 р.

Таблиця 2.2.10

**Річні бронювання Expedia, 2016–2023 рр., млрд дол. США**  
(сформовано за даними [20])

Рік	Бронювання (млрд дол.)	Користувачі (млн)	Замовлення (млн)
2016	78,4	45	8
2017	88,4	49	9,5
2018	99,7	53	12,5
2019	107,8	60	14,2
2020	36,7	22	7,2
2021	72,4	38	9,4
2022	95	48	18
2023	104	50	21,5

Близько чверті користувачів Expedia перебувають у віковій категорії 25–34 роки, а 61% — старше 35 років (рис. 2.2.5).

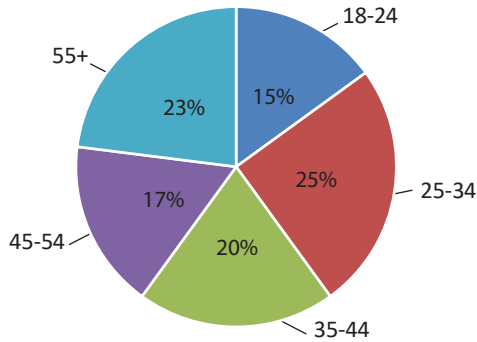


Рис. 2.2.5. Вікова градація користувачів Expedia 2023 (%) [23]

Expedia має найбільшу частку ринку серед конкурентів, що свідчить про її провідну позицію на ринку онлайн-бронювання подорожей у США — 19,3% (рис. 2.2.6).

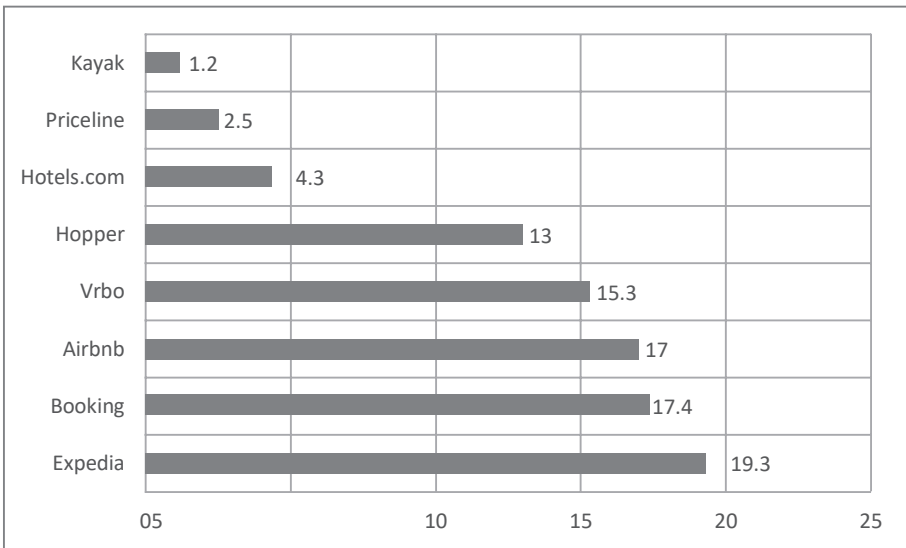


Рис. 2.2.6. Структура ринку онлайн бронювання подорожей у США, 2023 (%) (сформовано за даними [34])

Booking.com займає другу позицію, трохи поступаючись Expedia, але все ж маючи значну частку ринку — 17,4%. Це вказує на високу популярність платформи серед користувачів. Airbnb — третя за часткою ринку, що відображає її популярність серед користувачів, які шукають альтернативні варіанти розміщення, такі

як приватні квартири та будинки — 17%. Vrbo має значну частку ринку, конкуруючи з Airbnb у сегменті оренди приватних будинків і квартир для відпочинку — 15,3%. Норрег трохи менша частка ринку порівняно з Vrbo, але все ж значна — 13%. Норрег відомий своїми інноваційними функціями для бронювання авіаквитків.

У сучасному періоді (2010-ті — теперішній час) системи бронювання продовжують розвиватися завдяки технологічним інноваціям, змінам у поведінці споживачів та зростаючим вимогам до персоналізації та зручності. Інтернет та мобільні технології стали невід’ємною частиною повсякденного життя, що впливає на всі аспекти туристичної індустрії.

Компанії, такі як Expedia та Booking.com, активно впроваджують мобільні додатки, що дозволяють користувачам бронювати послуги через смартфони та планшети. Мобільні додатки забезпечують зручний доступ до інформації про рейси, готелі та інші послуги в будь-який час та в будь-якому місці.

Індустрія мобільних додатків для подорожей у 2023 р. отримала 600 млрд дол. США доходу (рис. 2.2.7).

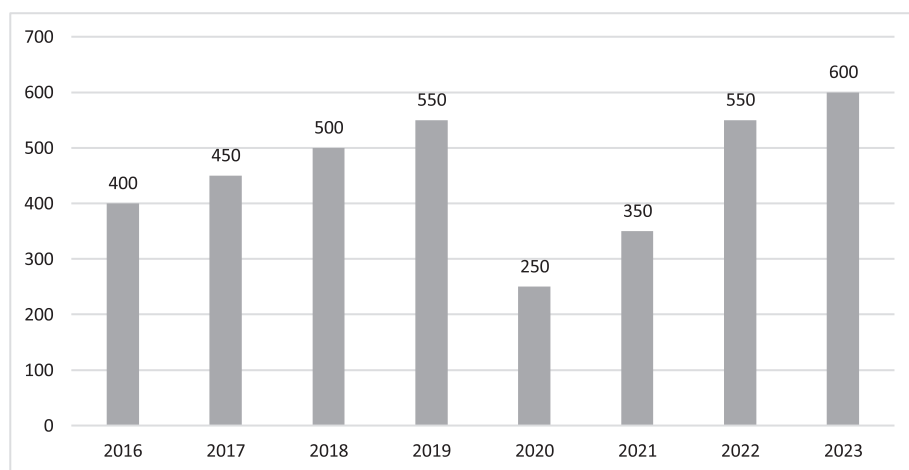


Рис. 2.2.7. Глобальні доходи мобільних додатків для подорожей 2016–2023 рр., млрд дол. США [34]

При цьому ними користувалися понад 850 млн людей. Доходи додатків для подорожей стабільно зростали з 400 млрд дол. США у 2016 р. до 550 млрд дол. США у 2019 році. Це свідчить про зростаючу популярність мобільних додатків для подорожей та збільшення числа користувачів, які використовують ці додатки для планування та бронювання своїх подорожей.

Booking мав найбільшу кількість завантажень додатка у 2023 р. — 74,6 млн завантажень. Це свідчить про високу популярність і довіру користувачів до цього додатку для бронювання подорожей. Airbnb займає другу позицію з 57,6 млн завантажень. Популярність Airbnb пояснюється унікальними варіантами проживання, які він пропонує. Expedia має 21,5 млн завантажень, що робить його третім за популярністю додатком для бронювання подорожей. Skyscanner — 19 млн завантажень; відомий своїми функціями порівняння цін на авіаквитки, готелі та оренду автомобілів. Hopper мав 18,7 млн завантажень. Він використовує прогнози цін для допомоги користувачам знайти найкращий час для бронювання. Vrbo — 13,1 млн завантажень; спеціалізується на оренді приватних будинків та квартир для відпочинку. Trivago — 12,1 млн завантажень; відомий своїм порівнянням цін на готелі. Hotels.com мав 9,9 млн завантажень, спеціалізуючись на бронюванні готелів. TripAdvisor — 6,6 млн завантажень. Головна його особливість — відгуки та рейтинги користувачів (рис. 2.2.8).

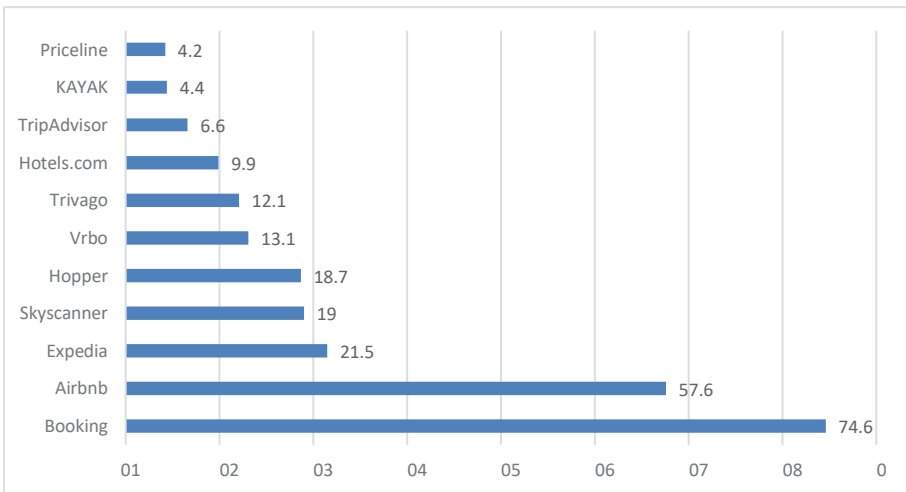


Рис. 2.2.8. Завантаження додатків для бронювання подорожей у 2023 р. (млн завантажень) [20]

KAYAK 4,4 млн завантажень, пропонує порівняння цін на авіаквитки, готелі та оренду автомобілів. Priceline — 4,2 млн завантажень характерний своїми дисконтними пропозиціями.

Доходи мобільного додатку Booking стабільно зростали з 2019 по 2023 рр., досягнувши 21,3 млрд дол. США у 2023 р. Попри знижен-

ня доходів у 2020 р. через пандемію, Booking швидко відновив свої позиції. Додаток Airbnb показав значне зростання, збільшивши свої доходи з 4,7 млрд дол. США у 2019 р. до 9,9 млрд дол. у 2023 р. Доходи Trip.com зросли з 5,1 млрд дол. у 2019 р. до 6,3 млрд дол. у 2023 р. (табл. 2.2.11).

*Таблиця 2.2.11*  
**Доходи додатків для бронювання подорожей у 2019-2023 роках**  
(млрд дол. США) (сформовано за даними [34])

Додаток	2019	2020	2021	2022	2023
Booking	15	6,8	10,9	17	21,3
Expedia	12	5,1	8,5	11,6	12,3
Airbnb	4,7	3,4	5,9	8,3	9,9
Trip.com	5,1	2,8	3,1	2,9	6,3
TripAdvisor	1,5	0,6	0,9	1,4	1,7

Використання штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (ML) передбачає персоналізацію рекомендацій, покращення користувацького досвіду та автоматизацію процесів. Наприклад, AI може аналізувати попередні бронювання користувача та надавати рекомендації, що відповідають його уподобанням. Чат-боти, керовані ШІ, можуть автоматично відповідати на запити клієнтів, надавати інформацію про бронювання, допомагати з вирішенням проблем та надавати підтримку 24/7.

За даними Statista, у 2022 році світовий AI на туристичному ринку оцінювався в 81,3 млрд дол. США, а до 2027 року очікується, що він досягне 423,7 млрд дол. США, зростаючи на 35% у середньому в період між 2022 та 2027 роками.

Відповідно до звіту, наданого McKinsey & Company, сучасні методи аналітики штучного інтелекту на 128% ефективніші для туристичної індустрії, ніж традиційні методи аналітики (табл. 2.2.12). Це найвищий показник порівняно з 18 іншими галузями [17].

Поява штучного інтелекту дозволяє готелям використовувати методи персоналізації кімнатної температури, освітлення та музики на основі попиту гостей. Інтеграція технології штучного інтелекту значно покращила взаємодію з клієнтами, надаючи підтримку клієнтів у режимі реального часу, оптимізуючи стратегії ціноутворення та багато іншого [18].

Таблиця 2.2.12

**Потенційна додаткова цінність від ШІ у різних галузях  
(порівняння з іншими аналітичними методами) [17]**

Галузь	Потенційна додаткова цінність від ШІ
Туризм	128
Транспорт і логістика	89
Роздрібна торгівля	87
Автомобільна промисловість і збірка	85
Високі технології	85
Нафтогазова промисловість	79
Хімічна промисловість	67
Медіа та розваги	57
Основні матеріали	56
Споживчі товари	55
Сільське господарство	55
Середнє значення	62

Чат-боти забезпечують миттєву відповідь на запити, покращуючи задоволеність клієнтів та зменшуючи навантаження на службу підтримки. ШІ аналізує історичні дані та поточні тенденції для прогнозування попиту на послуги, що дозволяє компаніям оптимізувати ціни та управління ресурсами. Аналізуючи відгуки клієнтів за допомогою обробки природної мови (NLP), компанії можуть виявляти проблемні області та покращувати якість своїх послуг. ШІ використовує алгоритми для автоматичного регулювання цін в залежності від попиту, конкуренції, сезонності та інших факторів, що дозволяє максимізувати прибуток.

Гіганти бронювання подорожей, такі як Booking.com, Skyscanner і Expedia, використовують такі чат-боти у своїй діяльності. Зазвичай клієнту буде запропоновано розпочати розмову з чат-ботом, ввівши деталі запланованої подорожі. Потім бот шукає на сайтах бронювання та знайде найкращу пропозицію [18].

Коли чат-бот Skyscanner активований у Facebook або Whatsapp, користувачі можуть ввести пункт призначення, щоб почати розмову з ботом. Якщо клієнт не впевнений, куди поїхати, то просто можна ввести «куди завгодно», і бот надасть пропозиції, включно

з ціною для кожного пункту призначення, використовуючи тенденції пошуку в реальному часі.

Коли клієнт повідомляє чат-боту дату подорожі, він покаже найдешевші рейси до місця призначення. Потім бот перенаправить на офіційний вебсайт Skyscanner, щоб завершити бронювання. Крім того, чат-бот Skyscanner дозволяє отримувати сповіщення про ціни на рейс [37].

Чат-бот Expedia є яскравим прикладом штучного інтелекту в подорожах. Він допомагає клієнтам бронювати готелі та авіаквитки, надає постійну допомогу та персоналізовані пропозиції, відповідає на запити, збагачує користувацький досвід і полегшує неорганізований процес бронювання. Інтеграція штучного інтелекту скорочує час і зусилля для туристів, щоб забронювати відповідні варіанти подорожі [18].

Marriott International, один із відомих прикладів штучного інтелекту в подорожах, коригує тарифи на номери на основі таких факторів, як попит і місцеві події. Це забезпечує конкурентоспроможні ціни, доступний вибір і максимізацію прибутку. Цей підхід відображає можливості та персоналізацію штучного інтелекту для покращення досвіду подорожей і туризму.

Оцінюючи велику кількість даних, включаючи історію подорожей, пошукову поведінку та взаємодію в соціальних мережах, штучний інтелект рекомендує пункти призначення, житло та маршрути, адаптовані до унікальних інтересів і вподобань кожного мандрівника. Штучний інтелект має потенціал для оптимізації процесу планування, заощаджуючи час і зусилля.

Компанії інтегрують свої сервіси з платформами соціальних мереж, такими як Facebook, Instagram та Twitter, для покращення взаємодії з клієнтами. Це дозволяє користувачам легко ділитися своїми враженнями, отримувати рекомендації від друзів та знаходити цікаві місця для відвідування.

Соціальні мережі та платформи з відгуками, такі як TripAdvisor, стають важливим джерелом інформації для користувачів при виборі послуг. Це впливає на репутацію компаній та їх здатність залучати нових клієнтів.

AR і VR демонструють значні переваги, такі як віртуальні тури напрямками, що дозволяє мандрівникам реалістично відчутися розташування, пам'ятки та загальну атмосферу.

Брошури VR можуть оживити місце призначення, демонструючи дивовижні візуальні ефекти, інтерактивні елементи та панорамні види на 360 градусів. Використання технологій AR і VR може

показати туристам місцеву історію, культуру та природне середовище в захоплюючій формі, роблячи навчання незабутнім і приємним [18].

Зростання обсягів особистих та фінансових даних, що обробляються системами бронювання, призводить до підвищення вимог до безпеки та захисту конфіденційної інформації. Компанії впроваджують передові технології шифрування та багатофакторної автентифікації для захисту даних користувачів. Виконання вимог законодавства щодо захисту даних, таких як GDPR (Загальний регламент про захист даних) в Європейському Союзі, стає обов'язковим для всіх компаній, що працюють на міжнародному ринку.

Використання великих даних для аналізу поведінки користувачів, прогнозування попиту та оптимізації цін. Це дозволяє компаніям пропонувати персоналізовані пропозиції та покращувати обслуговування клієнтів.

Отже, цифрова трансформація є важливим процесом для сучасних організацій, що включає впровадження новітніх технологій та зміну бізнес-процесів для підвищення ефективності, продуктивності та конкурентоспроможності. Цифрова трансформація стала пріоритетом для більшості організацій. За даними досліджень, 74% компаній вважають цифрову трансформацію головним завданням, що підкреслює її важливість у сучасному бізнес-середовищі. Пандемія COVID-19 значно прискорила ініціативи цифрової трансформації, скоротивши час на їх впровадження в середньому на шість років. Це свідчить про те, що компанії були змушені швидко адаптуватися до нових умов роботи та обслуговування клієнтів. Організації, які активно впроваджують цифрові технології, мають вищий рівень інноваційності та гнучкості. Це дозволяє їм швидко реагувати на зміни ринку та залишатися конкурентоспроможними. Компанії, які не адаптуються до нових цифрових реалій, ризикують втратити свою конкурентоспроможність і не вижити в довгостроковій перспективі.

Цифрова трансформація туризму пройшла кілька етапів. Перший етап ознаменувався значними змінами у підході до управління бронюваннями. Впровадження автоматизованих систем, таких як SABRE, стало основою для подальшого розвитку глобальних дистрибутивних систем та сучасних онлайн-платформ, які використовуються сьогодні. Цей період заклав фундамент для більш ефективних, точних та зручних рішень у сфері бронювання, що значно покращило досвід користувачів та підвищило продуктивність компаній.

Другий етап цифровізації відзначається значним розширенням автоматизації у різних галузях, стандартизацією процесів та впровадженням глобальних дистрибутивних систем. Це забезпечило більш ефективне управління бронюваннями та покращення якості обслуговування клієнтів. В цей період провідна роль на ринку глобальних дистрибутивних систем належала Galileo та Amadeus.

Третій етап цифрової трансформації характеризується стрімким впровадженням Інтернету та технологічними інноваціями, які значно спростили та покращили процес бронювання для користувачів. Історія становлення Expedia та Booking.com відображає еволюцію онлайн-систем бронювання та значний вплив Інтернету на туристичну індустрію. Обидві компанії зіграли ключову роль у революціонізації процесу бронювання подорожей, зробивши його більш доступним, зручним та ефективним для користувачів по всьому світу.

Сучасний період характеризується швидким впровадженням нових технологій, зростанням ролі мобільних додатків, соціальних мереж та штучного інтелекту, а також підвищенням вимог до безпеки та персоналізації. Компанії продовжують розширювати свій асортимент послуг, адаптуються до нових умов та викликів, зумовлених пандемією, забезпечуючи користувачам зручні, безпечні та індивідуальні рішення для планування та бронювання подорожей.

З'являються нові бізнес-моделі, такі як Airbnb та онлайн-агентства, які пропонують комплексні та зручні рішення для планування подорожей. Розвиток мобільних технологій та інтеграція з соціальними мережами відкриває нові можливості для маркетингу та взаємодії з клієнтами, забезпечуючи високий рівень обслуговування та доступність бронювання в будь-який час.

Отже, цифрова трансформація є не просто трендом, а необхідністю для туристичного бізнесу, який прагне досягти успіху в сучасному динамічному світі. Вона забезпечує інструменти для підвищення ефективності, впровадження інновацій та збереження конкурентоспроможності.

## **Список використаних джерел і літератури:**

1. Аврята А. В. Міжнародні туристичні організації та їх роль у розвитку інформатизації туризму у глобальному середовищі. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 4 (18). С. 235-247.

2. Головчук Ю. О., Худоба О. М., Боднар Р. О. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03>
3. Головачов І. А., Ніфатова О. М. Драйвери цифрової трансформації бізнесу в Україні: можливості та перешкоди. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації*: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 8 жовт. 2021 року). Київ : КНУТД, 2021. С. 105–106.
4. 10 поширених загроз кібербезпеки, з якими стикається малий бізнес, і як їм запобігти. URL: <https://itez.com.ua/10-cybersecurity-threats-small-businesses-prevention.html> (дата звернення: 11.07.2024).
5. Круглов В. Державна політика трансформації ринку праці: виклики цифрової епохи. *Науковий вісник: Державне управління*. 2021. № 1(7). С. 140–161.
6. Мандич О., Бабко Н., Лишенк М., Харчевнікова Л. Цифрова трансформація та новітні комунікації як платформа для стійкого розвитку бізнесу. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. (4). С. 15–19. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-2>
7. Марченко В. Б. Поняття та правове забезпечення цифрової трансформації в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2019. № 6. С. 279–282.
8. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К. : Знання, 2008. 661с.
9. Новак І. М. Трансформація менеджменту персоналу в цифровій екосистемі організації. *Соціально-трудова сфера в координатах нової економіки та глобальної соціоекономічної реальності: виклики, шляхи розвитку* : зб. тез доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11–12 листоп. 2020 р.). Київ : КНЕУ, 2021. С. 218–220.
10. Нікітін Ю.О., Кульчицький О.І. Цифрова парадигма як основа визначень: цифровий бізнес, цифрове підприємство, цифрова трансформація. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. Том 3, № 4. С. 77–87.
11. Основні напрями цифрової трансформації. URL: <https://eba.com.ua/osnovni-napryamy-tsifrovoi-transformatsiyi/> (дата звернення: 13.07.2024).
12. Петько С. Теоретичні основи цифрової трансформації суб'єктів господарювання. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-55>
13. Стрижак О.О. Трансформації індустрії туризму в умовах цифрової економіки. *Економіка та управління АПК*. 2021. № 2. С. 41–49.
14. Струтинська І. В. Дефініції поняття «цифрова трансформація». *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48-2. С. 91–96.

15. Скоробогатова Н.Є. Концептуальні засади формування сталого розвитку суспільства в контексті Індустрії 4.0. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 388–400.
16. Яковенко Я.Ю., Білик М.Ю., Сербін Р.А., Чумакова А.Г. Цифрова трансформація і нові бізнес- моделі. *Держава та регіони*. 2022. № 3 (126) С. 104–109.
17. AI in Travel and Tourism: The Revolution Is Happening. URL: <https://chisw.com/blog/ai-in-travel-and-hospitality/> (дата звернення: 07.07.2024).
18. AI in travel and tourism – 10 benefits, use cases and examples. URL: <https://appinventiv.com/blog/ai-in-travel/> (дата звернення: 07.06.2024).
19. Amadeus. It's how travel workssmarter.smoothier.faster.more efficiently.more sustainably. URL: <https://amadeus.com/en> (дата звернення: 01.07.2024).
20. Appfigures.. URL: <https://www.businessofapps.com/marketplace/appfigures/> (дата звернення: 07.07.2024).
21. Booking holdings The world's leading provider of online travel and related services. URL: <https://www.bookingholdings.com/> (дата звернення: 27.07.2024).
22. Booking Revenue and Usage Statistics (2024). URL: <https://www.businessofapps.com/data/booking-statistics/> (дата звернення: 25.07.2024).
23. Expedia Group. URL: <https://expediagroup.com/> (дата звернення: 30.06.2024).
24. Digital transformation: online guide to digital business transformation. URL: <https://www.iscoop.eu/digital-transformation> (дата звернення: 02.07.2024).
25. Digital 2023: global overview report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 20.07.2024).
26. Kotter John P. *Leading Change*. Harvard Business Review Press. 1996. 256 с.
27. Main Areas of Digital Transformation. URL: <https://www.bdo.com/insights/digital/main-areas-of-digital-transformation> (дата звернення: 17.06.2024).
28. Mootee I., Glädscheff U. *Digital Transformation: Building Smart Infrastructures*. Wiley. 2017. 208 с.
29. Revenue of Amadeus worldwide from 2010 to 2022(in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/501692/amadeus-revenue/> (дата звернення: 07.07.2024).
30. Report App Travel 2024. URL: <https://www.businessofapps.com/data/travel-app-report/> (дата звернення: 23.08.2024).
31. Rogers D. *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*. Columbia Business School Publishing. 2016. 304 с.
32. Sabre is we make travel happen. URL: <https://www.sabre.com/> (дата звернення: 11.07.2024).
33. Spending on digital transformation technologies and services worldwide from 2017 to 2027(in trillion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/>

- statistics/870924/worldwide-digital-transformation-market-size/ (дата звернення: 25.08.2024).
34. Travel App Revenue and Usage Statistics (2024). URL: <https://www.businessofapps.com/data/travel-app-market/> (дата звернення: 01.08.2024).
  35. The Evolution of Airline Reservation Systems: From Legacy to Modern Platforms. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/evolution-airline-reservation-systems-from-legacy-modern-murugan-f9z8c> (дата звернення: 07.07.2024).
  36. The Evolution of the Online Booking Engines.. URL: <https://www.otrams.com/evolution-of-the-online-booking-engines/> (дата звернення: 29.07.2024).
  37. 6 Examples of How AI is Used in the Travel Industry. URL: <https://mize.tech/blog/6-examples-of-how-ai-is-used-in-the-travel-industry/> (дата звернення: 21.07.2024).
  38. What is digital transformation? URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation> (дата звернення: 14.07.2024).
  39. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. *Harvard Business Review Press*. 2014. 288 с.

## **2.3. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЗАКАРПАТТЯ**

### **■ Павло Пеняк**

*кандидат історичних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Як відомо, одним із головних завдань Програми сталого розвитку Закарпатської області України на 2020–2030-ті роки є орієнтація на розбудову економіки і в першу чергу — сфери туризму. Область володіє значними рекреаційними ресурсами, які є передумовою формування туристично-рекреаційної галузі народного господарства. Складовою цих ресурсів є історико-культурна спадщина, за багатством якої край посідає одне з чільних місць в Україні. Незважаючи на те, що область невелика як за площею, так і за кількістю населення, тут зосереджено значну частину пам'яток історії та культури, які ввібрали в себе риси східно-, центрально- і західноєвропейських впливів. У регіоні добре збереглися народні звичаї, обряди, давні ремесла, художні промисли, своєрідний фольклор. За насиченістю і різноманітністю історико-культурних ресурсів і перспективами їх залучення до туристичної сфери регіон входить до групи областей України з високим потенціалом [42, с. 145]. Сьогодні на державному обліку та охорону в області взято 494 археологічні пам'ятники, 523 — історичні, 93 — монументального мистецтва, 302 пам'ятники архітектури та містобудування [50]. Сьогодні історико-культурні ресурси (особливо це стосується археологічних старожитностей) не повною мірою використовуються для цілей рекреації, але, як показує міжнародний досвід найближчих сусідів (Угорщина, Румунія, Словаччина) вміла організація їх показу та широка інформація дали б значний економічний ефект.

Одним із цікавих видів туризму, який має всі підстави для поширення в області є археологічний. Його метою є відвідування тієї або іншої місцевості, на якій знаходяться варті уваги археологічні пам'ятки, можливість участі в розкопках, ознайомлення з артефактами матеріальної та духовної культури сивої давнини [7, с. 318]. Це стоянки, поселення, городища, могильники, давні виробничі центри. Найбільша їх кількість зафіксована у Берегівському — 171, Ужгородському — 82, Мукачівському — 63 районах. Найменше у Рахівському — 2 [18, с. 94]. Таку ситуацію можна пояснити

не лише більшою чи меншою заселеністю цих районів у давнину, але й станом обстеження.

Загальна кількість об'єктів, які відносяться до стародавнього кам'яного віку (палеоліту), представлена 98 пам'ятками, які в основному були виявлені у 70–80-х роках ХХ ст. [18, с. 94]. Накопичення матеріалів сприяло розробці періодизації і хронології палеолітичних пам'яток краю. Була створена культурно-хронологічна колонка, яка дозволила об'єднати розрізнені дані про палеолітичну добу Закарпаття. Спираючись на знайдені кам'яні артефакти, палеоліт краю дослідники поділили на: а/ ранній, до якого віднесли пам'ятки ашельської і мустьєрської доби; б) пізній. Їх колекції нараховують декілька тисяч кам'яних артефактів, виготовлених з вулканічного обсидіану, рідше — андезиту.

Опорним пунктом для вивчення палеоліту Закарпаття стала стоянка, розташована в східній частині смт Королево Березівського району на вулканічних відрогах лівого берега р. Тиси. Розкопками в Королеві було виявлено 14 різночасових комплексів кам'яних виробів: сім ашельських, шість мустьєрських і один початкової пори пізнього палеоліту [19, с. 219–220]. Сировиною для виготовлення знарядь праці служили переважно чорний місцевий андезит, рідше кварцит, кремінь, сланець, обсидіан, кварц. Багатими на кам'яну індустрію раннього палеоліту Закарпаття виявилися стоянки в околиці Рокосова та Малого Раковця Хустського району. Тут дослідниками було виділено 7 ранньопалеолітичних комплексів кам'яних виробів [22, с. 18]. У ранньому палеоліті тут існувало дві окремі групи артефактів: майстерні і стоянки-майстерні. Вони датуються часом приблизно 850–150 тисяч років тому. Перші сконцентровані на нижніх терасах, де було багато кам'яної сировини, інші — на більш високих терасах, де сировина зустрічається рідко або зовсім відсутня. Ашельські комплекси Королева, Рокосова, Малого Раковця, на думку дослідників, складають єдину в територіальному і техніко-типологічному відношенні групу пам'яток, найближчі аналогії якій простежуються у Чехії і Словаччині (Бечов I та IV, Пржезлетіце, Сухдол, Летки, Седлец та інші) [39, с. 35–36].

Мустьєрська доба репрезентована 46 місцезнаходженнями, а опорним пунктом залишається Королево, де стратиграфічно вище шарів з ашельськими виробами залягало шість культурних горизонтів мустьє [18, с. 94]. Також можна назвати такі пам'ятки, як Черна, Хижа, Оноківці, Хуст-Виселична гора, Шаян II, Ужгород-Радванська гора. Ці пам'ятки належали спорідненій групі населення, яка була генетично пов'язана з більш ранніми ашельськими поселен-

цями Королева. Найбільш ранні мустьєрські пам'ятки Закарпаття (IV-а, IV, III горизонти Королева, IV і III горизонти Королева II, Чорна I і IX, Діброва) належать до часу рис-вюрм. Їм притаманна леваллуазька техніка обробки каменю, нечисленні збірки знарядь з вторинною обробкою, що представлені досить невиразними скреблами, зубчастими формами, виробами для рубання — чопше-рами, січками та сікачами [40, с. 73–83].

Найбільш пізні на Закарпатті мустьєрські комплекси зафіксовані в південно-східній частині краю, які розташовані в околиці села Черна на Берегівщині. Тут виявлено десять мустьєрських і пізньопалеолітичних місцезнаходжень. На місцезнаходженні Черна I на поверхні і шурфах зібрано 59 кам'яних знахідок, виготовлених із світло-коричневого кварциту та андезиту. Серед них нуклеуси, відщепи, пластини, скребло з ретушшю на черевці. Ці та інші місцезнаходження вчені об'єднали в одну чорнянську культуру, аналогії яким відомі в Моравії [41, с. 27–28]. Серед виявлених палеолітичних місцезнаходжень краю є ряд пунктів, які можна поділити на такі групи: по-перше, Черна IX, Хижа IV. Їх колекції малочисельні, але досить виразні, за техніко-типологічними показниками вони аналогічні леваллуазьким збіркам Королева; по-друге, Черна VI, VIII, Новоселиця I, II, Хижа I, колекції яких аналогічні збіркам Королево I і Черни IV, X; по-третє, Ужгород — Радванська гора, Горяни, Оноківці, матеріали з яких малокількісні (за виключенням Радванської гори) і не зовсім ясні в типологічній атрибуції; по-четверте, частина мустьєрських зборів складається з поодиноких знахідок, непридатних для детальних техніко-типологічних висновків (Черна II, III, Хижа II, III, Виноградово, Берегово III, Хуст-Виселична гора, Шаян II, Тупча I–III, Біла Церква, Становець, Солотвино I–II, Чернецька гора та ін. [41, с. 27–28].

На археологічну карту краю нанесено 49 пунктів пізнього палеоліту [18, с. 95]. Еталонною пам'яткою для вивчення пізнього палеоліту послужили багатопарові стратифіковані пам'ятки Королево I, Королево II (Гострий Верх) та пізньопалеолітичні комплекси Берегово I, Мала Гора. Не менш цінними, хоч і допоміжними, є також місцезнаходження з численними кам'яними виробами, зібраними підйомним способом у Берегові II, V, VI, Мукачеві I, Бийганська Гора, Запсонь, Ужгород-Радванська Гора, Горяни, Шаян та інші [17, с. 17]. На значній кількості пам'яток зібрано поодинокі кам'яні вироби, що не мають стратиграфічного обґрунтування (Берегово III, Бене I, II, Дідова Гора, Шаланки). Окремі місцезнаходження на території Берегівського району отримали назву «бере-

гівської культури» (Берегово I, II, V, Мужієво I, Бене I, Дідова Гора) і датовані початком після паудорфського часу.

Найбільшою за територією поширення стала група пізньопалеолітичних місцезнаходжень, знахідки якої представляють збірки, зібрані на поверхні (Радванська Гора, Замкова Гора, Горяни в Ужгороді; Гора Галіш, Павлова Гора в Мукачеві; Кам'янське, Шаланки та інші). Із-за відсутності стратиграфічного обґрунтування головною опорою є техніко-типологічні дані індустрії Радванської Гори, кам'яні зібрання якої найбільш численні для доби пізнього палеоліту Закарпаття [22, с. 24].

Вивчення і аналіз сировини для виготовлення кам'яних знарядь праці на пам'ятках пізнього палеоліту показали, що носії пізньопалеолітичної культури Королева використовували переважно сировину вулканічного походження, носії «берегівської» культури віддавали перевагу низькопробному світло-сірому кременю, для індустрій третьої групи (еталон Радванська Гора) базовою сировиною служила крем'яна галька темного кольору. Як виянилось, та чи інша сировина була відома усім носіям різних культурних традицій. Всі три групи, на погляд дослідників, це самостійні та різноманітні прояви розвитку пізнього палеоліту Закарпаття [43, с. 22-36]. Цікавим є факт фіксації палеолітичних місцезнаходжень у гірських районах (Дубриничі, Лумшори, Голубине, Ганьковиця, Ділове, Свалява, Шаян), які свідчать про заселення первісною людиною не лише передгірної, але й гірської зони краю. Тим самим спростовано думку не одного покоління вчених, що Східні Карпати заселялися лише у XIV–XVII ст. на запрошення угорських королів.

Доба мезоліту або середній кам'яний вік представлена на археологічній карті краю 38 стоянками [13, с. 37]. Серед них, наприклад, Кам'яниця, Глибоке, Гута, Чинадієво, Лавки, Великий Раковець та ін. Найбільша їх кількість (22 пам'ятки) фіксується у передгір'ї, 7 — на Притиській рівнині, 4 — в околиці Берегова, 2 — у районі Вігорлат-Гутинського вулканічного хребта, по одній пам'ятці — у Берегівському низькогір'ї, Солотвинській котловині та на околиці Рахова [22, с. 27]. Більшість стоянок були короткочасними і розташовувалися на невисоких берегах річок та озер (наприклад, стоянка Кам'яниця на березі річки Уж), зручних для рибальства. Основним типом жител були легкі споруди типу куренів, збудованих з дерева і гілок.

Найбільш цінні матеріали були отримані під час розкопок на стоянках Кам'яниця I, II, V (Ужгородський район). Це дозволи-

ло провести етнокультурний поділ мезолітичних пам'яток краю: по-перше, на артефакти без геометричних мікролітів (типу Кам'яниця II) та з геометричними мікролітами (типу Кам'яниця V). На стоянці Кам'яниця V серед кам'яних артефактів переважають нуклеуси. Зустрічаються відщепи, скребки, скобелі. Аналогічні комплексу Кам'яниця V місцезнаходження Глибоке I, Чинадієво I, Лавки I, Ворочєво I–III, Гута I, Невицьке I, Великий Раковець I–III, Хуст I, Перечин I. Тут знайдено близько тисячі кам'яних артефактів. Аналіз показав, що на цих пам'ятках серед нуклеусів переважають призматично-пропорційні, аморфні та усічно-пірамідальні. У цій групі знярядь більше половини складають скребки та ножі [13, с. 38–39].

До іншої групи мезолітичної спільноти краю належать стоянки Кам'яниця I, Гута II, Середнє II, Ужгород I (Радванська гора), а також пункти з поодинокими знахідками Нижнє Солотвино I, Барвінок I. Найбільшу серію знярядь складають скребки, ножі, скобелі, різці, а також геометричні мікроліти. До пізнього етапу цієї групи віднесено місцезнаходження Дубрівка I, Гута II, Середнє III [12, с. 40]. Сьогодні дослідники стверджують, що добу мезоліту краю представляють дві етнокультурні спільноти. До першої належать пам'ятки з деякими палеолітичними індексами, до другої — комплекси з вираженими тенденціями мезоліту. Чітке територіальне розмежування цих спільнот поки що не встановлено. Правда, помітно, що перша група розташована в північно-західній, друга — у південно-східній частині Закарпаття.

На території регіону зафіксовано 44 пам'ятки доби неоліту (Заставне, Дерцен, Неветленфолу та ін.), дослідження артефактів якого розпочалося більше століття тому [17, с. 17]. Саме тоді Т.Легоцький, фундатор археології краю, відкрив перші неолітичні поселення на Малій горі у Мукачеві та Ардівській горі у Берегові. Поселення займали від 1 до 3 га площі. Більшість з них багат шарові, бо їх мешканці обирали придатні для довготривалого осілого життя місцевість. Основні форми кераміки представлені горщиками, мисками і сковорідками. Сьогодні жодна з давніх епох не має розкопано стільки площі поселень, як доба неоліту і саме тому вона є одним із найбільш вивчених періодів. М. Потушняк, який спеціалізувався на вивченні цієї епохи, досліджував неолітичне поселення в урочищі Мондічтог, що на північній окраїні с. Неветленфолу Берегівського району. Поселення розташовувалося на піщаній дюні. Неолітичний шар залягав на глибині від 0,7 до 1,2 м. На розкритій площі було виявлено залишки житла неправильної форми, заглиблене в

материк від 0,1 до 0,3 м, розвал шести глинобитних печей, з яких три розташовувалися поза житлом, та дві господарські ями. Зібрано значну кількість керамічних виробів, частину з яких представляють фрагменти від невеликих сферичних горщиків та посудин на піддонах блідого, червонуватого та рожевого кольорів. Інша група кераміки — це товстостінні посудини з домішуванням в тісті шамоту та недбало опрацьованою поверхнею. Цей посуд прикрашений темно-червоною (бурою) і чорною фарбами, утворюючи прямолінійний і геометричний орнамент. У житлі знайдено фрагменти кераміки з врізним орнаментом, який складається з кількох паралельних ліній. Поверхня у них лощена, чорного кольору. На поселенні виявлено жіночі статуетки з виразно підкресленою тазовою частиною тулуба, конуси та глиняні буси [22, с. 39].

Неоліт Карпатської улоговини, в тому числі Закарпаття, прийнято поділяти на три культурно-хронологічні періоди: ранній, середній і пізній. Вони отримали різні назви: від перших місць відкриття або територій поширення. Так, в добу раннього неоліту Закарпаття стало північно-східною окраїною крішської культури (назва від річки Кріш, Кереш), носії якої в південно-східній Європі створили розвинуту землеробсько-скотарську спільноту, початок якої, очевидно, сформувався в країнах Передньої Азії, а згодом розвинувся в північній частині Балканського півострова.

Дослідження показали, що культура Кріш займала також територію Верхнього Потисся, в тому числі й Закарпаття. Ранній етап культури був виявлений на поселеннях сіл Запсонь, урочище Мала гора, Берегівського та Серне, урочище Кіш мезев Мукачівського районів. На цих поселеннях було зібрано близько 20 тис. фрагментів кераміки та інших предметних знахідок [22, с.44]. В



Рис. 2.3.1. Посуд доби неоліту за М. Потушняком

керамічному комплексі було виділено три групи кераміки, які відрізняються між собою як складом глиняного тіста, так і призначенням (кухонний, столовий і святковий посуд).

Найбільш поширеною формою кухонного посуду були горщики з вертикальним або слабо розширеними стінками, рідше сферичної і грушоподібної форм (рис. 2.3.1).

Миски представлені з конічними і овально формованими стінками. Своєрідною формою посуду були сковорідки. Крім посуду, зібрано значну колекцію інших глиняних виробів, серед яких грузила, пряслиця, круглі й біконічні бусини, браслети, моделі жител. Знайдено десятки глиняних статуеток із зображенням жіночих статур як схематичного, так і реалістичного типу виконання. Не менш кількісною є також колекція кам'яних виробів, виготовлених переважно з обсидіану. Окремими знахідками представлені стріли, свердла та проколки з кременю. Привертають увагу кам'яні шліфовані сокири, тесла, долота. Зернотерки були знайдені виключно в уламках, вони виготовлялися з крупнозернистого пісковика та пористого вапняка.

Епоха середнього неоліту представлена старожитностями культури мальованої кераміки. Носії культури селились у рівнинній і передгірській зонах краю на берегах річок, потічків, на окраїнах боліт, на останніх південних відрогах Карпатських гір. Розміри поселень невеликі, площею в 2–3 га. Культурний шар залягає на глибині від 0,4 до 1,0 м. Матеріалів про характер розташування житлових і господарських споруд зібрано поки що замало. На поселенні в с. Неветленфолу (урочище Мондічтог) Берегівського району між двома житлами знаходилась господарська яма і піч. У с. Дерцен (урочище Мала гора) житлові і господарські споруди групувалися по дві-три без всякої системи на площі близько 2000 м<sup>2</sup>. Подібне розташування житлових і господарських споруд засвідчено в Ужгороді-Дравцях, селах Великі Лази і Холмець Ужгородського району [22, с. 47].

Згідно з отриманими даними, житлами були виключно напівземлянкові споруди, заглиблені в землю на 0,3–1,0 м. У плані вони були овальної і овально-продовгуватої форми розмірами в середньому 7–13 × 2–5 м. Основи жител в більшості нерівні, лише в деяких випадках плоскі, що складаються з кількох пов'язаних між собою ям (Дерцен, Рафайново, Велика Паладь та ін.) [22, с. 47]. На долівці інколи зустрічаються сліди вогнищ і руїни глинобитних печей, останні розташовані виключно під стінками.

Керамічний комплекс культури мальованої кераміки складається з посудин двох виразних груп: грубої кухонної і тонкостінної столової. Основні форми кухонної кераміки представлені горщиками, мисками і сковорідками. Кількісно переважає столовий посуд. Він виготовлений з добре відмудленої глини з домішкою піску та шамоту. Поверхня посудин покрита тонким ангобом. Серед форм посуду горщики, миски, корчаги, чаші самих різноманітних форм.

Вони розписані виключно чорною фарбою. Орнамент покриває всю поверхню посудин.

Енеоліт (мідно-кам'яний вік) (приблизно IV–III тис. до н.е.) на території краю представлений 20 пам'ятками. Це, наприклад, Берегово, Великі Лази, Підгорб, Осій, Дийда та ін. [21, с. 14]. Початок енеоліту Закарпаття пов'язується з полгарською культурою, що на певному етапі включала в себе пам'ятки пізнього неоліту і раннього енеоліту. Ранній період полгарської культури, згідно з дослідниками, представляла група Герпаль, що сформувалася в східній частині Угорського Алфельда. Згодом вона поширюється на схід — на частину Трансільванії, а на північному сході займає Східну Словаччину і Закарпаття.

Найхарактернішою ознакою герпальської групи є розпис посуду чорною та червоною фарбами на світло-коричневому фоні. Типовими є миски на пустотілому піддоні, конічні горщики та амфороподібні посудини. До групи Герпаль дослідник неоліту й енеоліту краю М.Потушняк відніс підйомний керамічний матеріал з с. Чопівка (нині передмістя Берегова), матеріли з с. Великі Лази (ур. Ставлінець), поселення в Берегові (ур. Долина Коханья). Остання пам'ятка, на думку М.Потушняка, представляє собою ранній етап герпальської групи [31, с. 84].

На завершальному етапі неолітичного розвитку полгарської культури, на думку дослідників, провідною стає група пам'яток, яка отримала об'єднану назву Тисополгар-Чесголом-Оборін. На відміну від герпальської групи, її характеризує білий розпис посуду на червоному фоні (рис. 2.3.2.).



Рис. 2.3.2. Кераміка. Пізній неоліт. За М.Потушняком

До цієї групи М.Потушняк зарахував яму, виявлену Ф.Потушняком в с. Неветленфолу (ур. Кіш мезев). На відміну від Ф.Потушняка, який цю пам'ятку відніс до ранньої бронзи, М.Потушняк зарахував її до групи Тисополгар-Чесголом-Оборін. До цієї групи, на його думку, належать також матеріали розкопок, здобуті Й.Янковичем у с. Великі Лази Ужгородського району [31, с. 85].

У пізньому енеоліті (друга чверть III тис. до н.е.) на зміну полгарській культурі у Верхнє Потисся прибуло із заходу нове населення, яке на Закарпатті залишило пам'ятки, що отримали назву культури «канельованої кераміки» або баденської культури. Територією формування культури було Верхнє Подунав'я, але найбільшого розвитку вона досягла у Віденському окрузі біля міста Баден (сучасна територія Австрії), звідки й отримала назву. Невдовзі культура поширилась на весь Карпатський басейн. На цій території вона, звісно, мала ряд локально-культурних і хронологічних варіантів.

Закарпаття в Карпатській улоговині було найбільш східною територією, яку охопила баденська культура. Згідно з картографуванням, поселення займали найбільш придатну для життя територію краю, на стику південних відрогів Карпат та Потиської рівнини: с. Малі Геївці, урочище Стариця Онга, Берегово (колишнє с. Буча), с. Тисобикень, Пийтерфолво (урочище Браунтог); в передгір'ї: м. Мукачево (урочище Мала гора), с. Великі Лази (урочище Ставлінець), с. Осій (урочище Чищаник Федюківни) [21, с. 15]. Носії культури проживали на довготривалих поселеннях, займалися рільництвом й скотарством з переважанням останнього. Основним критерієм для характеристики баденської культури поки що є кераміка (миски, глечики, горщики, черпаки), орнаментовані врізним орнаментом, штапованими вдавленнями та пластичними валиками-канелюрами. Виробничий інвентар представлений, головним чином, шліфованими кам'яними знаряддями: сокирами, долотами, теслами і молотами з просвердленими отворами для руків'я. Для їх виготовлення використовували пісковик, сланець і кремнеподібні породи місцевого каменю.

Епоха бронзи (поч. II — поч. I тис. до н.е.) на археологічній карті краю представлена 43 пам'ятками і 139 скарбами, найбільше з яких зафіксовано у Берегівському районі — 19 [18, с. 95]. Якщо раніше цей період був відомий лише за знахідками бронзових скарбів, то сьогодні стали відомі десятки поселень, значна частина яких досліджувалася. Це, наприклад, поселення епохи ранньої бронзи у Великій Доброні, Дерцені, Мукачеві (урочище Мала гора),

курганні могильники у Зняцеві, Медведівцях, Батрадї, Макарьові. Період середньої бронзи (XV–XIII ст. до н.е.) репрезентують артефакти отоманської культури, яка донедавна була відома за тілопальними безкурганними могильниками у Станові і Холмцях. На даний час відкрито ряд поселень у Берегові, Неветленфолу, Великій Паладі, Заболотті, Чинадійові, Баранинцях. Епоха пізньої бронзи представлена старожитностями групи Беркес-Демечер та культури Гава. У ній виділяються два етапи: ранній — XII–VIII ст. до н.е., що належав ще до пізньої бронзи і пізній (VIII — перша половина VI ст. до н.е.), що вже припадає на ранній етап залізного віку. Для першого притаманним є високий розвиток бронзолivarної справи, про що свідчать десятки бронзових скарбів: Негрово, Клячаново, Мала Бийгань, Неветленфолу та ін. Другий етап отримав назву передкуштановицького, характерною ознакою якого була поява укріплених городищ: Ужгород, Невицьке, Арданово, Шелестово, Іршава, Біла Церква.

Ранній період доби бронзи у Верхньому Потиссі отримав назву культури Ніршег-Затін. До пам'яток останньої зараховані поселення на Малій Горі в Мукачеві, Дерцені, В.Доброні (урочище Легелев). На жаль, меліоративними роботами у Берегівському районі в околиці сіл Невелетленфолу, Форголань, В.Паладь, Сасово, Заболоття було знищено ряд поселень цієї культури [22, с. 78].

Поселення цієї культури зафіксовані на берегах невеликих річок, в природньо-укріплених місцевостях, на піскових дюнах та останніх південних відрогах Карпат. Носії культури використовували напівземлянкові і наземні житла й легкі типу наметів. Вогнища розташовувались у центрі житла, багаття — біля жител. У житлах і поза ними знаходились різної форми господарські і побутові ями. Поселення були недовготривалими, а пояснення цьому слід шукати в нестійких природних умовах та збільшенні чисельності населення при екстенсивному веденні рільництва.

Що стосується ритуалу поховання, то слід підкреслити, що на Закарпатті поки що невідомі ні некрополі, ні окремі поховання. Про ритуал поховання можна говорити тільки на основі пам'яток, відкритих на території суміжних територій в північно-східній Угорщині та Східній Словаччині. Там виявлені поховання з тілоспаленням (Тарпа, Тиса-Палконя, Сомотор). Зустрічаються поховання зі скорченим тілопокладенням (Елеп, Тисачег). Ці два типи поховального ритуалу в цей період були характерними не лише для Верхнього Потисся, але й для всієї Карпатської улоговини.

Найбільше речових знахідок припадає на керамічні вироби. Вирізняються два типи кераміки — столова і кухонна. Перший краще опрацьований, з рівною, інколи, лощеною поверхнею, орнаментований. Як кухонна, так і столова кераміка різних розмірів, від малих 3–5 см до 50–70 см висоти [22, с. 79]. Найбільш поширеним типом були одноручні глечики різних розмірів і варіантів. Добре виражена група посудин, що представлена біконічними мисками різних розмірів і варіантів. Для орнаментації використовувалися пальцеві вдавлени і наколи, які розміщалися під вінцями, на шийці, на найбільшій опуклості посудин. Досить поширеним посудом були амфороподібні урни різних варіантів і розмірів. У них на стінках розташовані два або чотири вушка, а нижня частина посудин прикрашена розчісом. Загалом орнаментация кераміки відіграла в житті її носіїв важливу роль. Цим вона значно відрізняється від культур інших регіонів Карпатської улоговини.

Через малу кількість досліджених поселень досить слабо вивчений набір знарядь праці культури Ніршег. Вони в основному представлені кремневими ріжучими пластинками, кривими серпами, плоскими трапецеподібними сокирами, кістяними проколками, зернотерками. Поки що не виявлено металевих знарядь праці. На основі аналізу господарського і економічного життя носіїв культури Ніршег стає можливим висловити думку, що основними галузями господарського життя було рільництво і скотарство. Це підтверджується розташуванням поселень у придатних для землеробства місцевостях, господарсько-побутовими комплексами. Про це свідчать також знахідки кістяних мотик, зернотерок, великих посудин-зерновиків, кам'яних серпів.

Старожитності середньої доби бронзи на території краю представлені артефактами культури Отомань, яка займає хронологічний відрізок часу між 1800–1600 рр. до н.е. На Закарпатті вони виявлені на пограниччі від передгір'я до потиської рівнини й засвідчені на городищі Товвар у Дийді, селах Квасові, Заболотті, Невелетленфолу, Пийтерфолво Берегівського району. Частина поселень розташована в природньо укріплених місцях (Берегово, Дийда), інша — в заплавах річок, на берегах водоймищ, піщаних дюнах (Невелетленфолу, Велика Паладь, Заболоття, Сасово та ін.).

Поселення носіїв культури Отомань невеликі за розмірами. Вони займають площу від 0,3 до 0,5 га. Як правило, житла розташовані вузькою смугою на берегах річок і водоймищ. На пагорбах і дюнах засвідчено кущове розташування жител. Переважають наземні одно- або двокамерні житла, розміри яких коливаються від 8

до 16 м<sup>2</sup> [21, с. 17]. У житлах знаходилися печі зі склепінням розміром 1×1 або 1,4×1,4 м. Інколи в них розміщалися вогнища круглої форми, які по периметру були обнесені бортиками. Як правило, домашнє начиння розміщалося ближче до печі або вогнища. У великих житлах біля стінок споруджували дерев'яні полиці і лежанки.

Добу пізньої бронзи на Закарпатті репрезентують старожитності культури Станово (XV–XIII ст. до н.е.). Серед її пам'яток значне місце належить поселенням. Вони розташовувалися на невисоких підвищеннях, неподалік водних джерел, на низьких терасах, серед боліт. Про господарсько-побутові комплекси носіїв культури можна судити на основі розкопок у селах Неветленфолу, Заболоття, Велика Паладь, Форкошфолво, Олешник, Квасово Берегівського, Чинадієво Мукачівського, Дравці-Баранинці Ужгородського районів [21, с. 19].

Для носіїв культури були характерними два типи жител. Перший — це наземні споруди з каркасно-стовповою конструкцією стін. Вони в плані прямокутні площею від 20 до 30 м<sup>2</sup>. Інший тип представляють житла, що злегка заглиблені в материк (0,3–0,5 м), овальної в плані форми, розмірами і конструкцією аналогічні попереднім. У кожному житлі розміщалося глинобитна піч прямокутної або округлої форми, діаметром 1–1,5 м, а в деяких ще вогнище, обкладене каменями [22, с. 87]. У житлах і поза ними розміщалися господарські ями.

Важливою складовою культури були некрополі. Нині на території краю вони відомі із села Станово (від назви якого культура отримала назву), із сіл Чопівці, Лохово Мукачівського та Холмець Ужгородського районів. Усі вони розташовані поза поселеннями. Тільки в одному випадку, у с. Неветленфолу, поховання виявлено на поселенні. З плином часу ритуал поховання носіїв культури сформувався і був досить сталим. Він включав спалення небіжчика поза місцем поховання. Залишки спалених кісток, очищених від попелу і деревного вугілля, збирали в посудини-урни і заривали в ямки глибиною 0,5–0,7 м. Супроводжуючий інвентар досить бідний, він складається з двох-трьох орнаментованих ваз, мисок, черпаків, а також глиняних конусів, пряслиць і бус. В окремих випадках, наприклад, в Станові — поховання супроводжувалися крем'яними наконечниками стріл, в Неветленфолу — глиняною стилізованою чоловічою статуеткою, в Чопівцях — деревним вугіллям [22, с. 88].

Значне місце в господарській діяльності носіїв станівської культури займала металургія бронзи. В ареалі поширення куль-

тури, а також на сусідніх територіях Трансільванії, Центральної Словаччини були розташовані поклади міді й золота, що й зумовило тут розвиток металургії бронзи. Хоч на Закарпатті поки що не відкрито бронзоліварні майстерні, але їх сліди засвідчені в різних районах краю. Так, наприклад, у с. Неветленфолу на Берегівщині знайдено кам'яні матриці для лиття шил, голок, широких браслетів. У складі бронзових скарбів серед речей нерідко знаходяться злитки бронзи-сирцю, пошкоджені бронзові вироби. Це свідчить про те, що ці речі цінувалися не менше, ніж цілі, бо йшли на переплавку.

У ході дослідження пам'яток доби пізньої бронзи в другій половині ХХ ст. викристалізувався етап зі своїми характерними пам'ятками, який представляв собою перехідний період від доби бронзи до залізного віку і хронологічно охопив період XII–VIII ст. до н.е. На ранніх етапах характерним для нього була поява перших деталей і спорадичних виробів із заліза, відмова від орнаментованої кераміки, поширення чорнолискованої кераміки з канелюрами тощо. Такими ознаками перехідною періоду був наділений могильник, виявлений в селі Гава області Саболч-Сатмар-Берег у північно-східній Угорщині. Старожитності типу Гава зафіксовані також у північно-західній Трансільванії і Закарпатті.

Під час розкопок на Закарпатті й суміжних територіях отримано дані, які дають право говорити про два типи жител — землянкові та наземні. Найбільш поширеними були землянки площею від 8 до 16 м<sup>2</sup> прямокутної і округлої форми. Багато землянкових жител заглиблені в материк на 0,7 м, а інколи до 1 м (Неветленфолу, Дерцен, Баранинці) [22, с. 94]. Найбільш поширеними опалювальними спорудами були вогнища на округлих глинобитних площадках, які по периметру були обнесені уламками кераміки. Поряд з вогнищами, носії культури користувалися глинобитними печами каркасної конструкції. Вони споруджувалися на рівні долівки або в неглибоких ямках (Форкошфолво, Пийтерфолво, Дерцен). Поряд з житлами розташовувалися господарські і побутові ями округлої або овальної в плані форми, розміром у діаметрі від 0,9 до 3 м, глибиною 0,4–1,2 м. В їх заповненнях знайдено зернотерки, глиняні конуси, пряслиця, цілі посудини або їх уламки. На поселенні в с. Дерцен в одній з ям було знайдено 10 цілих посудин, в Чорнотисові — 16 конусів [22, с. 94].

Укріпленні городища розташовані на стрімких взгір'ях, звідки добре проглядались стратегічні дороги, що вели в напрямку Карпатських перевалів (городища в Ужгороді, Невицькому, Шелестові, Арданові, Іршаві, Білках, Виноградові, Малій Копані, Солотвині) [21,

с. 21]. На частині з них були згодом споруджені кам'яні середньовічні замки. Городища носіїв гавської культури, які дійшли до наших днів — це Шелестівське (гора Тупча, знищено кар'єром наприкінці ХХ ст.), Арданівське (гора Богуслав), Іршавське (гора Стремтура), Білківське (гора Городище), Солотвино (городище Читатя) були укріплені штучними валами і ровами. Їх первісна висота, наприклад, в Шелестові 2–3 м, в Арданові 1–1,5 м. Рови на городищах мали різні розміри глибиною 1,5 м, шириною до 5 м. Як правило, до них вела дорога і були ворота. На Шелестівському городищі засвідчено 12 в'їздів, на Арданівському — 2, на Іршавському — 8 [22, с. 94]. На городищі Стремтура в Іршаві засвідчено існування горизонтів ранньозалізного віку (VIII–VII ст. до н.е.) та середньовіччя (X–XII ст.) [10, с. 8]. Нині земляні вали знаходяться у відносно доброму стані й можуть бути використані в екскурсійній діяльності.

Поховальні пам'ятки культури Гава малочисельні. На Закарпатті вони відомі лише в кількох місцях. За останніми даними це ґрунтові могильники з тілоспаленням. Такий могильник відомий у смт Великий Березний. Тілоспалення, очевидно, здійснювалося на стороні. Залишки кальцинованих кісток збирали у горщики-урни і закопували в неглибокі ямки (0,4–0,7 м). Супроводжували небіжчика 2-3 посудини (миски, чашки, інколи черпаки) [32, с. 130–134]. Поодинокі поховання були відкриті на поселенні в с. Горбок на Мукачівщині та с. Чертіж біля Хуста.

З періодом існування культури Гава пов'язано ряд бронзових скарбів, знайдених на території краю. По-перше, вони свідчать про високий розвиток бронзолivarної справи у Трансільвансько-Верхньопотиському металургійному центрі; по-друге, вони є свідками перетворення Закарпаття в транзитну територію, через яку йшли торгові і обмінні шляхи між Центральною і Східною Європою. Сьогодні на Закарпатті знайдено близько 150 бронзових скарбів. Тут, до прикладу, згадаємо кілька скарбів, що належали носіям культури Гава (НА1-НА2 — XII–XI ст. до н.е.), а саме: Велика Бийгань — 114 предметів, Боржавське — 148, Лази — 111, Чинадієво — 61, Мукачево — 53, Олешник — 42 та ін. У склад скарбів входили знаряддя праці, зброя, прикраси, побутові вироби [22, с. 95].

Одним із найбільш визначальних елементів культури Гава є керамічні вироби, для яких були застосовані нові технології виготовлення (фактура глиняної маси, уніфікація форм, орнаментация). За призначенням кераміку можна розділити на два типи: кухонну і столову. Кухонний посуд був великих розмірів, грубуватого виготовлення з коричневою або охристою поверхнею. Серед кухонного

посуду основна кількість припадає на горщики, які мають слабо виражену шийку, прямі стінки з двома вушками, що звужуються до денця. Інший тип кухонної кераміки — це тюльпаноподібні посудини, добре відомі з городищ Шелестова, Арданова, Іршави, поселень Тисобикень, Неветленфолу. Стінки цих посудин плавно розширюються доверху і звужуються біля горла. Вінця широко або слабо відігнуті назовні, потовщені або загострені. За розмірами вони бувають більші і менші (висота 15–20 см, діаметр 14–27 см, діаметр денця 10–22 см) [22, с. 95].

Іншу групу кераміки представляє столовий посуд, який характеризується більш високою якістю тіста з домішками шамоту, лощеною або заглаженою поверхнею. Найбільш привабливим варіантом столового посуду є корчаги. Вони мають високе воронкоподібне горло і випуклі стінки з сильно вираженим згином при переході від стінки до шийки. Такі амфори або фрагменти від них були знайдені на поселеннях в Ужгороді, Мукачеві, Чинадійові та городищах в Арданові, Білках, Іршаві, Шелестові.

На археологічній карті краю ранньозалізний вік представлений 43 пам'ятками куштановицької культури і епохи латену. Найбільше їх відкрито у Мукачівському районі — 11 (поселення в Жукові, Медведівцях, Баркасові, курганні могильники в селах Кольчино, Куштановиця), а найменше у Тячівському [23, с. 520; 17, с. 17]. До кола куштановицької культури (VI–IV ст. до н.е.) зараховано курганні могильники у Білках, Дунковиці, Колодному, Чорному Потоці, Голубиному, Невицькому, поселення у Малих Геївцях, Баранинцях, Дерцені, Клячанові. За весь період дослідження куштановицької групи пам'яток на карту Закарпаття нанесено 20 поселень. Вони в основному розташовані в передгірській зоні краю, менше — в Притиській низовині. Населення, що займало передгірську зону, вірогідно, займалося скотарством і присадибним рільництвом, а населення низовинної зони з її плодородними ґрунтами — землеробством.

Поселення невеликі за площею від 2,5 до 4 га. Навколо них не виявлено жодних укріплень. Культурний шар залягає на глибині 0,3–0,4 м і часто порушується оранкою. На найкраще дослідженому поселенні в Малих Геївцях, де було розкопано близько 1200 м<sup>2</sup> площі, виявлено десять жител наземного і напівземлянкового типу [30, с. 24].

Напівземлянкові житла виявлені в селах Глибоке (1) і Малі Геївці (4) Ужгородського району. Житлові ями були овальної і прямокутної форми розмірами від 3,5×4,5 до 6×8,6 м, глибиною від 0,4

до 0,6 м від рівня залягання культурного шару [30, с. 24]. Житла опалювалися вогнищами та печами. Вогнища розміщалися в центрі житла в неглибоких круглих ямках, стінки яких були обмазані. Глинобитні печі розміщалися в центрі і біля однієї зі стінок житла. Заповнення жител містило уламки кераміки від мисок, горщиків, черпаків, сковорідок.

Поряд з напівземлянками траплялися наземні житла зі каркасно-стовповою конструкцією стін. Їхня форма встановлена на основі скупчення культурних залишків і розташування стовпових ямок. Житла у плані мали підпрямокутну форму, розмірами: найменші 3,2×6 м, найбільші 3,1×8 м [30, с. 25]. Глинобитна піч розміщувалася, як правило, в центрі або біля однієї зі стінок. В заповненні жител зібрано значну кількість фрагментованої кераміки, що походить від горщиків, мисок, сковорідок.

На даний час розкопано 135 курганів, зарахованих до куштановицької культури (назва походить від курганного могильника в с. Куштановиця Мукачівського району). Курганні групи розташовані компактно в передгірській частині краю в долинах річок Уж, Латориця, Боржава. Переважна більшість могильників налічувала від 4–6 до 50 курганних насипів, діаметром 14–20 м, висотою 1,8–3,0 м [29, с. 259]. Основним поховальним ритуалом було тілоспалення, яке здійснювалось на



Рис. 2.3.3. с. Невицьке.  
Урна з тілоспального

місці поховання або на стороні. Від того як розміщалися залишки тілоспалення під курганним насипом, поховання можна розділити на кілька типів: в урнах, в ямках, зсипані на пригоршні, на підкурганному горизонті.

Для урн використовувалась як кухонна, так і столова кераміка (горщики, корчаги, рідше миски, черпаки) (рис. 2.3.3).

Іноді урнами ставали не лише цілі, але й нижні частини посудин. Кальциновані кістки засипались в урну перебраними і очищеними від залишків вогнища. Траплялися випадки, коли кістки в урну засипались в анатомічному порядку. Внизу кістки ніг і ребер, зверху — кістки черепа. На дні урн, а також мисок, які накривали урни, зроблено отвори, очевидно, з ритуальних вірувань.

Поховання в ямках засвідчено в курганах, в яких тілоспалення здійснювалося на місці і на стороні. Залишки кремації, очищені від вогнища, засипалися в ямку або в кілька ямок. Тілоспалення, що зібрані в пригоршні, засвідчені лише в курганах з кремацією на стороні. Вони трапляються у колективних захороненнях і співіснують з урновими похованнями. Часто поховання, зібрані в пригоршні, супроводжувались залишками тризни у вигляді вогнищ та навмисно битої кераміки. Тілоспалення зібрані в пригоршні, на погляд дослідника раннього залізного віку краю І.Поповича, можуть бути віднесені до раннього етапу поховального ритуалу куштановицької групи пам'яток. Підтвердженням цьому служить комплекс знахідок із кургану с.Невицьке на Ужгородщині, датованих VI–V ст. до н.е. [30, с. 58]. У загробне «життя» небіжчиків супроводжувала різноманітна кількість інвентаря. Тут засвідчені посудини-приставки, в яких, очевидно, була їжа і питво, деталі одягу, прикраси, побутові речі з металу, скла, кістки. Рідше трапляються особисті предмети небіжчика — залізні ножі, кам'яні точильні бруски, пряслиця, в одному випадку (Невицьке) поблизу поховання виявлено кінську вузду [30, с. 53].

Епоха латену (V–I ст. до н.е.) репрезентована кельтським городищем (оппідум) Галіш і Ловачка на західній окраїні Мукачева, селищами у притиській зоні краю: Ратівці, Довге Поле, Бакта, Олешник, Дийда, Чапа, Нове Клинове і у передгірській зоні: Пацканьово, Оноківці, Клячаново, Дерцен [22, с. 147–148]. Переважна більшість з них — це невеликі осередки землеробів, що займають площу від 0,8 до 2 га. На цей період припадає бурхливий розвиток металургії та металообробки, виникнення окремих центрів і цілих районів, які спеціалізуються на добуванні заліза. Найбільшим з них вважається Новоклинівський залізобробний осередок, який в останній чверті I тис. до н.е. постачав продукцію (кричне залізо) для залізобробних майстерень Потисся й Подунав'я [3, с. 78].

За багатством здобутого матеріалу укріплене поселення Галіш і Ловачка посідає одне з провідних місць серед латенських пам'яток Європи. Тут знайдено ряд речей, датування яких не викликає особливих заперечень. До них належать монети, псалії, мечі, ланцюжки, ножні браслети, фібули, графітова кераміка, латенський виробничий інвентар, запозичений від кельтів і пристосованих до місцевих умов. Усі ці речі та технічні надбання свідчать, що латенські пам'ятки краю відносяться до періоду від рубежу III–II ст. до н.е. і до початку I ст. н.е. Технічні досягнення культури не зникають і на рубежі, і в перших століттях нашої ери; їм притаманне продовжен-

ня латенських традицій. Прояв цих традицій засвідчений у виготовленні сіроглиняної кераміки в першій чверті I тис. н.е. у культурі карпатських курганів та носіїв пшеворської культури [3, с. 119–120].

Поява римських провінцій у безпосередній близькості від території сучасного Закарпаття справила неабиякий вплив на історичний розвиток регіону. Зміст римської політики полягав не лише у будівництві військових укріплень, доріг, розширенні торгових відносин, романізації населення, але й у прямому втручанні у політичне життя порубіжних з імперією племен. У першій половині I тис. н.е. на Закарпатті відбулися історичні події, які обумовили появу археологічних культур, що виникли або поза його межами, або під їх безпосереднім впливом. До них належать артефакти дакійської, пшеворської і культури карпатських курганів, загальна кількість яких становить 38, а найбільше їх зафіксовано в Ужгородському районі — 16 [17, с. 17]. Пам'ятки дакійської культури відомі з Пийтерфолво, Підвиноградова, Горбків, артефакти культури карпатських курганів зафіксовано на курганних могильниках в Ізі, Липчі, Горінчеві, поселеннях Матієво, Оросієво, Заболоття, Баранинці, Ратівці, Паладь Комарівці.

Старожитності змішаної кельто-дакійської культури (I ст. до н.е. — I ст. н.е.) знайшли своє відображення у ряді дакійських городищ: Мала Копаня, Солотвино (Читатя), Іршава (Будулів) [21, с. 28]. Найбільш цінний джерельний матеріал для характеристики дакійської культури в краї отримано в результаті багаторічних досліджень городища Мала Копаня, які проводилися експедицією УжНУ під керівництвом В.Котигорошка. На 17 розкопаних ділянках загальною площею 0,62 га було виявлено 24 житла, 65 господарських споруд, 27 позаоб'єктних вогнищ, сотні господарських і стовпових ям [9, с. 340].

Найкраще вивченими пам'ятками культури карпатських курганів поки що є курганні могильники. Якщо в північно-східному передгір'ї Карпат на території Івано-Франківській області їх нараховується 18, то на Закарпатті їх всього 2. У с. Іза Хустського району три курганні групи (Іза I, Іза II, Іза III ) та с. Руське Поле Тячівського району дві курганні групи (Руське Поле I та Руське Поле II). Основними поховальними спорудами культури карпатських курганів є куполоподібні земляні насипи. Діаметр курганів у наш час не перевищує 5–12 м, а висота від 0,3 до 0,7 м над сучасною поверхнею. Кургани, як правило, розташовані групами по три-чотири. Курганні групи на закарпатських могильниках кількісно невеликі (Іза I — 28; Іза II — 14; Іза III — 16; Руське Поле I — 16; Руське Поле II — 3 кургани) [22, с. 169].

Визначальною ознакою поховального ритуалу культури карпатських курганів є тілоспалення на місці поховання. Залишки кремації у вигляді кальцинованих кісток, попелу, деревного вугілля зсипались в урни, ямки або пригоршні на стародавній поверхні. Як супроводжуючі речі поряд з урнами ставилися посудини-приставки, улюблені особисті речі покійника. Під час спорудження земляного насипу проходило ритуальне биття посуду та кидання фрагментів у насип. Всі ці елементи поховального ритуалу культури карпатських курганів різко відрізняють їх від синхронних курганних могильників сусідніх територій.

Ранньослов'янські артефакти краю представлені 28 пам'ятками, найбільше з яких — 13 виявлено в Ужгородському районі [17, с. 17]. Це насамперед старожитності празької культури: Галоч, Холмок, Берегово, Перехрестя, Чепи, Форголань, які датуються VI–VII ст. Їх відкриття змінило існуючі концепції про час заселення краю давніми слов'янами. Через відсутність джерел довгий час вважалося, що між артефактами першої половини I тис. н.е. та старожитностями VIII–IX ст. існував хронологічний розрив. Його вдалося заповнити вищезгаданими пам'ятками. Наприклад, на поселеннях у Галочі, Берегові було відкрито підквадратні напівземлянкові житла з ліпною керамікою празького типу, що дозволило пов'язати їх з появою перших слов'янських племінних груп у Верхньому Потиссі (рис. 2.3.4).

Ранньослов'янські поселення здебільшого розташовувалися невеличкими острівцями, по три-чотири, на відстані 1–3 км одне від одного. Прикладом такого розташування можуть служити селища в Ужгороді на Радванці, Галагові, Горянах, Галочі, Холмоку, Паладь Комарівцях Ужгородського, Червеньові, Зняцьові, Ракошині Мукачівського районів та ін. Ці поселення займали невелику площу — від 1 до 2 га, на якій розміщалося 8–15 жител з господарськими спорудами. Житла споруджувалися не вуличним типом, а гніздами, по 2–3 з господарськими будівлями [27, с. 95–96].

На основі археологічних матеріалів можемо говорити, що основним типом житла у ранньослов'янських племен Закарпаття другої половини I тис. н.е. була напівземлянка розмірами від 12 до 30 м<sup>2</sup>. Долівки жител були добре утрамбовані і лежали на жовтуватій глині. Житлові ями заглиблювалися в материк на різну глибину: найглибші — до 0,6 м, найменш глибокі — 0,2 м [22, с. 210]. Форма основ напівземлянок також різна: підквадратна (Берегово, Галоч, Ужгород-Радванка), прямокутна (Зняцьово, Холмок), овальна (Червеньово, Холмок, Федорове, Паладь Комарівці). Найбільше

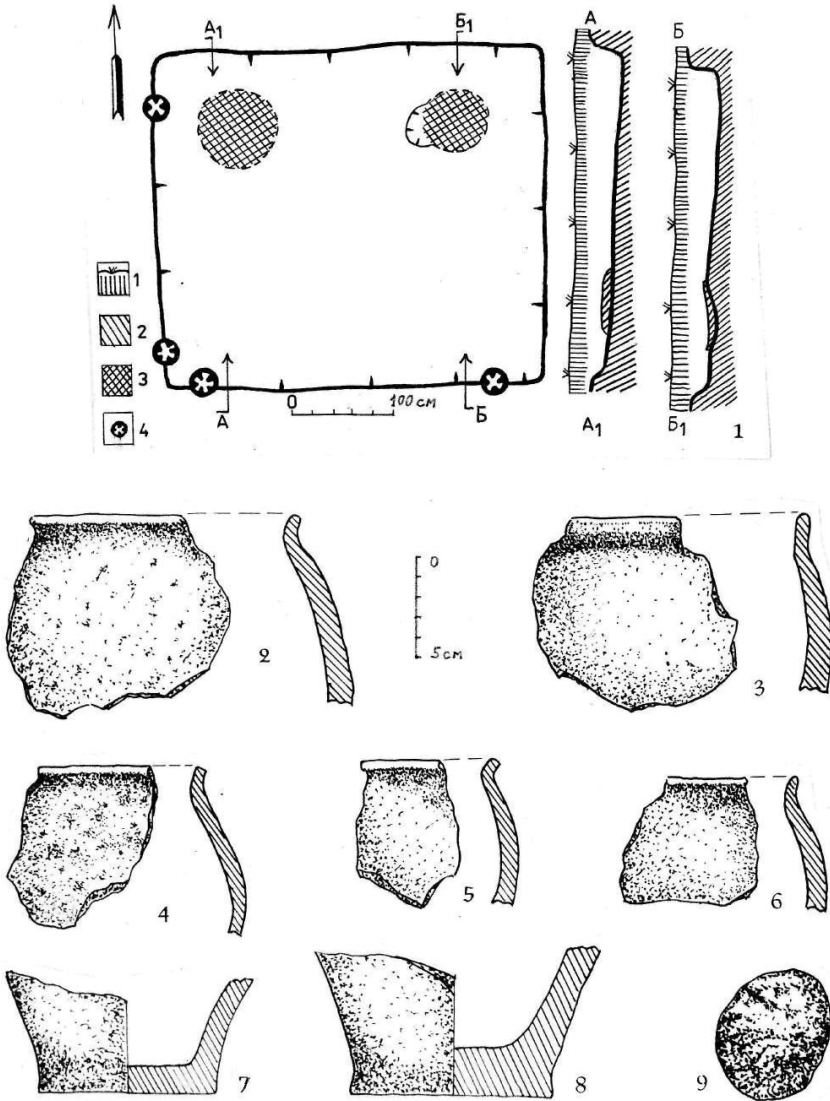


Рис. 2.3.4. Розрізи житла давніх слов'ян (с. Галоч)

напівземлянок овальних форм. Вірогідно, що вони походять від погано збережених основ жител трьох форм: підквадратної, прямокутної і овальної (рис. 2.3.5).

За конструкцією стін житла поділяються на зрубні і стовпові. Для спорудження стін в обох випадках застосовували округлі жердини або плахи. Інколи при стовповій конструкції стіни обплітали ліщиною і обмазували глиною. Прийнято вважати, що при

зрубній конструкції в заглиблену частину житла спускався зруб, а при стовповій стінки зводилися з плах і притискувалися до земляних стінок стовпами. В обох випадках стінки ззовні присипалися землею. Незвичайної стовпової конструкції виявилися однокамерне і двокамерне житла у Холмоку. У них стовпи вкопувалися не біля стінок заглибленої частини житла, а розміщувалися поза стінками на відстані від 0,3 до 0,7 м [22, с. 210]. Таке розташування стовпів, треба думати, збільшувало житлову площу: корисною ставала не тільки заглиблена частина, а й площа поза нею.



Рис. 2.3.5. с. Холмок II.  
Кружальний горщик X–XI ст.  
За С. Пеняком

Вважається, що одним із визначальних елементів слов'янського житла другої половини I тис. н.е. є наявність опалювальної споруди. На основі одержаних даних можемо говорити про три типи таких споруд: печі-кам'янки, глиняні печі з сферичним куполом і відкриті вогнища. Поки що найбільше виявлено відкритих вогнищ, на другому місці за кількістю — глиняні печі, на третьому — печі-кам'янки. Мінімальна площа, зайнята під опалювальною спорудою, становила 0,5×0,7 м, максимальна — 1,2×0,9 м [22, с. 211]. Дно вогнища знаходилося на долівці житла або в неглибокому округлому заглибленні. Для збереження тепла вогнище обкладалось каменями, рідше камені вмуровувались в його основу. Черинь глиняних печей лежав на підмурованій долівці житла, але зафіксовані випадки розміщення його на материковому останці. Спостережено, що місце розташування опалювальної споруди залежить від її типу. Печі-кам'янки і глиняні печі здебільшого розміщалися в одному із кутків житла навпроти входу (Галоч, Ужгород–Радванка, Червеньово), відкриті вогнища в центрі житла або біля однієї з бокових стінок (Холмок, Зняцьово). Разом з тим є випадки, коли в одному житлі знаходилися два типи опалювальних споруд — піч-кам'янка і відкрите вогнище (Берегово, Галоч, Ужгород–Радванка). Інколи печі або вогнища виносилися поза житло (Ужгород–Радванка, Червеньово, Холмок). Треба думати, що ними користувалися в літній час.

Крім поселень типу селищ, на Закарпатті засвідчено декілька типів укріплених поселень-городищ. До першого належать

городища-гради. За своїм функціональним призначенням вони були адміністративними, воєнно-оборонними і політичними центрами закарпатських слов'ян. Таким градом за свідченням писемних джерел було ужгородське городище. На жаль, яким воно було в часи вторгнення угорських племен в Карпатську улоговину наприкінці IX ст. немає даних, бо в результаті побудови пізніших кам'яних споруд середньовічного замку, безсумнівно, були знищені оборонні і житлові споруди городища. З впевненістю можемо говорити тільки про місце його розташування — це Замкова гора, на якій стоїть ужгородський середньовічний замок. Розвідкові розкопки, проведені на території замку, свідчать про те, що культурні шари княжої доби тут значною мірою перемішані і зруйновані.

Інший тип — це земляні городища округлої або овальної форми, розташовані в низинній частині Закарпаття. На сучасній території краю таке городище відоме під назвою Боржавське в с. Вари Берегівського району та на суміжній території Східної Словаччини — Земплині (Земплин). Гради укріплені земляними валами, спорудженими з перепаленої глини (ширина 8–10 м, висота — 2,5–4 м) [22, с. 212]. Городища в природно-укріплених місцях виникли ще в добу пізньої бронзи і проіснували до раннього середньовіччя. Одним із таких городищ, залишки якого дійшли до нашого часу, є «Болотне городище» в с. Дийда Берегівського району. Останніми пошуковими роботами було встановлено наявність тут культурного шару князівської доби. Інший характер носять городища третього типу. Як правило, всі вони розташовані на схилах гір, що кручею нависають над долинами річок. За ними в народі збереглася назва «городище, городиско». На їх вершинах і гребенях знаходяться майданчики розмірами 150×300 або 220×350 м. Серед них Білки, Іршава (Будулів), Дулово та ін.

Пам'ятки празької культури стали підґрунтям для слов'янських старожитностей VII–IX ст. типу Луки-Райковецької. Це поселення у Холмоку, Перехресті, Червеньові, Коритнянах, Чепі, курганний тілопальний могильник у Червеньові (рис. 2.3.5). У зв'язку з тим, що основна увага приділялася ранньослов'янським пам'яткам, які мали не лише науково-пізнавальне, але й суспільно-політичне значення, менше уваги зверталось на розкопки середньовічних старожитностей. Їх усього обліковано 26 пам'яток, 7 з яких виявлено у Берегівському районі [17, с. 17]. Це, наприклад, поселення Ужгород–Радванка–Вербінки, Ботар, Пийтерфолво, Велика Добронь, городища в Іршаві, Невицькому.

Закарпаття є скарбницею археологічних пам'яток, тут представлені всі епохи від кам'яного віку до середньовіччя. Артефакти давніх епох не були відкриті лише там, де не проводилися пошукові роботи. На часі все більш широке залучення археологічної спадщини краю до туристично-рекреаційної сфери. Для організації археологічного та наукового туризму в регіоні старожитності давніх епох мають виключне значення.

Важливою складовою історико-культурної спадщини Закарпаття є історичні та архітектурні пам'ятки. Пам'ятки історії та культури розміщені нерівномірно по території області. Основна частина припадає на Ужгород (59), Мукачево (36), Берегово (32) та низинні райони, що заселялися у більш давні часи: Берегівський (98), Мукачівський (72). За підрахунками закарпатського вченого В.Мацоли, при середній густоті пам'яток історії та культури 12,1 одиниць на 100 км<sup>2</sup> по області, найбільша їх концентрація припадає на Берегівський (17,3), Ужгородський (15,2), Мукачівський (14,8) райони [14, с. 43].

Вважається, що серед пам'яток історії та культури першочергове значення мають архітектурні об'єкти. Як підкреслює відомий київський дослідник О.Бейдик, історична цінність пам'яток архітектури полягає в їх пізнавальній ролі як джерел історичної інформації [2, с. 56]. Наявні на Закарпатті архітектурні пам'ятки дерев'яної й кам'яної архітектури X–XIX ст., що характеризуються різноманітністю східно- і західноєвропейських стилів, виділяють область в унікальний регіон Центральної Європи. Неабияка роль у появі різноманітних архітектурних стилів належала різним етнічним групам, що проживали тут (українці, угорці, румуни, словаки, чехи, німці, євреї) та їх приналежність до різних релігійних конфесій (православні, римо-католики, греко-католики, протестанти, іудеї).

Будівлі західноєвропейських стилів (романського, готичного, ренесансного, барочного) споруджувались, як правило, в Ужгороді, Мукачеві, Берегові, Виноградіві, Хусті, де концентрувалась феодальна верхівка (родини Друтетів, Перені, Ракоці) та представники угорської адміністрації, торгової та цехової верхівки. У той же час, у гірських районах Верховини та Гуцульщини, заселених переважно русинами-українцями, досягли свого найвищого розвитку культові дерев'яні споруди, архітектура яких була тісно пов'язана зі східнослов'янськими теренами.

Одним із ранніх будівельних стилів на Закарпатті став візантійський. В плані це округлі, квадратні, багатокутні або хрестопо-



Рис. 2.3.6. Горянська ротонда з пд.-сх. сторони

дібні споруди. Зразком візантійської архітектури є Горянська ротонда (рис. 2.3.6).

Нині більшість дослідників датує храм кінцем X — початком XI ст., однак досі достеменно невідомо, хто і з якою метою збудував цю унікальну святиню [16, с. 43].

У становленні європейської архітектури раннього і пізнього се-

редньовіччя виділяються романський XI–XII і готичний XIII–XV ст. періоди. Романська архітектура склалась у результаті поєднання місцевих і візантійських стилевих форм. Як вона потрапила на Закарпаття? Угорці, як відомо, не мали жодних традицій кам'яного будівництва і тому повністю перейняли його із Західної Європи. Тому не дивно, що частина кам'яних культових споруд романського стилю (Берегово, Виноградово, Тисобикень, Кідьош, Бене) будувалися приїжджими майстрами, а всі допоміжні роботи виконувало місцеве населення.

Що стосується готичного стилю, то церковні ансамблі споруджувалися на самих привабливих ділянках і, звичайно, там, де сходились центральні вулиці того чи іншого міста. У такий спосіб розташовані готичні (романо-готичні, готично-барочні) храми в Мукачеві, Берегові, Мужієві, Виноградові, Хусті, Тячеві. Найбільш виразною спорудою, що побудована у XIII ст., став готичний храм св. Юрія на подвір'ї ужгородського замку (рис. 2.3.7).

Під час археологічних досліджень тут було виявлено стіни та фундаменти, восьмигранну апсиду, чотирикутний неф, крипту, колони з нервюрами та різьблені архітектурні деталі з каменю [28, с. 19–21]. Зразком високої архітектурної майстерності стала готична церква XIV ст. в Мужієві, що нині знаходиться в руїнах. Готичні храми збереглися також у селах Чорнотисові, Струмківці, Часлівцях і були споруджені протягом XV ст. У Горянах готичний неф, що добре зберігся, був прибудований в XIV ст. до ротонди. У Мукачеві збереглася вівтарна частина від готичного собору св. Мартина, знесеного в 1904 році. У значно перебудованому вигляді до



*Рис. 2.3.7. Залишки церкви св. Юрія на території ужгородського замку*

нас дійшли Воздвиженський костюл у Берегові та Вознесенська церква у Виноградіві [5, с. 184].

У XVII–XVIII ст. у Західній Європі поширюється стиль бароко. Для нього було притаманним спорудження будівель з цегляними стінами і перекриттям внутрішнього простору хрестоподібним, зімкнутим, сферичним склепінням. Барочні храми завершуються однією чи двома цибулеподібними вежами-дзвіницями. Вони є найбільш багаточисленними спорудами, збудованими протягом XVII — першої половини XIX ст. Зразком барочної адміністративної споруди може служити будівля Ужанської жупи (жупанат), споруджена в 1809 році в Ужгороді (рис. 2.3.8).



37. Будинок Ужанського комітату

*Рис. 2.3.8. Ужгород. Будинок Ужанського жупанату*

У стилі бароко протягом 1766–1772 років був побудований Мукачівський монастир, що розташований на Чернечій горі.

Невід'ємною складовою матеріальної й духовної культури місцевого населення краю є дерев'яне зодчество. Останнє формувалося під двома впливами — східним, киево-руським і центрально-західноєвропейським. Храми, які дійшли до наших днів, споруджувалися протягом XVI–XIX ст. Етнографічні групи лемків, бойків, гуцулів, які населяли Українські Карпати, стали творцями своєї архітектури. Тому традиційна класифікація розрізняє на Закарпатті декілька стилів: лемківський, бойківський, гуцульський, бароковий та готичний, а також два підстили — середньогуцульський та стиль «ампір» у верхів'ях річки Тересви [37, с. 833; 38].

Найбільше на території регіону збереглося споруд бойківської будівельної школи. Це тризрубні споруди, одно-, дво- чи триверхі з багаторазовими переломами наметоподібних конструкцій і високою вежею над бабинцем. За зовнішніми ознаками їх можна поділити на дві групи: по-перше, з наметоподібним дахом, куди можна віднести церкву в с. Верхній Студений Хустського району, по-друге, храми з широкими багатосхилими дахами і вежею над бабинцем: села Ізки, Рекіти, Розтока, Дешковиця Хустського району, присілок Бистрий міста Сваляви [37, с. 833–836]. Бойківські церкви є архітектурною домінантою в селах закарпатської Лемківщини (верхів'я річки Уж). Це храми св. архангела Михайла у селах Бегендяцька Пастіль, Домашин, Ужок (включена до переліку світової спадщини ЮНЕСКО), св. Миколи Чудотворця у с. Гусний, Покрови Пресвятої Богородиці у с. Кострино, св. Івана Предтечі у с. Сухий [24, с. 281–286] (рис. 2.3.9).



Рис. 2.3.9. Церква св. архангела Михайла в с. Ужок Ужгородського району

Храми лемківської будівельної школи з'являються у другій половині XVIII ст. Для лемківських храмів характерною є центричність споруди завдяки переміщенню висотної домінанти з центрального зрубу на високу вежу-дзвіницю барокового типу, що втиснута над бабинцем або біля нього. Найкраще репрезентують цю будівельну школу цер-

кви із с. Шелестова Мукачівського району (нині знаходиться в Закарпатському музеї народної архітектури і побуту), із с. Плоске на Свалявщині (перевезена у музей народної архітектури і побуту у Київ), із с. Медведівці Мукачівського району (нині в етнографічному музеї Праги).

Хрещаті в плані одноверхі, інколи три- чи п'ятиверхі дерев'яні храми притаманні для гуцульської будівельної школи. До кращих зразків належать дві церкви у Рахівському районі — Струківська в селищі Ясіня (включена до переліку світової спадщини ЮНЕСКО) та у присілку Плитоватий. Найбільша кількість дерев'яних церков різних будівельних шкіл зафіксована в Ужгородському районі: св. Василя у с. Сіль (1777), Покрови Пресвятої Богородиці у Кострині (1645, 1761), св. Архангела Михаїла у Вишці, св. Архангела Михаїла (1745) в Ужку [46, с. 6].

Унікальні зразки архітектури марамороської дерев'яної готики XVII–XVIII ст. репрезентують храми у селах Сокирниця, Данилово, Крайниково, Олександрівка, Стеблівка [20, с. 318]. Так, церква св. архангела Михаїла у с. Крайниково (1668 р.) належить до тих небагатьох в Україні, що мають настінне малювання на полотні, наклеєному на гладкі стіни дерев'яного зрубу [37, с. 524–526; 8, с. 12]. На жаль, сьогодні значна частина архітектурних об'єктів краю перебуває не тільки в незадовільному, але часто й в аварійному стані, внаслідок чого є недоступною для відвідання їх туристами.

Як відомо, одним із найбільш популярних видів відпочинку в Європі є замковий туризм. Завдяки бюджетному фінансуванню від державних органів та внескам небайдужих меценатів, філантропів фортифікаційні споруди тут перебувають під пильною опікою, перетворилися на важливий туристичний об'єкт. Саме такий підхід потребує реалізації і в Україні. На території краю пам'ятками європейського значення є, безперечно, Ужгородський та Мукачівський замки. До нас дійшли руїни Невицького, Середнянського, Виноградівського, Хустського та інших замків. Протягом 2014–2020 років у рамках Програми транскордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства Угорщина–Словаччина–Румунія–Україна за фінансової підтримки ЄС виконувався проєкт HUSKROUA / 1702/3.1/ 0091 «Відновлення туристичної привабливості історичного Соляного Шляху». Його основою є концепція так званого «соляного шляху», що у природний спосіб поєднував між собою регіони історичного Мараморошу з областями, що нині є територіями Румунії, Угорщини, Словаччини та України. У рамках проєкту археологічною експедицією УжНУ на замках, які

були пов'язані із контролем основних торговельних шляхів долин річок Боржава й Тиса, було проведено пошукові роботи.

Оборонні фортифікації в долині річки Боржави представлені Броньківським, Сілецьким і Квасівським замками. Так, Броньківський замок у с. Бронька Хустського району нині представлений двома кам'яними спорудами. Перша — це округла в плані вежа, інша має прямокутну в плані форму. Культурний шар супроводжувався горщиками сірого кольору, ножами, цвяхами, що дало підставу науковцям визначити вежу як дозорну, а будівлю прямокутної форми як житлове приміщення й датувати їх спорудження другою половиною XIII ст. [36, с. 40].

Рештки фундаментів Сілецького замку збереглися біля с. Сільце Берегівського району. У плані він має квадратну конфігурацію розміром 32,0×32,0 м, з північного та південного боків укріплення додатково захищене прокладеними вздовж стін ровами та валами [36, с. 42]. На основі керамічного матеріалу вважається, що час будівництва замку припадає на другу полов. XIII ст., однак введення його в експлуатацію не фіксується [36, с. 44].

Квасівський замок розташований на східній околиці с. Квасово Берегівського району та мав форму прямокутного трикутника з круглою вежею на південному куті. Нині до нас дійшли лише фундамент й частина стін. Отриманий археологічний матеріал (фрагменти кружальної кераміки, залізні цвяхи, мушкетні кулі, бронзові орнаментовані пластини) дав підставу стверджувати про його будівництво на рубежі XV–XVI ст. [33, с. 346–348].

Оборонні споруди верхів'я Тиси представлені замками у Виноградіві, Королеві, Вишкові, Хусті. З археологічної точки зору найбільш вивченим є замок «Нялаб», що розташований на північно-західній околиці селища Королево Берегівського району. Тут було досліджено три житлові приміщення з кахляними печами та виявлено керамічний матеріал, побутові речі, ремісничі знаряддя праці, елементи одягу, прикраси, монети, предмети озброєння [35, с.123–154]. Аналіз стратиграфічної колонки та отриманих знахідок свідчить про те, що замок функціонував тут з кінця XIII до середини XVII ст. [36, с. 79]. До групи важливих фортифікаційних споруд краю відноситься Хустський замок, який відіграв одну із ключових ролей в захисті «соляного шляху». У 2019 р. експедицією УжНУ тут було знайдено фрагменти середньовічної кераміки, кахлі, монети, кулі, уламки люльок, що дало підставу висловити думку про спорудження замку у XIV ст. з подальшою перебудовою протягом XVII–XVIII ст. [34, с. 174–180].

Важливою складовою історико-культурних ресурсів є місця, що пов'язані з життям і діяльністю відомих людей. Закарпаття досить насичене об'єктами такого типу, вони знаходяться в кожному із шести районів області. Значне зацікавлення викликають помешкання відомих постатей, де нині діють меморіальні музеї. Так, садиба відомого українського письменника І.Чендея по вул. Високій, 15 в Ужгороді репрезентує одну із найвідоміших місцин на літературній мапі Закарпаття. Тут побачили видавничий світ багато творів письменника, побували десятки знакових вітчизняних постатей, проводяться акції всеукраїнського «Чендей-феста» (останній відбувся 21–24 серпня 2024 р., у ньому взяли участь відомі актори, письменники та вчені: С.Тримбач, В.Медвідь, П.Вольвач, Р.Жаркова та ін. [52]. Нині у будинку знаходиться меморіальна кімната письменника, його бібліотека, колекція картин, особисті речі [4, с. 10]. Згадаємо також оселю письменника, громадського діяча А.Патрус-Карпатського в с. Минай і будинок народної школи у с. Зарічові на Ужгородщині, в якому жила і працювала українська дитяча поетеса, педагог М.Підгірянкa (М.Ленерт-Домбровська) [6, с. 388–389; 45, с. 326].

Закарпатська школа живопису теж представлена рядом меморіальних музеїв. Наприклад, в Ужгороді на вул. Другетів, 74 знаходиться меморіальний будинок-музей народного художника України Ф.Манайла (рис. 2.3.10).

Він був відкритий 9 лютого 1981 р. у будинку, де художник мешкав понад 30 років. Музей нараховує 5 кімнат, з яких дві



*Рис. 2.3.10. Будинок-музей Ф. Манайла в Ужгороді*

є меморіальними: майстерня митця та вітальня зі збереженим інтер'єром [51]. На вул. Вінничній, 20 в Ужгороді діє меморіальний будинок-музей одного з яскравих представників закарпатської школи живопису А.Коцки. Тут можна оглянути майстерню митця, бібліотеку, архів, мистецьку спадщину художника [15, с. 42–43].

Не можна не згадати і про монументи, які увічнюють відомих постатей краю. Із великої кількості згадаємо пам'ятники О.Духновичу і А.Волошину в Ужгороді, Ф.Корятовичу і М.Мункачі в Мука-

чеві, В.Гренджі-Донському у Міжгір'ї, Ю.Гуці-Венеліну в Сваляві. У Перечині знаходиться єдиний у світі пам'ятник легендарному листоноші Ф.Фекеті (1789–1838). Біля його підніжжя викарбувані такі слова: «Въ память Приязности, Тверезности, Чесности, Послужности Посла...» [11, с. 17]. У Сваляві можна побачити галерею меморіальних дошок видатним особистостям на фасаді мерії, як-от: О.Митрак, І.Сільвай, Г.Таркович, А.Карабелеш, Г.Жаткович, М.Чайковський, Є.Станкович [11, с. 37].

За останні роки на Закарпатті почала зростати увага до нематеріальної культурної спадщини, яка є складовою історико-культурних ресурсів й має важливе значення для розвитку такого виду туризму, як пізнавальний. Це відбулося після приєднання в 2008 р. України до Конвенції із захисту нематеріальної культурної спадщини (НКС) [53]. За підтримки Українського культурного фонду з 2019 р. комунальний заклад «Обласний організаційно-методичний центр культури» здійснює програму «Онлайн ХАБ для нематеріальної культурної спадщини Закарпаття», основне завдання якого полягає у збереженні та популяризації традицій місцевого населення в ковальстві, лозоплетінні, ткацтві, виробництві окремих харчових продуктів, їх залучення до сфери туризму [54].

До нематеріальної культурної спадщини Закарпаття входять, наприклад, вовноткацтво Гуцульщини, народне музикування, колчавська ріплянка, мереживне ткацтво, лисичівське ковальство, петрівська субітка. У липні 2022 р. до національного переліку елементів НКС України ввійшли два представники від Закарпаття: гуцульська бриндзя, а також традиція лозоплетіння в с. Іза Хустського району [49].

Український культурний фонд й Державне агентство розвитку туризму реалізують проект «Гуцульські сирні плаї» в межах партнерської програми «Культура. Туризм. Регіони». Це історико-культурний та туристичний маршрут по Закарпаттю, в основі якого лежить ознайомлення туристів й всіх небайдужих з традиціями місцевого населення в сироварінні. У 2020 р. гуцульська овеча бриндзя стала першим харчовим продуктом в Україні, що отримав географічне зазначення походження — Protected designation of origin (PDO) [48].

Давнім народним ремеслом є лозоплетіння, яке поширене в с. Іза Хустського району. Тут діє імпровізований ринок плетених виробів, на якому можна придбати не тільки оригінальні сувеніри, що зроблені з виноградної лози, комплекти плетених меблів, але й взяти участь у майстер-класах по їх виготовленню. Це село

відоме і єдиною в Україні фермою по розведенню плямистих оленів і є цікавою туристичною атракцією [1, с. 12; 56].

Одним із давніх ремесел Закарпаття, які є складовою НКС, є лисичівське ковальство. Воно було започатковано у с. Лисичово Хустського району ще на початку XVIII ст. З тих пір там функціонує кузня, в якій сьогодні знаходиться музей-кузня «Гамора» [10, с. 70] (рис. 2.3.11).



*Рис. 2.3.11. Кузня-музей Гамора*

Її атрактивність як цікавого екскурсійного об'єкта полягає в тому, що для приведення в дію ковальських молотів під час виготовлення залізного реманенту використовується потік падаючої води з річки Лисичанка.

Серед елементів НКС Закарпаття є і гастронадщина. Остання представлена ріплянкою — традиційною стравою бойків Міжгірщини. Це розварена на пюре картопля (тут її називають ріпа) з додаванням пшеничного борошна грубого помолу. Починаючи з 2013 р. в другу неділю червня в смт Колочава проводиться фестиваль ріплянки. Його мета — це популяризація цього смаколика не тільки серед жителів села, але й серед туристів, що відвідують ці місця для відпочинку [44, с. 108].

Значне зацікавлення серед поціновувачів давніх традицій народної культури краю, багаточисленних відвідувачів Закарпаття викликає старовинний звичай, що пов'язаний з вогнем. Він поширений у гірських селах Вишка, Люта, Тихий Ужгородського району, де на свято Петра і Павла (за новим стилем 30 червня) розкладають великі ватри, які називаються субітки. За повір'ям, корені якого сягають дописемних часів, їх розпалювання символізує очищення людини від усіх негативів й негараздів та захист від злих духів. У

с. Вишка, наприклад, відбувається фестиваль «Петрівські субітки», відвідувачі якого можуть стати свідками запалення субітки, спостерігати за фаер-шоу та цікавою мистецькою програмою [ 55 ].

Серед елементів НКС Закарпаття не можна не згадати і про такий напрям народно-ужиткового мистецтва як ткацтво. Останнє має давні традиції в Рахівському районі, де місцевим населенням робляться килими, ліжники, рушники, скатертини. У с. Кваси проводиться фестиваль-ярмарок «Барви карпатського ліжника», в програмі якого майстер-класи по виготовленню виробів з овечої шкіри, ярмарок по продажу виробів народних ремесел, виступи самодіяльних та професійних мистецьких колективів [47].

У підсумках зазначимо, що аналізу було піддано лише невеликий сегмент історико-культурних надбань закарпатського регіону та його мешканців. Але навіть він вказує на те, що наявна історико-культурна спадщина та духовність у сукупності з іншими складовими може бути успішно використана для подальшого функціонування туристичної галузі краю — локомотива економіки Закарпатської області України.

### Список використаних джерел і літератури:

1. Алдон М. Столиця лозоплетіння дивує продукцією всю Європу. *Карпатський об'єктив*. 2014. 17 лип. С. 12.
2. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України. Київ : Альтерпрес, 2011. 462 с.
3. Бідзіля В.І. Історія культури Закарпаття на рубежі нашої ери. Київ : Наук. думка, 1971. 183 с.
4. Гаврош О. Які таємниці приховує садиба Івана Чендея? *Новини Закарпаття*. 2024. 17 лют. (№ 7). С. 10.
5. Гранчак І.М., Данилюк Д.Д. Культура Закарпаття доби феодалізму (X – кінець XVIII ст.). *Нариси історії Закарпаття*. Ужгород : Госпрозрах. ред.- вид. відділ Закарпат. обл. упр. по пресі, 1993. Т.1. С. 156–192.
6. Довганич О. Будинок, в якому жив і працював Патрус-Карпатський А.М. *Звід пам'яток історії та культури України. Закарпатська область*. Київ : Центр досліджень історико-культурної спадщини України, 2017. С. 388–389.
7. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту. Підручник. Київ : Кондор, 2009. 394 с.
8. Клекнер Б. Дерев'яні церкви Хустщини: унікальне поєднання старовини, краси та колориту. *Карпатський об'єктив*. 2019. № 25. С. 12.

9. Котигорошко В.Г. Верхне Потисся в давнину. 1000000 років тому – X сторіччя н.е. Ужгород : Карпати, 2008. 430 с.
10. Кузан В., Ньорба В., Пеняк П. Іршавщина. Край зачарованої долини. Ужгород: Краєвиди Карпат, 2006. 72 с.
11. Лукша О., Ньорба В. Міста Закарпаття. Ужгород : Краєвиди Карпат, 2007. 88 с.
12. Мацкевий Л.Г. Мезоліт Закарпаття. *Тези народознавчої науково-практичної конференції*. Мукачєво, 1990. С. 40–42.
13. Мацкевий Л.Г. Мезоліт Закарпатської області. *Проблеми археології Східних Карпат*. Ужгород : Гражда, 1995. С. 37–45.
14. Мацола В.І. Рекреаційні ресурси Закарпатської області та їх економічна оцінка. Ужгород : УЖДУ, 1996. 62 с.
15. Небесник І., Пеняк С. Житловий будинок, в якому жив і працював А.Коцка. *Звід пам'яток історії та культури України. Закарпатська область*. Київ : Центр досліджень історико-культурної спадщини України, 2017. С. 42–43.
16. Пеняк П.С. Археологічні дослідження в околицях Горянської ротонди *Княжа доба*. Львів, 2011. Т. IV. С. 43–64.
17. Пеняк П. Наше прадавнє минуле зафіксують у Зводі пам'яток історії та культури. *Новини Закарпаття*. 2012. 02 черв. (№ 61–62). С. 17.
18. Пеняк П.С. Археологічні пам'ятки Закарпаття як один із видів історико-культурних рекреаційних ресурсів. *Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації*. Ужгород, 2017. С. 94–97.
19. Пеняк П.С. Стоянка Королево I, палеоліт. *Звід пам'яток історії та культури України. Закарпатська область*. Київ : Центр досліджень історико-культурної спадщини України, 2017. С. 219–220.
20. Пеняк П. Історико-культурна спадщина Хустського району як складова рекреаційних ресурсів Закарпаття. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. (07.05.2022, м. Бухарест, дистанційно). Київ : ГО «ВАДНД», 2022. С. 315–320.
21. Пеняк П.С., Пеняк С.І. Історія Закарпаття з найдавніших часів до приходу угорців в Карпатську улоговину. Ужгород : «Вєта-Закарпаття», 1997. 56 с.
22. Пеняк П.С., Пеняк С.І. Археологія Закарпаття: історія дослідження. Ужгород : Краєвиди Карпат, 2013. 256 с.
23. Пеняк П.С., Руснак В.І. Археологічні пам'ятки Мукачівського району як об'єкт пізнавального туризму. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали XXI Міжнар. наук.-практ. конф. (07.06.2022, м. Дебрецен, дистанційно). Київ : ГО «ВАДНД», 2022. С. 515–523.

24. Пеняк П.С., Руснак В.І. Дерев'яні храми Великоберезнянщини (Ужгородський район) як об'єкт пізнавального туризму. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали ХХХІV Міжнар. наук.-практ. конф. (07.07 2023, м. Салоніки, дистанційно). Київ : ГО «ВАДНД», 2023. С. 281–286.
25. Пеняк П., Ньорба В., Пеняк С. Ужгородський район. Ужгород : Краєвиди Карпат, 2001. 72 с.
26. Пеняк П., Качур І., Кул Ю., Ньорба В. Перечинщина — край закарпатських Бескидів. Ужгород : Краєвиди Карпат, 2004. 79 с.
27. Пеняк С.І. Ранньослов'янське і давньоруське населення Закарпаття VI–XIII ст. Київ : Наукова думка, 1980. 179 с.
28. Пеняк С.І., Попович І.І., Потушняк М.Ф. Звіт Закарпатської археологічної експедиції про наслідки розвідок і розкопок 1985 року. *Науковий архів Інституту археології АН УРСР*. 1985/ 58. Ф.е. 21756. 40 с.
29. Попович І.І. Куштановицька група пам'яток. *Пам'ятки гальштатського періоду в межиріччі Вісли, Дністра і Прип'яті*. Київ: Наук. думка, 1993. С. 250–286.
30. Попович І. Закарпаття за доби раннього заліза. Krakow-Lwow, 2006. 121 с.
31. Потушняк М.Ф. Питання хронології та культурної належності пам'яток неоліту Закарпаття. *Дослідження стародавньої історії Закарпаття*. Ужгород, 1972. С. 78–95.
32. Потушняк Ф.М. Археологічні знахідки бронзового та залізного віку на Закарпатті. Ужгород, 1958. 144 с.
33. Прохненко І.А., Гомоляк Е.М., Зомбор І.Т. Дослідження замків Закарпаття у 2009 р. *Археологічні дослідження в Україні 2009*. Київ–Луцьк, 2010. С. 346–348.
34. Прохненко І.А., Жиленко М.А. Питання датування Хустського замку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Історія*. Ужгород, 2019. Вип. 2 (41). С. 174–180.
35. Прохненко І.А., Жиленко М.А., Мойжес В.В. Королівський замок Нялаб. *Вісник Інституту археології*. Львів, 2016. Вип. 11. С. 123–154.
36. Прохненко І., Жиленко М., Мойжес В. Замки Закарпаття: від Боржави до Тиси (оборонні споруди на Соляному Шляху). Ужгород : Поліграфцентр «Ліра», 2020. 160 с.
37. Сирохман М. Церкви України. Закарпаття. Львів : Мс, 2000. 880 с.
38. Сирохман М. 55 дерев'яних храмів Закарпаття. Київ : Грані-Т, 2008. 121 с.
39. Ситливий В.І. Пам'ятки раннього палеоліту Закарпаття. *Матеріали до Зводу пам'яток історії та культури народів СРСР по Українській РСР*. Київ, 1984. Вип. 1. С. 35–36.

40. Солдатенко Л.В. Мустьєрські пам'ятки Закарпаття (до археологічної карти УРСР). *Археологія*. 1982. № 37. С. 73–83.
41. Солдатенко Л.В. Дослідження мустьєрських пам'яток Закарпаття. *Матеріали до Зводу пам'яток історії та культури народів СРСР по Українській РСР*. Київ, 1984. Вип. 1. С. 207–208.
42. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Київ : Альтерспрес, 2010. 264 с.
43. Ткаченко В.І. Про культурні особливості розвитку пізнього палеоліту Закарпаття. *Проблеми археології Східних Карпат*. Ужгород : МПП «Гражда», 1995. С. 22–36.
44. Федака С. Населені пункти і райони Закарпаття. Історично-географічний довідник. Ужгород : Поліграфцентр «Ліра», 2014. 264 с.
45. Хланта І. Будинок народної школи, в якому жила і працювала Марія Підгірянка. *Звід пам'яток історії та культури України. Закарпатська область*. Київ, 2017. С. 326.
46. Штефаньо О. Туристична Великоберезнянщина: від пам'яток історії до «гуцуликів». *Новини Закарпаття*. 2017. № 83. С. 6, 12.
47. Вовноткацтво Гуцульщини. Онлайн-ХАБ нематеріальної культурної спадщини Закарпаття. URL: <https://nks.zakfolkcenter.info>
48. Гуцульська овеча бриндзя. Що це та як виробляється ? URL: <https://seedsandroots.net>
49. До переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України внесли традицію лозоплетіння в Ізі та гуцульську бриндзю. URL: <https://zakarpattya.net.ua>
50. Комплексна програма збереження та використання пам'яток культурної спадщини Закарпатської області на 2016–2020 роки. Затверджено рішенням Закарпатської обласної ради 22.12.2015 р. № 91. URL: <http://www.kultura.uz.ua>
51. Меморіальний будинок-музей народного художника України Ф.Манайла. URL: [visit-uzhhorod.itc.gov.ua](http://visit-uzhhorod.itc.gov.ua)
52. На Закарпатті відбудеться чотириденний «Чендей-фест». URL: [zakarpattya.net.ua](http://zakarpattya.net.ua)
53. Нематеріальна культурна спадщина. URL: <https://uk.wikipedia.org> >wiki
54. Онлайн-ХАБ для нематеріальної культурної спадщини Закарпаття. URL: <https://ucf.in.ua>.> archive
55. Петрівська субітка — Онлайн-ХАБ нематеріальної культурної спадщини Закарпаття. URL: <https://nks.zakfolkcenter.info>
56. Село Іза — центр лозоплетіння на Закарпатті. URL: <https://prokarpaty-tour.info>

## 2.4. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР І КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ У ЗАКАРПАТТІ: ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

### ■ Уляна Ханас

кандидат філософських наук, доцент

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

(м. Ужгород, Україна)

Соціокультурний простір — це сукупність соціальних та культурних взаємодій, які поєднують історично сформовані на певній території (країні, історико-географічному регіоні) традиції, звичаї, норми, цінності, мову, релігію, мистецтво, соціальні структури, ідентичність та поведінку людей. Центральне місце у ньому належить особистості, яка з однієї сторони створює такий простір у всій різноманітності його компонент та їх взаємодій, а з іншої — є результатом впливів соціокультурного простору.

Трансформація соціокультурного простору України за роки незалежності пройшла декілька ключових етапів, які охоплювали різні сфери суспільного життя. На нашу думку, основними напрямками змін, що мали значний вплив на формування та розвиток туризму в Україні, є наступні:

1. Зміни **політичної та національної свідомості**, які завершили процес формування національної ідентичності українців. Дослідження та переосмислення історичних подій, відродження культурних традицій, повернення та утвердження національної символіки, статус української мови як державної стали важливою частиною нової політичної культури. Процеси національного самоусвідомлення сприяли поширенню та розвитку української культури, одним зі шляхів популяризації якої став туризм.
2. **Релігійна трансформація**. З перших років незалежності відновилися ті церковні громади, які були або заборонені, або перебували під тотальним контролем. При цьому вагомим чинником була реанімація сакральних об'єктів, які згодом стали місцями паломництва та важливими релігійно-культурними центрами, наприклад: Марійський духовний центр у с. Зарваниця (Тернопільська обл.), Василіанський монастир на Ясній Горі в с. Гошеві (Івано-Франківська обл.), Свято-Михайлівський Золотоверхий монастир у Києві, Манявський скит біля с. Манява (Івано-Франківська область) тощо.

3. **Міжкультурний діалог** відбувався як всередині країни, так і зі світовою спільнотою. Незалежна Україна стала домом для багатьох етнічних груп, що сприяло розвитку міжкультурного діалогу. Посилено вивчення мов національних меншин, підтримку культури й традицій різних народів. Відкритості України до світу сприяла її інтеграція в глобальну економічну та культурну мережу. Активізувалася участь українських митців у міжнародних мистецьких заходах, таких як фестивалі, виставки та форуми, що значно сприяло поширенню української культури та популяризації національних традицій поза межами України. Ця тенденція створила середовище міжкультурного діалогу та допомагала формуванню позитивного іміджу України на світовій арені. Українці почали частіше подорожувати за кордон, а міжнародні зв'язки сприяли поширенню глобальних цінностей. Цей вплив відобразився також у розвитку громадянського суспільства, активності громадських організацій та волонтерського руху.
4. **Масова культура.** З початком незалежності в Україні почали активно розвиватися форми масової культури — музика, кіно, театр, література. З'явилися нові стильові напрями, зросла роль попкультури, яка, хоч формувалася під західним впливом, намагалася знаходити унікальні українські риси.
5. **Освіта та наука.** Відбулась реформа освітньої системи, спостерігався перехід до європейських стандартів. Вищі навчальні заклади запроваджували нові програми, відкривалися спеціальності, зокрема й спеціальність 242 Туризм. Склалися нові наукові спільноти й асоціації, відбувалася активна інтеграція в міжнародний науковий простір.
6. **Медіа та інформаційний простір.** У державі сформувався свої незалежні засоби масової інформації, вибудувалися нові інформаційні канали. Відзначався стрімкий розвиток приватних телеканалів, радіостанцій та друкованих видань. Поява Інтернету кардинально змінила способи отримання інформації та популяризувала нові формати контенту.
7. **Цифрова культура.** Інтенсивний розвиток інтернету та цифрових технологій переформатував інформаційний простір, що спричинило докорінні зміни в способах комунікації, самовираження та взаємодії громадян. Це створило

ло як нові можливості, так і нові ризики для збереження національної ідентичності та водночас, відкрило доступ до глобальних культурних ресурсів, формуючи динамічний простір для культурного обміну та креативності. Важливим каналом комунікації стали соціальні мережі, а також цифрові платформи на яких поширюється культурний контент та створюються нові культурні форми (наприклад, блогерство, онлайн-музика, цифрове мистецтво).

- 8. Економічна трансформація.** Насамперед це перехід від планової економіки до ринкових відносин, що супроводжувався приватизацією державних підприємств, розвитком малого та середнього бізнесу, створенням конкурентного середовища і нових ринків, зокрема, туристичних послуг. З'являються нові економічні можливості, створюються робочі місця, змінюється структура зайнятості населення. Окрім цього, залучення інвестицій та інтеграція в глобальну економіку, значно вплинули на культурну ідентичність та соціальні взаємини в Україні.

Ці ключові соціокультурні трансформації в Україні за роки незалежності стали каталізатором змін у туризмі й відкрили нові можливості для розвитку туристичної індустрії. Вони сприяли не лише активізації внутрішнього туризму, але й підвищенню міжнародного інтересу до України.

Проте важливо зазначити, що суттєвий вплив на соціокультурний простір, а відтак на туризм, спричинили війна на сході України (з 2014 року), анексія Криму, й особливо широкомасштабне вторгнення росії 24 лютого 2022 року. У часи війни соціокультурний запит українців базується на потребах: збереження життя, національної ідентичності, підтримці морального духу та єдності громадян, а культура стала важливим інструментом комунікації. Від творчих ініціатив, які документують воєнні події, до мистецьких проєктів, що пом'якшують рефлексію над пережитим, культурний запит актуалізує необхідність емоційної підтримки та гуманітарної допомоги. Особливо актуальними стають ініціативи щодо популяризації українського мистецтва, літератури та традицій, які функціонують не лише як форма опору, а і як майбутній інструмент відновлення післявоєнної дійсності. Водночас війна відкрила нові можливості для дослідження культурної спадщини, яка зазнала ціннісного переосмислення, а туризм, значною мірою, сприяв відновленню ділової активності та фінансовій підтримці місцевих громад.

Дослідниця Л. Божко стверджує, що генезис та еволюція сучасного туристичного дискурсу пов'язані з низкою соціальних трансформацій, які впливають на туристичні практики та споживання культурних ресурсів (Божко, 2018). Трансформація соціокультурного простору в контексті культурного туризму є важливим аспектом, який потребує комплексного підходу. Вона передбачає не лише зміни у фізичному середовищі, але й адаптацію соціальних практик, традицій та ідентичностей місцевих спільнот. На нашу думку, оцінюючи ці перетворення, варто враховувати взаємозв'язок між культурною спадщиною та сучасними потребами туристів, що дозволить створити більш збалансовану модель розвитку. Важливо забезпечити залучення місцевих жителів до процесів прийняття рішень, щоб зберегти автентичність культурних проявів та уникнути комерціалізації, яка може спричинити втрату унікальності регіону. Тому варто вважати культурний туризм не лише як засіб економічного зростання, а і як платформу для збереження культурної ідентичності та соціальної згуртованості.

За роки незалежності культурний туризм в Україні значно розвинувся, відображаючи трансформації соціокультурного простору. Ці зміни сформували нові туристичні напрями, що демонструють унікальну культурну спадщину країни та її сучасні досягнення в мистецтві та культурі. Окреслимо основні тенденції в культурному туризмі за роки незалежності:

1. *Інтерес до історико-культурної спадщини*, який зумовлений насамперед відновленням національної ідентичності. Україна має багатий історико-культурний спадок, а тому після здобуття незалежності акцент на його збереження та популяризацію посилювався, зокрема завдяки впровадженню програм з охорони культурної спадщини. Відновлення та реставрація історичних пам'яток зокрема Хотинської та Кам'янець-Подільської фортець, замків Львівщини, Закарпаття та Поділля, перетворили їх у популярні туристичні напрями, де збереглися середньовічні архітектурні ансамблі й зразки ренесансної, барокової та неоготичної архітектури.
2. *Культурно-історичні тури*. Зростаючий інтерес до власної історії та її переосмислення сприяв створенню спеціальних культурно-історичних турів. Туристичні маршрути, присвячені подіям національно-визвольних змагань, Революції гідності та війни на сході України, пропонують відвідувачам більше дізнатися про героїчні моменти укра-

їнської історії. Музеї, присвячені національно-визвольним рухам та трагічним історичним подіям, такі як Національний музей Голодомору-геноциду, Національний музей Революції Гідності в Києві, Музей сучасної російсько-української війни у Дніпрі, стали важливими культурними об'єктами для туристів.

3. *Фестивальний туризм.* За роки незалежності значно зростає кількість фестивалів, що стали важливою частиною культурного туризму в Україні. Музичні, художні, театральні та гастрономічні фестивалі приваблюють як українських, так і іноземних туристів. Зокрема, Форум видавців у Львові — міжнародна подія для пошанувачів книги та літератури, Одеський міжнародний кінофестиваль, що став центром кінокультури, «Atlas Weekend» — музичний фестиваль у Києві, який збирає українських та іноземних музикантів. Окрім цього, популярними стали етнічні фестивалі, наприклад: «Країна мрій», «Шешори», «Середньовічний Хотин», «Маланка-Фест», Етнографічний фестиваль гончарства в с. Опішня, фестивалі Закарпаття популяризують ремесла, традиції, українську народну музику тощо, а також відкривають для відвідувачів особливості та різноманіття регіональної культури України.
4. *Музеї та галереї сучасного мистецтва.* Розвиток сучасного мистецтва в Україні створив нові можливості для культурного туризму. У Києві, Львові, Харкові та Одесі відкрилися сучасні музеї та галереї, зокрема Мистецький Арсенал, PinchukArtCentre, Jam Factory Art Center, які презентують роботи українських та іноземних митців. Ці мистецькі простори є не тільки центрами сучасної культури, але і привертають увагу туристів, які цікавляться новими тенденціями в мистецтві.
5. *Гастрономічний туризм.* Українська кухня, яка зазнала нової хвилі інтересу, стала важливим елементом культурного туризму. Традиційні українські страви: борщ, вареники, деруни, куліш мають попит серед туристів, а гастрономічні тури стали окремим напрямом. Львів зі своєю кавовою та шоколадною культурою, а також Київ зі своїми традиційними ресторанами та сучасними гастрономічними майданчиками, залучають велику кількість туристів. Утворився новий туристичний напрямок — гастрономічні фестивалі, наприклад: «Галицька дефіляда», «Борщів»

- на Тернопільщині, «Lviv Coffee Festival», «Lutsk Food Fest», «Kyiv Food and Wine Festival» та багато інших.
6. *Театральний та оперний туризм.* Оперні та драматичні театри в Україні мають популярність не лише серед місцевих мешканців, але й серед туристів, особливо в культурних центрах, зокрема Києві, Львові, Одесі та Харкові. Львівська національна опера та Одеський національний академічний театр опери та балету стали одними з найпопулярніших культурних об'єктів, що приваблюють туристів своєю архітектурою та високим рівнем виконання.
  7. *Розвиток регіонального культурного туризму.* Зростання інтересу до автентичної регіональної культури та традицій, спричинило збільшення частки туристів, які відвідують невеликі міста та села. Наприклад, до Опішні, Решетилівки, Петриківки, Косова та гуцульських сіл у Карпатах тощо, де можна відкрити для себе унікальні ремесла, музику та кухню, або поїздки до Поділля для огляду замків та старовинних містечок. Це не лише підтримує місцеві громади, але й сприяє збереженню культурної спадщини.
  8. *Культурна спадщина ЮНЕСКО.* Україна має декілька об'єктів, що входять до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: собор Святої Софії в Києві, Києво-Печерська лавра, ансамблі історичних центрів Львова та Одеси, дерев'яні церкви Карпатського регіону. Ці унікальні культурні надбання є не лише символами національної ідентичності, а й важливими центрами культурного туризму. Через воєнні дії собор Святої Софії в Києві, Києво-Печерська лавра, історичні центри Львова та Одеси мають статус «під загрозою» (UNESCO, 2024).
  9. *Цифровізація культурного простору.* Розвиток технологій суттєво змінив спосіб подання та сприйняття культурної інформації. Віртуальні тури, мобільні додатки, соціальні мережі допомагають залучати туристів і забезпечують доступ до культурних надбань України незалежно від їх локації.
  10. *Участь в міжнародних культурних подіях.* Україна активно долучається до міжнародних культурних форумів та фестивалів, презентує свою культурну спадщину в всесвітньовідомих музеях, на виставках, що підвищує її привабливість на світовій арені. Наприклад, виставка скульптур Іоана Георга Пінзеля у Луврі (*Танцюючі скульптури Пінзе-*

ля в Луврі, 2012), Вавелі (Wawel, б. д.), інсталяції на Венеційському біенале, участь у номінаціях на кінопремію «Оскар».

Загалом трансформації культурного туризму в Україні на поєднанні національної спадщини з сучасними культурними досягненнями. Важливим фактором, що забезпечує популярність культурного туризму є зростаючий інтерес до багатого культурного контексту країни, що постійно трансформується й інтегрується у світовий культурний простір. Сучасні туристи шукають унікальні досвіди, які дозволяють їм не лише розвивати власний культурний горизонт, а й залучатися до міжкультурного діалогу. Зростання зацікавленості культурними аспектами подорожей підтверджують, зокрема й статистичні дослідження Державного агентства розвитку туризму України (далі ДАРТ) (*Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни, б. д.*), згідно з якими 28,4% туристів віддають перевагу «Культурний туризм» (екскурсії до історичних пам'яток і музеїв) і поступаються тільки «Піші прогулянки і дослідження міського середовища» — 54 %.

За роки незалежності України культурний туризм став не тільки популярним соціокультурним феноменом, але й важливим сегментом туристичної індустрії, істотно впливаючи на економічний розвиток регіонів, створюючи нові робочі місця, стимулюючи міжнародну співпрацю, забезпечуючи обмін досвідом та залучаючи інвестиції в інфраструктуру.

Культурний туризм Закарпаття, як важлива частина соціокультурного простору України, за роки незалежності, зазнав подібних суттєвих трансформацій. У період з 1991 року регіон став не лише об'єктом міжнародного туризму, а й платформою для інтеграції та збереження етнокультурної спадщини, що відображає багатогранність української культури. Унікальність соціокультурного простору Закарпаття вирізняється своєю унікальною етнокультурною ідентичністю, утвореною через взаємодію різних культур, мов та звичаїв, що сформувалися під впливом історичних подій, географічного розташування та багатонаціонального населення.

Етнічний склад населення Закарпаття досить різноманітний, і за кількістю етнічних груп поступається лише Одещині. Аналізуючи етнічний склад області, відомий дослідник історії й етнографії Закарпаття професор М. Тиводар (2010) зазначає, що у Закарпатській області автохтонне українське населення становить виняткову більшість, тобто 80,52 % (за останнім переписом 2001 р.,

прим. авт.). Це дає підстави вести мову про етнічно український характер області (с. 26).

Протягом століть автохтонні етнічні території Закарпаття входили до складу різних державних утворень, таких як Угорщина, Австро-Угорщина та Чехословаччина. Це призвело до формування в Закарпатті етнічних спільнот, зокрема німців, угорців, румунів, євреїв, ромів та словаків, що суттєво вплинуло на культурний ландшафт регіону. Про це свідчать пам'ятки матеріальної культури, способи ведення господарства, елементи фольклору, традиції місцевої кухні, а також особливості діалектів Закарпаття.

Варто зазначити, що професор Михайло Тиводар (2010) вживає термін «суцільно українська етнічна територія на етноісторичному Закарпатті» (с. 23), який сьогодні охоплює територію Закарпатської області. Цей термін є важливим для визначення сутнісних характеристик етнокультури Закарпаття, яка, попри свою неперервність, має локальні відмінності. В етноісторичному Закарпатті виділяють кілька етнографічних груп: **долиняни, гуцули, бойки й лемки**. Такий поділ ґрунтується на мовних особливостях, відмінностях в одязі та традиціях, а також на домінуючих способах господарювання, що є логічним, оскільки природне середовище різне. Важливо підкреслити, що науковці мають неоднозначне ставлення до цього поділу. На нашу думку, виокремлення особливостей етнографічних груп в межах суцільно української етнічної території Закарпаття свідчить про історичну складність і тривалість процесу етнотворення, що підтверджується багатограним туристичним ресурсним потенціалом.

Національно-державний розвиток українського етносу в країні значно активізувався після здобуття незалежності у 1991 році. Багато науковців, зокрема історики, культурологи, етнографи та мовознавці, зосередили свої зусилля на вивченні етноісторичних аспектів Закарпаття, як у контексті загальноукраїнської, так і місцевої автентичної культури української нації. Опубліковані дослідження, державна підтримка та популяризація культури, а також розвиток культурно-пізнавального туризму позитивно впливають на підвищення усвідомлення своєї приналежності до українства та розуміння етнокультурних особливостей. Проте сучасні реалії свідчать про безумовну необхідність продовження досліджень, що, зокрема, дозволить розширити та «звільнити» ресурсний потенціал для культурного туризму від ідеологічних маніпуляцій.

Демографічні особливості регіону, що впливають на розвиток культурного туризму наступні:

- переважання сільського населення над міським. Така тенденція спостерігалася впродовж 1991–2021 рр. Станом на 1 січня 2022 р. кількість населення області складала 1244,5 тис. осіб, з них: 463,3 тис. осіб міського населення та 781,1 тис. міського (Головне управління статистики в Закарпатській області, б. д.). Загальноприйнятим є твердження, що в сільській місцевості найкраще зберігаються народні традиції, звичаї і ремесла. Проте важливу роль у збереженні культури відіграють культурні та освітні установи, такі як бібліотеки, університети та культурні центри. Ці інституції сприяють дослідженню, документуванню та поширенню культурної спадщини, а також сучасних культурних артефактів та практик.
- компактне проживання національних меншин, що є важливим для підтримки та розвитку етнокультурного середовища.

Найбільша етнічна група — угорці, що компактно проживають вздовж кордону з Угорщиною, в Берегівському районі (76,15% від загальної кількості населення району), а також в Ужгородському (33,39%) та Мукачівському (12,7%) районах, локально в селищі Вишково та м. Тячів. Закарпатська громада угорців найбільша в Україні.

Румунська етнічна група найбільше представлена в Тячівському (12,41%) та Рахівському (11,57%) районах.

Німецька етнічна група локально проживає у населених пунктах Мукачівського (0,87%) та в селах Усть Чорна й Руська Мокра Тячівського районів. Інші національні меншини здебільшого рівномірно розселені по території області.

Культурні, освітні та релігійні потреби національних меншин задовольняються численними закладами, розташованими в районах їх компактного проживання, з використанням мови національної меншини або двомовно (з українською). Це зокрема: 107 дошкільних закладів 18,34% від загальної кількості, 117 загальноосвітніх закладів 17,7%, українсько-угорський навчально-науковий інститут у ДВНЗ «УжНУ» з угорською мовою викладання, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II (заснований у 1996 р.) (Белей, 2019), 94 будинки культури й клубні заклади, при яких функціонують 455 колективів художньої самодіяльності, 108 бібліотек, діє 340 релігійних громад, видається 41 видання (включаючи телебачення та періодичні ЗМІ) тощо. У 1999 році створено Центр культур національних меншин Закарпаття, що сьогодні

об'єднує 78 громадських організацій та культурних товариств. Їх діяльність спрямована на відновлення, збереження та розвиток національних традицій (*Національно-культурні товариства*, б. д.). Одним з основних напрямків роботи цих товариств є організація етносвят, етнофестивалів, освітньо-культурних івентів тощо.

Протягом років незалежності України відбулися значні трансформації соціокультурного простору музеїв. Перехід від радянської культурної політики до самостійного культурного самовизначення дозволив музеям вільніше формувати свої колекції та експозиції, акцентуючи на національній ідентичності, місцевих культурних надбаннях та збереженні унікальних традицій Закарпаття. Одночасно з цим, музеї почали адаптуватися до сучасних викликів, відбувалося осучаснення експозицій, впровадження нових музейних технологій та інтерактивних програм, спрямованих на ширше залучення відвідувачів. Незалежність також стимулювала розвиток міжнародної співпраці, завдяки чому закарпатські музеї змогли значно розширити свої зв'язки із закордонними інституціями, сприяти обміну виставками і досвідом. Це суттєво змінило роль музеїв, які тепер відіграють активну роль у розвитку туризму.

На вебсторінці Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА – ОВА (*Вітаємо в Закарпатті*, б. д.) та туристично-інформаційних сайтах представлено понад 80 музеїв, з яких: 3 у комунальній власності, 7 — державній, а інші у приватній власності. Розташування музеїв у регіоні значною мірою корелює з його історично сформованим культурним ландшафтом.

Найбільшим за кількістю експонатів є Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького (рис. 2.4.1), розташований в Ужгородському замку. Унікальною, добре збереже-



*Рис. 2.4.1. Вид на головну будівлю та парк Ужгородського замку.  
(Закарпатський обласний краєзнавчий музей  
імені Тиводара Легоцького, б. д.)*

ною є сама споруда замку (XV–XVIII ст. ст.) та оборонний вал. Фонди музею містять цінні колекції що презентують історію, етнографію, природу та культуру краю (Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького, б. д.).

Саме на прикладі цього музею найкраще виражені зміни, що відбулися з кінця радянського періоду до сьогодення. Дослідження Палінчак-Кутузової (2024) вказують на використання музею як ідейно-пропагандистського інструменту в радянський період. Обов'язковим елементом музейних експозицій мали бути комуністичні досягнення, соціалістичне змагання, ідейне виховання радянських трудящих тощо. Це відобразалося повсюдно: в музейних експозиціях («Дружба народів СРСР», «Закарпаття у період розвинутого комунізму», «Вплив Великого Жовтня на розвиток революційного руху трудящих Закарпаття» тощо), пересувних виставках («Рішення партії — в дії», «Під ленінським прапором дружби народів», «Досягнення трудящих Закарпаття за роки десяти п'ятирічки» тощо), лекціях («Соціалістичні перетворення на Закарпатті за роки радянської влади», «Партія в роки Великої Вітчизняної війни» тощо), проведенні ідеологічних тижнів культури на підприємствах і в колгоспах.

У 70-х роках почали створюватися музеї у Мукачеві, Берегові, Виноградіві, Тернові, Ясіня при цьому використовувалися такі ж ідейно-пропагандистські вимоги (Філіп, 2010).

Попри це, навіть у радянський період, колекції музею поповнювалися цінними експонатами з історії та культури краю.

В роки незалежності пошуково-експедиційна робота працівників музею активізувалася, а головне була звільнена від радянської ідеології. Палінчак-Кутузова (2019) зазначає, що тільки за першу половину 90-х рр. XX ст. фонди музею поповнилися на майже 7 тисяч експонатів. Комплектування музейних колекцій залишається пріоритетним завданням і сьогодні. Серед нових експозицій «Закарпаття між двома світовими війнами», Меморіальна кімната-музей Августина Волошина, «Кава на жорнах століть», «Коли гримлять гармати, музи мовчать», яку присвячено трагічним подіям російсько-української війни, з 2014 р. до сьогодні. Оновлені експозиції «Холодна і вогнепальна зброя». З експонатів фонду музею формують виставки (3–4 в рік), наприклад «Артефакти середньовічної церкви Ужгородського замку», експонати якої отримані археологічних розкопок на території замку.

Окрім цього, колективом музею проводиться наукова, екскурсійна, освітня робота, а також активна співпраця з іншими музей-

ними та культурними установами, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Таким чином, Закарпатський краєзнавчий музей є важливим центром культурного життя регіону, місія якого не лише в збереженні й популяризації спадщини, але й створенні можливості для розвитку туризму і зміцненні культурного іміджу Закарпаття.

Такі ж тенденції змін, відмова від ідеологічно-пропагандистського змісту експозицій та їх переформатування, відбулися й в інших музеях Закарпаття, насамперед історико-культурних та краєзнавчих (Закарпатський музей народної архітектури та побуту, Свалявський історичний музей, Берегівський районний музей). Навпаки, музейні працівники зосереджувалися на вивченні та збереженні матеріальної та духовної культури етносів Закарпаття, що безумовно змінювало соціокультурний ландшафт краю і водночас посилювало ресурсний потенціал туризму.

Важливим фактором впливу на культурний ландшафт регіону, а відтак на туризм є створення приватних музеїв. Це насамперед краєзнавчі музеї у місцях компактного проживання національних меншин чи етнічних груп, рідше — спеціалізовані музеї, що презентують певні види господарської діяльності тощо.

У таблиці 2.4.1 наведено інформацію про музеї Закарпаття, в розрізі районів, що активно функціонують, включені в туристичні маршрути й добре представлені в публічному просторі.

Таблиця 2.4.1

### Музеї Закарпаття

№ п/п	Назва музею	Місце знаходження	Рік утворення	Особливості фондів
<b>м. Ужгород та Ужгородський район</b>				
1	Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького	вул. Капітульна, 33 м. Ужгород	1945	У музеї 40 приміщень, які мають найбільші постійні експозиції з цінними артефактами історії та культури краю. У фонді музею 150 тис. експонатів
2	Закарпатський музей народної архітектури та побуту	вул. Капітульна, 33а м. Ужгород	27 серпня 1970	Найбільший етномузей області. 30 унікальних архітектурних комплексів з великою к-стю експонатів, житлові й господарські будівлі з автентичними

				предметами, що відтворюють побут, ремесла етногруп краю Також є колекції ікон, вишивки, писанки, картин тощо. Представлена культура: долинян, лемків, бойків, гуцулів, уторців, румунів.
3	Закарпатський обласний художній музей імені Йосипа Бокшая	пл. Жупанатська, 3 м. Ужгород	Листопад 1948 р.	Понад 10 тис. експонатів: живопис, графіка, скульптура, декоративно-ужиткове мистецтво. Особливо цінні експонати картини закарпатської школи художників: Й. Бокшая, А. Ерделі, І. Грабара, А. Коцки, Ф. Манайла.
4	Меморіальний будинок-музей Ф.Манайла	вул. Другетів, 74 м. Ужгород	1980	Експозиція створена в будинку, де жив художник. Це майстерня, робочий кабінет, особисті речі, картини тощо. У фонді орієнтовно 2 тисячі експонатів
5	Хата-музей «Лемківська садиба»	с. Зарічово	1985	У музеї — експозиція архітектури та старожитностей лемків
5	Краєзнавчий музей міста Перечин	вул. Ужанська, 7 м. Перечин	18 квітня 2018	Експонати 4 виставкових залів демонструють історію, культуру українців, словаків, чехів, євреїв, німців, італійців, що тут проживали, а також способи господарювання.
<b>м. Мукачєво Мукачівський район</b>				
6	Мукачівський історичний музей	вул. Замкова гора, м. Мукачєво	20 червня 1989	Розташований у замку «Паланок». 12 залів, у яких експозиції історії етнографії, природи, писанки, старожитності, старовинних ікон тощо.
7	Музей «Бункер лінії Арпада»	с. Велика Грабівниця	2012	Представлено оборонні споруди, спорядження, технічне й побутове обладнання військових періоду Другої Світової війни
8	Свалявський історичний музей	вул. Головна, 33, м. Свалява	1970	Старожитності, документи, книги, предмети одягу, вишиванки та побутові речі жителів Свалявщини періоду XIX ст.

<b>Хустський район</b>				
9	Хустський краєзнавчий музей	вул. Пирогова, 1, м. Хуст	1963	У музеї можна знайти стародавні артефакти, побутові речі, вишиванки, фотографії та документи, що охоплюють період від давніх часів до сьогодення. Унікальна частина фондів — експонати, пов'язані з Карпатською Україною.
10	Музей-скансен «Старе село»	с. Колочава	14 червня 2007	Музей просто неба з багатьма експозиціями, що відображають історію, побут і культуру етнічних груп Колочави. Серед експозицій: житло, корчма, лазня, жандармерія, господарські будівлі. На території є окремі музеї: «Колочавська вузькоколіяка», «Чеська школа» та «Бункер Штаєра»
11	Музей лісу та сплаву (на реставрації)	ур. Остріки, с. Синевир,	1995	Експозиція музею знайомить з працею та традиціями місцевих лісорубів та бокорашів
12	Іршавський історико-краєзнавчий музей	вул. Незалежності, м. Іршава	2006	Цінними є кам'яні сокири, газові лампи, предмети побуту та одяг XVIII–XIX ст. Окрема експозиція присвячена Революції Гідності.
<b>Берегівський район</b>				
13	Берегівський районний музей	вул. Габора Бетлена, 1 м. Берегово	1964 р., відновив роботу 30 березня 2002	Музей знаходиться в палаці Габора Бетлена (1629). 2 тис. експонатів пов'язані з культурою та історією Берегівщини від римського періоду до сьогодення.
14	Затисянський краєзнавчий музей	с. Тисобикень	1970	Скансен, що складається з будинків, школи, каплиці, господарських приміщень тощо. Налічує понад 2 експонатів
15	Музей винороба Чиза	ур. Чизай, 1, м. Берегово	12 жовтня 2019	Музей сучасного формату, що знайомить з місцевим виноградарем Чизом, історією виноградарства у Закарпатті та Україні

<b>Рахівський район</b>				
16	Великобичківський історико-краєзнавчий музей	вул. Крушник, 1, сел. В. Бичків	1957	Понад 3 тис. експонатів, у 7 залах 3 основні експозиції: природи, історії, етнографії
17	Ясінянський історико-краєзнавчий музей	сел. Ясіня	1966	Експозиція музею присвячена побуту гуцулів і представлена у 4 відділах: інтер'єр хати XVIII-XIX ст., знаряддя праці, народні ремесла, природа
18	Музей екології гір та історії природокористування в Українських Карпатах	вул. Красне Плесо, 77, м. Рахів		У музеї 2 відділи: «Природа Карпат», «Природокористування в УК». В експозиції унікальне поєднання природи, культури, історії.
<b>Тячівський район</b>				
19	Історико-краєзнавчий народний музей «Сріберна земля»	вул. Прикордонна, 2 с. Грушово	1994	У 12 відділах представлені етноекспозиції, що налічують 5000 експонатів. У музеї є унікальні сакральні об'єкти, зокрема рукописне Євангеліє 600-річної давності.
20	Музей історії солекопальень	сел. Солотвино	1973	Експонати пов'язані з Солотвинською солекопальнею: історія, робочі інструменти та особисті речі солекопів, світлини
21	Музей історії та етнографії румун Закарпаття	вул. Олекси Борканюка, 17, сел. Нижня Апша	2014	Експонати: національні костюми, одяг, посуд, предмети народних ремесел, що презентують культуру румун Закарпаття. У музеї виділено експозиції

Багатогранність музеїв Закарпаття дозволяє згрупувати й поділити їх за різними критеріями, кожен з яких відображає певний аспект регіональної ідентичності. Такий підхід сприяє кращому розумінню значущості музеїв у збереженні культурного спадку регіону, позиціюванні культурного центру та ефективному використанню у туризмі Отже:

1. *традиційне господарювання*: «Музей лісу та сплаву» у с. Синевир, «Музей екології гір та історії природокористування» м. Рахів, «Музей винороба Чиза» м. Берегово;

2. *народні ремесла*: «Музей гуцульської різьби Юрія Павловича» м. Рахів, «Музей ткацтва» у с. Великі Береги, «Музей-кузня «Гамора» у с. Лисичово;

3. *гастрономічні традиції*: «Музей леквару» с. Ботор, «Музей гуцульської бринзи» м. Рахів;

4. *мистецькі*: Закарпатський обласний художній музей ім. Й. Бокшая в Ужгороді, «Музей М. Мункачі» і «Музей прикладного мистецтва» у Мукачево;

5. *комплексні*: Краєзнавчий музей в Терново, Хустський краєзнавчий музей, «Приватний музей гуцульського одягу та старожитностей Юрія Саса», Виноградівський історичний музей, Народний історико-краєзнавчий музей у сел. Воловець, Історико-краєзнавчий музей «Тиса», Колиба-музей в с. Ділове, Етнографічний музей Юрія Куцини, Регіональний музей етнографії у Буштино, Етнографічний музей у с. Велика Уголька тощо.

Наведений вище аналіз свідчить про значний туристичний ресурсний потенціал, що презентує історичні, культурні, релігійні, побутові, господарські та соціально-економічні аспекти Закарпаття. В основному експонати представляють період XIX століття. Музеї знаходяться у всіх районах області й відображають місцеву унікальність, як, наприклад Музей історії та етнографії румун Закарпаття, що знаходиться в сел. Нижня Апша.

Ефективність роботи музеїв у сучасних умовах може суттєво зростати завдяки науково-дослідній роботі, використанню інтерактивних технологій та креативних підходів, що відкриває нові можливості створення атракційного середовища в музеї. Такі технології уже сьогодні поступово впроваджуються, зокрема:

1. Більшість музеїв проводять пошуково-дослідницьку та іншу роботу спрямовану на оновлення фондів. Про це свідчать численні повідомлення на власних вебсайтах. Наприклад: у 2023 р. оновлено виставковий зал «Етнографічна спадщина» у краєзнавчому музеї с. Терново на Тячівщині; у Закарпатському краєзнавчому музеї у травні 2024 р. відкрито оновлено виставковий зал «Природа Закарпаття», а також оновлено і доповнено експозиційні колекції метеликів, доповнено постійну виставку «Карпатська Україна» (Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького, б. д.) тощо.

2. Модернізується формат екскурсійної діяльності, окрім традиційних екскурсій проводяться:

- *тематичні*. Наприклад краєзнавчий музей ім. Легоцького пропонує 11 тематичних екскурсій на замовлення — «Ліс –

- народне багатство Закарпаття», «Історія Мукачівської єпархії та духовної семінарії», «Художнє литво на Закарпатті», «Народні музичні інструменти Закарпаття» та інші;
- *авторські*. Засновник «Приватного музею Юрія Куцина» проводить цікаві атракційні екскурсії з можливістю «спробувати» унікальні експонати у дії;
- *нічні*. Такі екскурсії пропонує Мукачівський історичний музей, на сайті зазначено, що вони благодійні, частина коштів відраховується для ЗСУ (Мукачівський історичний музей, б.д.);
- *костюмовані, історичні реконструкції*. Найчастіше такий формат використовується музеями під час проведення фестивалів чи свят, зокрема у замках Ужгородський, Мукачівський та Сент Міклош. А в Паланку відкрили постійну локацію «Одяг для принцес»;
- *квести*. Прикладом проведення квестів екскурсоводами є міста Хуст, Мукачево, Ужгород, де об'єктом квесту є міні-скульптурки.

3. Відбувається поступове технічне переоснащення, зокрема у музеях Закарпатському краєзнавчому, Мукачівському історичному встановлено інтерактивні дисплеї та голограми, а для демонстрації більшість музеїв Закарпаття розміщують на своїх вебсайтах іміджеві фотопрезентації.

4. Створюються інтерактивні локації, наприклад: у 2022 р. у Мукачівському історичному музеї відкрито ігрову цифрову зону «Хроніки замку Паланок» або ж локацію «Замкова сторожа», де можна доторкатися до експонатів, роздивлятися, фотографуватися тощо (Varosh, 2024).

5. Оцифровуються музейні фонди.

6. Видається краєзнавча література. Найпоширеніший вид діяльності працівників музеїв це: наукові статті, інформаційні довідники, брошури, рекламні буклети тощо. Особливо варто відзначити видання «Колекція ікон Закарпатського музею архітектури та побуту». Придбати видання можна було за благодійний внесок, що спрямовувався на підтримку ЗСУ. Унікальність видання оцінені експертами і передана в мистецькі інституції Парижу (Музей народної архітектури та побуту, б.д.).

7. Створюється відео- та кіноматеріал. Наприклад, команда ентузіастів створила мультсеріал «Історія замку Паланок». Сюжет — історія Мукачівського замку з давніх часів і до сьогодні. Над створенням працювали впродовж 2 років у рамках транскордон-

ного проекту «Смартмузей», що об'єднує шість музеїв з Угорщини, Словаччини та України [36]. Мультфільм доступний у двох версіях — як повнометражний анімаційний фільм і як серіал із десяти коротких частин про різні епохи. У ньому вперше використані 3D-моделі замку в різні історичні періоди. Для демонстрації презентацій, фільмів, проведення творчих вечорів у Мукачівському історичному музеї у 2022 р. відкрито замковий кінотеатр (Мукачівський історичний музей, б.д.).

8. На сайтах музеїв оприлюднюється інформація про участь науковців та екскурсоловів в освітніх програмах, стажуваннях, проектах (наприклад, Смартмузей), зазначена інформація про партнерські колаборації з науковими установами та колегами-музейниками як в Україні, так і закордоном. Також анонсується робота зі школярами та студентами.

9. Комунікація і зворотний зв'язок підтримується з допомогою створених форумів на власних вебсайтах та акаунтів у соціальних мережах. Це доволі активний канал комунікації з цільовою аудиторією, з допомогою якого анонсуються виставки, майстер-клас, воркшопи, творчі зустрічі, конкурси, ведеться відкритий публічний діалог тощо.

Аналіз кількості підписників в мережі Фейсбук відображено в табл. 2.4.2. Зазначимо, що станом на теперішній час, тільки деякі музеї мають свої акаунти та вебсайти, хоч це важливий канал комунікації з відвідувачами.

Таблиця 2.4.2

**Кількість підписників на вебсторінках музеїв,  
станом на 1.09.2024**

	Ужгородський скансен	Закарпатський краєзнавчий музей	Закарпатський художній музей	Мукачівський історичний музей	Хустський краєзнавчий музей
Кількість підписників	6900	3600	1300	3100	916

За роки незалежності України Закарпаття стало відомим своїми унікальними фестивалями. Ці культурні події не лише підтримують традиції, але й сприяють розвитку туризму, економіки, а також міжкультурного діалогу. Особливості цього туристичного ресурсу полягають в тому, що це: одночасне поєднання кількох культурних елементів, творчий характер івенту, можливість для

відвідувачів зануритися в атмосферу автентичного культурного простору, взяти участь в атракціях (іграх, танцях, майстер-класах, квестах тощо), спробувати традиційні місцеві страви та напої, купити сувенірну продукцію тощо.

Одним із важливих є «Червене вино» у Мукачеві, чи не наймасштабніший винний фестиваль України. Цей захід об'єднує виноробів з усіх куточків Закарпаття й надає можливість продемонструвати свої досягнення. Разом з винними дегустаціями проводяться виставки, конкурси та численні етнографічні програми.

Іншим популярним фестивалем є «Берегфест» у місті Берегове, що фокусується на виноробстві. Закарпаття славиться своїми винами, а цей фестиваль пропонує дегустацію найкращих зразків місцевих виноробів. Це не лише гастрономічна подія, а й культурний обмін, адже тут часто звучать угорські, українські та інші європейські мотиви, що віддзеркалюють багатонаціональність регіону.

Фестиваль «Гуцульська бринза» в Рахові це вшанування традицій культури господарювання пастухів, що досі має значний вплив на життя в гірських районах Закарпаття. Відвідувачі мають можливість ознайомитися з процесом виготовлення бринзи, вурди та інших молочних продуктів, побачити колоритні гуцульські костюми та насолодитися автентичною музикою і танцями.

Наведемо перелік фестивалів та етносвят, які проводяться в районах Закарпаття. Це наступні фестивалі:

1. Берегове і Берегівський район: «Bereg Fest», Берегівський різдвяний ярмарок, «Угочанська лоза», «Біле вино», «Сливовий леквар», Фестиваль гентешів у с. Геча, «Ягідне поле», «Золотий гуляш»;
2. Мукачево та Мукачівський р-н: «Срібний татощ», День Святого Мартіна, «Весілля Ілони Зріні», «Червене вино», «Бобовищенське гроно», «Варишська палачінта», «Варишське пиво», «Огинь і м'ясо», Свято меду, «Salo fest», «Верховинська яфіна».
3. Рахівський район: Проводи вівчарів на полонину, «Квасівський ліжник», «Гуцульська ріпа», «Гуцульська бринза», «Берлибашський бануш», «Бичківські голубці»;
4. Тячів і Тячівський район: «Яфіна-фест», «Брустурянська кедровиця», «Бий шайблики», «Мерцишор», «Фестиваль румунського народного мистецтва», «Сюреті бал», «Весняний полонинський хід»;
5. Ужгород: «Різдвяні вертепи», Сакура-фест, Бельтайн, Дні чеської культури, Дні словацької культури, ярмарок «Золо-

- та осінь», «Закарпатське Божоле», «Ужгородська палачінта», «Сонячний напій», «Медовуха-фест», «Медовий спас»;
6. Ужгородщина: «Бетлегемська зірка», «Лемківська ватра», фольклорний фестиваль «Веселковий передзвін», мистецький «Сонячний шлях»;
  7. Хуст і Хустський район: «Білі нарциси», «Гамора», «Іза-фест», «Колочавська ріплянка», «Селиська співанка», «Рекітське сузір'я».

А такий івент як «Парад Миколайчиків» у грудні 2023 року охопив кілька районів Закарпаття і отримав багато схвальних відгуків.

Фестивалі демонструють не лише культурне різноманіття Закарпаття, але й вміння регіону об'єднувати людей незалежно від їхніх національностей, віросповідань чи культурних уподобань, примножуючи і поширюючи свою культурну спадщину як всередині країни, так і за її межами. Ці події мають не лише розважальний, а й освітній характер. Вже звичними елементами їхньої програми стають майстер-класи. Важливим аспектом є участь народних майстрів з інших регіонів або, у випадку міжнародних фестивалів, з різних країн.

Особливе значення в житті мешканців Закарпаття займала релігія, тому сакральним спорудами (церкви, собори, синагоги, монастирські комплекси) приділялася особлива увага. Сакральні об'єкти Закарпаття складають важливу частину культурної спадщини, пов'язані з історичним минулим краю і мають багатовікову історію.

Релігійні об'єкти презентують відомі архітектурні стилі: бароко, готику, ренесанс, класицизм XIX ст. До реєстру Нерухомі пам'ятки національного значення внесено 69 церков та костелів Закарпаття, з яких: 19 мурованих, а 50 дерев'яних (Департамент культури Закарпатської ОВА, б. д.), тобто знаходяться під державною охороною і їх використання, збереження, утримання повинно здійснюватися відповідно до норм чинного законодавства.

З 19 мурованих сакральних об'єктів, всі є діючими, використовуються місцевими релігійними громадами, більшість з них включені в туристичні маршрути

На початку 90-х, після легалізації, відбувалося повернення церковної власності (землі, будівлі) релігійним громадам греко-католиків, римо-католиків, реформатській громаді та євангелістам християнам-баптистам. У радянський період частина церков цих громад були занедбані або ж використовувалися як склади чи

взагалі як господарські будівлі, тому потребували капітального ремонту та реставрації. До прикладу в Хрестовоздвиженському кафедральному соборі (XVII ст.) реновація всіх розписів храму та реставрація іконостаса закінчилися у 2023 р. Собор є не тільки релігійним центром Мукачівської греко-католицької єпархії, а й важливим культурним і туристичним об'єктом. Завдяки своїй витонченій архітектурі в бароковому стилі з елементами неокласици, розкішному бароковому іконостасу, унікальним розписам авторства художників Фердинанда Відри та Йосипа Бокшая (Мукачівська греко-католицька єпархія, б. д.), розташуванню в історичному центрі міста, собор став невіддільною частиною архітектурного ландшафту Ужгорода, його візитівкою і ключовим туристичним об'єктом.

Найстаріша збережена релігійна споруда Закарпаття — Горянська ротонда, розташована в передмісті Ужгорода (рис. 2.4.2). Починаючи з 90-х років проводилися відновлювальні роботи, але вони стосувалися фасаду, замінили також дах на дерев'яний та впорядкували територію. Має унікальну шестикутну форму і вважається однією з найстаріших ротонд в Центральній Європі. Архітектурний стиль ротонди є неоднозначним, зі сполученням романських та готичних елементів, які відображають мультикультурний вплив різних періодів історії Закарпаття.



*Рис. 2.4.2. Горянська ротонда (фото з інтернет-мережі)*

Історико-культурний аспект цієї ротонди є надзвичайно багатим і складним. Історики досі не дійшли єдиної думки щодо дати

заснування будівлі. Традиційно припускається, що вона була збудована у XI–XII ст. Особливо цінні фрески, що прикрашають інтер'єр ротонди. Вони належать до кращих зразків середньовічного живопису і за попередніми оцінками датуються XIV–XV ст. (у стилі італійського проторенесансу майстрів школи Джото). Найціннішими є фрески «Благовіщення», «Втеча в Єгипет», «Поклоніння волхвів Христу», «Тайна вечеря», «Христос перед Пілатом», «Шлях на Голгофу», «Розп'яття» (Мукачівська греко-католицька єпархія, б. д.).

Через свою унікальність та автентичність Горянська ротонда є важливим об'єктом для дослідників, що вивчають еволюцію архітектурних стилів і культурних впливів на території Закарпаття. Вона також є частиною маршруту *Via Carpatia* — історичного шляху, що з'єднує пам'ятки культури Карпатського регіону.

Серед інших мурованих сакральних споруд важливими релігійними об'єктами включеними в туристичні маршрути є: костел Вознесіння у м. Виноградів з мощами Яна Капістрана, костел Святого Мартина в Мукачеві, з давньою пам'яткою церковно-храмового зодчества Закарпаття — каплицею Святого Йосипа, (XIV ст.), костел Святого Юрія в Ужгороді, (XVIII ст.), костел Святого Стефана в Тячеві, реформаторський храм у неоготичному стилі, костел Воздвиження Святого Хреста в Берегові (XIII ст.) тощо.

Закарпаття має найбільше розмаїття стилів і форм дерев'яних церков, частина з яких збудовані народними майстрами без жодного цвяха. Науковці-мистецтвознавці серед архітектурних стилів дерев'яних церков Закарпаття виділяють: бойківський, гуцульський, лемківський, мармароський готичний, що відповідають районам проживання етнографічних спільнот краю. Ці стилі будови церков відображають культурну самобутність місцевих мешканців. Більшість з цих сакральних об'єктів є діючими, але безумовно всі мають цінне духовне, мистецьке, історико-культурне та освітньо-виховне значення, адже відображають не тільки історію життя закарпатців, але й духовні цінності.

З восьми українських дерев'яних церков внесених до Списку ЮНЕСКО, на Закарпатті знаходяться дві: церква Святого Михаїла в селі Ужок та Струківська церква у селі Ясіня. Окрім цього, значну цінність мають церкви побудовані в попередні п'ять століть, що демонструють високу майстерність будівничих, унікальні зразки іконопису, різьбярства, ливарства (дзвони) тощо. Це зокрема: Шелестівська Михайлівська церква в Ужгородському скансені, Миколаївська церква в с. Гусне, церква Святого Василя Великого

в с. Лікіцари, Миколаївська церква в с. Верхнє Водяне, церква Покрови Пресвятої Богородиці в с. Кострино, Свято-духівська церква в с. Колочава, церква Святого Духа в с. Гукливий та інші.

Варто виокремити унікальні церкви мармароського готичного стилю, що в Україні є тільки в Хустському районі. Їх 5! У селах: Крайниково, Сокирниця, Стеблівка, Данилово, Олександрівка (додаток Б). Попри їхню архітектурну та історико-культурну цінність, ці сакральні перлини знаходяться у незадовільному стані, практично на межі руйнування.

Окрім цього у Закарпатській області функціонує більше, ніж 30 монастирів (Монастир Святого Миколая в М. Березному, Джублик, Грушівський, Імстичівський та ін.), що є об'єктами в паломницькому туризмі.

Ще одним важливим ресурсом культурного туризму є народні ремесла, види й географія яких у Закарпатті різноманітні.

За роки незалежності народні ремесла стали важливою частиною культурного туризму в регіоні, переживши суттєву трансформацію. Вони не лише задовольняли побутові потреби місцевого населення, але й ставали засобами самовираження та передачі культурної спадщини від покоління до покоління. У роки радянської влади ці ремесла часто нав'язувалися з певними ідеологічними рамками, а їх комерційні перспективи були обмеженими, а з початком незалежності України майстри народних ремесел Закарпаття здобули більшу свободу у творчому самовираженні та підприємстві.

Зміни торкнулися і самого підходу до виготовлення виробів. Сучасні ремісники Закарпаття, зберігаючи традиційні технології та орнаменти, почали експериментувати з новітніми матеріалами, щоб відповідати запитам сучасного ринку. Ручна робота перейшла від простої ремісничої діяльності до естетичного та культурного продукту. Важливу роль у цьому процесі зіграли також неурядові організації та державні проекти, спрямовані на підтримку і розвиток традиційних ремесел як туристичного продукту.

Народні ремесла Закарпаття формувалися під впливом історичних процесів, суспільно-економічних умов та географічної ізоляції, а також політичного відокремлення від інших українських земель. Ці аспекти, разом із особливостями природного середовища, зокрема ландшафту, та зовнішніми культурними впливами, сприяли формуванню унікальних рис, характерних саме для народних ремесел цього регіону. А відмінності етнографічних груп регіону проявляються насамперед у виробках народних ремесел,

наприклад, у вишиванках, виготовленні народного костюма тощо, про це зазначає В. Коцан (2015) у своїх розвідках: «Спільне проживання українців, угорців, румунів, словаків та представників інших етносів на території Закарпаття сформувало як деякі спільні риси в одягових традиціях, так і певні відмінності. Народне вбрання є вагомим джерелом у вивченні іноетнічних взаємозв'язків та взаємовпливів на території краю» (с. 54).

У сьогоднішні ці ремесла постають як самобутня частина культурної спадщини, що не лише виконує практичні функції, але й слугує естетичним способом освоєння світу. У значній мірі народні ремесла інтегровані в туристичну сферу як важливий ресурс, що представляє автентичну культуру Закарпаття. Тому питання їх дослідження, збереження й відновлення залишається актуальним у сучасних умовах, особливо на тлі екзистенційних загроз, а також в українському та локальному контекстах як важливий потенціал для розвитку туризму.

Окремо варто зазначити, що деякі традиційні ремесла були включені до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України (НКС, б. д.), а саме:

- «Традиція гуцульської писанки» (012 нкс);
- «Карпатське ліжникарство» (023 нкс);
- «Традиція лозоплетіння в с. Іза Хустського району» (042 нкс);
- «Гуцульська бриндзя» (044 нкс);
- «Сливовий леквар — традиція приготування та культура споживання на Закарпатті» (050 нкс).

Тобто на законодавчому рівні верифіковано зазначені ремесла і традиції й визначено відповідні структурні підрозділи, що повинні безпосередньо займатися моніторингом життєздатності, охороною та відновленням зазначених ремесел. Водночас варто констатувати, що існує ряд проблемних питань, пов'язаних не тільки з вивченням теоретичних питань (як от доступ до джерел чи артефактів), а й загрози зникнення тих чи інших ремесел, що носять не тільки практичний характер, а й є об'єктивно-часовий.

Збереженими і презентованими на сучасному етапі є наступні ремесла: лозоплетіння, ткацтво, різьбярство та художня обробка дерева, вишивка, писанкарство, гончарство, ковальство, обробка шкіри, художня обробка каменю, сироваріння тощо. Втім, варто зауважити, що ці ремесла є характерними не тільки для Закарпаття, проте тут вони мають характерні регіональні особливості. Саме ці особливості найбільш яскраво виражені в таких ремеслах як:

- *лозоплетіння*. Центром лозоплетіння не тільки в Закарпатті, але й в Україні вважається село Іза Хустського району. Традиція лозоплетіння активно побутує, хоча європейські ринки майже втрачені, проте вироби презентується на внутрішньому ринку. В Ізі туристи можуть придбати найрізноманітнішу продукцію через це село називають постійним ярмарком просто неба;
- *ткацтво* зосереджено в основному в південних районах Закарпаття, насамперед в угорськомовних селах. Особливо вирізняється *мереживне ткацтво*, осередком якого є села Великі Береги та Кідьош Березівського району. В ньому переплелися різні національні культури: угорська, австрійська та українська. У 90-х роках минулого століття в школі села Великі Береги відкрито музей ткацтва та етнографії. Експонати закладу — старовинні ткацькі верстати та інструменти. Нині у школі діє майстерня, де активно продовжують традицію ткацтва, навчаючи учнів за індивідуальною програмою;
- *вовноткацтво*, яке вважають одним із давніх напрямів народного ремесла. У Закарпатті осередком вовноткацтва є Рахівщина і насамперед села Розтоки, Кваси, Чорна Тиса, Богдан. На Рахівщині нараховують понад два десятки майстрів вовноткацтва. У побуті мешканців Розтоки провідне місце посідає ліжникарство. Ліжник — унікальний автентичний виріб гуцулів Українських Карпат;
- *різьбярство*. Окрім великого асортименту ужиткових предметів, закарпатці виготовляють і декоративні вироби, скульптури, портрети, без них важко уявити закарпатські санаторії, турбази, кав'ярні, туристичні локації. Особливе значення мали різьблені іконостаси та елементи прикрас у християнських церквах;
- *виготовлення народних інструментів*. Коза, окарина, або зозулька, дримба, трембіта, фрілка, най або флейта Пана, теленка, денцівка, цимбали, бубен, бербениця — це гуцульські музичні інструменти (рис. 2.4.3), роблять їх з дерева, скла чи металу. А деякі, як от свистульки, випалюють з глини. Таким осередком є с. Шешори і сел. Ясіня. Але варто зазначити, що це ремесло є унікальним і перебуває під загрозою зникнення, адже ним володіють поодинокі майстри Рахівщини;



Рис. 2.4.3. Народні музичні інструменти гуцулів (фото з інтернету)

- випікання бичківського медяника або бичківського коро-ваю. Це оригінальний закарпатський варіант традиційної весільної випічки. Барвистий взір на медянику, нагадує вишитий рушник (рис. 2.4.4). Мистецтвом випікання цього виробу володіють тільки 3-5 жінок. Бичківський медяник сьогодні презентується як унікальна випічка на культурних івентах та етнофестивалях.



Рис. 2.4.4. Бичківський медяник (фото з інтернету)

Окрім зазначених ремесел у краї доволі поширеним є писанкарство, вишивка, обробка каменю тощо. Окремо варто зазначити традиції приготування гуцульської бриндзи, сливового леквару,

ріплянки тощо. А також ремесла, що з об'єктивних причин занепадають, до прикладу гончарство. Але майстри, що знають це ремесло ще залишилися і займаються виготовленням декоративної кераміки. У своїх творах зображають прадавні символи, традиційні закарпатські орнаменти тощо. Такі вироби популярні серед туристів як сувеніри.

У соціокультурному просторі ремесла, як частина культурної спадщини, презентуються у культурно-пізнавальному, зокрема етнографічному туризмі. Одна з причин — атракційність, оскільки тут залучена не тільки візуалізація, але часто й «ефект присутності». З іншого боку включення традиційних ремесел, як ресурсної компоненти туризму, сприяє їх збереженню, відновленню та популяризації.

Аналіз використання народних ремесел у сфері туризму, дозволяє виокремити наступні узагальнені напрямки:

- як кінцевий продукт, зокрема сувенір;
- як демонстрація технології ремесла.

Видовищно презентація, за обома напрямками, відбувається в безпосередній локації ремесла. Оскільки туристи напряму залучені до цих дійств, тобто є учасниками заходу, можуть придбати оригінальну продукцію, поспілкуватися з майстрами, отримати інформацію з «перших уст», відчувати особливу автентичну атмосферу народного ремесла. Для цього в багатьох осередках народних ремесел організовані музеї, мистецькі центри тощо, які надають окрім класичних демонстраційних послуг й інтерактивні.

До прикладу, в центрі лозоплетіння в селі Іза функціонує музей «Закарпатські ремесла», де представлено не тільки лозоплетіння, але й ткацтво та сироваріння. Музей пропонує окрім традиційних, сучасні послуги, зокрема, відвідувачі можуть побачити як плетуть вироби з лози та взяти участь у їх створенні, а готовий вибір забрати як сувенір (*Збереження історії*, 2024, 3 вересня). Тут також демонструють процеси сироваріння та ткання. Сироваріння — це ще одне ремесло, яким активно займаються на Закарпатті. Сьогодні на території краю функціонують крафтові сироварні, які працюють за стародавніми технологіями. До прикладу, у музеї наявна піч, на якій готують молодий сир «Ріка», з овечого молока, за особливою технологією. Ткацтво в музеї представлено знаряддями праці, з допомогою яких відвідувачам демонструють ткання доріжок та рушників на кроснах.

Важливим центром презентації народних ремесел є Ужгородський скансен. Тут постійно проводяться найрізноманітніші

заходи. До прикладу: майстер-клас для військовослужбовців з гончарного ремесла; майстер-клас з виготовлення казкового коника: культурно-мистецький проєкт «Жива спадщина», де ОТГ продемонструють свої ремесла, традиції, костюми, виконавську майстерність: акція в підтримку виданні набору листівок «Традиційний одяг та вишивка Закарпаття» (в межах проєкту «ProMuseum: Розвиток ресурсної бази та модернізація музейної галузі»). Родзинкою листівок є те, що з одного боку вона містить світлину хлопця й дівчини в народному вбранні та короткий опис орнаментальних мотивів вишивки, певного району Закарпаття, а на звороті — кольорову схему автентичної закарпатської вишивки (Музей народної архітектури та побуту, 2024, 28 серпня).

Одним із важливих аспектів формування культурного простору є активне використання продукції народних ремесел у закладах розміщення і харчування. Це не лише збагачує естетичну і культурну складову туристичних об'єктів, але й сприяє розвитку економіки регіону. Варто зазначити, що заклади розміщення в Закарпатті часто використовують різноманітні вироби народних ремесел (дерев'яні, керамічні, ткацькі, вишиті) для декору інтер'єрів, що створює особливий затишок. Одним із видів таких закладів є сільські садиби, в яких антураж місцевого традиційного побуту минувшини поєднаний з сучасним комфортом. Таких садиб у Закарпатті налічується понад 460. Варто врахувати, що місткість такої садиби складає 4–15 гостей, але в туристичних локаціях їх достатньо. Особливістю таких закладів є те, що гостям пропонують долучитися як до побутових справ (збір врожаю, приготування місцевих страв тощо), так і ремісничих (вишивання, ткацтво тощо).

Заклади харчування часто користуються керамічним посудом, виготовленим місцевими майстрами, практикується оформлення інтер'єрів за допомогою декоративних елементів, що виготовлені з дерева або металу. Це підкреслює автентичність закладів. Окрім того, використовується продукція місцевих крафтових виробників (бринза та інші сири, мед, вино тощо). Це підтримує малий бізнес і сприяє збереженню культурної спадщини регіону і популяризації його унікальності на національному.

Важливими іншими напрямками збереження, відновлення та популяризації народних ремесел є:

1. презентація виробів традиційного ремесла у музеях, на виставках та інших івентах;
2. уведення спеціалізованих факультативів у освітніх закладах області. За рішенням органів місцевого самоврядуван-

ня, особливо у локальних центрах ремесел, у ЗОШ вводяться факультативи з вивчення відповідного ремесла або ж такі заняття проводяться в центрах юнацтва;

3. дослідження ремесел у межах програм, грантів та проєктів це необхідний аспект, що дозволить не тільки зберегти культурну спадщину, але й вибудувувати стратегічні пріоритети розвитку;
4. публікація відповідної актуальної інформації в науковій літературі, засобах масової інформації, Інтернет просторі.

Проте, аналіз ресурсного потенціалу вказує також на ряд проблем, які необхідно вирішити для перспектив розвитку туризму, а головне для збереження та відтворення етнокультури. Важливим залишається питання трансформації багатого ресурсного потенціалу в туристичний продукт. У цьому питанні є ряд аспектів, що вимагають ретельного підходу, це насамперед: організація етнотуризму на принципах збереження етносередовища та сталого розвитку громади і правове забезпечення збереження етносередовища та етноресурсу.

Серед інших ресурсів, які залучаються в культурному туризмі — численні пам'ятки матеріальної культури, а їх в Закарпатті, станом на 2024 р., внесених до охоронних реєстрів — 1837, з яких 137 національного значення. Вагоме місце серед пам'яток займають замки Закарпаття, передусім Ужгородський і Мукачівський, що добре збережені. Тут окрім музеїв, проводяться різноманітні культурні івенти.

Аналізуючи вищенаведене, можемо стверджувати, що Закарпаття володіє багатим культурним потенціалом, який представляє автентичну культуру цього регіону. Характеристики наявних ресурсів свідчать про те, що, незважаючи на взаємні та зовнішні впливи й культурні нашарування, а також деякі ментальні відмінності й естетичні уподобання, зберігся різноманітний колорит «живої» культури закарпатських спільнот. Саме об'єкти культурного надбання служать основою для розвитку культурного туризму.

Проте, визначальним чинником розвитку культурного туризму залишаються люди — носії місцевої культури в межах конкретних спільнот. Саме вони зберігають традиції та звичаї, характерні для певного регіону чи етнічної групи, відтворюють народні пісні, танці й обряди, займаються вишивкою та виготовленням традиційного одягу, володіють майстерністю народних ремесел і знаннями щодо приготування автентичних страв.

Закарпаття, завдяки своєму унікальному геополітичному розташуванню та багатому культурному спадку, а також наявним

інфраструктурним ресурсам, має значний потенціал для інтеграції в широкомасштабні міжнародні культурні проекти. Залучення до подібних ініціатив відкриває можливості для:

- ✓ на високому представницькому рівні презентувати національну культурну спадщину, що є особливо важливим у сучасних реаліях;
- ✓ провадити міжкультурний обмін ідеями, традиціями, мистецькими формами, що сприяє розумінню культурного різноманіття;
- ✓ розширювати освітні горизонти для професійного зростання, набуття нових навичок і досвіду;
- ✓ сприяти сталому розвитку територій, підтримувати місцеві громади зберігати культурну спадщину, зокрема ремесла й традиції;
- ✓ вирішувати конфлікти, створювати умови для мирного діалогу і співпраці між народами;
- ✓ стимулювати творчість та інновації, створювати оригінальні культурні туристичні продукти;
- ✓ сприяти економічному розвитку, збільшувати обсяг в'їзних туристів, залучати інвесторів і партнерів, розвивати інфраструктуру та покращувати добробут громад.

Такі маршрути розробляються під патронатом світових організацій таких як: Рада Європи, Єврокомісія, ЮНЕСКО, ЮНВТО, ATLAS, ICOMOS за участі науковців провідних університетів і експертів.

Закарпаття активно долучається до транскордонних проектів, спрямованих на співпрацю в галузі туризму та культури. Однією із таких ініціатив був проект «ЄС Польща–Білорусь–Україна 2014–2020», який мав тематичний акцент на «Спадщині». У його рамках реалізували проект «Світ Карпатських Розет — заходи зі збереження унікальності культури Карпат» з 1 вересня 2018 до 28 лютого 2022 року. Загальний бюджет становив 1 543 329,05 €, з яких співфінансування ЄС дорівнювало 1 376 340,85 €. Партнерство включало інституції з Підкарпатського воєводства (Польща) та з восьми різних районів Львівської, Закарпатської та Івано-Франківської областей. Закарпаття представляли Агентство регіонального розвитку та транскордонного співробітництва й Колочавська сільська рада (Програма Транскордонного Співробітництва Польща–Білорусь–Україна 2014–2020, 2024, 3 вересня). У межах проекту був заснований центр культурної спадщини «Розета», зокрема один з них відкрився в Колочаві. Його мета полягає в популяризації карпатських традицій і звичаїв, створенні баз даних з географії, істо-

рії та культури Карпат, а також забезпеченні відкритого доступу до цієї інформації через вебпортал.

Ще один приклад таких ініціатив — програми Interreg: Програма Interreg NEXT Польща — Україна 2021-2027 і Програма транскордонного співробітництва Interreg NEXT «Угорщина–Словаччина–Румунія–Україна 2021–2027» (Програма Транскордонного Співробітництва Польща–Білорусь–Україна 2014–2020, Український інститут міжнародної політики, 2024, 3 вересня). Бюджет останньої становить 73,4 млн €, і серед п'яти пріоритетних цілей є зміцнення ролі культури та стійкого туризму в економічному розвитку, соціальній інтеграції та інноваціях.

Культура і туризм є ключовими елементами для поліпшення економічної ситуації та міжетнічного діалогу в регіоні. Природоохоронні території та культурні пам'ятки охоплюють практично весь прикордонний регіон, що підкреслює важливість спільного управління та розвитку культурного надбання міжнародного значення. Співпраця зацікавлених сторін, взаємозапозичення європейського досвіду в управлінні, інвестиції та розбудова інфраструктури сприятимуть розвитку туризму, особливо культурного, у Закарпатті в післявоєнні роки.

Але вже й зараз спостерігається зростання показників туристичної сфери Закарпаття. Так, згідно зі звітом по Програмі розвитку туризму та курортів в Закарпатській області на 2021–2023 роки туристичний збір у 2021–2023 зростав у порівнянні з попереднім роком у 2021 р. на 82,5% (11748,5 тис. грн) у порівнянні з 2020 р., у 2022 р. на 65,7%, у 2023 13,8%. Абсолютні показники наведені в рис. 2.4.5 (Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА, 2024, 24 серпня). Найбільшими платниками податків до бюджету є: с. Поляна, м. Ужгород, с. Баранинці, с. Косонь, м. Берегово, м. Мукачево.

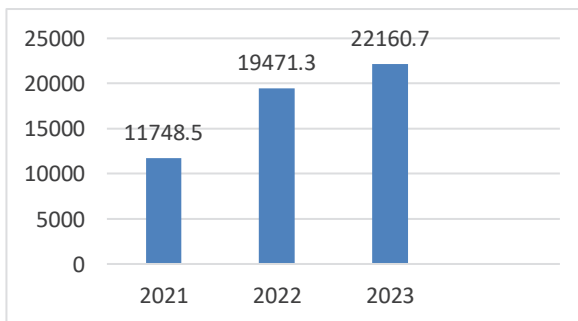


Рис. 2.4.5. Обсяги туристичного збору в Закарпатті у 2021–2023 роках

Варто зауважити, підвищилися не тільки показники туристичного збору, але й відвідування музеїв та екскурсійне обслуговування. Показники у 2022–2023 роках в абсолютному та відсотковому вимірі наведені у таблиці 2.4.3.

Таблиця 2.4.3

**Відвідування музеїв у 2022–2023 роках**

№ п/п	Назва музею	2022 р.		2023 р.	
		К-сть відвідувачів	К-сть екскурсій	К-сть відвідувачів	К-сть екскурсій
1	Мукачівський історичний музей	86751	922	181880	1566
2	Закарпатський краєзнавчий музей	206612	755	209194	1054
3	Закарпатський музей архітектури та побуту	103339	857	107416	774

Загалом у 2023 році закарпатські музеї відвідали понад 600 тис. осіб, заклади провели для відвідувачів близько 3 803 тис. екскурсій.

Попри вказані позитивні показники, проектну та грантову роботу, практична діяльність з організації культурного туризму має ряд факторів, що обмежують його розвиток. Зокрема:

1. *Збереження та відновлення культурної спадщини.* Існує ряд об'єктивних факторів: фізичне зношення, руйнування матеріальної спадщини, втрата носіїв нематеріальної спадщини, знищення традиційних практик, що можуть привести зменшення ресурсного потенціалу культурного туризму.
2. *Втрата автентичності,* через зовнішні культурні впливи та/або ж викривлення культурних традицій для задоволення запитів туристів.
3. *Недостатня підтримка місцевих громад,* не отримання належної вигоди від культурного туризму, що веде до соціальної несправедливості та економічної нерівності.
4. *Негативний вплив на навколишнє середовище,* зокрема через забруднення та надмірне використання природних ресурсів через забруднення та надмірне використання природних ресурсів.

5. *Відсутність розвинутої туристичної інфраструктури*, включаючи транспорт, житло та сервіси, може обмежувати доступність та комфорт для туристів.
6. *Недостатність інформації та реклами*. Нерозвинені інформаційні ресурси та слабка маркетингова стратегія можуть призводити до недостатнього залучення туристів.

Зазначені проблеми потребують врегулювання і постійного моніторингу на законодавчому та управлінському рівнях, а також у практичній площині з боку фахівців, залучених до туристичної діяльності, експертного та освітнього середовищ.

Моніторинг стану культурного туризму, врахування світового досвіду та сучасних трендів, дозволили сформуванню основні напрямки роботи, що зумовляють перспективи його розвитку:

1. *Грантові програми та фінансування*. Залучення грантів та фінансування для розвитку туристичних проєктів буде сприяти збереженню та відновленню культурних об'єктів, ремесел, традицій та звичаїв.
2. *Партнерства та колаборації*. Співпраця з міжнародними організаціями, іншими регіонами та приватним сектором може сприяти обміну досвідом, залученню інвестицій та розвитку спільних проєктів.
3. *Сталий туризм*. Впровадження принципів сталого розвитку зменшить негативний вплив на навколишнє середовище та місцеві громади, сприяючи довготривалому розвитку.
4. *Залучення місцевих громад*. Активна участь місцевих громад у плануванні та управлінні туристичними проєктами забезпечить справедливий розподіл доходів і буде сприяти збереженню автентичності культурних традицій.
5. *Фестивалі та івенти*. Організація культурних фестивалів та подій може залучити туристів та допомогти популяризувати місцеві традиції та ремесла.
6. *Освітні програми та тренінги*. Інвестиції в освіту та підготовку місцевих гідів, майстрів промислу та підприємців можуть покращити якість послуг та сприяти збереженню культурних традицій.
7. *Інфраструктурні проєкти*. Розвиток транспортної та туристичної інфраструктури, зокрема: дороги, готелі та ресторани, підвищить комфорт та доступність для туристів.
8. *Цифрові технології*. Використання цифрових платформ для реклами, бронювання та надання інформації про куль-

турні туристичні маршрути може залучити більшу аудиторію та полегшити планування подорожей.

9. *Маркетингові технології.* Розробка ефективних маркетингових стратегій і рекламних кампаній підвищить обізнаність про культурний туризм і залучить більше туристів. Використання соціальних медіа та цифрових платформ може допомогти поширювати інформацію про унікальні культурні пропозиції.

Розвиток культурного туризму вимагає балансу між збереженням автентичності культурних традицій та потребами сучасного туриста. Завдяки сталому підходу та комплексним стратегіям, культурний туризм може стати важливим фактором соціально-економічного розвитку регіону та культурного збагачення.

Закарпаття, з його особливим географічним положенням і унікальною сумішшю етнічних культур, традицій та багатою історією, є особливим регіоном, що активно трансформується в контексті сучасних соціокультурних викликів. Досліджуючи зміни, які відбуваються у соціокультурному просторі Закарпаття, можна відзначити, що трансформація цього простору безпосередньо впливає на розвиток культурного туризму в регіоні.

Закарпаття завжди привертало увагу дослідників та туристів. Вивчення трансформації соціокультурного простору області дає можливість глибше зрозуміти, як культурна ідентичність, співіснування елементів різних культур та глобалізаційні процеси можуть вплинути на розвиток регіону. Цей регіон України є прикладом місця, де історичні зміни і модернізація залишають унікальний відбиток на культурі та суспільстві.

По-перше, один з ключових аспектів трансформації є зростання ролі етнокультурних спільнот, що надають регіону багатогранності та сприяють збереженню своєї культурної ідентичності на тлі швидких соціальних і економічних змін. Впродовж століть спілкування та обмін між різними громадами формували специфічну культурну атмосферу, що відзначається гармонійним поєднанням української, угорської, румунської, словацької та інших традицій. Таке спокійне співіснування різних культур не лише зберігає традиції, а й активно впливає на культуру взаємоповаги та толерантності серед населення. Водночас місцеві традиції відкривають можливості для створення нових туристичних продуктів, таких як етнографічні тури чи фестивалі, що привертають увагу туристів до Закарпаття.

По-друге, розвиток культурного туризму в регіоні збагачує туристичний досвід через автентичні фестивалі, традиційну кухню,

народні ремесла, історичні та сакральні пам'ятки. Туристи мають можливість «занурюватися» у звичаєву культурну атмосферу, безпосередньо брати участь у святкуваннях, які відображають стародавні традиції та обряди. Проте, для успішної інтеграції культурного туризму в економіку регіону важливо забезпечити стійкість цього процесу. Це означає збереження балансу між комерційними інтересами і захистом культурної спадщини та навколишнього середовища. Важливо, щоб розвиток туризму не спричинив деградацію культурних пам'яток та не спровокував соціальні конфлікти.

По-третє, соціокультурна трансформація впливає на інфраструктуру і технологічні аспекти туристичної індустрії. Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, включаючи об'єкти розміщення, транспортну і комунікаційну мережу, є необхідними для задоволення потреб сучасних туристів. Ініціативи з впровадження новітніх технологій, таких як цифрові платформи для бронювання та інтерактивні туристичні карти, полегшують доступ до туристичних послуг і підвищують загальну якість обслуговування.

По-четверте, варто підкреслити вплив глобалізаційних тенденцій, які стимулюють інтеграцію культурної індустрії Закарпаття у міжнародний ринок. Це надає нові можливості для співпраці з міжнародними партнерами, проведення спільних заходів, обмін досвідом і знаннями. Такі процеси сприяють не лише розвитку культурного туризму, але й підвищенню міжнародного іміджу регіону.

Загалом, трансформація соціокультурного простору Закарпаття сприяє розвитку культурного туризму, створюючи нові можливості для самовираження та співпраці у глобальному контексті. Водночас це викликає необхідність збереження і адаптації культурних традицій в умовах динамічних змін. Розвинений культурний туризм може стати важливим чинником економічного зростання регіону, зберігаючи при цьому його унікальну культурну ідентичність.

### **Список використаних джерел і літератури:**

1. EvacomInParis.ua. (2012). *Танцюючі скульптури Пінзеля в Луврі* <http://surl.li/neptsh>
2. Palynchak-Kutuzova, Vasylyna. (2019) Acquisitions of reserve collections for Tyvodar Lehotskyi Transcarpathian regional ethnographic museum at the present time. European philosophical and historical discourse. Volume 5. Issue 4 2019. 85-91.

3. UNESCO. (2024, 24 серпня). World Heritage List. <https://whc.unesco.org/en/list/>
4. Varosh. (2024, 28 серпня). «Кожен музей на Закарпатті — це якийсь несподіваний вау-ефект». Дню музеїв присвячується. <http://surl.li/ulpkw>
5. Wawel. (2024, 22 серпня). *Lwowska Rzeźba rokokowa*. <https://wawel.krakow.pl/cykl/ekspresja-lwowska-rzezba-rokokowa>
6. Белей, Лесь. (2019, 24 січня). Національні меншини Закарпаття: більшому — більше, меншому — менше. *Uchoose.info* <https://uchoose.uacrisis.org/natsionalni-menshyny-zakarpattya-bilshomu-bilsho-menshomu-menshe/>
7. Божко, Л. Д. (2018) *Туризм у контексті глобалізаційних процесів: історико-культурологічний аспект* [дис... д-ра культурології, Харківська державна академія культури]. [https://ic.ac.kharkov.ua/nauk\\_rob/specrada/specrada/old\\_2019/Bogko/disBogko.pdf](https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/old_2019/Bogko/disBogko.pdf)
8. Головне управління статистики в Закарпатській області. (2024, 18 серпня). *Населення (1990–2021 рр.)* [https://uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/dem/2022/nasel\\_1990-2021.pdf](https://uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/dem/2022/nasel_1990-2021.pdf)
9. Департамент культури Закарпатської ОВА. (2024, 28 серпня). <https://kultura-zak.gov.ua>.
10. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) /Статистика. (2024, 20 серпня). *Результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною під час війни*. <http://surl.li/xorfuf>
11. Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького. (2024, 28 серпня). <https://www.zkmuseum.com/>.
12. Закарпатські ремесла. (2024, 3 вересня). *Збереження історії*. <http://surl.li/dxuhn>
13. Коцан, В. В. (2014). Традиційні деревообробні промисли на Закарпатті у XIX – першій половині XX століть. *Науковий вісник Ужгородського університету, серія «Історія»*. Вип. 2 (33). 110–118. <http://surl.li/eahut>
14. Коцан, В. В. (2015). Традиційний народний одяг як джерело вивчення та популяризації культурної спадщини Закарпаття. *Historical and Cultural Studies*. Vol. 2, No. 1. 53–60.
15. Музей народної архітектури та побуту. (2024, 28 серпня). <https://www.facebook.com/uzhskansen>
16. Мукачівська греко-католицька єпархія. (2024, 30 серпня). *Історія Ужгородського кафедрального собору*. <https://mgce.uz.ua/blog/history/istoriya-uzhgorodskogo-kafedralnogo-soboru/>
17. Мукачівська греко-католицька єпархія. (2024, 30 серпня). Парафія Покрова Пресвятої Богородиці. <https://mgce.uz.ua/parafiya-pokrova-presvyatoyi-bogorodyczy/>
18. Мукачівський історичний музей. (2024, 28 серпня). <https://www.facebook.com/Palanokmuseum>

19. Національна туристична організація України. (2023) *Туристичний барометр України 2021–2022 р.* [https://nto.ua/index\\_ua.html](https://nto.ua/index_ua.html)
20. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. [НКС] (2024, 30 серпня). <http://surl.li/lxmaхg>.
21. Нематеріальна культурна спадщина Закарпаття. (2024, 30 серпня). *Вовноткацтво*. <https://nks.zakfolkcenter.info/vovnotkaczтво-roztoкy/>
22. Палинчак-Кутузова, Василина. (2024). Ідеологія в музеї: минуле, сучасне, майбутнє (на прикладі Закарпатського краєзнавчого музею) Частина I. Музей як зброя радянської пропаганди (1945-1989 рр.). 34. 136–153.
23. Програма Транскордонного Співробітництва Польща-Білорусь-Україна 2014-2020. (2024, 3 вересня). *Світ Карпатських Розет — заходи зі збереження унікальності культури Карпат*. <https://pbu2020.eu/ua/projects2020/217>
24. Тиводар, Михайло. (2010). Етнодемографічні процеси на Закарпатті (I – початок III тисячоліття). *Народна творчість та етнографія*. №1. 4–31.
25. Український інститут міжнародної політики. *Interreg NEXT «Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2021 – 2027»: що варто знати про нову програму?* <https://uip.org.ua/uk/novyny/interreg-next-uhorshchyna-slovachchyna-rumuniia-ukraina-2021-2027-shcho-var-to-znaty-pro-novu-prohramu>
26. Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА. (2024, 24 серпня) *Вітаємо на Закарпатті*. <https://zaktour.gov.ua/> .
27. Філіп, Л. (2010). Історія відділу дорадянського періоду. Науковий збірник Закарпатського краєзнавчого музею. Вип. IX-X. 37-47.
28. Центр культур національних меншин Закарпаття. (2024, 18 серпня). *Національно-культурні товариства*. <http://surl.li/rzuqzd>

## ІННОВАЦІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

### 3.1. УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

#### ■ Руслана Кривенкова

*кандидат наук з державного управління, доцент  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
(м. Ужгород, Україна)*

Насамперед потрібно зазначити, що на сучасному етапі проблематика впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності та підтримка завдяки їм високого рівня конкурентоспроможності є актуальною для всіх країн світу, які намагаються розвивати власну туристичну галузь. Інновації — це засіб для покращення індустрії гостинності, а відтак збільшення кількості туристів та прибутків до державного бюджету. Питання впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності є нагальним для дослідження, зокрема для нашої держави, туристична галузь якої наразі потерпає особливо великих збитків та руйнацій. Тому підтримка індустрії гостинності за рахунок впровадження управлінських інновацій, що зможуть допомогти туристичній галузі України в ці складні часи, є особливо актуальною.

Нами було обрано приклад держави, яка є одним з туристичних лідерів у світі, змогла пережити різні військові та політичні нестабільності, впровадити управлінські інновації в індустрії гостинності та зберегти завдяки їм високий рівень конкурентоспроможності у світі, — це Туреччина. У зазначеній країні туризм займає провідне місце та відіграє одну з основних ролей та засобів поповнення бюджету держави. Це батьківщина однієї з найкра-

щик у світі індустрії гостинності, адже про турецьку гостинність, унікальне поєднання якості та ціни і «все включено» знають, мабуть, усі туристи. Туреччина — це унікальна природа та історико-культурна спадщина, а також плацдарм можливостей як в плані розвитку існуючого туризму, так і в плані впровадження різноманітних інновацій.

Питання управлінських інновацій та конкурентоспроможності індустрії гостинності були висвітлені в працях таких науковців, як: Р. Гілберт (R. Gilbert) [27], С. Білоус, С. Безручко, Н. Мандюк [1], О. Борисова, Б. Пшеничний, В. Алексеєнко [15], І. Бурачек, О. Біленчук [16], Л. Волянська-Савчук, М. Мацішина [2], О. Гугул, А. Гуменюк [18], Н. Дехтяр [3], С. Дичковський [20], П. Друкер [4], Д. Липовий [6], М. Новікова [9], Ю. Миронов [21], М. Паньків, Д. Липовий [23], М. Прищак, О. Лесько [10] та ін.

Індустрія гостинності Туреччини була досліджена зарубіжними та вітчизняними науковцями, зокрема Т. Далгін (T. Dalgin), Л. Карадах (L. Karadağ), З. Бінгюл (Z. Bingöl) [26], М. Каплан (M. Kaplan), Т. Целік (T. Celik) [28], В. Антоненко, І. Григорчак, В. Хуткий [14], Г. Єремія [5], М. Мальська, М. Гамкало, О. Бордун [7], А. Парфіненко, В. Сідоров, О. Любіцева [12], Г. Уварова та Л. Мелько [13] та багато інших.

Варто зазначити, що проблематика управлінських інновацій є особливо важливою у сфері публічного управління для впливу на будь-яку суспільну життєдіяльність, де управлінські інновації є вимогою часу. На нашу думку, управління загалом є однією з найвизначальніших складових для організації та існування будь-якого процесу чи явища. Саме від управління залежить весь так званий «рух розвитку», тому управлінські інновації безпосередньо визначатимуть сучасне та майбутнє становище конкретної галузі, де вони будуть застосовані.

З точки зору Р. Миронюка, «англійське слово «to manage» (управляти) походить від латинського слова «manus» (рука). Власне слово «управляти» означає спрямовувати діяльність, роботу; керувати; спрямовувати хід якогось процесу; впливати на розвиток, стан чого-небудь» [8, с. 5].

Потрібно констатувати, що оскільки управління є практичним, організуючим та регулюючим впливом, то до управлінської сфери належать усі дії, пов'язані з функціями управління. Зокрема в Україні функції управління більшою мірою простежуються в плануванні, прийнятті управлінських рішень; організації, мотивації та контролі [10, с. 14]. Щодо терміну «інновації», то, як вважав

один із засновників менеджменту П. Друкер, «інновації — це особливий інструмент підприємництва; це діяльність, яка наділяє ресурси новою можливістю створювати багатство» [4, с. 35]. На думку Ю. Миронова, «інноваційна діяльність — це діяльність щодо здійснення й організації інноваційного процесу, що передбачає створення, освоєння та поширення інновацій» [21].

З точки зору Д. Липового, «інновація — це результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, технологічного процесу, впровадженого на ринку, застосованого у виробництві або новому підході до виконання соціальних послуг» [6, с. 430].

На сучасному етапі цивілізаційного розвитку потреба в постійних удосконаленнях та інноваціях є не тільки способом розвитку, а також умовою «виживання» різних економічних систем. Таким чином, упровадження будь-якої інновації має на меті покращення результатів діяльності підприємства загалом. На нашу думку, поняття «управлінські інновації» можна розглядати як сукупність новаторських методів та підходів у керуванні готельно-ресторанною сферою з метою покращення розвитку конкурентних переваг і досягнення стратегічних цілей.

Ми виокремлюємо три найголовніші види управлінських інновацій в індустрії гостинності, зокрема:

- 1) інновації в управлінні персоналом;
- 2) інформаційно-технологічні інновації, які сприяють ефективності антикризового управління;
- 3) організаційні інновації управління в індустрії HoReCa (hotel, restaurant, cafe).

Кожна управлінська інновація характеризується економічним ефектом (підвищення рівня продуктивності та якості праці) та техніко-економічним ефектом (за рахунок зниження рівня трудомісткості виконання процедур).

Якщо коротко охарактеризувати інновації в управлінні персоналом, то, управління персоналом є багатостороннім, особливо складним та специфічним процесом. Найголовнішим елементом усієї системи управління є кадри, що одночасно можуть виступати як об'єктом, так і суб'єктом управління. Спроможність кадрів одночасно виступати в якості об'єкта і суб'єкта управління являє собою основну специфіку управління персоналом [9, с. 27].

На думку фундатора менеджменту США, екс-президента «Ford» Лі Якокка, «основою будь-якого бізнесу є персонал, продукт, прибуток. Якщо є проблеми з першим пунктом, про два інші мож-

на забути» [22]. Таким чином, персонал є «обличчям», «мозком» та «двигуном» бізнесу, саме тому менеджери з персоналу отримують привілейований статус в міжнародних та українських компаніях. До їхніх обов'язків належить управління найдорожчим капіталом — людськими ресурсами (HR — Human Resource), що дозволяє вести професійну діяльність у трьох напрямках:

- 1) креативно-комунікативному (більша частина функцій HR-управління);
- 2) аналітичному (HR-консалтинг, кадровий аудит, кадрове адміністрування);
- 3) проєктному (менеджмент соціальних програм і проєктів, соціальне підприємництво) [22].

На сучасному етапі найважливішими управлінськими інноваціями розвитку персоналом є такі (табл. 3.1.1):

Таблиця 3.1.1

**Сучасні управлінські інновації розвитку персоналу**  
(складено авторкою на основі [2, с. 36])

Метод	Можливість використання (опис)
Тренінг	Мінімум інформації і максимум вправ на відпрацювання навиків. Застосовується для розвитку навиків груп осіб.
Кейс Стаді	Інтерактивна технологія для короткострокового навчання менеджерів на основі бізнес-ситуацій. Мета — навчити аналізувати інформацію, сортувати її для вирішення поставлених завдань, виявляти ключові проблеми, вибрати оптимальні рішення.
Коучинг	Нова форма консультаційної підтримки, засіб сприяння, допомоги в пошуку вирішень або подолання будь-яких складних ситуацій. Завдання коуча не дати знання або навички, а допомогти людині самостійно знайти їх і закріпити на практиці.
E-learning	Масовий метод дистанційного навчання у вигляді електронних книг, відеоуроків, комп'ютерних вправ. Ефективність виявляється в переданні знань великій кількості людей.
Самонавчання	Проходить в індивідуальному порядку за умови стимулювання навчання з використанням різноманітних матеріалів: книг, документації, аудіо-, відео- і мультимедійних програм.

Найважливішим завданням управління людськими ресурсами є ефективно використання здібностей співробітників відповідно до цілей підприємства та суспільства загалом. Найважливіші відмінні ознаки між традиційною та сучасною системою управління персоналом нами було визначено та охарактеризовано в табл. 3.1.2.

Таблиця 3.1.2

**Порівняння систем управління персоналом на підприємствах**  
(складено авторкою на основі [2, с. 40–41])

<b>Традиційна система управління персоналом</b>	<b>Сучасна система управління персоналом</b>
Орієнтація на оперативні питання	Орієнтація на стратегію
Орієнтація на стабільність	Орієнтація на своєчасну адаптацію системи управління персоналом до змін у зовнішньому середовищі
Організаційний імператив	Людський фактор
Найважливіший ресурс — організаційна структура	Найважливіший ресурс — працівники
Максимальний розподіл робіт, прості та вузькі спеціальності	Оптимальне групування робіт, багатоаспектні спеціальності
Зовнішній контроль (керівники, штат контролерів, формальні процедури)	Самоконтроль та самодисципліна
Пірамідальна та жорстка організаційна структура, розвиток вертикальних зв'язків	Гнучка організаційна структура, розвиток горизонтальних зв'язків, які забезпечують ефективну взаємодію підрозділів та працівників
Автократичний стиль керівництва	Стиль керівництва збудований на зацікавленості усіх працівників у спільному успіху підприємства у цілому
Конкуренція	Співробітництво
Низька зацікавленість працівника підприємства в його успіху	Висока зацікавленість працівників у спільному результаті
Діяльність тільки в інтересах підприємства та його підрозділів	Діяльність в інтересах суспільства
Низька схильність до ризику	Орієнтація на інновації та пов'язана з цим схильність до ризику

З нашої точки зору, також особливо важливими є інформаційно-технологічні інновації. Як вважає О. Борисова, Б. Пшеничний та В. Алексеєнко, «цифровізація здійснила справжню революцію в секторі HoReCa. Онлайн-бронювання, мобільні програми для замовлення й оплати стали невід'ємною частиною галузі, підвищуючи зручність для гостей та оптимізуючи операції для компаній» [15].

На думку М. Паньків та Д. Липового, ці інновації «сприяють максимальній ефективності антикризового управління. Існують спеціалізовані прикладні програми, призначені для автоматизації антикризового управління: EXCO, COMBI-PC; програми аналізу і прогнозування фінансової діяльності організації, що використовуються для управління кризами, — від прогнозування кризи до реалізації антикризових стратегій» [23]. Окрім того, сюди належать системи управління ресурсами підприємства.

Високошвидкісні інформаційно-технологічні інновації дають можливість спрощення спілкування між туристами та персоналом в індустрії гостинності (вибір закладів розміщення та харчування, бронювання, оплати тощо).

На нашу думку, третім важливим видом управлінських інновацій в індустрії гостинності є організаційні інновації управління в індустрії HoReCa, тобто це використання таких управлінських інструментів, як маркетингові стратегії, а також «створення нових структур управління готелями і застосування нових методів управління» [21, с. 186] та цінностей, які пов'язані з інноватикою. Виокремлені та охарактеризовані нами основні види управлінських інновацій в індустрії гостинності, зокрема: управлінські інновації розвитку персоналу, інформаційно-технологічні та організаційні інновації управління в індустрії HoReCa, — є, у свою чергу, вагомими чинниками підвищення конкурентоспроможності в індустрії гостинності та водночас факторами комфортності в обслуговуванні туристів. Щодо значення конкурентоспроможності для розвитку індустрії гостинності та впровадження управлінських інновацій у цій сфері, то потрібно зазначити, що в будь-якій галузі економіки існує конкуренція, у тому числі й в індустрії гостинності. Звідси випливає, що питання конкурентоспроможності є також особливо важливими для дослідження розвитку індустрії HoReCa та впровадження управлінських інновацій.

З точки зору В. Бурачека та О. Біленчук, конкурентоспроможність — це «одна з головних складових успіху будь-якого підприємства. Конкурентоспроможність продукції підприємства — здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та

послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів» [16, с. 292]. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якісь вагомі переваги над іншими виробниками-надавачами послуг в індустрії гостинності. Специфічність індустрії гостинності полягає в тому, що ефект сервісу оцінюється туристами в умовах певного емоційного стану, який залежить від великої кількості факторів, серед яких такі суб'єктивні характеристики туриста, як: особливості виховання, вік, культурні традиції народу, представником якого є гість, поняття про комфорт, звички, самопочуття та психологічний стан на момент отримання послуг, фізіологічні особливості організму та ін.

У процесі надання туристичних послуг матеріалізуються найважливіші елементи конкурентоздатності індустрії гостинності. Визначаючи конкурентоздатність, надавач послуг має обов'язково знати вимоги потенційних туристів та їх відгуки. Тому формування конкурентоздатності починається з визначення суттєвих споживчих властивостей, за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукт на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть його характеристики з продуктами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб та цін реалізації. Для визначення конкурентоспроможності необхідно знати:

- 1) конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованих на ринку послуг;
- 2) можливі розміри та динаміку попиту на послуги;
- 3) розрахунковий рівень ринкової ціни;
- 4) очікуваний рівень конкуренції на ринку;
- 5) визначальні параметри послуг основних конкурентів;
- 6) найбільш перспективні ринки для відповідних послуг та етапи закріплення на вибраних ринках;
- 7) термін окупності сукупних витрат [11, с. 14].

На силу конкурентної боротьби в індустрії гостинності впливає багато факторів, однак деякі з них повторюються частіше від інших. Найважливішими з них є, коли боротьба посилюється, кількість конкурентів збільшується і вони стають відносно рівними щодо розмірів та можливостей. Кількість конкурентів — це важливий фактор, оскільки більша кількість підприємств підвищує ймовірність нових стратегічних ініціатив та впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності. При цьому зменшується вплив окремих фірм на всіх інших. Конкуренція на туристичному ринку посилюється у зв'язку з тим, що попит на туристичні послуги схильний до значних сезонних коливань, тому

часто вдаються до використання знижок, поступок та інших тактичних дій, метою яких є збільшення продажу. Конкурентна боротьба посилюється, коли туристичні послуги недостатньо диференційовані. Диференціація туристичних послуг має можливість урізноманітнювати конкурентну боротьбу через примушування фірм вишукувати нові шляхи підвищення якості туристичних послуг. Боротьба має тенденцію до посилення, коли вихід із ринку стає дорожчим, ніж продовження конкуренції. Ці та інші фактори свідчать, що конкурентне середовище в індустрії гостинності, відносини між суб'єктами ринку, які складаються в ході конкурентної боротьби та використання управлінських інновацій, визначають інтенсивність конкуренції та є важливим напрямком маркетингових досліджень.

Як вважає Н. Дехтяр, «суттєвим критерієм прихильності туристів до певної компанії є належне інформаційне супроводження» [3, с. 335], що є важливою конкурентною перевагою в індустрії гостинності і безпосередньо пов'язане з інформаційно-технологічними інноваціями управління в індустрії HoReCa.

На нашу думку, впровадження інновацій є результатом саме високої конкуренції на ринку індустрії гостинності, адже шляхом введення будь-яких інновацій суб'єкти індустрії туризму намагаються покращити якість та швидкість обслуговування туристів.

На сучасному етапі конкуренція в індустрії гостинності відрізняється особливо високим рівнем, оскільки сучасні туристи стали ще більш вибагливими і тепер їхній відпочинок залежить не тільки від наявності фінансових ресурсів, а й від тривалості їхнього вільного часу, що значно зазнав скорочень через різноманітні онлайн-роботи, більшою зайнятістю населення світу в глобалізованому інформаційному суспільстві.

Підтвердженням цієї тези є нова тенденція в готельному бізнесі щодо розміщення на своїх сайтах віртуальних турів по всіх готельних номерах та території готелів [17], щоб туристи могли одразу побачити та забронювати номер, який сподобається. Також є попит на пересувні готелі, які, з точки зору Н. Дехтяря, «особливо користуються попитом у віддалених або екзотичних місцевостях або для короткочасного розміщування великої кількості відвідувачів; передбачаються як стандартні варіанти, так і розкішні інтер'єри з максимальним набором зручностей» [3, с. 340].

Окрім того, для підтримання належного рівня конкурентоздатності в індустрії гостинності важливо відмітити тенденцію поширення Інтернет-торгівлі та онлайн-маркетингу, зокрема, просу-



Таблиця 3.1.3

**Забезпеченість туристичними ресурсами Анталії по регіонах**  
(складено авторкою на основі [12, с. 277–278])

Регіон	Кількість музеїв	Кількість природних парків	Число заповідних територій	Національні парки	Пам'ятки природи
Мармуровоморський	27	5	6	1	1
Егейський	14	3	4	8	17
Центральна Анатолія	46	1	5	5	9
Середземноморський	21	3	10	7	13
Чорноморський	13	4	9	9	17
Південно-Східна Анталія	6	-	1	1	-
Східна Анталія	10	-	-	1	-

Її околиці славляться розкішними готелями і найчистішими пляжами. За даними ЮНЕСКО [33], цей район визнаний одним із найчистіших місць на планеті. Купатися тут можна з березня до кінця листопада — це «найдовший туристичний сезон у Європі» [5, с. 35]. Сучасна Анталія була заснована Атталом II в II ст. до н. е. [7, с. 118]. Місто було важливим портом для Римської імперії, входило до складу Візантійської та Османської імперій. Історичний центр Анталії називається Калеїчі («всередині фортеці»), розташований навколо старовинної римської гавані [7, с. 119]. Анталія складається з двох міст: зі «старого міста» з дерев'яними будиночками та мальовничими куточками та бурхливого «нового міста» зі сучасними будинками та пальмовими бульварами. Туристичний інтерес викликає старовинне місто Перге, яке в елліністичний період вважалося одним із найбагатших і найгарніших міст усього старого світу. Цікавим є амфітеатр на 12 000 осіб, збудований у II ст. (рис. 3.1.2).

В околицях **Демре** лежать руїни Міри — старовинної столиці Лікії, яка одержала популярність, що в ній у IV ст. єпископом був Святий Миколай Чудотворець. На місці собору, у якому він служив, у VII ст. побудована церква Святого Миколая, що стала місцем релігійного туризму всіх християн (рис. 3.1.3).



Рис. 3.1.2. Амфітеатр у Перге



Рис. 3.1.3. Церква Святого Миколая

Щороку в грудні тут проходить церемонія поминання Святого Миколая, що приваблює численних туристів. Досліджуючи історико-культурні туристичні ресурси Туреччини та найпопулярніші туристичні маршрути, пов'язані з цими пам'ятками, нами було створено рейтинг топ-7 найатрактивніших історико-культурних ресурсів, які відображають автентичні риси країни:

1. Церква Св. Миколая в Демре.

2. Султанський палац Топкапи.
3. Блакитна мечеть.
4. Замок Св. Петра в Бодрумі.
5. Старе місто Калеїчі — історичний центр Анталії.
6. Фаселіс — руїни стародавнього грецького міста-держави в Кемері.

Таким чином, Туреччина приваблює мільйони туристів величезною історико-культурною спадщиною, адже кожна історична епоха відклала відбиток на стиль архітектури та мистецтва цієї території. Туристичні ресурси вражають не тільки своєю красою та історією, але й сприяють розвитку індустрії гостинності Туреччини як світового центру туризму. Щодо характеристики природних туристичних ресурсів Туреччини, то вони відзначаються високою туристичною атрактивністю. Наприклад, усього за 14 км від Анталії знаходяться величні водоспади Верхній Дюден і Кеprü, глибина якого досягає місцями 400 м, чудовий каньйон Гювер глибиною до 115 м [13, с. 114]. Місто-курорт Белек вважається гольф-центром регіону та має першокласні готельні комплекси, оточені сосновими, кедровими та евкаліптовими лісами. Крім прекрасних багатокілометрових пляжів курорту, туристи відвідують кипарисово-евкаліптовий національний парк-заповідник «Каньйон Кеprüлю» площею 500 га [13, с. 115], у якому є можливість для альпінізму, верхової їзди та всіх видів водних розваг, найпопулярнішим є рафтинг.

Важливим у туристичному плані є місто-курорт Сіде («гранат») – засноване у VII ст. до н. е. грецькими колоністами, було центром морської торгівлі, портом. Більшість унікальних пам'яток збудовано у II ст. до н. — II н. е. Збереглися залишки амфітеатру для 16 тис. глядачів [7, с. 119] тощо. Оточений сучасними туристичними комплексами та прекрасними пляжами, Сіде, приваблює до себе мільйони туристів. За 7 км від міста знаходиться водоспад Манавай, де ріка впадає прямо в море. Сіде — це не тільки морський курорт у Туреччині, але й «стародавнє місто-музей просто неба».

Кемер згадується у давньогрецьких міфах, що пов'язано з тим, що на вершині гори Янарташ горить природний газ, який виривається з-під землі, але саме це надає Кемеру особливу туристичну привабливість. Місто стало одним з курортних центрів та яхт-центрів. Крім чисельних магазинів, ресторанів, яхт-центру та мережі готелів, пропонуються два пляжі: гальковий із цікавими екскурсіями на яхтах та піщано-гальковий з алеями цитрусових. У північній частині Кемера знаходиться Йорюк Парк — «жива етнографічна експозиція», присвячена історії та побуту турецького народу.

Варто дослідити **Аланію**, яка заснована в IV ст. до н.е. Марк Антоній подарував її Клеопатрі, для якої ці відокремлені бухти стали улюбленим місцем купання. Визначна пам'ятка — візантійська фортеця на вершині гори. пляжі особливо зручні для відпочинку з дітьми. Аланія відома печерами, найбільш відвідувана з яких — Дамлаташ. Її температурні внутрішні умови сприятливі для лікування астми та інших респіраторних захворювань. Одними з найцікавіших природних туристичних ресурсів є Green Canyon («Зелений каньйон») — найбільший в Туреччині (рис. 3.1.4) та травертинові тераси з геотермальними джерелами в Памуккале, які є об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [33] (рис. 3.1.5).



*Рис. 3.1.4. Green Canyon*



*Рис. 3.1.5. Об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО — травертинові тераси з геотермальними джерелами в Памуккале, Туреччина*

Green Canyon є долиною, залитою водою, яку сюди доставляють 27 гірських джерел. Туристи подорожують сюди, щоб насолодитися панорамними видами на гори, здійснити прогулянку на теплоході.

Нами було виокремлено Топ-7 найатрактивніших природних туристичних ресурсів Туреччини:

1. Памуккале (з тур. «бавовняна гора») — кальцієві тераси, наповнені джерельною водою; басейн Клеопатри.
2. Водоспад Дюдєн в Анталії.
3. Каньйон Кеprüлю.
4. Озеро Ван — на висоті 1648 м.
5. Green Canyon («Зелений каньйон»).
6. Фосфорна печера в Аланії.
7. Гора Арарат.

Варто констатувати, що природні туристичні ресурси Туреччини створюють прекрасні можливості для активних видів відпочинку (рафтинг, гірський та пішохідний туризм, спелеотуризм тощо). Найбільш цінними природними «діамантами» Туреччини є чисті узбережжя та води чотирьох морів, якими омивається держава: Середземного, Егейського, Мармурового та Чорного морів.

Щодо третього одного з основних видів туристичних ресурсів, а саме **інфраструктурних, або соціально-економічних, ресурсів**, то потрібно зазначити, що заклади розміщення з унікальними інноваціями, заклади харчування, аквапарки, дельфінарії Туреччини, їхні умови комфортності, сервісу та стан індустрії гостинності загалом сприяють тому, що туристи подорожують до Туреччини по декілька разів.

На думку В. Антоненка, І. Григорчака та В. Хуткого, «на розвитку сфери туризму зосереджені величезні зусилля турецького уряду та бізнесу, наслідком чого є сталий розвиток туризму, темпи зростання якого є найвищими в світі. Розміщення є одним із найважливіших елементів туризму. Готельна індустрія є базою системи гостинності. З 2001 р. кількість готельних мереж і груп в Туреччині зросла вдвічі і досягла 165. Загальна кількість готелів в 165 готельних мережах Туреччини становить 824 [14]. Варто зазначити, що в Туреччині знаходиться відмінна туристична інфраструктура, що надає можливості для кар'єрного зросту. Специфіка відпочинку в цій країні полягає в тому, що всі розваги для туристів знаходяться на території готелю, тому інфраструктура в них широко розвинена, багато послуг пропонуються безкоштовно. Наприклад, на виїзді з Анталії в Кемер розташований водяний парк

«Акваленд» — це найстаріший з водних парків Анталії, розрахований на 1500 осіб та побудований за світовими стандартами на території площею 40 тис. м<sup>2</sup> [29]. Тут створено унікальний комплекс басейнів та озер різної глибини, з островами і без, а також водні гірки та інші види водяних розваг. Новий парк «Атлантис» розташований у горах і побудований за американським проектом з більш складною системою водних гірок. Безліч басейнів доповнюється одним великим, зі штучними високими хвилями. Окрім того, є парк «Акваторд» у Кемері, який утворюють 8 великих гірок, окремі басейни та гірки для дітей, а також басейн для дорослих зі штучною течією та джакузі.

У Туреччині існує мережа готелів «Rixos», яка є однією з найбільш відомих серед усіх туристів. У світі, де конкуренція не знає кордонів, а стандарти якості постійно підвищуються, «Rixos» перевершує очікування гостей, пропонуючи розкішний відпочинок, комфорт та справжню турецьку гостинність. Мережа заснована в 2000 р. в Анталії. Концепція «все включено» створена «Rixos» і представляє бренд готелів в усьому світі. У 2015 р. побудовано перший готель у Туреччині з унікальною концепцією — «Rixos The Land of Legends» (рис. 3.1.6), концепція і всі номери якого розроблені спеціально для відпочинку з дітьми. Його площа становить 17 тис. м<sup>2</sup>, готельний комплекс складає один семиповерховий будинок.



Рис. 3.1.6. Карта тематичного парку «Rixos The Land of Legends»

Протягом всього відпочинку для туристів дитячого віку організовуються заходи для розвитку мислення та фізичної форми. Відкриття готелю «Rixos The Land of Legends» у Белеку стало ажіотажем серед туристів. Цікава назва «Земля легенд» зосереджує в собі велику територію з парком розваг та різними атракціонами,

аквапарк з 50 водними гірками, унікальний 5D-кінотеатр, торговельні ряди тощо. Номери в готелі оформлені яскравими кольорами та мультиплікаційною тематикою. Відвідування парку розваг є безкоштовним не тільки для гостей цього готелю, але й для гостей інших готелів мережі «Rixos». Завдяки інноваціям цей готель вважають одним із найкращих в Туреччині.

Нами було проаналізовано та систематизовано популярні напрямки Туреччини і сформовано рейтинг Топ-7 найкращих готелів щодо впровадження управлінських інновацій:

1. «Rixos The Land of Legends 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання у оснащенні номерів для відпочинку з дітьми мультиплікаційної тематики, а на території готелю використання аквапарків з водними гірками.
2. «SWIISOTEL 5 \*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо сталого розвитку та енергоефективності, використання відновлювальних джерел енергії.
3. «NG PHASELIS BAY 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо інноваційного планування зі збереженням вікових дерев та природної берегової лінії.
4. «Club Mega Saray 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання екологічно чистих продуктів.
5. «OTIUM EKO Club 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо розробки спеціального меню для алергіків.
6. «Max Royal 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо застосування мобільних додатків для керування послугами готелю, «розумних пристроїв» у номерах.
7. «PINE BEACH 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо розміщення пляжів зі соснами на території готелю.

Окрім того, нами було виокремлено Топ-7 найкращих ресторанів Туреччини з впровадженими інноваціями:

1. «Nusr-Et Steakhouse» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо рекламування власного бренду шеф-кухаря (БРЕНД-ШЕФ) за допомогою соціальних мереж.
2. «White Garden» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо співпраці з місцевими фермерами та виробниками для забезпечення найвищої якості свіжих продуктів.
3. «Coffee Departament» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання освітнього підходу до кави завдяки кавовим майстер-класам та дегустаціям.

4. «Alancha» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо оновлення меню залежно від сезону та доступності продуктів.
5. «Datli Maya» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання тільки локальних рецептів, креативність інтер'єру ресторану.
6. «Misk Floral» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо впровадження вегетаріанського меню, страв без глютену і казеїну.
7. «Uludag Sut ve Sut Urunleri» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо створення меню з монопродукти-молочних продуктах та пропозиції гостям самостійно користуватись технологіями виготовлення сиру.

Проаналізувавши історико-культурні, природні туристичні ресурси та інфраструктурні (соціально-економічні) туристичні ресурси Туреччини, констатуємо, що вона володіє потужним туристичним потенціалом. За даними Турецького статистичного інституту (TurkStat), 30% всіх туристів, які подорожують до Туреччини, обирають Анталію [31], що робить її лідером в Туреччині і цим самим надає їй перспективи розвитку. Таким чином, наявність багатих природних та історико-культурних туристичних ресурсів для розвитку туристичних зон — все це має вплив на інтенсивне впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності Туреччини.

Щодо характеристики визначених нами трьох найголовніших видів управлінських інновацій в індустрії гостинності, то варто зазначити, що в Туреччині, як в одному з лідерів міжнародного туристичного ринку, управлінські технології відіграють особливо важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності індустрії гостинності [18; 20; 27]. Щодо інновацій управління персоналом, то варто відмітити дистанційне управління та автоматизацію, які дозволяють керувати процесами в індустрії гостинності Туреччини з будь-якої точки світу. Туреччина особливо турбується за покращення практичних вмінь та знань свого персоналу. Окрім того, варто згадати про постійне проведення різних тренінгів, майстер-класів, вебінарів тощо. Безпосередньо інновації управління персоналом вплинули на високу конкурентоспроможність Туреччини шляхом навчання та підвищення кваліфікації персоналу в індустрії гостинності для забезпечення високого рівня обслуговування туристів. Серед інновацій управління персоналом потрібно відмітити розвиток різних форм співпраці та партнерств: наприклад, співпраця з представниками міжнародних

та турецьких підприємств для спільної розробки та впровадження нових необхідних рішень в індустрії гостинності, співпраця з різними стартап-проектами та їх менеджерами. Забезпечення фінансової та консультативної підтримки для малих та середніх готельних підприємств та їх менеджерів, сприяє створенню нових інноваційних концепцій та розвитку індустрії гостинності у всіх регіонах Туреччини. У Туреччині використовують, зокрема, інформаційно-технологічні інновації для антикризового управління та покращення управління індустрією гостинності. Завдяки сучасним інтернет-технологіям та онлайн-платформам готелі Туреччини залучають більше гостей, мають можливості ефективно та широкомасштабно розповсюджувати інформацію про послуги та пропонувати швидкі способи бронювання.

Потрібно констатувати, що використання аналітики даних дозволяє готелям Туреччини краще розуміти потреби та вподобання гостей, оптимізувати ціни, прогнозувати попит та вдосконалювати стратегії маркетингу [28, р. 15]. Варто відмітити практичність у використанні таких інновацій, як інтерактивні карти, мобільні додатки, які надають туристам зручність доступу до інформації про будь-який готель, туристичні послуги та об'єкти Туреччини, сприяють покращенню комфорту туристів.

На нашу думку, позитивною тенденцією є впровадження «зелених практик» та сталого управління в екоготелях Туреччини [26], як використання відновлюваних джерел енергії, ефективного використання води та зменшення відходів, що сприяє екологічній відповідальності та привабливості для екологічно освічених туристів. Це дозволяє зменшити витрати та сприяє сталому розвитку готельного бізнесу. Потрібно звернути увагу на розробку та впровадження ефективних систем кібербезпеки для захисту персональних даних гостей, фінансових операцій та інших конфіденційних інформаційних ресурсів готелів та туристичних підприємств. Впровадження новітніх технологій, як електронні ключі, системи розпізнавання обличчя та інші дозволяє підвищити зручність та безпеку перебування туристів у готелях. Окрім того, має місце процес впровадження інтерактивних технологій для створення захоплюючих вражень у туристів завдяки віртуальним екскурсіям, інтерактивним рекламним кампаніям тощо. У Туреччині вже стало тенденцією впровадження новітніх технологій в індустрії гостинності, таких як автоматизовані системи замовлення їжі та напоїв, роботи-консьєржі, що дозволяє підвищити ефективність та якість обслуговування, однак має певні недоліки, як зменшення затребу-

ваності «живого» персоналу на противагу використанню роботів тощо. Варто зазначити, що організаційні інновації управління в індустрії гостинності Туреччини можна прослідкувати, наприклад, у зміні готельного дизайну («Rixos The Land of Legends»), зокрема використання новаторських дизайнерських рішень та сучасних архітектурних концепцій для створення унікальних готельних об'єктів, які відповідають сучасним тенденціям. Туреччина використовує різноманітні фактори для підвищення конкурентоспроможності в сфері туризму, зокрема сприяє ефективна маркетингова кампанія та просування на міжнародному рівні, включаючи рекламні кампанії, участь у туристичних виставках та відкриття туристичних інформаційних центрів у різних країнах. Іншими факторами для підвищення конкурентоспроможності є турецька культура гостинності, різноманітність та доступність цінових пропозицій для різних категорій туристів, постійний розвиток нових туристичних продуктів і пропозицій. Особливо значними є вкладення інвестицій у нові технології та інноваційні рішення для покращення якості обслуговування та забезпечення в індустрії гостинності, а також інвестиції в покращення та розширення туристичної інфраструктури, такої як аеропорти, порти, дороги та мережі зв'язку. На покращення конкурентоспроможності Туреччини вплинув розвиток партнерських зв'язків з міжнародними туристичними організаціями для спільного просування та розвитку туризму, зокрема акцентування уваги на екологічних аспектах туризму, збереження природних туристичних ресурсів та розробка екотуристичних маршрутів.

Позитивним слід відзначити реалізацію проектів будівництва та модернізації індустрії гостинності, включаючи заклади розміщення, аеропорти, дороги. Ці аспекти є важливими складовими Стратегії розвитку туризму Туреччини [32], що сприяє збільшенню конкурентоспроможності країни та забезпеченню сталого та інклюзивного росту її індустрії гостинності. Управлінські технології в індустрії гостинності допомагають закладам розміщення та закладам харчування в Туреччині залучати та утримувати гостей, покращувати якість обслуговування та ефективно конкурувати на міжнародному ринку туризму. Якщо аналізувати проблеми та перспективи впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності, то, з нашої точки зору, цікавим буде порівняльний аналіз конкурентоспроможності Туреччини та Єгипту як результат впровадження управлінських інновацій та їх досвід для України. Потрібно вказати, що Єгипет поряд з Туреччиною займає лідируючі

позиції у масовому туризмі, однак конкурентоспроможність Єгипту в індустрії гостинності відрізняється від конкурентоспроможності Туреччини. Наприклад, Єгипет приваблює туристів унікальною географією, включаючи Середземноморське узбережжя, Червоне море та пустелі. Туреччина також має привабливі природні краєвиди, але її географічне розташування включає більш різноманітні кліматичні умови та ландшафти. Обидві країни мають багату історико-культурну спадщину, але їхні атрибути можуть відрізнятися. Єгипет славиться своїми стародавніми пам'ятками, такими як піраміди та храми, тоді як Туреччина має багату історію Османської імперії та архітектурні шедеври, такі як Стамбульська султанська палацова кухня та ін. Обидві країни пропонують різноманітні види туризму, включаючи пляжний відпочинок, культурний, пригодницький та екологічний туризм. Рівень розвитку туристичної інфраструктури, якість обслуговування та доступність послуг також досить відрізняється. Туристична інфраструктура в Єгипті значно покращилася в останні роки (рис. 3.1.7, 3.1.8).

Єгипет має широку мережу готелів та курортів, особливо в популярних туристичних місцях: Шарм-ель-Шейх, Хургада та ін. Багато з готелів мають власний доступ до пляжів та інших туристично-розважальних закладів. Щодо обслуговування, то доступність послуг також досить висока, оскільки Єгипет пропонує широкий спектр послуг індустрії гостинності для різних категорій туристів: від екскурсій до історичних пам'яток, дайвінгу на коралових рифах до розкішного відпочинку в комфортабельних готелях. Турецька туристична інфраструктура включає широкий вибір закла-



Рис. 3.1.7. Інстаграмний готель Єгипту «Sunrise White Hills 5\*», відкритий у 2023 р.

дів розміщення та закладів харчування. Особливо популярними туристичними регіонами є берегові міста, такі як Анталія, Бодрум, Мармарис та Аланія, де розташовані великі курортні готелі з усіма необхідними зручностями. Важливо зазначити, що кількість преміальних готелів в Туреччині більше, ніж в Єгипті. Обидві країни активно просуваються на міжнародному туристичному ринку, але їхні маркетингові стратегії та цільові аудиторії відрізняються. До літа 2023 року, коли сталися нещасні випадки нападу акул на туристів в Єгипті, то ця країна приваблювала сім'ї як один зі своїх ключових сегментів. Тепер сімейний туризм переорієнтувався здебільшого на Туреччину. Для цільової аудиторії, яка цінує пригоди та активний відпочинок, Єгипет пропонує різноманітні екскурсії, водні види спорту, як дайвінг та снорклінг, а також екскурсії до природних пам'яток. Туреччина пропонує гірський туризм, пішохідні походи та рафтинг.

Маркетингові стратегії Єгипту спрямовані на підвищення свідомості про сімейні курорти та послуги, які вони пропонують, такі як дитячі клуби, туристично-розважальні програми та інші сімейно-орієнтовані активності. Маркетинг Туреччини спрямований на привернення цієї аудиторії через акцент на чисті пляжі, комфортні готелі та розваги відповідно до пляжного відпочинку. Єгипет та Туреччина є привабливими туристичними напрямками зі своїми унікальними особливостями, конкурентоспроможність кожної з них визначається різними чинниками та стратегіями. Можливість знайти бюджетні варіанти проживання та харчування є різною в обох країнах. У Туреччині можна знайти бюджетні готелі, гостьо-



Рис. 3.1.8. Найвідоміше кафе «Фарша», Шарм-ель-Шейх, Єгипет

ві будинки та готелі, особливо в менш популярних туристичних регіонах або поза сезоном. Наприклад, у Анталії та Бодрумі можна знайти готелі зі стартовими цінами від 20–30 євро за ніч. У Єгипті бюджетні варіанти проживання доступні в курортних містах Хургада та Шарм-ель-Шейх, де ціни на проживання у гостьових будинках або малих готелях починаються від 15–20 доларів за ніч. Якщо порівнювати, то Туреччина може бути трохи дорожчою у порівнянні з Єгиптом, особливо в популярних туристичних регіонах, однак більш безпечною для подорожей. Обидві країни пережили періоди політичної нестабільності та соціальних протестів у минулому, які могли впливати на рівень безпеки для туристів. Туреччина приділяє велику увагу безпеці та захисту туристів, розробляючи та впроваджуючи заходи безпеки, такі як патрулювання на вулицях, підвищення контролю на громадських місцях та співпраця з міжнародними партнерами для обміну інформацією про можливі загрози. Країна прагне підвищити рівень безпеки для туристів, але важливо бути обережним при плануванні подорожі, дотримуватися рекомендацій місцевих органів влади та міжнародних організацій з безпеки. Туреччина, зокрема, зіткнулася з політичними проблемами у 2016 р., після спроби державного перевороту. Єгипет також був свідком політичних та соціальних нестабільностей, включаючи події під час «Арабської весни» та після її завершення. Обидві країни стикалися з терористичною загрозою. В Єгипті були напади на туристичні об'єкти, включаючи музеї та готелі, особливо в регіоні Синай. У Туреччині також були терористичні акти, зокрема у столиці Анкарі та на курорті в Анталії. Обидві країни активно залучають державні кошти для розвитку туристичної інфраструктури та просування туризму загалом. Це будівництво нових готелів, аеропортів, доріг, розвиток туристичних атракцій та маркетингові кампанії. Різноманітні управлінські інновації та форми конкурентоспроможності допомагають Єгипту та Туреччині забезпечувати стійкість та диференційованість у розвитку індустрії гостинності. Варто відмітити, що Єгипет прийняв у 2023 р. 14,9 млн туристів [34], а Туреччина у тому ж році — 50,2 млн відвідувачів [34]. Отже, конкурентоспроможність обидвох лідерів масового туризму є особливою високою з переважанням Туреччини завдяки:

- 1) вищому рівню безпеки туристів;
- 2) кращим кліматичним умовам (не таким високим температурам, як в Єгипті);
- 3) близькістю до європейських країн;
- 4) розвитку її регіональних туристичних кластерів, які об'єднують різноманітні туристичні послуги та атракції;

- 5) забезпеченню сприятливого інвестиційного клімату та надання підтримки для розвитку нових туристичних проєктів в індустрії гостинності;
- 6) розвитку кінотуризму, завдяки якому показано унікальні туристичні ресурси та високий рівень індустрії гостинності;
- 7) заходам з охорони навколишнього середовища та збереження культурної спадщини, які мають велике значення для забезпечення сталого розвитку туризму та збереження привабливості Туреччини як туристичної дестинації. Однак в Єгипті досі існує єдине стародавнє диво світу, а саме єгипетські піраміди, які завжди викликають туристичний інтерес.

Нами було визначено та погруповано спільні та відмінні фактори розвитку індустрії гостинності, а також фактори лідерства Туреччини та Єгипту (табл. 3.1.4).

Таблиця 3.1.4

**Фактори розвитку індустрії гостинності Туреччини та Єгипту**  
(складено авторкою)

Туреччина	Єгипет
<b>I. Спільні фактори</b>	
1) Обидві країни мають багату історико-культурну спадщину, але їхні атрибути відрізняються.	
2) Обидві країни пропонують різноманітні види туризму, включаючи пляжний відпочинок, культурний, пригодницький, екологічний туризм та ін.	
3) Обидві країни активно просуваються на міжнародному туристичному ринку, але їхні маркетингові стратегії та цільові аудиторії відрізняються. До літа 2023 року, коли сталися нещасні випадки нападу акул на туристів в Єгипті, то ця країна приваблювала сім'ї як один зі своїх ключових сегментів. Тепер сімейний туризм переорієнтувався здебільшого на Туреччину.	
4) Обидві країни пережили періоди політичної нестабільності та соціальних протестів у минулому, які могли впливати на рівень безпеки для туристів. Туреччина приділяє велику увагу безпеці та захисту туристів, розробляючи та впроваджуючи заходи безпеки, такі як патрулювання на вулицях, підвищення контролю на громадських місцях та співпраця з міжнародними партнерами для обміну інформацією про можливі загрози. Туреччина, зокрема, зіткнулася з політичними проблемами у 2016 р., після спроби державного перевороту. Єгипет також був свідком політичних та соціальних нестабільностей, включаючи події під час «Арабської весни» та після її завершення.	

<p>5) Обидві країни стикалися з терористичною загрозою. В Єгипті були напади на туристичні об'єкти, включаючи музеї та готелі, особливо в регіоні Синай. У Туреччині також були терористичні акти, зокрема у столиці Анкарі та на курорті в Анталії.</p>	
<p>6) Обидві країни активно залучають державні кошти для розвитку туристичної інфраструктури та просування туризму загалом. Це будівництво нових готелів, аеропортів, доріг, розвиток туристичних атракцій та маркетингові кампанії.</p>	
<p><b>II. Відмінні фактори</b></p>	
<p>1) Має привабливі природні краєвиди, але її географічне розташування включає більш різноманітні кліматичні умови та ландшафти.</p>	<p>1) Приваблює туристів унікальною географією, включаючи Середземноморське узбережжя, Червоне море та пустелі.</p>
<p>2) Має багату історію Османської імперії та архітектурні шедеври, такі як Стамбульська султанська палацова кухня тощо.</p>	<p>2) Серед історико-культурних ресурсів славиться своїми стародавніми пам'ятками, такими як піраміди та храми.</p>
<p>3) Туристична інфраструктура включає широкий вибір закладів розміщення та закладів харчування. Особливо популярними туристичними регіонами є берегові міста, такі як Анталія, Бодрум, Мармарис та Аланія, де розташовані великі курортні готелі з усіма необхідними зручностями. Кількість преміальних готелів в Туреччині більша, ніж в Єгипті.</p>	<p>3) Туристична інфраструктура значно покращилася в останні роки. Країна має широку мережу готелів та курортів, особливо в популярних туристичних місцях: Шарм-ель-Шейх, Хургада та ін. Багато з готелів мають власний доступ до пляжів та інших туристично-розважальних закладів. Доступність послуг також досить висока, оскільки Єгипет пропонує широкий спектр послуг індустрії гостинності для різних категорій туристів: від екскурсій до історичних пам'яток, дайвінгу на коралових рифах до розкішного відпочинку в комфортабельних готелях.</p>
<p>4) Для цільової аудиторії, яка цінує пригоди та активний відпочинок, пропонуються гірський туризм, пішохідні походи, рафтинг тощо.</p>	<p>4) Для цільової аудиторії, яка цінує пригоди та активний відпочинок, пропонуються різноманітні екскурсії, водні види спорту, як дайвінг та снорклінг, а також екскурсії до природних пам'яток.</p>
<p>5) Маркетинг спрямований на повернення цільової аудиторії через акцент на чисті пляжі, комфортні готелі та розваги відповідно до пляжного відпочинку.</p>	<p>5) Маркетингові стратегії спрямовані на підвищення свідомості про сімейні курорти та послуги, які вони пропонують, такі як дитячі клуби, туристично-розважальні програми та інші сімейно-орієнтовані активності.</p>

<p>6) У Туреччині можна знайти бюджетні готелі, гостьові будинки та хостели, особливо в менш популярних туристичних регіонах або поза сезоном. У Анталії та Бодрумі є готелі зі стартовими цінами від 20-30 євро за ніч.</p>	<p>6) У Єгипті бюджетні варіанти проживання доступні в курортних містах Хургада та Шарм-ель-Шейх, де ціни на проживання у гостьових будинках або малих готелях починаються від 15-20 доларів за ніч.</p>
<p><b>III. Фактори лідерства</b></p>	
<p>1) Вищий рівень безпеки туристів.</p>	<p>1) Великий культурний спадок, особливо єдине стародавнє диво світу (єгипетські піраміди), що збереглося в Єгипті і завжди викликало туристичний інтерес.</p>
<p>2) Кращі кліматичні умови (не такі високі температури, як в Єгипті).</p>	<p>2) Доступність цін на послуги гостинності, що приваблює туристів із різних соціально-економічних шарів.</p>
<p>3) Близькість до європейських країн.</p>	<p>3) Унікальні екзотичні природні ресурси, такі як пустелі, коралові рифи та гірські ландшафти, які привертають природолюбів та любителів екологічного туризму.</p>
<p>4) Розвиток регіональних туристичних кластерів Туреччини, які об'єднують різноманітні туристичні послуги та атракції.</p>	<p>4) Знаходження релігійних святинь, таких як мечеті, монастирі та храми, робить Єгипет привабливим місцем для паломництва для представників різних віровчень.</p>
<p>5) Забезпечення сприятливого інвестиційного клімату та надання підтримки для розвитку нових туристичних проєктів в індустрії гостинності.</p>	
<p>6) Розвиток кінотуризму, завдяки якому показано унікальні туристичні ресурси та високий рівень індустрії гостинності.</p>	
<p>7) Заходи з охорони навколишнього середовища та збереження культурної спадщини, які мають велике значення для забезпечення сталого розвитку туризму та збереження привабливості Туреччини як туристичної дестинації.</p>	

Досліджуючи готельну базу Єгипту, нами було складено Топ-5 його найкращих готелів з управлінськими інноваціями в індустрії гостинності:

1. «Novotel Beach 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо застосування екорезимуваного ведення готельного господарства, мінімізації використання пластику.
2. «Kempinski 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо енергозбереження, використання відновлювальних джерел енергії.
3. «Movenpick 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання інтерактивних програм для гостей (велосипедних екскурсій, коктейльних майстер-класів).
4. «Hilton 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо ефективного використання водних ресурсів.
5. «Stella Di Mare Beach 5\*» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо охорони морських екосистем, збереження коралових рифів і місцевої фауни.

Окрім того, нами було досліджено та виокремлено Топ-5 найкращих ресторанів Єгипту з впровадженими інноваціями:

1. «Sofra» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо спеціалізації на безглютенових та веганських стравах, альтернативних варіантів для гостей з різними дієтами.
2. «Hard Rock Cafe» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо популяризації бренду ресторану через продаж одягу з його логотипом.
3. «Fishmarket» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо можливостей вибору гостями морепродуктів для приготування страв.
4. «Kebabgy» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо спеціалізації на приготуванні арабських страв на відкритому вогні, прямо перед гостями закладу.
5. «Nour El Nil» — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо спеціалізації на стравах зі свіжими продуктами, вирощених на місцевих фермах з врахуванням сезонності та екологічних принципів, а також організації майстер-класів з єгипетської кухні під керівництвом досвідчених шеф-кухарів.

Щодо проблем та перспектив впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності України, то, на нашу думку, впровадження управлінських інновацій та підвищення конкурен-

госпроможності в сфері туризму Туреччини є корисним досвідом для нашої держави. Однак зазначимо, що Україна, не дивлячись на введення воєнного стану і всі воєнні дії з 24 лютого 2022 р., є одним зі світових лідерів віртуального туризму та цифровізації культури станом на січень 2024 року [24–25]. Це підтверджує великий інтерес з боку туристів з усього світу до нашої держави, яка завжди відрізнялась з-поміж всіх країн різноманітністю природних та історико-культурних туристичних ресурсів. Незважаючи на здебільшого застарілу інфраструктуру в індустрії гостинності, до України приїжджала велика кількість туристів до початку російсько-української війни, що пояснюється нижчою ціною на послуги закладів проживання та закладів харчування і високою туристичною атрактивністю численних пам'яток. Що стосується інновацій управління персоналом, то в Україні з поширенням пандемії цей напрям отримав розвиток, адже проводилось багато навчань для персоналу в дистанційній формі, а саме різних вебінарів, майстер-класів, тренінгів, зокрема центральний орган виконавчої влади в туризмі України — Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) [19] проводило навчальний курс на тему «Google для туризму: розвиток бізнесу онлайн», що складався зі 7 онлайн-тренінгів, кожен з яких включав теоретичну та практичну частини. Зокрема, одним з найзатребуваніших тренінгів був тренінг на тему «Експерсії та сучасність. Цифрові технології у роботі гіда».

Під час поширення пандемії в Україні почалось впровадження інформаційно-технологічних інновацій щодо проведення віртуальних екскурсій та створення аудіогідів, що допомагало віртуально подорожувати територією України всім бажаючим. З точки зору О. Чернеги, «у сучасних умовах українська індустрія гостинності є однією з найбільш постраждалих внаслідок війни. Цей сегмент економіки не може функціонувати належним чином через ряд обмежень, таких як заборона авіаперельотів та міжнародних валютних операцій. Внутрішній туризм також зазнав значних обмежень через ракетні обстріли. Це призвело до закриття багатьох туристичних об'єктів з метою безпеки відвідувачів. Іноземний туризм скоротився на 80%» [25]. На нашу думку, з початком введення воєнного стану всі інновації, пов'язані з віртуальним туризмом, отримали поштовх для подальшого розвитку, оскільки: 1) українці хотіли зберегти історичну пам'ять про ті чи інші історико-культурні та природні туристичні ресурси, які були пошкоджені або були під ризиком пошкодження; 2) показати всьому людству туристичний потенціал України та його незаконне, ан-

тилюдське пошкодження чи загрозу пошкодження; 3) виходячи з тези, що туризм — це свого роду терапія, багато українців захотіло віртуально відвідати ті населені пункти і туристичні пам'ятки, про які вони вперше почули з новин; 4) найважливішим фактором високого розвитку інновацій у віртуальному туризмі України можемо назвати мужність нашого народу, який не дивлячись ні на що, продовжує підтримувати та розвивати туризм та індустрію гостинності в Україні за допомогою віртуального туризму, очікуючи настання миру та в перспективі — значної кількості іноземних туристів, які, за прогнозами туристичних агентств України хочуть приїхати до нашої Батьківщини у мирний час, маючи можливість побачити сучасні віртуальні екскурсії не тільки унікальними туристичними об'єктами України, а й віртуальні екскурсії в готелях нашої держави [17] тощо.

Важливо зазначити, що в Туреччині деякі провінції також стикались з недоліками в розвитку індустрії гостинності, тому Україна може перейняти досвід цієї держави щодо впровадження організаційних інновацій управління за допомогою необхідних змін у методах управління в індустрії HoReCa, зокрема маркетингових стратегій, створення вдосконалених структур управління готелями, широкомасштабної рекламної діяльності, у тому числі соціальних мережах тощо. На сучасному етапі світовий туристичний ринок є особливо конкурентним, тому Туреччина постійно працює над вдосконаленням своєї пропозиції та маркетинговими стратегіями [32], що потрібно й Україні в мирний час. Для нашої держави особливо важливими є інвестиції в покращення інфраструктури, включаючи дороги, аеропорти, мости, заклади розміщення та заклади харчування, музеї та інші об'єкти, можуть покращити якість обслуговування та зробити Україну знову привабливою для туристів у мирний час. На прикладі Туреччини потрібно перейняти досвід впровадження нових технологій та вдосконалити існуючі в Україні: таких як інтерактивні додатки для туристів, системи онлайн-бронювання та інші інновації.

Україна може використовувати досвід Туреччини шляхом розвитку партнерських відносин з міжнародними туроператорами та галузевими організаціями для спільного просування туристичних продуктів. Розвиток ефективної стратегії маркетингу та просування, як у Туреччині, дозволить привернути більше уваги до туристичних атракцій України на міжнародному ринку. Для нашої держави так, як й в Туреччині, важливо враховувати в майбутньому екологічні аспекти розвитку туризму, такі як збереження природ-

них ресурсів та мінімізація впливу на довкілля. Ці аспекти спільно з інноваціями в управлінні можуть допомогти Україні покращити свою конкурентоспроможність на світовому туристичному ринку. Наша держава має перспективи впровадження управлінських інновацій, зокрема інформаційно-технологічних інновацій в сфері управління індустрією гостинності.

До проблем впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності, крім воєнного стану і всіх воєнних дій на нашій території, належить недостатня прозорість управління та велика кількість бюрократичних перешкод, які ускладнюють бізнес-процеси та знижують привабливість України для інвесторів. Пошкоджена та застаріла інфраструктура у різних галузях, включаючи транспорт, логістику та енергетику, ускладнює розвиток індустрії гостинності та знижує її конкурентоспроможність. Необхідно покращити якість освіти та навчання, щоб забезпечити потреби ринку праці та підвищити продуктивність праці. Перспективними є проведення системних реформ, спрямованих на покращення прозорості та ефективності управління в індустрії гостинності, що сприятиме відновленню індустрії гостинності.

На нашу думку, у цьому напрямі могли б допомогти також податкові пільги для суб'єктів індустрії гостинності в Україні, які перебувають у досить скрутному становищі. Зважаючи на успішний туристичний імідж Туреччини, Україна може взяти кілька елементів для підвищення привабливості як туристичної дестинації. Це акцентування на різноманітності природних ландшафтів, історико-культурній спадщині, традиційній кухні. Україна може пропонувати туристам різні туристичні маршрути, включаючи гірський та пішохідний туризм у Карпатах тощо. У мирний час можна стимулювати культурний обмін з іншими країнами, організовуючи культурні заходи та виставки, що дозволить привернути увагу до української історико-культурної спадщини та традицій. Використання цих елементів може допомогти Україні покращити туристичний імідж та залучити більше міжнародних туристів у мирний час.

Порівнюючи світові курорти з вітчизняними, нами було визначено Топ-6 найкращих готелів України з впровадженими управлінськими інноваціями в індустрії гостинності:

1. «Vershina» (Івано-Франківська область, м. Яремче) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо побудови з природних та екологічно чистих матеріалів (дерево і камінь) та втілення використання альтернативних джерел енергії.

2. «Monotel» (Київська область, м. Київ) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання монокапсул для сну, лаунж-зони, цілодобового коворкінгу та silent-сервісу.
3. «Історія» (Івано-Франківська область, с. Поляниця) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання дизайн-готелю з імпровізованим туром українською історією (наявні номери «Київська Русь», «Скіфія», «Кріпосне право»).
4. «IQ Hotel» (Київська область, м. Київ) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання номерів у готелі, оснащених технологією «Розумний дім», а також готель є своєрідним IT-хабом, де відпочинок поєднується з роботою.
5. «Citadel Inn» (Львівська область, м. Львів) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо облаштування готелю в справжній фортеці (1848 р.), завдяки поширенню інформації в соцмережах цей готель є популярним місцем проведення весіль.
6. «Friend house» (Дніпропетровська область, с. Кіровське) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо використання екологічних готелів, побудованих з біорозкладних матеріалів.

Окрім того, нами було виокремлено Топ-5 найкращих ресторанів та кафе України з впровадженими управлінськими інноваціями в індустрії гостинності:

1. «Pink Freud» (Київська область, м. Київ) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо створення меню виключно зі страв з рослинних елементів, а також мінімізація відходів.
2. «Мама Манана» (Київська область, м. Київ та Львівська область, м. Львів) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо інтерактивного обслуговування, що включає можливість для гостя самостійно приготувати страви з меню (хачапури та хінкалі).
3. «Ostannya Varukada» (Київська область, м. Київ) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо створення ресторану на історичному місці, що об'єднує кухню з часів революції з сучасними тенденціями, для гостей пропонуються інтерактивні екскурсії та ігри для пізнавальних цілей.

4. «Гасова лампа» (Львівська область, м. Львів) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо побудови ресторану-музею, пов'язаного з появою у Львові першої гасової лампи у 1853 р., у інтер'єр втілена вся історія її створення; замість посуду тут використовують хімічні та лабораторні пристосування.
5. «Соляна печера» (Київська область, м. Київ) — управлінська інновація в індустрії гостинності щодо створення фіто-кафе, де можна подихати лікувальним повітрям соляної шахти та скуштувати так звані «кисневі коктейлі».

Отже, можна зробити такі висновки, що інновації є особливим інструментом підприємництва, результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, технологічного процесу, впровадженого на ринку, застосовуваного у виробництві або новому підході до виконання соціальних послуг. Організація інноваційного процесу передбачає створення, впровадження та поширення інновацій.

Під час дослідження було виокремлено найголовніші види управлінських інновацій в індустрії гостинності: 1) інновації в управлінні персоналом; 2) інформаційно-технологічні інновації, які сприяють ефективності антикризового управління; 3) організаційні інновації управління в індустрії HoReCa.

Досліджено, що конкурентоспроможність — це одна з головних складових успіху; здатність створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів. Встановлено, що впровадження інновацій є результатом високої конкуренції на ринку індустрії гостинності, адже шляхом введення будь-яких інновацій суб'єкти індустрії туризму намагаються покращити якість та швидкість обслуговування туристів. Проаналізовано, що на сучасному етапі індустрія гостинності Туреччини є найуспішнішим сектором турецької економіки, основою якої є унікальні інфраструктурні (або соціально-економічні), природні та історико-культурні туристичні ресурси. Розвиток турецької індустрії гостинності дозволив ввійти в десятку найбільш популярних туристичних країн світу завдяки успішно реалізованим управлінським інноваціям в індустрії гостинності, унікальному співвідношенню доступних цін (порівняно з європейськими країнами) та відмінної якості турецького сервісу. Встановлено, що Туреччина є прикладом швидкого впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності для досягнення високого рівня конкурентоспроможності в усьому світі. До-

сліджено інформаційно-технологічні інновації для антикризового управління, зокрема: системи кібербезпеки для захисту персональних даних гостей, фінансових операцій; інтерактивні додатки для туристів; системи онлайн-бронювання; цифрові можливості індустрії гостинності; WEB-сайти; інструменти інтернет-маркетингу; smart-технології тощо. Щодо інновацій управління персоналом, то в Туреччині широко використовується дистанційне управління та автоматизації, постійно проводяться різні тренінги, майстер-класи, вебінари для вдосконалення практичних знань та знань персоналу. Що стосується організаційних інновацій управління в індустрії гостинності Республіки Туреччина, то важливо вказати використання управлінських ефективних маркетинг-стратегій для підтримання індустрії гостинності, використання новаторських дизайнерських рішень та сучасних архітектурних концепцій для створення унікальних готельних об'єктів тощо. Зроблено порівняльний аналіз конкурентоспроможності світових лідерів з масового туризму Туреччини та Єгипту. Визначено, що Туреччина на вищому рівні впровадила вище перераховані управлінські інновації, особливо турбується за комфорт та безпеку туристів, тому має вищі показники конкурентоспроможності. Досліджено, що наша держава, не зважаючи на російсько-українську війну та всі жахливі руйнування і людські жертви, намагається підтримати власну індустрію гостинності, яка знаходиться в особливо скрутному становищі. Україна стала лідером з віртуального туризму в Європі, розвиток якого вона почала з поширенням пандемії і продовжує тепер. Також наша держава впроваджує та планує використовувати у майбутньому значну кількість управлінських інновацій індустрії гостинності Туреччини. Перспективи подальших досліджень полягають у можливості використання міжнародного досвіду Туреччини та Єгипту щодо впровадження управлінських інновацій в індустрії гостинності для підтримання високого рівня конкурентоспроможності, а також у проведенні подальших наукових досліджень інновацій в індустрії гостинності України, зокрема в сфері віртуального туризму, діджиталізації та смарт-спеціалізації.

### **Список використаних джерел і літератури:**

1. Білоус С. В., Безручко С. Л., Мандюк Н. Л. Бренд як інструмент підвищення конкурентоспроможності подієвого туризму у післявоєнні часи. *Інфраструктура ринку*. 2024. №76. С. 164–170.

2. Волянська-Савчук Л. В., Мацішина М. В. Використання інноваційних персонал-технологій в управлінні персоналом на підприємствах. *Економіка і організація управління*. 2019. №1 (33). С. 33-42.
3. Дехтяр Н. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : моногр. Харків : ФОП Лібуркіна Л., 2021. 470 с.
4. Друкер П. Виклики для менеджменту XXI століття. Київ, 2020. 240 с.
5. Єремія Г. Особливості розвитку туризму в Туреччині. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч. 2. С. 34-38.
6. Липовий Д. В. Інновації в системі управління персоналом підприємств індустрії туризму. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : матеріал. Х міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 6-7 квітня 2023 р. Київ : КНУКІМ, 2023. С. 430-432.
7. Мальська М. П., Гамкало М. З., Бордун О. Ю. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2009. 222 с.
8. Миронюк Р. В. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Публічне адміністрування» для здобувачів, що навчаються на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Дніпро : Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2016. 81 с.
9. Новікова М.М. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти : моногр. Харків : ХНАМГ, 2012. 215 с.
10. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації: навч. посіб. Вінниця, 2016. 150 с.
11. Сокол Т. Г. Матеріальна база іноземного туризму в Україні та проблеми її розвитку. *Проблеми розвитку в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. Київ : Наук. думка, 2013. С. 13-16.
12. Туристичне країнознавство: підручник / за ред. А. Ю. Парфіненка, В. І. Сідорова, О. О. Любіцевої. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Знання, 2015. 551 с.
13. Уварова Г. Ш., Мелько Л. Ф. Туристичне країнознавство : навч. посіб. Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2022. 410 с.
14. Антоненко В. С., Григорчак І. М., Хуткий В. О. Сталий розвиток туристичної галузі Туреччини в умовах економічної рецесії: виклики та можливості. *Ефективна економіка*. 2019. №7. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7\\_2019/6.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2019/6.pdf) (дата звернення: 03.08.2024)
15. Борисова О., Пшеничний Б., Алексеєнко В. Чинники диверсифікації в секторі HoReCa: глобальні тренди. *Економіка та суспільство*, 2023. №54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-86> (дата звернення: 26.08.2024)
16. Бурачек І. В., Біленчук О. О. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління.

- Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 14. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/60.pdf> (дата звернення: 27.08.2024)
17. Віртуальний тур готелем. URL: <https://premier-palace.phnr.com/ua/virtual-tour> (дата звернення: 23.08.2024)
  18. Гукул О. Я., Гуменюк А. М. Інноваційні підходи щодо розвитку підприємств гостинності: зарубіжний досвід. *Економіка та конкурентоспроможність суспільства*. 2021. № 5–6. С. 74–79. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/821> (дата звернення: 22.08.2024)
  19. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 04.08.2024)
  20. Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (DIGITAL SOCIETY) : дис. ... д-ра культурології: 26.00.01/ Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Київ, 2021. 575 с. URL: [https://nakkkim.edu.ua/images/Instytutu/dysertatsii/Dysertatsiya\\_DychkovskiySI.pdf](https://nakkkim.edu.ua/images/Instytutu/dysertatsii/Dysertatsiya_DychkovskiySI.pdf) (дата звернення: 05.08.2024)
  21. Миронов Ю. Б. Інновації в готельному бізнесі. *Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв* : матеріали I міжнар. наук.-практ. конф. Прага : Oktan Print, 2020. С.186-187. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov43.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/myronov43.htm) (дата звернення: 01.08.2024)
  22. Офіційний сайт Навчально-наукового інституту економіки і управління (НУХТ). URL: <https://eiu.nuft.edu.ua/upperpersonal.php> (дата звернення: 02.08.2024)
  23. Паньків М., Липовий Д. Інноваційні тренди розвитку підприємств індустрії гостинності в контексті ESG-трансформації. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2022. No 14-15. URL: [https://www.researchgate.net/publication/361349609\\_INNOVACIJNI\\_TRENDI\\_ROZVITKU\\_PIDPRIEMSTV\\_INDUSTRII\\_GOSTINNOSTI\\_V\\_KONTEKSTI\\_ESG-TRANSFORMACII](https://www.researchgate.net/publication/361349609_INNOVACIJNI_TRENDI_ROZVITKU_PIDPRIEMSTV_INDUSTRII_GOSTINNOSTI_V_KONTEKSTI_ESG-TRANSFORMACII) (дата звернення: 06.08.2024)
  24. Чернега О. Викрадені картини та графіті Бенксі. Топ локацій в Україні, де можна побувати віртуально. *TRAVEL РБК-Україна*. 23 грудня 2023. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vikradeni-kartini-ta-grafiti-benksi-top-lokatsiy-1702985285.html> (дата звернення: 17.09.2024)
  25. Чернега О. На крок попереду. Як Україна вийшла у світові лідери в цифровізації культури. *TRAVEL РБК-Україна*. 5 січня 2024. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/krok-poperedu-k-ukrayina-viyshla-svitovi-1704399398.html> (дата звернення: 11.09.2024)
  26. Dalgin T., Karadağ L., Bingöl Z. Türkiye’de Turizmçiliğin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler. *Journal of Economics and Management Research*. 2015. Vol 4. No1. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1355814> (дата звернення: 12.09.2024)

27. Gilbert R. A. Strategic Innovation in U.S. Hotel Companies: HSMAI special report. McLean: HSMAI, 2020. 19 p. URL: [https://info.ehl.edu/hubfs/Blog-EHL-Insights/Documents\\_EHLInsights/HSMAI%20Special%20Report\\_Strategic%20Innovation%20in%20US%20Hotel%20Companies.pdf\\_ga=2.25043448.312045131.1601280597460734372.1576662809](https://info.ehl.edu/hubfs/Blog-EHL-Insights/Documents_EHLInsights/HSMAI%20Special%20Report_Strategic%20Innovation%20in%20US%20Hotel%20Companies.pdf_ga=2.25043448.312045131.1601280597460734372.1576662809) (дата звернення: 02.09.2024).
28. Kaplan M., Celik T. The Impact of Tourism on Economic Performance: The Case of Turkey. *The International Journal of Applied Economics and Finance*. 2008. Vol.2. P.13–18. URL: <https://scialert.net/fulltext/?doi=ijaef.2008.13.18> (дата звернення: 05.09.2024)
29. Ministry of Culture and Tourism Republic of Turkey. URL: <https://www.ktb.gov.tr/> (дата звернення: 06.09.2024)
30. «Rixos The Land of Legends». URL: <https://thelandoflegendsthemepark.com/> (дата звернення: 14.09.2024)
31. TurkStat (Турецький статистичний інститут). URL: <https://www.tuik.gov.tr/Home/Index#antalya-7> (дата звернення: 02.09.2024)
32. Türkiye turizm stratejisi 2023. 60 s. URL: [https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm\\_stratejisi\\_2023.pdf](https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf) (дата звернення 12.09.2024)
33. UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. URL: <https://en.unesco.org/> (дата звернення: 17.09.2024)
34. UNWTO: World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 16.09.2024)

## 3.2. ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У ХХІ СТОЛІТТІ

### ■ Роман Корсак

*доктор історичних наук, професор*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*(м. Ужгород, Україна)*

Актуальність наукового дослідження глобальних тенденцій розвитку міжнародного готельного бізнесу у ХХІ столітті зумовлена швидкими змінами, які відбуваються у сфері туризму та гостинності у сучасному світі. Міжнародна готельна індустрія є однією з ключових складових світової економіки, яка постійно зазнає трансформацій під впливом нових технологій, змін у поведінці споживачів та глобальних викликів, таких як пандемії, економічні кризи та кліматичні зміни. Дослідження нових трендів дозволяє виявити ключові напрями розвитку галузі, що важливо для адаптації готельного бізнесу до сучасних вимог міжнародного ринку туризму [24, с. 8–13].

Актуальність даної теми обумовлена ще й масовим впровадженням інноваційних технологій у міжнародному готельному бізнесі, таких як: автоматизація обслуговування, цифрові системи управління, «розумні» готелі та використання штучного інтелекту для персоналізації сервісу. Це дозволяє підвищувати рівень комфорту для гостей, оптимізувати бізнес-процеси та знижувати витрати. Дослідження зазначених технологій має важливе значення для конкурентоспроможності готельних підприємств на міжнародному ринку гостинності.

Крім того, сьогодні зростає попит на екологічно стійкі практики в готельній індустрії, оскільки сучасні споживачі все частіше обирають «еко-дружні» заклади. У цьому контексті актуальним є вивчення тенденцій щодо впровадження екологічних стандартів, зменшення впливу на довкілля та розвитку сталого туризму. Глобальна тенденція до стійкості змушує готельні заклади переглядати свої стратегії та інвестувати у «зелені» технології.

Нарешті, соціально-економічні зміни, такі як пост-пандемічні реалії, нові вимоги безпеки та здоров'я, також значно впливають на сучасну готельну індустрію. Дослідження зазначених факторів допоможе краще зрозуміти, як готелі можуть адаптуватися до нових викликів, змінювати свої бізнес-моделі та відповідати очікуванням нових поколінь туристів.

Також відмітимо, що тема є актуальною для вітчизняної індустрії гостинності у контексті сучасних викликів і можливостей, що стоять перед українським готельним бізнесом після закінчення війни. Україна має значний туристичний потенціал завдяки своєму культурному, історичному та природному багатству, і розвиток готельної індустрії є важливим фактором для стимулювання туристичної галузі та залучення іноземних гостей. Дослідження міжнародних тенденцій дає можливість Україні адаптувати передові практики, підвищуючи рівень конкурентоспроможності на світовому ринку гостинності.

Таким чином, актуальність даного дослідження полягає у необхідності постійного аналізу нових тенденцій і викликів, з якими стикається міжнародна готельна індустрія, для забезпечення її стабільного розвитку та конкурентоспроможності у сучасних умовах.

Аналіз джерел у контексті вивчення тенденцій розвитку міжнародної готельної індустрії, ролі вітчизняної галузі гостинності у сучасних глобальних та євроінтеграційних процесах, дозволяє виділити наступні актуальні аспекти дослідження [5; 6; 11; 7; 51]:

- тенденції та виклики у світовій готельній індустрії (Білозубенко, Поляков, Шаблій, 2021) [5];
- роль готельних ланцюгів у сучасній індустрії гостинності (Галасюк, 2012) [6];
- міжнародний досвід управління готельним бізнесом та його впровадження в Україні (Каролоп, Ревенко, 2021) [11];
- основні аспекти туристичної галузі України в період євроінтеграції (Гальцова, Юрченко, 2019) [7];
- важливість державної підтримки для розвитку вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу, в умовах кризи і процесів глобалізації та євроінтеграції (Hushtan, Korsak, 2024) [51].

Загалом, розглянуті джерела пропонують всебічний аналіз розвитку міжнародної готельної індустрії, а також місця України у цьому контексті. Вони враховують тенденції і специфічні аспекти впровадження міжнародного досвіду в Україні. Однак можна відзначити, що комплексне та детальне дослідження глобальних тенденцій розвитку міжнародного готельного бізнесу у XXI столітті ще не було розглянуте достатньою мірою.

### **1. Діджиталізація та автоматизація міжнародної готельної індустрії**

Відмітимо, що сучасні тенденції розвитку міжнародного готельного бізнесу перш за все відображають глобальні зміни у по-

ведінці споживачів, технологічний прогрес та зростаючу увагу до сталого розвитку сфери гостинності та туризму. Тому, однією з ключових глобальних тенденцій сучасного міжнародного готельного бізнесу є діджиталізація та автоматизація процесів обслуговування, зокрема: використання мобільних додатків, безконтактних платіжних систем та ін. Розглянемо більш детально зазначені технології.

1. Однією з найбільш поширених технологій є мобільні додатки для онлайн-реєстрації, які дозволяють гостям самостійно бронювати номери, реєструватися на поселення та виїжджати без необхідності контакту з персоналом. Це не тільки спрощує процеси для клієнтів, але й економить час, знижуючи навантаження на стійку реєстрації. Гості можуть управляти своїм перебуванням через смартфон, замовляючи послуги або отримуючи інформацію про готель [9, с. 105–107; 23, с. 140–143].

Сьогодні в індустрії міжнародного готельного бізнесу існує багато мобільних додатків, які дозволяють здійснювати онлайн-реєстрацію, спрощуючи процес поселення та підвищуючи комфорт гостей. Наведемо кілька прикладів популярних додатків і платформ, що використовуються в готелях для онлайн-реєстрації:

– додаток «Marriott Bonvoу App». Готельна мережа «Marriott» використовує свій мобільний додаток «Marriott Bonvoу», який дозволяє гостям здійснювати онлайн-реєстрацію та виїзд, керувати бронюваннями, отримувати електронні ключі для доступу до номерів і навіть спілкуватися з персоналом через чат. Гості можуть заздалегідь повідомити про свій час прибуття, а приїхавши до готелю, просто використовувати свій телефон для доступу до кімнати, уникаючи стійки реєстрації [56; 61; 19, с. 187-192];

– додаток «Hilton Honors App». Готелі мережі «Hilton» пропонують додаток «Hilton Honors», який надає можливість онлайн-реєстрації та виїзду, а також вибору конкретного номера перед прибуттям. Крім цього, за допомогою додатка можна використовувати смартфон як електронний ключ для доступу до номеру. Ця функція доступна у більшості готелів мережі «Hilton» у всьому світі [47; 42];

– додаток «Hyatt Mobile App». Готельна мережа «Hyatt» пропонує свій мобільний додаток, який дозволяє здійснювати онлайн-реєстрацію, використання мобільного ключа та замовлення послуг у готелі. Додаток також дозволяє гостям переглядати свій баланс лояльності, керувати бронюваннями та отримувати інформацію про різноманітні послуги готелю [52];

– додаток «Accor All» (Accor Live Limitless). Мережа готелів «Accor» використовує додаток «Accor All», який підтримує онлайн-

реєстрацію та безконтактний вхід до номеру. Ця платформа дозволяє гостям обрати номер перед приїздом, оплатувати послуги за допомогою додатку, а також користуватися іншими сервісами, такими як чат із персоналом або замовлення обслуговування номеру [38];

- додаток «Hotel Tonight» пропонується провідними готельними компаніями здебільшого для бронювання «останньої хвилини». Також, зазначений додаток пропонує можливість реєстрації без фізичної взаємодії із персоналом у готелях, що підтримують цю функцію. Гості можуть зареєструватися та вибрати номер без необхідності чекати на стійці реєстрації [38; 44; 40, с. 139–148];

- додаток «Checkmate» - це універсальна платформа для онлайн-реєстрації та обслуговування гостей, яка інтегрується з різними готельними системами управління. Готелі, що використовують «Checkmate», можуть дозволити своїм клієнтам здійснювати реєстрацію, отримувати повідомлення про готовність номера та взаємодіяти з персоналом через мобільний додаток [47; 48];

- додаток «Conichi» є спеціалізованою мобільною платформою для бізнес-готелів, що дозволяє гостям реєструватися через смартфон, оплатувати проживання та отримувати безконтактний доступ до номера. Додаток також підтримує інтеграцію з іншими готельними системами та пропонує індивідуальні рішення для корпоративних клієнтів [38; 62, с. 13–24; 15, с. 118–123];

- додаток «Zafiro Mobile» - додаток, який використовують багато готелів для онлайн-реєстрації, мобільного ключа та доступу до інформації про готель. Додаток дозволяє гостям замовляти додаткові послуги, переглядати інформацію про місцеві заходи або ресторани, а також спілкуватися з персоналом [9, с. 105–107].

- додаток «StayNTouch» - це хмарна платформа для готельного бізнесу, яка пропонує мобільні рішення для управління реєстрацією гостей. Вона дозволяє готелям використовувати мобільні додатки для безконтактної реєстрації, в'їзду та виїзду, а також управління бронюваннями [8, с. 177–179; 42].

- додаток «Alice Mobile» - комплексна платформа для управління готелем, яка включає можливість мобільної реєстрації, виїзду, комунікації з персоналом і замовлення послуг через смартфон. Додаток дозволяє гостям взаємодіяти з готелем на кожному етапі їхнього перебування, роблячи процес обслуговування зручним і швидшим [9, с. 105–107; 52].

Розглянуті вище додатки значно спрощують життя гостям, підвищуючи рівень їхнього задоволення від перебування в готе-

лях, і дозволяють готельному бізнесу автоматизувати процеси, сприяючи інтенсифікації роботи та знижуючи навантаження на готельний персонал [19, с. 187–192; 59, с. 466–499].

2. Безконтактні платіжні системи також стали важливою частиною сучасного обслуговування у міжнародній готельній індустрії. Вони забезпечують швидкі і безпечні транзакції, що особливо важливо в умовах зростаючих вимог до гігієни та безпеки. Ці системи дозволяють уникнути фізичного контакту під час оплати, що значно підвищує зручність і знижує ризик поширення інфекцій. Готелі можуть пропонувати гнучкі способи оплати, включаючи QR-коди, мобільні гаманці та інші цифрові платформи, що відповідають сучасним стандартам. Основні види безконтактних платіжних систем наступні:

- система «мобільні гаманці» (Mobile Wallets). Сервіси, такі як «Apple Pay», «Google Pay», «Samsung Pay», дозволяють користувачам здійснювати оплату через смартфони або смарт-годинники. Ці платіжні рішення використовують технологію «NFC» (Near Field Communication), яка дозволяє здійснювати безпечні платежі через безконтактний термінал. Для готельних закладів це означає, що клієнти можуть оплачувати послуги, перебуваючи в ресторанах, SPA-центрах або під час реєстрації, не передаючи картку персоналу. Наприклад, мережа готелів «Hilton» інтегрувала «Apple Pay» та «Google Pay» у свої системи реєстрації та оплати за додаткові послуги. Гості можуть оплачувати своє проживання та користуватися готельними послугами, не маючи фізичної картки на руках [47];

- система «QR-коди». Оплата через QR-коди стала ще одним популярним методом безконтактної оплати, що набирає популярність у міжнародній готельній індустрії. Готелі можуть генерувати унікальні QR-коди для кожної транзакції, які гості сканують своїми смартфонами для завершення оплати через мобільні гаманці або інші платіжні платформи. Наприклад, мережа готелів «Accor» використовує QR-коди для безконтактної оплати в ресторанах своїх готелів. Клієнти можуть оплачувати обіди та інші послуги, просто скануючи QR-код на столі або на рахунку [38];

- технологія RFID (Radio Frequency Identification). Сучасні готелі використовують «RFID-картки» для безконтактних платежів та доступу до номерів. Це рішення дозволяє інтегрувати платіжну функцію в ключ-картки або браслети, які можна використовувати на території готелю для оплати їжі, напоїв або послуг. Наприклад, на курортах «Disney World» використовують «MagicBands» – бра-

слети з RFID-технологією, які виконують функції ключа від номеру, квитка та гаманця. Гості можуть оплачувати все, від ресторанних замовлень до покупок у магазинах, просто піднісши браслет до терміналу [42; 16, с. 243–246].

– технологія «віртуальні картки». Сучасні міжнародні готелі використовують віртуальні картки для корпоративних та бізнес-клієнтів. Це дозволяє клієнтам оплачувати бронювання, не надаючи фізичні дані кредитної картки. Віртуальні картки генеруються одноразово або на певний час, що підвищує рівень безпеки транзакцій. Наприклад, компанія «Booking.com» дозволяє готелям використовувати віртуальні картки для бронювань. Це дозволяє бізнес-клієнтам оплачувати свої бронювання без необхідності використання фізичної картки [10, с. 221–225].

– система банківських додатків з безконтактною оплатою. Провідні банки пропонують власні мобільні додатки для безконтактної оплати, які використовують технологію «NFC» або «QR-коди». Ці додатки дозволяють клієнтам безпечно оплачувати готельні послуги та бронювання без необхідності в фізичних картках або готівці. Наприклад, в Україні багато готелів зокрема, «Fairmont Grand Hotel Kyiv», співпрацюють з банками для впровадження безконтактних платіжних систем, таких як «Приват24» чи «Monobank», які дозволяють здійснювати платежі через смартфон або QR-коди [43].

Таким чином, ми можемо стверджувати, що переваги використання безконтактних платіжних систем для готелів у сучасній міжнародній готельній індустрії є очевидними і полягають у наступному:

а) Підвищення рівня безпеки, оскільки зазначені системи використовують технології шифрування та одноразових токенів, це значно знижує ризики шахрайства та крадіжки даних;

б) Зручність для гостей. Відсутність необхідності носити з собою готівку чи картки спрощує процес оплати, роблячи його більш швидким та зручним;

в) Оптимізація роботи персоналу. Автоматизація платежів звільняє персонал для виконання інших завдань, що дозволяє їм більше часу приділяти обслуговуванню клієнтів та підвищити культуру сервісу [39, с. 7–14; 46, с. 252–270; 22, с. 25–31].

Отже, безконтактні платіжні системи підвищують рівень комфорту та безпеки для клієнтів, а також оптимізують операційні процеси для готелів, сприяючи зростанню їхньої конкурентоспроможності у сучасних умовах.

3. Електронні ключі для номерів, які працюють через мобільні додатки, є однією з провідних технологій у міжнародному готельному бізнесі. Вони замінюють традиційні фізичні картки-ключі та пропонують низку переваг, як для гостей, так і для готелів. Гості отримують можливість використовувати свої смартфони для доступу до номерів та інших зон готелю, таких як фітнес-центри, конференц-зали або басейни. Це рішення знижує потребу у фізичній взаємодії з персоналом та підвищує рівень безпеки, адже втрата смартфона не створює таких проблем, як втрата фізичної картки [42; 9, с. 105–107].

Серед особливостей використання електронних ключів можна відзначити наступні:

- використання мобільних ключів знижує ризик втрати або крадіжки фізичної картки-ключа. В разі втрати смартфона доступ до ключа можна негайно заблокувати через додаток, що значно підвищує рівень безпеки для гостей. Крім того, такі ключі можуть бути тимчасовими – доступ автоматично припиняється після завершення терміну бронювання;
- електронні ключі дозволяють готелям налаштувати доступ до різних зон готелю (фітнес-центри, басейни, конференц-зали) залежно від пакета послуг або часу доби. Це забезпечує більшу гнучкість у використанні інфраструктури готелю та зручність для гостей;
- електронні ключі можуть бути інтегровані з іншими функціями готелю через мобільні додатки, як-от онлайн-реєстрація, чат з персоналом, замовлення обслуговування номеру, оплата послуг тощо. Це робить перебування гостя більш комфортним та забезпечує комплексне цифрове обслуговування [16, с. 243–246; 23, с. 140–143].

Прикладами використання електронних ключів у міжнародній готельній індустрії є численні технології, зокрема:

а) Технологія «Hilton Digital Key», яку використовує мережа готелів «Hilton». Вона доступна через згаданий вище мобільний додаток «Hilton Honors». Гості можуть використовувати смартфон для відкриття дверей номерів, ліфтів та інших зон готелю. Готель «Hilton» також пропонує гнучке управління доступом: гість може отримати свій мобільний ключ через додаток після онлайн реєстрації та одразу скористатися ним при прибутті до готелю [47].

б) Технологія «Marriott Bonvoy App». У мобільному додатку «Marriott Bonvoy» впроваджено функцію електронного ключа, яка дозволяє гостям отримати доступ до номерів і спільних зон готе-

лю через смартфон. Це рішення інтегрується з іншими сервісами готельної мережі «Marriott», такими як онлайн-реєстрація, замовлення послуг та комунікація з персоналом [56].

в) Технологія «Accor ALL (Accor Live Limitless)». Мережа готелів «Accor» впровадила електронні ключі через свій мобільний додаток «Accor ALL». Клієнти можуть використовувати додаток для входу до своїх номерів та інших зон готелю, таких як фітнес-зали чи конференц-зали. Це також дозволяє мережі «Accor» адаптувати час доступу до номерів відповідно до часу реєстрації або пакета послуг [38].

г) Технологія «CitizenM Hotels» пропонують повністю безконтактне заселення за допомогою мобільного додатку. Гості можуть зареєструватися, отримати доступ до своїх номерів через смартфон та користуватися іншими послугами, такими як освітлення чи кондиціонування у номері, використовуючи той самий додаток [47].

д) Технологія «Kaba Mobile Key» пропонує рішення для готелів, що інтегрує мобільні ключі з існуючими системами доступу. Це забезпечує готелям можливість легко адаптувати мобільні ключі без повної модернізації обладнання. Багато готелів, зокрема мережі «Hyatt» та «Four Seasons Hotels and Resorts», використовують технологію компанії «Kaba» для своїх електронних ключів [52; 44].

Як підсумок, можна виділити наступні переваги для готелів від використання розглянутих вище технологій електронних ключів:

- використання електронних ключів дозволяє готелям скоротити черги на стійці реєстрації, оскільки гості можуть самостійно заселятися і отримувати доступ до номерів через додаток;
- відмова від фізичних карток-ключів допомагає готелям скоротити витрати на їх виготовлення та заміну, а також зменшити екологічний вплив;
- цифрові ключі покращують загальний досвід гостей, що підвищує їхню лояльність і задоволеність сервісом.

Таким чином, електронні ключі через мобільні додатки значно покращують зручність і безпеку як для гостей, так і для готелів, впроваджуючи нові стандарти обслуговування в міжнародній готельній індустрії.

4. Сьогодні штучний інтелект (ШІ) стає невід'ємною частиною персоналізації обслуговування. Зазначене відбувається завдяки можливості аналізувати дані про вподобання та поведінку гостей, оскільки штучний інтелект допомагає готелям налаштовувати індивідуальні пропозиції та рекомендації, покращуючи загальний досвід відвідувачів. Це може включати автоматичне надання про-

позицій на основі попередніх виборів, створення персоналізованих пакетів послуг або автоматичне налаштування умов у номері (наприклад, температури або освітлення) відповідно до уподобань гостя. Штучний інтелект відіграє дедалі важливішу роль у персоналізації обслуговування у готельному бізнесі. Використовуючи аналіз великих даних про переваги та поведінку гостей, «ШІ» допомагає готелям створювати індивідуальні пропозиції та рекомендації, що значно покращує досвід перебування клієнтів. Це дозволяє готельним закладам не тільки краще розуміти своїх клієнтів, але й пропонувати послуги, які максимально адаптовані під їхні потреби [19, с. 187–192; 9, с. 105–107].

Приклади використання штучного інтелекту у персоналізації послуг наступні:

- завдяки «ШІ» готелі можуть аналізувати дані про попередні візити гостей, їх переваги в їжі, активності або типі номерів, щоб пропонувати послуги, які найкраще відповідають їхнім очікуванням. Наприклад, якщо гість раніше вибирав номер із видом на океан або замовляв певні страви, система може автоматично запропонувати йому аналогічні варіанти при наступному бронюванні. Так, світова мережа готелів «Marriott» використовує «ШІ» для персоналізації рекомендацій. На основі даних про попередні бронювання та переваги, система пропонує гостям відповідні номери, спеціальні пакети або навіть локальні розваги, які можуть бути цікавими для клієнта. Це підвищує можливість повторних відвідувань і збільшує лояльність гостей та рейтинг готелю [56; 37; 61];

- «ШІ» персоналізує умови проживання у номері готелю. Зокрема, штучний інтелект може автоматично налаштовувати умови у номері, такі як: температура, освітлення, або навіть музичні уподобання, ґрунтуючись на даних про попередні візити або заздалегідь вказані уподобання гостей. Наприклад, у готелях мережі «Hilton» впроваджено так звані «розумні» номери, де «ШІ» аналізує уподобання гостей та автоматично налаштовує параметри у номері. Це створює більш комфортну та індивідуалізовану атмосферу для кожного гостя [47];

- чат-боти та віртуальні помічники на основі «ШІ» можуть взаємодіяти з гостями через мобільні програми або голосові команди, допомагаючи їм замовляти послуги, бронювати столики у ресторанах, дізнаватися інформацію про місцеві визначні пам'ятки та багато іншого. Ці системи працюють цілодобово, що значно покращує якість обслуговування та роблять його більш доступним. Наприклад, у готелях мережі «Hilton» використовується чат-бот,

який допомагає гостям вирішити питання обслуговування, забронювати столик в ресторані або запросити додаткові послуги, такі як прибирання номера або замовлення транспорту. Це не тільки підвищує ефективність, але й дозволяє персоналу готелю приділяти більше уваги важливим завданням [47];

- аналіз зворотного зв'язку та передбачення поведінки. Штучний інтелект може аналізувати відгуки та поведінку гостей для прогнозування їх майбутньому. Це дозволяє готельним закладам не тільки реагувати на запити, але й передбачати очікування гостей, пропонуючи їм послуги або знижки у відповідний момент. Прикладом зазначеного є платформа «Revinate», що використовується в кількох великих готельних мережах. Вона аналізує відгуки гостей та їхню поведінку в реальному часі, що дозволяє менеджерам готельних комплексів швидко реагувати на відгуки та покращувати персоналізацію обслуговування. Таким чином, «ШІ» допомагає передбачати, які послуги будуть найбільш затребувані у конкретних гостей та своєчасно пропонувати їх.

У контексті розглянутих прикладів, можемо стверджувати, що «ШІ» стає потужним інструментом для підвищення якості обслуговування та персоналізації у готельному бізнесі. Він не тільки покращує взаємодію з клієнтами, але й оптимізує операційні процеси, знижуючи витрати на ручну роботу та збільшуючи задоволеність гостей [9, с. 105–107; 10, с. 221–225].

Отже, діджиталізація та автоматизація допомагають сучасним готельним мережам оптимізувати роботу персоналу, знижуючи рутинні завдання та підвищуючи ефективність обслуговування. Це дозволяє персоналу більше уваги приділяти вирішенню складних завдань і взаємодії з гостями, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів і зміцненню лояльності до бренду. Технології, що використовуються сьогодні, не тільки полегшують життя гостям, але й сприяють розвитку готелів, роблячи їх більш конкурентоспроможними на міжнародному ринку гостинності [19, с. 187–192].

## **2. Сталий розвиток та екологічні практики у міжнародній готельній індустрії**

Стійкий розвиток та екологічні практики стають невід'ємною частиною міжнародної готельної індустрії. Готельні заклади все частіше включають у свої стратегії елементи екологічної відповідальності, прагнучи зменшити негативний вплив на довкілля та сприяти соціально-економічному розвитку [55, с. 13–19].

Ключові елементи сталого розвитку у міжнародній готельній індустрії включають наступні практики:

1. Енергоефективність, яка полягає в оптимізації використання енергії. Готелі переходять на енергоефективні системи освітлення, вентиляції та опалення. Зазначене не тільки знижує витрати на електроенергію, але й зменшує викиди парникових газів. Наприклад, безліч готелів, які спеціалізуються на запровадженні сталих практик, таких як «Holiday Inn», використовують світлодіодне освітлення, автоматичні системи керування кліматом та встановлюють сонячні панелі для вироблення відновлюваної енергії. Також, застосовуються «розумні» системи контролю освітлення та опалення, які автоматично відключають прилади, коли гості залишають номер [48].

2. Управління водними ресурсами. Екологічно орієнтовані готелі впроваджують програми скорочення споживання води. Це може включати повторне використання води, встановлення водозберігаючих змішувачів та душових, а також використання систем для накопичення дощової води для поливу або інших потреб. Наприклад, готелі мережі «Marriott» впровадили спеціальні пристрої для скорочення витрати води у номерах та системах поливу. Вони також застосовують методи повторного використання води у технічних потребах, таких як прання білизни [56].

3. Важливою частиною екологічної стратегії є мінімізація відходів та збільшення їхньої переробки. Готельні підприємства намагаються скоротити використання одноразових пластикових виробів, запроваджують програми переробки, а також пропонують гостям екологічно безпечні продукти. Наприклад, мережа готелів «Hyatt» скоротила використання одноразових пластикових пляшок та упаковок, замінивши їх на багаторазові та перероблені матеріали, а у готелях мережі «Hilton» введено програми із зменшення харчових відходів [52; 47].

4. Практика використання екологічно чистих продуктів та послуг. Сьогодні багато готелів вибирають продукти та послуги від місцевих постачальників, щоб скоротити вуглецевий слід та підтримати стійкі практики. Зазначене включає використання органічних продуктів у ресторанах, екологічно чистих миючих засобів та меблів із відновлюваних матеріалів. Наприклад, готельна мережа «Four Seasons Hotels and Resorts» відома тим, що пропонує органічні та місцеві продукти у своїх ресторанах, а також використовують натуральні та екологічно безпечні матеріали для будівництва та декору своїх об'єктів [44].

5. Готельні заклади залучають своїх гостей до сталого розвитку, пропонуючи освітні програми, спрямовані на підвищення екологічної обізнаності. Це може включати рекомендації щодо скорочення використання води та енергії в номерах або інші пропозиції. Наприклад, готелі мережі «Fairmont Grand Hotel» пропонують гостям програми зниження екологічного сліду, включаючи можливості для участі в місцевих екологічних ініціативах, таких як висадка дерев або прибирання пляжів [43].

6. Стійкий розвиток включає також й соціальні аспекти. Багато готелів підтримують місцеві спільноти, створюючи робочі місця та забезпечуючи соціальні програми. Ці ініціативи спрямовані на покращення економічних умов у регіонах, де розташовані готелі, а також на забезпечення справедливої заробітної плати та умов праці для працівників [53, с. 99–104].

Відмітимо, що попит на екологічно відповідальні готелі продовжує зростати. Міжнародним туристам та гостям стає дедалі важливіше підтримувати стійкі та відповідальні практики, і вони все частіше вибирають готелі, які активно займаються захистом довкілля. Це спонукає готельні мережі інвестувати у «зелені» технології та інновації, такі як будівництво будівель з нульовим вуглецевим слідом, використання тільки відновлюваних джерел енергії та повна автоматизація енергозберігаючих систем. У контексті зазначеного популярним стає метод «Grey-TOPSIS» («Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution» — переклад з англ. «Техніка упорядкування переваг за подібністю до ідеального рішення»). Це метод багатоцільової оцінки, який може бути використаний у готельному бізнесі для ухвалення рішень з урахуванням сталих та екологічних практик. Зазначений підхід дозволяє оцінити альтернативи на основі різних критеріїв, що є важливими у контексті екологічної відповідальності. Зв'язок «Grey-TOPSIS» із сталими та екологічними практиками полягає у наступному [41, с. 12–19]:

- при виборі постачальників або оцінці екологічних ініціатив, можна використовувати критерії, такі як енергетична ефективність, використання відновлювальних ресурсів, зменшення відходів тощо;
- метод допомагає визначити, які екологічні практики є найбільш ефективними для впровадження у конкретному готелі, базуючись на їх впливі на навколишнє середовище та фінансові показники;
- «Grey-TOPSIS» дозволяє готелям порівнювати різні стратегії, такі як впровадження системи переробки або ви-

користання енергозберігаючих технологій, і вибирати оптимальні рішення з урахуванням їхньої екологічної доцільності;

- готельні підприємства можуть використовувати метод «Grey-TOPSIS» для залучення думок співробітників, клієнтів та інших зацікавлених сторін у процес ухвалення рішень, що сприятиме створенню більш сталих практик;
- регулярне використання «Grey-TOPSIS» дозволяє готелям відстежувати прогрес у досягненні екологічних цілей, коригувати стратегії та адаптуватися до нових викликів.

Загалом, впровадження методу «Grey-TOPSIS» у міжнародному готельному бізнесі стає потужним інструментом для підтримки сталого розвитку та впровадження екологічних практик, що у майбутньому позитивно вплине на репутацію готелю, його рейтинг і статистику залучення клієнтів, які дбають про навколишнє середовище [41, с. 12–19; 37; 49].

У контексті зазначеного доцільно навести кілька прикладів використання зазначеного методу. Так, готелі мережі «Marriott» використовують «Grey-TOPSIS» для оцінки постачальників на основі їх екологічних практик, включаючи енергетичну ефективність та використання відновлювальних ресурсів. Готельна мережа «Hilton» впроваджує екологічні ініціативи, такі як програма «Travel with Purpose», оцінюючи їх ефективність через метод «Grey-TOPSIS» для покращення сталого розвитку. Готельний ланцюг «Accor» застосовує даний метод для вибору найбільш ефективних стратегій управління відходами та зменшення викидів, враховуючи екологічні та фінансові критерії [56; 47; 38].

Таким чином, сталий розвиток та екологічні практики стали важливим фактором конкурентоспроможності у міжнародній готельній індустрії. Готелі, які активно впроваджують екологічні ініціативи, отримують перевагу не тільки у вигляді скорочення витрат та підвищення лояльності клієнтів, але й у покращенні своєї репутації на глобальному ринку гостинності.

### **3. Персоналізація сервісу у міжнародній готельній індустрії**

Персоналізація сервісу у міжнародному готельному бізнесі стає однією з ключових стратегій, спрямованих на покращення якості обслуговування та задоволення унікальних потреб клієнтів. Сучасні технології та накопичені дані про уподобання гостей дозволяють готелям пропонувати індивідуалізовані рішення, які

роблять перебування у готельному закладі більш комфортним та приємним. Персоналізація охоплює широкий спектр послуг та продуктів від вибору харчування до організації дозвілля, що дозволяє створити унікальний досвід для кожного клієнта [59, с. 466-499].

Сьогодні можна виділити наступні тенденції щодо персоналізації сервісу у міжнародній готельній індустрії:

1. Одним із популярних напрямів персоналізації є створення унікальних меню, які відповідають дієтичним перевагам та потребам клієнтів. Багато готелів пропонують заздалегідь вибрати харчування, включаючи в меню вегетаріанські, безглютенові або низькокалорійні страви. Також, враховуються персональні побажання щодо харчування, такі як улюблені страви або найкращий час та місце для обіду. Наприклад, у готелях мережі «Four Seasons» гостям надається можливість замовити індивідуальні страви на сніданок або вечерю, які заздалегідь узгоджуються з шеф-кухарем, виходячи з переваг гостей. Це може бути особливо корисним для тих, хто має харчові алергії або віддає перевагу певному режиму харчування [44].

2. Спеціальні пропозиції для різних категорій туристів. Готелі все частіше розробляють унікальні послуги для різних типів клієнтів. Наприклад, бізнес-туристи можуть отримати доступ до спеціалізованих конференц-залів та послуг швидкого Wi-Fi, а для сімей з дітьми пропонуються номери з додатковими зручностями та послуги няні. Також для тих, хто подорожує з домашніми тваринами, створюються комфортні умови, включаючи спеціальні ліжка, миски та меню для вихованців. Зокрема, у готелях мережі «Marriott Bonvoу» розроблено пропозиції для різних категорій туристів, де сім'ї можуть скористатися сімейними програмами, включаючи дитячі клуби та розваги, а бізнес-клієнти — послугами VIP-лаунж-зон та індивідуальної підтримки в організації заходів [56].

3. Технологічні рішення відіграють важливу роль у персоналізації сервісу. Використання мобільних додатків, штучного інтелекту та аналізу даних дозволяє готелям краще розуміти потреби клієнтів та оперативно реагувати на їхні запити. Зокрема, системи «ШІ» можуть аналізувати дані про минулі візити гостей та їх переваги, щоб запропонувати їм відповідні номери, послуги або розважальні програми. Як вже згадувалося, мережа готелів «Hilton» використовує програму «Hilton Honors», яка дозволяє гостям самостійно вибирати номер, керувати умовами перебування (наприклад, регулювати освітлення або температуру) та отримувати персональні рекомендації на основі їх переваг [47].

4. Індивідуальний підхід до кожного гостя сприяє створенню міцного зв'язку між клієнтом та готелем, що безпосередньо впливає на лояльність. Персоналізовані пропозиції, такі як бонусні програми або спеціальні знижки на майбутні візити можуть стимулювати гостей повертатися у той же готель або мережу готелів. Зокрема, програма лояльності «World of Hyatt» від однойменної готельної мережі пропонує своїм постійним клієнтам персоналізовані бонуси, які варіюються від спеціальних пропозицій проживання до ексклюзивних заходів та послуг, адаптованих до інтересів та переваг кожного гостя [52].

5. Персоналізовані умови для комфортного перебування. Сьогодні актуальним стає налаштування комфортних умов у номері під переваги клієнта — від температури та освітлення до типу подушок та наявності певних засобів догляду. Це допомагає створювати домашню атмосферу, що особливо цінується постійними клієнтами. Наприклад, у готелях мережі «Ассог» гості можуть заздалегідь вказати свої переваги та уподобання — температура у номері, вибір напоїв і навіть тип постільної білизни, що допомагає зробити перебування максимально комфортним [38].

Аналіз глобальних тенденцій показує, що персоналізація сервісу дозволяє готельним підприємствам виділитися серед конкурентів на ринку міжнародного готельного бізнесу. В умовах значної конкуренції та стрімкого зростання очікувань клієнтів індивідуальний підхід стає необхідним інструментом для залучення та утримання гостей. Сегментуючи клієнтів за їх перевагами та поведінкою, міжнародні готельні мережі можуть розробляти спеціальні пропозиції, які задовольняють конкретні потреби кожного клієнта, чи то відпочинок, бізнес-поїздка чи святкування особливих подій [28, с. 15–19; 4; 6, с. 127–135].

6. Важливість даних та аналітики для персоналізації. Основою успішної персоналізації є збирання та аналіз даних про клієнтів. Завдяки сучасним технологіям, таким як «Big Data» та штучний інтелект, готельні підприємства можуть збирати та обробляти великі обсяги інформації про переваги гостей, їх історію бронювань, улюблені послуги та кращі способи спілкування. Ці дані дозволяють передбачити потреби клієнтів і пропонувати послуги ще до того, як вони самі запитують їх. Зокрема, готельна мережа «Marriott International» використовує системи аналітики для прогнозування переваг гостей на основі їхніх попередніх бронювань та поведінки, що дозволяє готелям пропонувати спеціальні акції або покращені варіанти номерів, виходячи з уподобань клієнтів, що підвищує рівень їх задоволення [56].

7. Персоналізований досвід за межами номера. Сучасні готелі прагнуть персоналізувати не тільки перебування у номері, але й загальний досвід. Зазначене може включати рекомендації щодо місцевих заходів, ресторанів та екскурсій, які відповідають інтересам гостя. Також, можна надати доступ до унікальних подій чи послуг, які відповідають індивідуальним запитам клієнта. Таким чином, готель стає не просто місцем проживання, але й часткою загального туристичного досвіду [17, с. 57–62; 22, с. 25–31].

Так, у готелях мережі «Holiday Inn» гості можуть отримати індивідуальні рекомендації щодо відпочинку в залежності від їх переваг. Наприклад, любителям активного відпочинку можуть запропонувати екскурсії, спортивні заходи, а тим, хто віддає перевагу релаксу – послуги SPA або екскурсії [48].

8. Багато готелів впроваджують інтерактивні платформи та мобільні програми, які дозволяють гостям самостійно контролювати всі аспекти свого перебування. Це може включати вибір часу прибирання номера, налаштування повідомлень про заходи у готелі або навіть вибір харчування через мобільний додаток. Такий підхід підвищує зручність для клієнта та дозволяє адаптувати послуги під його потреби в режимі реального часу. Наприклад, у готелях мережі «Accor» раніше згадана програма «Accor ALL» дозволяє відвідувачам заздалегідь вибрати зручний час для прибирання номера, зробити замовлення у ресторані або отримати персоналізовані рекомендації щодо розваг та дозвілля у готелі та його околицях [38].

9. Після пандемії COVID-19 акцент на гігієну та безпеку став невід'ємною частиною готельного сервісу. Готельні мережі повинні впроваджувати підвищені стандарти санітарії та забезпечувати безпеку своїх гостей, щоб створити комфортну атмосферу та відновити довіру. Одним із прикладів є впровадження посиленої дезінфекції загальних зон та номерного фонду. Багато готелів почали використовувати спеціалізовані дезінфікуючі засоби, а також проводити регулярну обробку приміщень за допомогою «УФ»-ламп для знищення вірусів та бактерій. Наприклад, такі бренди, як «Hilton» та «Marriott», розробили власні протоколи чистоти, включаючи додаткову дезінфекцію ключових зон, таких як дверні ручки, ліфти та перила [47; 56; 42].

Крім того, багато готелів запровадили додаткові заходи безпеки, такі як термометрія при вході, обов'язкове носіння масок для персоналу та гостей, а також організація дистанції у громадських зонах. Наприклад, готелі мережі «Hyatt» впровадили систему тер-

мометрії на вході та обмежили кількість людей у ліфтах та загальних зонах [52].

Насамкінець, готелі адаптувалися до нових вимог здоров'я та безпеки, пропонуючи високі стандарти гігієни та комфортного обслуговування. Ці заходи не тільки допомагають захистити здоров'я гостей, але й сприяють формуванню позитивного іміджу готелів за умов постпандемійної реальності [42].

Таким чином, персоналізація стає стратегічним пріоритетом для готельної індустрії, формуючи нові стандарти обслуговування та взаємодії з клієнтами. Готельні мережі, які активно впроваджують персоналізовані підходи, набувають значних конкурентних переваг, підвищують рівень лояльності та задоволеності клієнтів, а також покращують свою репутацію на міжнародному ринку гостинності [45, с. 118–147; 50].

#### ***4. Актуальні питання підготовки фахівців у міжнародній готельній індустрії***

У сучасній міжнародній готельній індустрії актуальність підготовки фахівців зумовлена кількома ключовими чинниками. По-перше, міжнародна індустрія гостинності продовжує зростати на глобальному рівні, і з цим зростанням з'являється потреба у висококваліфікованих фахівцях. Сучасні готелі і курорти вимагають не тільки знань у традиційних аспектах управління, але й навичок у сферах маркетингу, фінансів, управління якістю та інформаційних технологій. У зв'язку із цим, навчальні програми повинні адаптуватися до нових вимог ринку, щоб підготувати спеціалістів, які зможуть успішно впоратися з викликами сучасності [57, с. 51–53].

По-друге, міжнародна готельна індустрія стає все більш конкурентною. Підприємства гостинності прагнуть запропонувати унікальні послуги та досвід, щоб залучити більше клієнтів. Це потребує фахівців, які мають глибокі знання про культурні особливості різних ринків та здатні створювати персоналізовані пропозиції для гостей. Таким чином, підготовка фахівців повинна включати культурні аспекти та мовну підготовку, що дозволить краще розуміти потреби міжнародних клієнтів [46, с. 252–270; 45, с. 118–147; 29, с. 24–28].

Крім того відмітимо, що технологічний прогрес змінює «обличчя» сучасної міжнародної готельної індустрії (від автоматизації процесів до використання штучного інтелекту для аналізу даних). Тому, нові технології вимагають, щоб фахівці володіли сучасними інструментами та могли їх ефективно використовувати. Це зумовлює необхідність оновлення навчальних програм, щоб здобувачі

отримували знання про новітні технології, які будуть визначати майбутнє розвитку міжнародної готельної індустрії [30, с. 255–258].

Зрештою, важливим аспектом є розвиток «м'яких навичок» (soft skills), таких як комунікація, командна робота та управління конфліктами. В умовах зростаючої глобалізації, фахівці повинні вміти ефективно працювати в мультикультурних командах і забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів. Зазначені навички стають вирішальними у створенні позитивного іміджу готелю та забезпеченні лояльності клієнтів. Таким чином, актуальність дослідження підготовки фахівців у міжнародній готельній індустрії полягає у необхідності адаптації освітніх програм до швидко змінюваного середовища і вимог індустрії гостинності, що забезпечить успішну кар'єру нових фахівців [12, с. 241–246].

Сьогодні у міжнародній готельній індустрії спостерігаються кілька ключових тенденцій у підготовці фахівців:

1. Акцент на технологічну освіту стає все більш важливим. Наприклад, вивчення систем управління готелями, автоматизації процесів і аналітики даних дозволяє фахівцям ефективно використовувати новітні технології для покращення обслуговування клієнтів. Багато закордонних та вітчизняних навчальних закладів вже впроваджують курси з інформаційних технологій та управління даними у свої програми навчання [19, с. 187–192].

2. Зростає увага до розвитку «м'яких навичок». Комунікація, лідерство та навички роботи в команді стають важливими аспектами підготовки. Наприклад, програми стажування, які включають роботу у різноманітних командах, допомагають здобувачам освіти розвивати зазначені навички на практиці, готуючи їх до реальних викликів в індустрії гостинності та туризму [57, с. 51–53].

3. Значну роль відіграє акцент на сталий розвиток та екологічні практики у міжнародному готельному бізнесі. Багато готелів впроваджують екологічні ініціативи, і фахівці повинні бути готові до їх реалізації. Наприклад, програми підготовки можуть включати курси з управління сталим розвитком і екологічними технологіями, що дозволяє здобувачам впроваджувати зазначені принципи у свою роботу [41, с. 12–19].

4. Останнім часом зростає інтерес до міжкультурної компетентності. У глобалізованому світі фахівці повинні розуміти культурні відмінності та потреби різних клієнтів. Наприклад, навчальні програми з готельно-ресторанного бізнесу часто включають вивчення іноземних мов і культурних аспектів обслуговування, що дозволяє здобувачам краще взаємодіяти з міжнародною ауди-

торією. Зазначені тенденції свідчать про необхідність адаптації освітніх програм до швидкозмінюваних умов індустрії гостинності [39, с. 7–14].

5. Важливим аспектом підготовки фахівців у міжнародній готельній індустрії є інтеграція практичного досвіду в навчальний процес. Багато навчальних закладів укладають партнерства з готелями, що дозволяє здобувачам освіти проходити стажування і отримувати реальний досвід роботи під час навчання. Наприклад, програми дуальної освіти дають можливість здобувачам поєднувати теоретичне навчання з практичними завданнями в реальних умовах, що значно покращує їх готовність до роботи у галузі [13, с. 239–242].

6. Акцент на інноваціях у сервісі. Сучасні готелі впроваджують нові підходи до обслуговування клієнтів, такі як персоналізовані пропозиції на основі аналітики даних. Фахівці, які вміють працювати з зазначеними інструментами, мають велику конкурентну перевагу. Наприклад, навчання методам використання штучного інтелекту для покращення взаємодії із клієнтами стає все більш поширеним у програмах підготовки здобувачів освіти [10, с. 221–225].

Крім того, інклюзивність та різноманітність у готельному бізнесі стають все більш важливими темами. Фахівці повинні бути готові працювати в багатокультурних командах та враховувати різноманітні потреби клієнтів. Багато навчальних закладів включають в навчальний план теми, пов'язані з управлінням різноманітністю та інклюзивними практиками, що підвищує готовність випускників до роботи в сучасному глобальному середовищі [12, с. 241–246].

Отже, підготовка фахівців у міжнародній готельній індустрії сьогодні відбувається у контексті швидких змін і нових вимог ринку. Використання технологій, розвиток м'яких навичок, практичний досвід, інноваційні підходи та акцент на інклюзивність — все це формує сучасний підхід до навчання, який здатен підготувати спеціалістів до викликів і можливостей, що постають у динамічному світі міжнародного готельного бізнесу.

У контексті дослідження, також актуальним є порівняння досвіду країн ЄС та України у сфері підготовки фахівців готельного бізнесу. Зокрема, варто виокремити кілька ключових аспектів, що відображають як спільні риси, так і суттєві відмінності:

1. У країнах ЄС існує чітка система вищої освіти в галузі готельного бізнесу, яка включає в себе розвинені спеціалізовані навчальні програми, що враховують потреби індустрії. Багато університетів і коледжів пропонують спеціалізації, які охоплюють

різноманітні аспекти управління готелями, включаючи: менеджмент, маркетинг, фінанси та управління якістю. У таких країнах, як Швейцарія та Німеччина, навчання часто супроводжується стажуваннями в престижних міжнародних готельних ланцюгах, що дозволяє здобувачам освіти отримати цінний практичний досвід. В Україні ж система підготовки фахівців європейського зразка тільки починає формуватися, впроваджуючи міжнародні стандарти навчання та практики стажувань [13, с. 239–242].

2. Акцент у навчанні на інноваційних технологіях і новітніх методах обслуговування у країнах ЄС є значно більшим. Тут активно впроваджуються курси з використання штучного інтелекту, аналітики даних і цифрових технологій в управлінні готелями. В Україні зазначені тенденції тільки починають набирати популярність. Досвід країн ЄС свідчить про важливість підготовки фахівців, які можуть впроваджувати новітні технології для підвищення якості обслуговування [19, с. 187–192; 30, с. 255–258].

3. Питання інклюзивності та різноманітності в підготовці фахівців у країнах ЄС також займає важливе місце. Багато навчальних закладів інтегрують теми культурної компетенції та управління різноманітністю у свої навчальні програми, що готує здобувачів освіти до роботи в мультикультурному середовищі. В Україні це питання залишається на стадії розвитку, і хоча інклюзивність починає ставати важливим аспектом, ще потрібен час для того, щоб ці принципи були реалізовані у вітчизняних освітніх програмах [12, с. 241–246].

4. У країнах ЄС багато навчальних закладів отримують міжнародні акредитації, які підтверджують якість освіти та відповідність світовим стандартам. Це не тільки підвищує престиж навчальних закладів, але й відкриває здобувачам освіти доступ до глобальних можливостей працевлаштування. У свою чергу, в Україні акредитації зазвичай обмежуються національними стандартами, хоча деякі університети починають активно шукати міжнародних партнерів. Наприклад, співпраця з закордонними університетами може сприяти обміну програмами та досвідом, проте ця практика ще не є масовою [13, с. 239–242].

5. У країнах ЄС існує тісна співпраця між освітніми установами та індустрією гостинності та туризму. Багато навчальних програм розробляються у тісній взаємодії з провідними готельними мережами, що дозволяє формувати курси, які відповідають актуальним вимогам ринку. В Україні така співпраця тільки починає набирати обертів, і багато навчальних закладів ще не мають

системних зв'язків із міжнародними готельними ланцюгами. Зазначене обмежує можливості здобувачів освіти для практичного навчання та стажувань [14, с. 82–86; 12, с. 241–246].

6. Важливим аспектом є соціальна відповідальність і етика ведення бізнесу. У країнах ЄС освіта у галузі готельного бізнесу часто включає теми, пов'язані із сталим розвитком, соціальною відповідальністю та етичними стандартами в обслуговуванні. Здобувачі освіти навчаються не тільки надавати послуги, але й враховувати вплив своєї роботи на громаду та навколишнє середовище. В Україні це питання поступово стає актуальним, але ще потребує більшої уваги у навчальних програмах [39, с. 7–14].

7. Сучасні тенденції, такі як онлайн-освіта та «гібридні» форми навчання, активно розвиваються в країнах ЄС, що дозволяє здобувачам освіти гнучко поєднувати навчання з роботою. В Україні ця тенденція також зростає, особливо після пандемії COVID-19, але поки що не досягла такого рівня розвитку. Використання онлайн-інструментів може стати важливим елементом у підготовці майбутніх фахівців, надаючи їм доступ до якісних ресурсів та можливостей для самостійного навчання [57, с. 51–53; 30, с. 255–258].

Таким чином, порівняння досвіду підготовки фахівців у сфері міжнародного готельного бізнесу у країнах ЄС та Україні вказує на певні недоліки та можливості для розвитку. Україні варто зосередитися на інтеграції міжнародних стандартів, розвитку партнерства з міжнародними готельними мережами та впровадженні інноваційних підходів у навчання, щоб успішно конкурувати на глобальному ринку готельних послуг. Хоча в Україні вже спостерігається певний прогрес у підготовці фахівців готельного бізнесу, країни ЄС мають більш зрілу та систематизовану модель, яка враховує вимоги сучасної індустрії гостинності. Тому, важливо продовжувати інтеграцію міжнародних стандартів та практик, щоб покращити якість підготовки вітчизняних кадрів та задовольнити потреби зростаючого ринку міжнародного готельного бізнесу [36, с. 124–130; 4; 18, с. 25–30; 13, с. 239–242].

Зауважимо, що підготовка фахівців у міжнародній готельній індустрії стикається з кількома суттєвими проблемами, які можуть вплинути на якість освіти та конкурентоспроможність випускників:

По-перше, недостатня інтеграція практичного досвіду у навчальні програми. Багато здобувачів освіти отримують теоретичні знання, але не мають можливості застосувати їх на практиці. Зазначене може призвести до того, що випускники будуть не готові до ре-

альних умов праці. Для вирішення цієї проблеми можна розвивати партнерства між навчальними закладами та готельними мережами. Так, франчайзинг як метод організації, дозволяє швидше масштабувати бізнес, об'єднуючи навчальні програми з практичними потребами готелів. Це може допомогти у підготовці спеціалістів, які відповідають стандартам і вимогам франчайзера, забезпечуючи таким чином високу якість обслуговування та інноваційні підходи у готельній індустрії [39, с. 7–14; 31, с. 68–75; 34; 35; 25, с. 87–91].

По-друге, швидкий розвиток технологій вимагає від фахівців нових знань та навичок. Щоб випускники могли конкурувати на ринку праці, навчальні заклади повинні постійно оновлювати свої курси, включаючи новітні технології, такі як автоматизація процесів, управлінські системи і аналітика даних. Введення регулярних тренінгів та семінарів за участю експертів з індустрії гостинності може допомогти здобувачам освіти отримати актуальні знання. Наприклад, організація воркшопів з використання сучасних CRM-систем у міжнародному готельному бізнесі [57, с. 51–53].

По-третє, розвиток м'яких навичок, таких як комунікація, лідерство та управління конфліктами, часто залишається поза увагою у навчальних програмах. Для покращення цієї ситуації навчальні заклади можуть інтегрувати тренінги та рольові ігри, що дозволяють здобувачам освіти розвивати ці навички в умовах, наближених до реальних. Наприклад, проведення симуляційних ігор, де здобувачі освіти можуть відпрацьовувати навички взаємодії з клієнтами та вирішення конфліктних ситуацій [30, с. 255–258; 13, с. 239–242].

По-четверте, недостатня увага до питань сталого розвитку та соціальної відповідальності може вплинути на імідж та конкурентоспроможність готелів. Важливо, щоб програми навчання включали теми сталого управління та етичного бізнесу. Наприклад, впровадження курсів, присвячених екологічним практикам у готельному бізнесі, може допомогти здобувачам освіти зрозуміти важливість цих питань і підготувати їх до роботи в умовах, де такі аспекти стають все більш актуальними [39, с. 7–14; 41, с. 12–19].

По-п'яте, важливо також звернути увагу на проблему відсутності чіткої кар'єрної орієнтації та консультацій для здобувачів освіти. Багато молодих людей не мають уявлення про можливості, які відкриває для них професія у сфері готельного бізнесу, і як вибрати свій шлях у цій багато спеціалізованій індустрії. Для вирішення зазначеної проблеми навчальні заклади можуть впровадити програми кар'єрного консультування, що включають зустрічі

з професіоналами галузі, проведення ярмарків вакансій і воркшопів. Наприклад, організація регулярних зустрічей з представниками готельних мереж, де здобувачі освіти можуть дізнатися про різні кар'єрні можливості, може суттєво допомогти у виборі професійного шляху [45, с. 118–147; 57, с. 51–53].

По-шосте, серйозною проблемою є нерівномірність доступу до якісної освіти. У великих містах, де зосереджені провідні навчальні заклади, здобувачі освіти мають кращі можливості для отримання якісної освіти. Проте у регіонах ситуація часто значно гірша. Щоб вирішити цю проблему, навчальні заклади можуть використовувати дистанційні формати навчання, які дозволяють здобувачам освіти з віддалених місць отримувати знання без необхідності переїзду. Наприклад, розробка онлайн-курсів з готельного управління, доступних для всіх бажаючих, може суттєво покращити ситуацію [29, с. 24–28].

Також варто враховувати, що конкуренція на міжнародному ринку готельного бізнесу постійно зростає, і випускники повинні мати унікальні навички, щоб виділитися серед інших. Це вимагає від навчальних закладів акцентувати увагу на розвитку спеціалізацій, які відрізняють їх випускників. Наприклад, впровадження курсів з фокусом на ексклюзивні послуги, такі як управління розкішними готелями або екотуризмом, може стати конкурентною перевагою [57, с. 51–53].

Загалом, вирішення зазначених проблем вимагає тісної співпраці між освітніми установами, індустрією та державними структурами. Спільна робота над розробкою навчальних програм, впровадженням практичних курсів і розвитку кар'єрних можливостей може створити міцний фундамент для підготовки фахівців, які відповідатимуть вимогам сучасного міжнародного ринку готельних послуг. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку індустрії у цілому і підвищить її конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Як зазначалося вище, розвиток м'яких навичок (soft skills) у міжнародній готельній індустрії є надзвичайно важливим, оскільки вони безпосередньо впливають на якість обслуговування та загальний успіх готельних закладів. У сучасному світі, де клієнти очікують не тільки якісних послуг, але й індивідуального підходу, м'які навички, такі як: комунікація, командна робота та управління конфліктами, стають ключовими для досягнення високих стандартів обслуговування [39, с. 7–14].

Зокрема, ефективна комунікація є основою будь-якої взаємодії з клієнтами. У міжнародній готельній індустрії, де гості є

представниками різних країн, культур та традицій, важливо вміти спілкуватися зрозуміло і чітко. Наприклад, у готельній мережі «Hilton» співробітники проходять спеціальні тренінги з міжкультурної комунікації, що дозволяє їм краще розуміти потреби гостей з різних культур і адаптувати свій підхід. Це допомагає уникнути непорозумінь і забезпечити високу якість обслуговування [29, с. 24–28; 47].

Командна робота дозволяє ефективно обслуговувати гостей і швидко реагувати на їхні запити. Наприклад, у готелях мережі «Marriott» співробітники проходять навчання, яке включає вправи на командну взаємодію, що допомагає їм працювати злагоджено під час пікових навантажень, таких як проведення великих заходів або конференцій [57, с. 51–53; 56].

Управління конфліктами є ще однією важливою навичкою «soft skills», оскільки в сфері гостинності можуть виникати різні ситуації, що потребують делікатного вирішення. Співробітники повинні вміти слухати клієнтів, висловлювати співчуття і знаходити компромісні рішення. Наприклад, у готелях мережі «Accor» проводяться тренінги з управління конфліктами, на яких працівники вчаться, як ефективно вирішувати проблеми, що виникають у взаємодії з клієнтами, таких як незадоволеність з приводу номера чи послуг [38; 39, с. 7–14].

Таким чином, розвиток м'яких навичок у міжнародній готельній індустрії є критично важливим для забезпечення високого рівня обслуговування та створення позитивного іміджу готелів. Інвестуючи у навчання своїх співробітників, готелі можуть значно підвищити лояльність клієнтів, покращити свою репутацію та забезпечити стабільний успіх у конкурентному середовищі.

Також, окремо необхідно розглянути дуальну форму освіти в міжнародній готельній індустрії, яка сьогодні є важливим підходом, що поєднує теоретичне навчання з практичним досвідом. Цей формат освіти дозволяє здобувачам отримувати знання у навчальних закладах і одночасно працювати в реальних умовах готельного бізнесу. Основні аспекти використання дуальної форми освіти наступні [29, с. 24–28; 57, с. 51–53]:

1. Поєднання теорії та практики, тобто здобувачі освіти отримують базові знання в академічних закладах, вивчаючи управління готелями, маркетинг, фінанси та обслуговування клієнтів. Водночас, під час практичних занять у готелях вони застосовують ці знання на практиці, що допомагає їм краще зрозуміти специфіку роботи в індустрії гостинності;

2. Стажування у партнерських готелях. Багато навчальних закладів укладають угоди з міжнародними готельними мережами, що дозволяє здобувачам освіти проходити стажування у великих готелях та курортах. Наприклад, здобувачі освіти готельних шкіл, таких як «Les Roches» або «Glion», мають можливість стажуватися в престижних готелях по всьому світу, що надає їм цінний досвід і можливість створення професійних контактів;

4. Розвиток навичок «soft skills». Як вже зазначалося вище, під час роботи в реальних умовах здобувачі освіти не тільки отримують технічні навички, але й розвивають важливі м'які навички, такі як комунікація, управління часом і командна робота. Це є особливо важливим у сфері гостинності, де взаємодія з клієнтами є ключовим аспектом успіху;

5. Дуальна освіта дозволяє здобувачам освіти швидше адаптуватися до змін у галузі, таких як нові технології або зміни в споживчих вподобаннях. Це забезпечує їх конкурентоспроможність на ринку праці.

Відмітимо найкращі приклади міжнародних програм дуальної освіти у готельно-ресторанному бізнесі [13, с. 239–242; 29, с. 24–28]:

- «Swiss Hotel Management School» – програма навчального закладу включає у себе стажування у міжнародних готельних мережах, що дозволяє здобувачам освіти отримати цінний досвід у таких готельних брендах, як «Hilton» або «Marriott»;
- «University of Surrey» – пропонує стажування у готелях та ресторанах, забезпечуючи здобувачів освіти реальними практичними навичками.

Таким чином, дуальна форма освіти в міжнародній готельній індустрії є ефективним підходом, який забезпечує здобувачів освіти необхідними знаннями і практичними навичками. Це допомагає їм стати конкурентоспроможними фахівцями, готовими до роботи в динамічному та різноманітному середовищі міжнародної індустрії гостинності.

Отже, підготовка фахівців у міжнародній готельній індустрії має багато перспектив, які можуть суттєво вплинути на розвиток галузі у майбутньому. По-перше, зростаюча популярність онлайн-навчання та гібридних форм освіти відкриває нові можливості для здобувачів освіти. Це дозволяє їм отримувати знання з будь-якої точки світу, комбінуюючи теоретичні курси з практичним досвідом на місцях. Такі програми можуть бути адаптовані до потреб здобувачів освіти, враховуючи їхній досвід та цілі.

По-друге, зростання технологічних інновацій в індустрії гостинності вимагає від фахівців нових навичок. Впровадження автоматизації, штучного інтелекту та аналітики даних стає невід'ємною частиною управління сучасними готелями. У зв'язку з цим навчальні програми повинні включати курси з новітніх технологій, щоб підготувати здобувачів освіти до роботи з сучасними інструментами та системами, які використовуються у міжнародній індустрії гостинності.

По-третє, акцент на сталий розвиток і екологічні практики стає дедалі важливішим у міжнародній готельній індустрії. Фахівці повинні бути підготовлені до роботи в умовах, де екологічні аспекти враховуються в управлінні готелями. Навчальні програми можуть включати курси з управління сталим розвитком, що дозволить здобувачам освіти розуміти важливість екологічної відповідальності у міжнародному готельному бізнесі.

Нарешті, міжнародна готельна індустрія стає все більш глобалізованою, тому навички міжкультурної комунікації та адаптації стають критично важливими. Фахівці повинні вміти працювати в мультикультурних командах та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів з різних країн. Включення цих аспектів у навчальні програми дозволить підготувати кадри, які зможуть успішно взаємодіяти з різними групами клієнтів та колег у міжнародному готельному бізнесі.

### ***5. Готельний бізнес в Україні та можливості інтеграції у міжнародний ринок гостинності***

Актуальність дослідження готельного бізнесу в Україні та його можливостей інтеграції до міжнародного ринку гостинності зумовлена декількома чинниками. По-перше, Україна має багату культурну та історичну спадщину, природні ресурси та різноманітні туристичні маршрути, що створює значний потенціал для розвитку туристичної галузі. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на міжнародному рівні важливо виявити, як українські готелі можуть адаптуватися до світових стандартів та залучати іноземний туризм.

По-друге, інтеграція у міжнародний ринок надає українським готелям можливість не тільки підвищити якість сервісу, але й використати сучасні технології та інновації в управлінні. Це особливо актуально у світлі змін у споживчих уподобаннях та тенденціях в індустрії гостинності. Дослідження найкращих практик міжнародних готельних брендів може допомогти українським підпри-

емствам покращити свої позиції та стати конкурентоспроможними на ринку гостинності [27, с. 207–212].

Крім того, розгляд можливостей інтеграції готельного бізнесу в міжнародний ринок є важливим з точки зору економічного розвитку країни. Збільшення потоку іноземних туристів сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню доходів та розвитку супутніх галузей, таких як транспорт та екскурсійні послуги. Таким чином, аналіз поточних трендів та стратегій інтеграції у міжнародний ринок гостинності не тільки сприяє розвитку готельного бізнесу, але й має широкі соціально-економічні наслідки для всієї країни.

Насамкінець, дослідження готельного бізнесу в Україні та його інтеграція в міжнародний ринок є важливим завданням, яке може дати цінні рекомендації для покращення конкурентоспроможності та сталого зростання цієї ключової галузі економіки [7, с. 310–313].

Можна виділити наступні тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні у контексті його інтеграції у міжнародний ринок гостинності:

1. Зростання інтересу до сталого туризму. Багато українських готелів починають впроваджувати практики сталого розвитку, такі як використання екологічно чистих матеріалів, енергоефективні технології та програми з утилізації відходів. Це відповідає світовим трендам та привертає увагу екологічно свідомих туристів. Сьогодні багато вітчизняних готелів почали впроваджувати практики, які відповідають світовим трендам у галузі екології та сталого розвитку. Наприклад, численні готельні комплекси у Карпатах використовують деревину місцевого виробництва та природні оздоблювальні матеріали, що знижує вуглецевий слід [53, с. 99–104].

Готельні комплекси Прикарпаття впроваджують програми з роздільного збору сміття та переробки відходів. Це допомагає не тільки знизити негативний вплив на навколишнє середовище, але й залучити туристів, які цінують екологічні ініціативи. Також, багато готелів Закарпаття почали використовувати місцеві продукти у своїх ресторанах [55, с. 13–19].

Зазначені ініціативи не тільки допомагають зберегти довкілля, але й створюють позитивний імідж готелів, що приваблює екологічно свідомих туристів. Стійкий туризм стає важливим фактором вибору для багатьох мандрівників, і вітчизняні готелі, вживаючи цих заходів, демонструють свою готовність до інтеграції у міжнародний ринок гостинності.

2. Впровадження сучасних технологій, таких як мобільні додатки для бронювання, безконтактна реєстрація та використання штучного інтелекту для покращення клієнтського сервісу, допомагає українським готелям відповідати міжнародним стандартам та підвищувати ефективність роботи [8, с. 177–179; 10, с. 221–225].

Сьогодні цифровізація та впровадження сучасних технологій стають ключовими факторами у розвитку готельного бізнесу в Україні. Ці зміни не тільки підвищують ефективність роботи готелів, але й покращують якість обслуговування, відповідаючи міжнародним стандартам та очікуванням клієнтів. Так, однією з яскравих тенденцій є використання мобільних програм для спрощення процесу бронювання. Багато українських готелів, пропонують власні додатки, які дозволяють користувачам легко знаходити доступні номери, переглядати спеціальні пропозиції та здійснювати бронювання в кілька «кліків». Це робить процес зручним і швидким, що особливо цінується сучасними туристами, які воліють все робити за допомогою смартфонів. Наприклад, «Fairmont Grand Hotel Kyiv» пропонує інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, де користувачі можуть фільтрувати результати за різними критеріями — від типу номера до цінового діапазону. Це дозволяє заощадити час та уникнути непотрібної метушні [43].

Крім того, мобільні програми часто містять спеціальні пропозиції та акції, які доступні тільки через них. Це може бути, наприклад, знижка на перше замовлення або бонусні ночі за тривалого перебування. Завдяки цьому гості отримують додаткові стимули використовувати саме додаток, що робить процес бронювання не тільки зручним, але й вигідним.

У разі постпандемійної реальності безконтактна реєстрація стала невід'ємною частиною обслуговування у вітчизняному готельному бізнесі. Такі готелі, як «Radisson Blu» (Буковель), впровадили системи, що дозволяють гостям реєструватися через мобільні пристрої або термінали самообслуговування. Це не тільки прискорює процес реєстрації, але й знижує ризики передачі інфекцій, що особливо важливо у сучасних умовах [42; 55, с. 13–19].

Ще однією важливою особливістю безконтактної реєстрації є можливість інтеграції з іншими сервісами, такими як оплата послуг та доступ до додаткових функцій. Гості можуть керувати своїми резерваціями, замовляти послуги номера або отримувати інформацію про спеціальні пропозиції, не виходячи із програми. Це створює цілісний та сучасний досвід перебування, що особливо цінується туристами, які прагнуть максимального комфорту та безпеки [32; 8, с. 177–179].

Таким чином, безконтактна реєстрація стає не тільки відповіддю на виклики часу, а й важливим елементом, що сприяє підвищенню якості обслуговування у вітчизняних готелях. Впроваджуючи ці технології, готельні підприємства демонструють свою готовність адаптуватися до нових реалій міжнародного готельного бізнесу і задовольняють вимоги сучасних мандрівників.

3. Штучний інтелект (ШІ) також почав відігравати важливу роль у вітчизняному готельному бізнесі. Наприклад, деякі готелі використовують чат-боти для автоматизації спілкування з клієнтами. Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» впровадив AI-рішення для обробки запитів клієнтів, що дозволяє надавати миттєві відповіді на питання, що часто задаються, і покращувати клієнтський сервіс. Такі технології дозволяють готелям бути більш доступними та чуйними до потреб гостей [43; 10, с. 221–225].

Таким чином, цифровізація та впровадження сучасних «розумних» технологій стають важливими аспектами успішного функціонування готельного бізнесу в Україні. Це не тільки підвищує рівень обслуговування, але й зміцнює конкурентоспроможність українських готелів на міжнародній арені, дозволяючи їм залучати більше туристів та відповідати глобальним стандартам сучасності [19, с. 187–192].

4. Адаптація до міжнародних стандартів. Сьогодні, вітчизняні готелі активно працюють над покращенням якості обслуговування, відповідністю міжнародним стандартам та впровадженням нових послуг. Відмітимо, що адаптація до міжнародних стандартів стала важливою стратегією українського готельного бізнесу за останні десять років після підписання «Угоди про Асоціацію з ЄС» та дозволяє йому успішно конкурувати на міжнародному ринку гостинності [36, с. 124–130].

Так, одним із помітних напрямків є розвиток «wellness-програм». Наприклад, згаданий вище готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» пропонує різноманітні SPA-процедури, оздоровчі та фітнес-програми, що відповідають світовим трендам. Гості можуть насолодитися комплексними процедурами, включаючи масажі, догляд за шкірою та заняття йогою, що робить перебування не тільки комфортним, але й оздоровчим [43].

Кулінарні пропозиції також стають важливим аспектом, де вітчизняні готелі прагнуть виділитись. Наприклад, ряд готелів пропонує унікальні гастрономічні тури та програми, де шеф-кухарі створюють меню з акцентом на місцеві продукти та кулінарні традиції. Це не тільки дозволяє гостям скуштувати страви україн-

ської кухні, але й відкриває можливість для участі у кулінарних майстер-класах, що додає інтерактивності та вражень. Культурні заходи, такі як виставки, концерти та майстер-класи, також активно впроваджуються у готелях. [53, с. 99–104; 46, с. 252–270].

Вітчизняні готелі також звертають увагу на відповідність міжнародним стандартам обслуговування. Навчання персоналу, впровадження системи управління якістю та регулярні аудити допомагають підтримувати високий рівень сервісу. Наприклад, багато готелів сертифікуються за стандартами «ISO», що підкреслює їхню відданість якості та професіоналізму [20, с. 49–63; 18, с. 25–30].

Також відмітимо, що за останнє десятиліття спостерігалось збільшення числа міжнародних готельних брендів в Україні, що сприяло обміну досвідом та підвищенню стандартів обслуговування. Це також приваблює іноземних туристів та інвесторів [4; 6, 127–135].

Таким чином, адаптація до міжнародних стандартів у поєднанні з унікальними пропозиціями дозволяє вітчизняним готелям не тільки підвищити рівень сервісу, але й створити привабливий імідж на міжнародній туристичній арені. Такі кроки відкривають нові можливості для залучення клієнтів та зміцнення позицій на ринку міжнародного гостинності [54, с. 67–89].

5. Розвиток внутрішнього туризму. В умовах нестабільної міжнародної ситуації пов'язаної з пандемією та війною, внутрішній туризм в Україні починає набувати дедалі більшої популярності. Готелі та туристичні компанії активно адаптують свої пропозиції, створюючи спеціальні пакети та програми, які орієнтовані на місцевих мандрівників. Зазначене допомагає місцевим мешканцям відкрити нові знання про різні аспекти рідного краю та підтримати місцеву економіку. Гостям надається можливість брати участь в організованих турах історичними місцями та культурними пам'ятками, що робить подорож більш насиченою [60, с. 99; 17, с. 57–62].

Таким чином, розвиток внутрішнього туризму в Україні стає важливим напрямком розвитку для готельного бізнесу. Адаптація пропозицій під потреби місцевих мандрівників не тільки підтримує економіку, але й сприяє популяризації внутрішнього туризму як цікавого та різноманітного способу відпочинку.

6. Фокус на цифровому маркетингу. Вітчизняні готелі активно використовують соціальні мережі та онлайн-платформи для просування своїх послуг в інтернеті, що дозволяє їм виходити на міжнародну аудиторію та залучати туристів із різних країн [8, с. 177–179].

Такі готелі як «Fairmont Grand Hotel Kyiv», активно використовують платформи «Instagram», «Facebook» і «TikTok» для створення візуально привабливого контенту. Регулярні пости з фотографіями інтер'єрів, страв із ресторанів та унікальних пропозицій допомагають створити образ закладу та привертають увагу користувачів. Також, готельні заклади можуть запускати конкурси та акції, які мотивують гостей ділитися своїми враженнями, що збільшує охоплення та сприяє формуванню позитивного іміджу [43].

Таким чином, фокус на цифровому маркетингу дозволяє вітчизняним готелям не тільки адаптуватися до сучасних умов, але й успішно залучати міжнародну аудиторію, створюючи при цьому унікальний досвід для своїх гостей.

В умовах кризи, спричиненої війною та пандемією, готельний бізнес в Україні стикається із серйозними викликами. З початку 2022 року змінився характер попиту: внутрішні переселенці створили необхідність у тимчасових розміщеннях та послугах харчування, проте малі та середні готелі залишаються фінансово вразливими [26; 33].

За інформацією Обласних воєнних адміністрацій (ОВА) та Територіальних громад (ТГ) до основних перешкод, що заважають стабілізації розвитку вітчизняного готельного бізнесу та післявоєнного відновлення сектору гостинності відносять:

- розлад ланцюгів постачання (87,5% (ОВА) та 51,6% (ТГ));
- недостатня кількість платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку (68,8% та 57,9%);
- невизначеність у розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку індустрії гостинності (56,3% та 57,9%);
- нестача кваліфікованих працівників (68,8% та 34,1%);
- недостатність капіталу (65,3% та 44,4%) (Рис. 3.2.1) [3; 51, с. 78–84].

Таким чином, для стійкого відновлення готельного сектора необхідно не тільки адаптуватися до нових умов, але й забезпечити комплексну підтримку з боку держави. Зазначене має включати фінансову допомогу та програми підготовки кадрів, щоб впоратися з дефіцитом кваліфікованих працівників. Такі заходи допоможуть вітчизняному готельному бізнесу не тільки вижити в умовах кризи, але й закласти основи для майбутнього зростання та розвитку [21, с. 45–52; 2].

Зазначені дані наголошують на критичних проблемах, з якими стикається готельний бізнес в Україні. Високий відсоток респондентів, які відзначають брак платоспроможних клієнтів та

розлади ланцюгів постачання, говорить про те, що навіть за наявності попиту, готельні заклади мають труднощі із забезпеченням необхідних ресурсів. Непередбачуваність ситуації та кадрова нестача створюють додаткові бар'єри, що потребує більш активної та цілеспрямованої підтримки з боку держави [1; 3; 51, с. 78–84].

Таким чином, розглянуті дані ілюструють необхідність комплексного підходу до відновлення готельної галузі, де стратегічне планування, підтримка та розвиток людських ресурсів будуть ключовими факторами для досягнення стійкості та зростання у майбутньому.

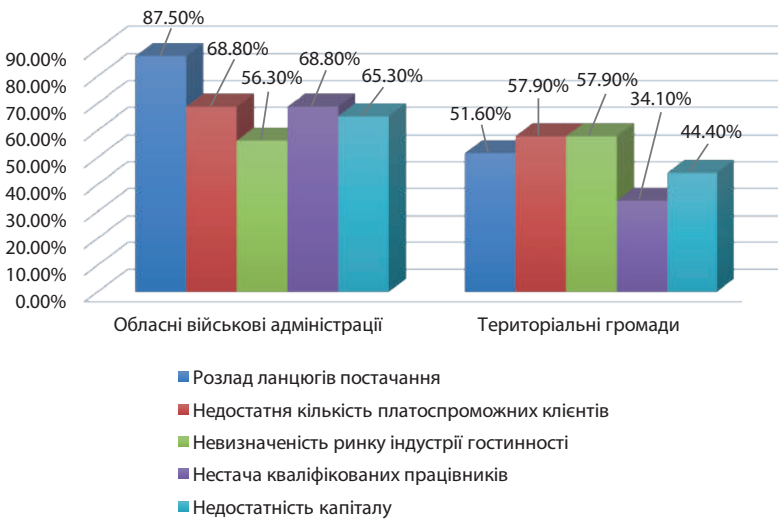


Рисунок 3.2.1. Основні перешкоди для стабілізації розвитку готельно-ресторанного бізнесу України в період відновлення

Джерело: Дослідження стану та потреб малого та середнього бізнесу в Україні за оцінкою місцевих громад та обласних військових адміністрацій. URL: <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/doslidzenna-stanu-ta-potreb-msb-v-ukraini-za-ocinkou-teritorialnih-gromad-ta-ova>

В умовах війни готельний бізнес в Україні стикається з кількома основними проблемами, які торкаються близько 80,4% підприємств у цій сфері [51, с. 78–84; 21, с. 45–52]:

1. Високі витрати на ресурси. Витрати на обладнання, розширення номерного фонду, рекламу і маркетинг залишаються значними. Ці витрати можуть призвести до підвищення цін на послуги, що, у свою чергу, може знизити потік клієнтів та обмежити потенційний попит.

2. Невизначеність та нестабільність. Військові дії країни створюють атмосферу невизначеності, викликаючи занепокоєння як серед персоналу, так і серед клієнтів. Це призводить до непередбачуваності у туристичному потоці та зниження попиту на послуги гостинності, а також до перебоїв у постачанні продуктів та загрози безпеці для працівників і гостей.

3. Нестача кваліфікованого персоналу. Сучасні клієнти приходять з високими вимогами, які включають не тільки безпеку перебування та наявність укриттів, але й якісне харчування, можливість отримати психологічну підтримку та безперервний доступ до онлайн-сервісів. Нестача кваліфікованого персоналу ускладнює задоволення зазначених потреб.

4. Нові вимоги законодавства. У контексті євроінтеграції України виникає необхідність адаптації до нових стандартів, що потребує дотримання європейських норм у готельно-ресторанному бізнесі. Це включає дотримання стандартів якості послуг та управління безпекою харчових продуктів (НАССР), що вимагає додаткових витрат на навчання персоналу та впровадження нових систем.

5. Потреба державної підтримки. Підприємці вважають за необхідне розробку заходів на рівні держави для залучення закордонних інвестицій у сектор гостинності та туризму, а також створення програм підтримки, які допоможуть відновити галузь у післявоєнний період та підтримувати її функціонування вже зараз. Потрібні конкретні рішення, які матимуть реальний ефект, а не залишаться тільки на папері.

Зазначені проблеми наголошують на критичних викликах, з якими стикається вітчизняний готельний бізнес в умовах кризи. Високі витрати та невизначеність створюють нестабільне фінансове середовище, яке ускладнює планування та розвиток. Нестача кваліфікованого персоналу посилює ситуацію, оскільки сучасні вимоги клієнтів стають дедалі більш складними та багатограними.

Крім того, нові законодавчі норми вимагають не тільки адаптації, але й значних фінансових вкладень, що додає додатковий тягар підприємцям. У таких умовах державна підтримка стає життєво важливою. Програми, спрямовані на залучення інвестицій та допомогу у реалізації нових стандартів, можуть стати каталізатором відновлення готельного сектора [2].

Таким чином, для успішного подолання поточних труднощів та забезпечення сталого зростання в майбутньому, необхідно створити комплексний підхід, який би враховував потреби бізнесу та підтримував його розвиток в умовах сучасних викликів.

У контексті теми, також важливим є розглянути розвиток вітчизняного готельного сектору в умовах євроінтеграції. Сьогодні ринок послуг гостинності, хоч і схильний до ризиків, демонструє здатність адаптуватися до змін, особливо у кризові часи, коли підтримка держави відіграє ключову роль. Водночас, Україна проходить через процеси євроінтеграції, які створюють нові вимоги та можливості для бізнесу [18, с. 25–30].

З 2012 року, згідно з наказом Міністерства аграрної політики, було запроваджено систему управління безпекою харчових товарів (НАССР), яка є принциповою вимогою ЄС. Однак досі ця система не впроваджена на всіх підприємствах, оскільки сприймається як бар'єр, а не крок до розвитку. Додаткові роз'яснення та підтримка у цій галузі могли б допомогти підприємцям усвідомити переваги системи, що, у свою чергу, прискорило перехід до забезпечення безпеки харчування та підвищило конкурентоспроможність їхніх послуг [51, с. 78–84].

Значною датою для України стало 16 вересня 2014 р., коли було ратифіковано Угоду про асоціацію з ЄС. Ця подія відкрила нові можливості для просування українських туристичних продуктів на європейському ринку та зміцнила позиції країни у сфері послуг гостинності [46, с. 252–270].

У 2017 році була прийнята Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка включає гармонізацію національних стандартів з міжнародними вимогами, розвиток мережі закладів з тимчасового розміщення та харчування, а також популяризацію українського туристичного продукту. Стратегія також передбачає узгодження кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти для підготовки фахівців у галузі туризму та курортів [51, с. 78–84; 12, с. 241–246; 13, с. 239–242].

Таким чином, дана стратегія (та подібні), спрямована на розвиток не тільки сфери гостинності, але й пов'язаних секторів, що сприяє співпраці між місцевими органами влади та малим і середнім бізнесом, створюючи тим самим можливості для залучення інвестицій та зростання [58, с. 119–137].

4 листопада 2020 року було ухвалено Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу», метою якого стало зменшення негативних наслідків коронавірусної кризи для готельного бізнесу. Відповідно до цього закону, до 1 січня 2023 року послуги з тимчасового розміщення в готелях оподатковуються за зниженою ставкою 7% [51, с. 78–84].

Після початку повномасштабної війни у 2022 р. було розроблено стратегічну «Дорожню карту» для відновлення малого та серед-

нього бізнесу у сфері туризму та гостинності на період з 2023 по 2033 рік. Цей проект реалізований за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) у рамках програми «Конкурентоспроможна економіка України». Ініціатива спрямована на відновлення бізнес-сфери у післявоєнний період, пропонуючи нові перспективи, такі як побудова готельно-ресторанної інфраструктури, що відповідає сучасним вимогам міжнародного ринку гостинності, а також розвиток конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та міждисциплінарної співпраці [2].

Таким чином, в історії українського готельного бізнесу ключовими моментами стали ратифікація Угоди про асоціацію з ЄС, ухвалення Стратегії розвитку туризму та курортів та податкова підтримка в умовах пандемії. Стратегічна «Дорожня карта», яка розроблена за підтримки USAID, відкриває нові можливості для модернізації галузі та підвищення її конкурентоспроможності на ринку міжнародного готельного бізнесу.

Важливо, щоб державна підтримка була синхронізованою із запровадженням законодавчих норм, які відповідають стандартам ЄС. Головним завданням залишається роз'яснення цих норм для підприємців, оскільки багато хто з них сприймає їх як перешкоди, а не як можливості. Вважаємо, що найближча співпраця між державою та бізнесом допоможе подолати непорозуміння та опір необхідним змінам.

Отже, у XXI столітті міжнародний готельний бізнес стикається з багатьма глобальними проблемами, які водночас відкривають нові можливості для його розвитку. Одним з основних викликів сучасності є вплив світових економічних змін, включаючи коливання фінансових курсів та економічні кризи, які можуть знижувати попит на туристичні послуги. Крім того, пандемія COVID-19 наголосила на вразливості готельного сектора, продемонструвавши необхідність перегляду ряду бізнес-моделей та впровадження інноваційних рішень.

Ще однією важливою проблемою є необхідність сталого розвитку та адаптації до змін клімату. Міжнародні готельні мережі стикаються із зростаючими вимогами з боку клієнтів та регуляторів щодо екологічної відповідальності. Це відкриває можливість для створення «зелених» готелів, які наголошують на стійких практиках та використанні екологічно чистих технологій.

Проте за умов різноманітних викликів також виникають й різноманітні перспективи. Цифровізація та використання нових технологій, таких як штучний інтелект та автоматизація, дозво-

ляють покращити клієнтський досвід та оптимізувати операції. Мобільні додатки та системи управління готелями допомагають готельним закладам пропонувати персоналізовані послуги та відмінно взаємодіяти з клієнтами.

Глобалізація та зростання внутрішнього туризму також створюють нові можливості для міжнародного готельного бізнесу. Розширення ринку та підвищення мобільності населення дозволяють готельним закладам пропонувати різноманітні послуги, адаптовані під запити різних груп клієнтів. Таким чином, незважаючи на існуючі виклики, готельний бізнес XXI століття має всі шанси на успішний розвиток за умови гнучкості та готовності до змін.

Насамкінець, глобальні проблеми міжнародного готельного бізнесу вимагають уважного аналізу та адаптації різних стратегій. Однак, у кожному виклику криється можливість для інновацій та зростання, що робить індустрію гостинності більш динамічною та здатною до сталого розвитку у майбутньому.

У контексті міжнародного готельного бізнесу відмітимо, що Україна також стикається з унікальними викликами, але водночас відкриває можливості для відновлення та розвитку сфери гостинності. Конфлікти, економічна нестабільність, яка пов'язана з війною та пандемія COVID-19 значно вплинули на туристичний сектор країни. Проте, за умов кризи уряд має можливість переосмислити свої стратегії та адаптуватися до нових реалій ринку міжнародного готельного бізнесу. По-перше, українські готелі можуть використати міжнародні тенденції до сталого розвитку та екологічної відповідальності. Розробка «зелених» ініціатив та впровадження екологічно чистих технологій можуть не тільки підвищити конкурентоспроможність, але й привернути увагу внутрішнього та міжнародного туриста, який стає дедалі усвідомленим у питаннях екології.

По-друге, цифровізація може стати ключем відновлення вітчизняного сектора. Використання нових технологій для автоматизації процесів, управління бронюваннями та надання персоналізованих послуг може покращити клієнтський досвід та підвищити ефективність роботи вітчизняних готелів. Україна, маючи сильний потенціал у IT-сфері, може інтегрувати сучасні рішення для оптимізації готельного бізнесу.

По-третє, відкриття нових напрямків внутрішнього туризму в умовах нестабільності на міжнародній арені дає можливість готельним підприємствам адаптуватись до потреб місцевих клієнтів. Створення унікальних пропозицій, гастрономічних турів та

«wellness-програми» може привернути увагу українських мандрівників, які шукають нових вражень усередині країни.

Зрештою, активна співпраця з міжнародними організаціями та державна підтримка можуть стати важливими чинниками для відновлення готельного сектору. Інвестиції в інфраструктуру, програми підготовки кадрів та маркетинг допоможуть вітчизняним готелям посісти гідне місце на міжнародній арені.

Таким чином, незважаючи на складні обставини, готельний бізнес в Україні має потенціал для трансформації та зростання. Відкритість до змін, готовність використовувати міжнародний досвід та активна державна підтримка можуть призвести до успішного відновлення та створення конкурентоспроможної галузі на ринку міжнародного готельного бізнесу у майбутньому.

### Список використаних джерел і літератури:

1. Державне агентство розвитку туризму. Динаміка податкових надходжень від регіонів за три квартали 2023. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-vid-regioniv-za-tri-kvartali-2023-roku> (дата звернення: 02. 09.2024).
2. Дорожня карта «Відновлення малого та середнього бізнесу в секторі туризму та гостинності в 2023–2033 рр.». URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf> (дата звернення: 03. 09.2024).
3. Дослідження стану та потреб малого та середнього бізнесу в Україні за оцінкою місцевих громад та обласних військових адміністрацій. URL: Available at: <https://business.diaa.gov.ua/cases/novini/doslidzennastanu-ta-potreb-msb-v-ukraini-za-ocinkou-teritorialnih-gromad-ta-ova> (дата звернення: 02. 09.2024).
4. Білан М.О. Готельні ланцюги: стан і перспективи розвитку. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/bilan.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bilan.htm). (дата звернення: 07.09.2024).
5. Білозубенко В., Поляков М., Шаблій С. Перспективи розвитку глобальної готельної індустрії. *Економічний простір*. 2021. № 165. С. 18–22.
6. Галасюк К.А. Готельні ланцюги в сучасній індустрії гостинності. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2012. №21(173). С.127–135.
7. Гальцова О., Юрченко Н. Основні аспекти туристичної галузі України в період євроінтеграції. *Приазовський економічний вісник. Класичний приватний університет*. 2019. Вип. 4(15). С. 310-313.
8. Годя І., Корсак Р., Зубак Н. Використання інтернет-ресурсів у діяльності готельно-ресторанних комплексів. *Розвиток сучасної освіти і науки:*

- результати, проблеми, перспективи. Том XV: Наукові пошуки в контексті викликів і конфліктів / [ред.: Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон : Посвіт, 2023. С. 177–179.
9. Годя І., Корсак Р. Індустрія гостинності: інноваційні рішення для устаткування готельно-ресторанного господарства. *Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція / Миколаївський нац. аграрний ун-т*, 2024. С. 105–107.
  10. Гуштан Т., Корсак Р. Роль VR та AR – технологій для розвитку воєнно-патріотичного туризму та готельно-ресторанного бізнесу. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II* / [ред.: В. Ільницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя : ВД «Гельветика», 2024. С.221–225.
  11. Каролоп О., Ревенко А. Міжнародний досвід управління готельним бізнесом та його впровадження в Україні. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. Вип.12 (24), 2021. URL: [http://doi.org/10.33296/2707-0654-12\(24\)-01](http://doi.org/10.33296/2707-0654-12(24)-01) (дата звернення: 02. 09.2024).
  12. Корсак Р. Готельно-ресторанна освіта у XXI столітті: ключові аспекти та перспективи підготовки фахівців. *Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики* : матеріали II Міжнар. наук. конф. (24–25 квітня 2024 р.). Ужгород : Вид-во УЖНУ «Говерла», 2024. С. 241–246.
  13. Корсак Р. Готельно-ресторанна освіта: використання європейського досвіду у навчальних програмах України. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II* / [ред.: В. Ільницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя : ВД «Гельветика», 2024. С. 239–242.
  14. Корсак Р. В. Інституційна організація туризму у ЄС: практика застосування в Україні. *Східноєвропейський історичний вісник*. Дрогобич : Посвіт, 2017. Вип. 2. С. 82–86.
  15. Корсак Р. Тенденції розвитку ділового туризму у світі. *Східноєвропейський історичний вісник*. Дрогобич : Посвіт, 2017. Вип. 3. С.118–123.
  16. Корсак Р., Годя І. Вимоги до сучасного устаткування у готельно-ресторанних комплексах. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки. Том II* / [Ред.: В. Ільницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя : ВД «Гельветика», 2024. С. 243–246.
  17. Корсак Р., Годя І. Шляхи залучення готельно-ресторанної інфраструктури в організацію історико-культурних заходів. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчен. Дрогобиц.*

- держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка / [ред.-упор. М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : ВД «Гельветика», 2022. Вип. 54. Том 1. С. 57–62.
18. Корсак Р., Годя І. Шляхи реформування готельно-ресторанної та туристичної індустрії України після отримання статусу кандидата у члени ЄС. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчен. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка* / [ред.-упор. М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : ВД «Гельветика», 2022. Вип. 55. Том 1. С. 25–30.
  19. Корсак Р.В., Гуштан Т.В., Годя І.М. Роль інноваційного устаткування як чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі в умовах євроінтеграції. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 87. С. 187–192.
  20. Корсак Р., Ільницький, В. Торгівля та готельно-туристична галузь Чехії у контексті євроінтеграції: можливості для українсько-чеської співпраці (2000–2019). *Axis Europaе*, 1, 2022. С. 49–63.
  21. Корсак Р., Світлинець О., Годя І. Післявоєнна стратегія відбудови готельного комплексу України в умовах євроінтеграції. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчен. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка* / [ред.-упор. М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : ВД «Гельветика», 2024. Вип. 72. Том 2. С. 45–52.
  22. Корсак Р., Світлинець О., Коваль О. Перспективні шляхи організації обслуговування у вітчизняній готельно-ресторанній індустрії в умовах розвитку євроінтеграційних процесів. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчен. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка* / [ред.-упор. М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич : ВД «Гельветика», 2022. Вип. 49. Том 1. С. 25–31.
  23. Кравець О. Інноваційні впровадження та їх вплив на підприємства готельного господарства. *Збірник виступів учасників XIII науково-практичної конференції здобувачів освіти вищих навчальних закладів Укоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства»*. Частина 1. Київ : НМЦ «Укоопосвіта», 2016. 184 с. С.140–143.
  24. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
  25. Мунін Г. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі : навч. посіб. Київ : Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, 2017. 259 с.
  26. На початку війни готельний бізнес України обвалився на 90%. Чи є надія на відновлення. URL: [http:// https://www.kyivpost.com/uk/post/26585](http://https://www.kyivpost.com/uk/post/26585) (дата звернення: 30.08.2024).

27. Папп В.В. Роль готельного господарства у розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. №2 (46). С. 207–212.
28. Поляков М. П., Білозубенко В. С., Шаблій С. Аналіз глобальних тенденцій у туризмі. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 15–19.
29. Попик М.М., Реблян А.М. Професійна підготовка майбутніх фахівців сфери гостинності в європейських країнах. *Norwegian Journal of development of the International Science*. 2021. Vol 63. P. 24–28.
30. Сакаль Т., Корсак Р. Проблеми підготовки спеціалістів у готельно-ресторанному секторі України. *Наука і освіта України в умовах російсько-української війни: виклики та завдання в контексті національної безпеки*. Том II / [ред.: В. Ільницький, М. Галів]. Київ – Дрогобич – Львів – Переяслав – Ужгород – Запоріжжя : ВД «Гельветика», 2024. С. 255–258.
31. Семенов В. Ф. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2016. Вип. 2(1). С. 68–75.
32. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації. URL: [http:// https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1a07a32e-4108-43a7-b1d9-7793c3244c8c/content](http://https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1a07a32e-4108-43a7-b1d9-7793c3244c8c/content) (дата звернення: 02.09.2024).
33. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/> (дата звернення: 01.09.2024).
34. Федюкін Р.О. Франчайзинг у готельному бізнесі. URL: [http://www.confcontact.com/2017ekonomika\\_imenedzhment/1\\_fedyukin.htm](http://www.confcontact.com/2017ekonomika_imenedzhment/1_fedyukin.htm) (дата звернення: 11.09.2024).
35. Хомич Г.М. Франчайзинг у системі готельного бізнесу. URL: [http://www.confcontact.com/20111222/3\\_homich.php](http://www.confcontact.com/20111222/3_homich.php) (дата звернення: 11.09.2024).
36. Шевченко С. Перспективи європейської інтеграції ринку туристичних послуг України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23. Ч. 2. С. 124–130.
37. 2021 Top 300 Global Hotel Groups and Top 50 Chinese Hotel Groups Ranking. URL: <https://en.itravelblog.net/31262/> (дата звернення: 10.09.2024).
38. Accor Group. URL: <https://all.accor.com/a/ru.html> (дата звернення: 22.09.2024)
39. Ball G. & Medintsev. Personality as an individual mode of culture and as an integrative quality of personality. *Horizons of education*, 2011. №3, P. 7–14.
40. Borsenik F.D., StuttsA. T. The Management of Maintenance and Engineering Systems in the Hospitality Industry. *4th Edition*. John Wiley & Sons, Inc., 2017. 680 p.
41. Chang H-F., Wu S-H., Chen J., Ke C-H. Evaluating Business Model for Hotel Industry by Grey-TOPSIS. *Journal of Risk and Financial Management*. 2021. №14, P.12–19.

42. Cannard H. 7 Innovative (But Simple) Ways Hotels Can Survive the Covid-19 Travel Crunch (2020). URL: <https://www.entrepreneur.com/article/355043> (дата звернення: 13. 09.2024).
43. Fairmont Grand Hotel Kyiv. URL: <https://ua.fairmont.com/kyiv/> дата звернення 15. 09.2024).
44. Four Seasons Hotels and Resorts. URL: <https://www.fourseasons.com/> (дата звернення: 15. 09.2024).
45. Fuchs P. H., Mifflin K. E., Miller D., Whitney J. O. Strategic Integration: Competing in the Age of Capabilities. *California Management Review*. 2018. Vol. 42. Spring. N 3. P. 118-147.
46. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph*. Poland: Izdewniciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 3. P. 252–270.
47. Hilton Worldwide. URL: <https://www.hilton.com/en/> (дата звернення: 17.09.2024).
48. Holiday Inn. URL: <https://www.holidayinn.com/hotels/gb/en/reservation> (дата звернення: 19.09.2024).
49. Hospitality industry statistics to have on your radar 2024. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-statistics> (дата звернення: 16.09.2024).
50. Hotel brands: Who owns who in 2024. URL: <https://www.cloudbeds.com/hotel-business/brands/> (дата звернення: 18.09.2024).
51. Hushtan T., Korsak R. The Role of State Support in the Development of the Hotel and Restaurant Business in the Context of Crisis Phenomena and Eurointegration Processes. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2024. Vol. 10. No. 2, P.78–84.
52. Hyatt Hotels Corporation. URL: <https://www.hyatt.com/> (дата звернення: 18.09.2024)
53. Kahanets-Havrylko, L., Hushtan, T. Socio-economic analysis of the effectiveness implementation of tourist and recreational potential of the transcarpathian region in field of rural green tourism. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 10, No. 1, 2024. p. 99–104.
54. Korsak R., Ilnytskyi V., Sichka I. Interregional European Integration, Trade And Tourism Cooperation Of The Countries Of Eastern And Central Europe (On The Example Of Ukraine And The Czech Republic). *European journal of transformation studies*. 2019. Vol. 7, № 1. C. 67–89.
55. Kudak, K., & Levkulych, V. Socio-economic potential for the development of rural green tourism in the transcarpathian region. *Green, Blue and Digital Economy Journal*, 2021. 2(3). P. 13–19.

56. Marriott International. URL: [https://wikipedia.org/wiki/Marriott\\_International](https://wikipedia.org/wiki/Marriott_International) (дата звернення: 16.09.2024).
57. Povidaychik O., Popyk M. Some scientific approaches to professional training of future specialists of hotel and restaurant business. *Modern science and practice. Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference*. Boston, USA. March 26–27, 2021. P. 51–53.
58. Rispoli M. Competitive Analysis and Competence-Based Strategies in the Hotel Industry. *Dynamics of Competence-Based Competitioon*. Oxford, 2016. P. 119–137.
59. Segal-Horn S. Strategy in Service Organizations. *The Oxford Handbook of Strategy*. Vol. 2. Oxford, 2013. P. 466–499.
60. Tomej, K., Bilynets, I., Koval, O. Tourism business resilience in the time of war: The first three months following Russia's invasion of Ukraine. *Annals of Tourism Research*, 2023. P. 99.
61. Top TOP 10 largest hotel chains in the world. URL: [https://dip.org.ua/en/hotels/top-10-largest-hotel-chains-in-the-world/#google\\_vignette](https://dip.org.ua/en/hotels/top-10-largest-hotel-chains-in-the-world/#google_vignette) (дата звернення: 14.09.2024)
62. Wang T-C., Huang C-Y., Huang S-L., Lee J-Y. Priority Weights for Predicting the Success of Hotel Sustainable Business Models. *Sustainability*. 2021. P. 13–24.

## ВИСНОВКИ

Комплексні зміни, які відбуваються в туристичній галузі України під впливом сучасних глобальних викликів і внутрішніх потрясінь, зокрема російсько-української війни. У результаті дослідження можна зробити кілька важливих висновків.

Розділ I монографії підкреслює, що глобальні зміни, такі як кліматичні коливання, економічні та політичні зрушення, а також цифровізація, справляють серйозний вплив на туристичну галузь України. Аналізуючи регіональні аспекти трансформацій, стає очевидним, що різні регіони країни по-різному адаптуються до цих змін. Південні та західні області мають різні виклики, зокрема через економічні умови та інфраструктуру, але в той же час демонструють потенціал для розвитку завдяки своїм природним та культурним ресурсам.

Російсько-українська війна значно вплинула на туристичний сектор, що призвело до втрат туристичної інфраструктури, зменшення туристичних потоків і перекроювання пріоритетів розвитку. Проте ця ситуація створює і можливості для відновлення, які вимагають інноваційних підходів, спрямованих на стійке відновлення. У післявоєнний період важливо розробити нові стратегії, що зосереджені на інтеграції внутрішнього туризму, залученні інвестицій для реконструкції туристичних об'єктів і підтримці малих та середніх підприємств у сфері туризму.

Аналіз сучасних трендів показав, що внутрішній туризм набуває особливого значення під час війни. Українці активно досліджують безпечні регіони країни, що сприяє розвитку туризму в областях Карпатського регіону. Водночас, зростає роль цифрових інструментів, які допомагають популяризувати нові напрямки і залучати туристів до безпечних регіонів країни.

Розділ II показує, що екологічна складова розвитку туризму набуває все більшого значення в умовах сучасних екологічних викликів, зокрема зміни клімату. Для України важливо розвивати екологічно відповідальний туризм, який сприяє збереженню природних ресурсів та підтримці локальних громад. Впровадження сталих практик у сфері туризму дозволить підвищити конкурентоспроможність туристичної індустрії на світовому ринку.

Цифрова трансформація галузі є однією з основних передумов її стійкого розвитку. Сучасні цифрові технології дозволяють поліпшити доступність туристичних послуг, підвищити ефективність управління та покращити взаємодію з туристами. Це особливо важливо для просування малих туристичних об'єктів, розвитку інноваційних туристичних продуктів і підвищення рівня персоналізації послуг. Цифрові платформи та мобільні додатки відіграють ключову роль у створенні нових можливостей для туристів і розвитку нових ринкових сегментів, таких як агротуризм, гастрономічний туризм, культурний та екологічний туризм.

Історико-культурна спадщина України, особливо Закарпаття, є одним із найважливіших ресурсів для розвитку культурного туризму. Це підкреслює необхідність активної охорони та популяризації культурної спадщини, а також створення нових туристичних продуктів, які підкреслюють унікальність української історії та культури. Розвиток культурного туризму в Закарпатті також сприяє соціокультурним трансформаціям, підвищенню регіональної ідентичності та економічному зростанню.

Розділ III монографії присвячений питанням інноваційних підходів до управління у сфері гостинності та готельного бізнесу. Управлінські інновації, зокрема впровадження нових бізнес-моделей, автоматизація процесів і цифровізація обслуговування, дозволяють підвищити конкурентоспроможність підприємств у готельному секторі та створюють нові можливості для розвитку. Розвиток маркетингових стратегій, спрямованих на інтеграцію сучасних цифрових інструментів, є важливою складовою успішної діяльності готельних мереж та малих підприємств у сфері гостинності.

Глобальні тенденції розвитку готельного бізнесу в XXI столітті підкреслюють важливість адаптації до умов змін на ринку, зокрема впровадження практик сталого розвитку, які дозволяють мінімізувати вплив на навколишнє середовище, а також впровадження нових моделей клієнтоорієнтованості. Пандемія COVID-19 та війна в Україні також показали важливість адаптивних бізнес-моделей, які можуть оперативнo реагувати на кризи, забезпечуючи гнучкість у наданні послуг.

Туристично-рекреаційна сфера України стоїть перед серйозними викликами, проте саме ці виклики відкривають нові можливості для трансформації та розвитку. Важливою є адаптація до сучасних умов через впровадження інноваційних підходів, активну цифровізацію, розвиток внутрішнього туризму та сталого використання екологічних і культурних ресурсів.

У післявоєнний період ключовим завданням для туристичної індустрії України є відновлення інфраструктури, залучення інвестицій та популяризація безпечних регіонів для туризму. Водночас, інтеграція України у глобальні процеси розвитку туризму має відбуватися через впровадження сучасних тенденцій, що відповідають міжнародним стандартам сталого розвитку, цифрових технологій і інноваційних підходів до управління та розвитку туристичних продуктів.

Монографія надає важливі рекомендації, що можуть бути використані як основа для розробки стратегій відновлення туристично-рекреаційної сфери України, а також слугуватиме джерелом знань для подальших досліджень у цій сфері.

Наукове видання

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ  
СФЕРИ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ВІЙНИ,  
ГЛОБАЛЬНІ ЗМІНИ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ**

Колективна монографія

*За загальною редакцією:  
д-ра геогр. наук, проф. Г.В. Машики  
та канд. геогр. наук, доц. Н.Ф. Габчак*

*Верстка та дизайн: Рената Кокіна  
Дизайн обкладинки: Василина Куклишин*

Підписано до друку 10.01.2025 р. Гарнітура Noto Serif.  
Ум.друк.арк. 29,3. Формат 70x100/16. Зам. № 7. Наклад 300 прим.

Редакційно-видавничий відділ ДВНЗ «УжНУ»  
88000, м. Ужгород, вул. Заньковецької, 89.  
E-mail: dep-editors@uzhnu.edu.ua

Видавництво УжНУ «Говерла».  
88000, м. Ужгород, вул. Капітульна, 18.  
*Свідоцтво про внесення до державного реєстру  
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції  
Серія 3т № 32 від 31 травня 2006 року*

Віддруковано:  
ТОВ «РІК-У», 88006, м. Ужгород, вул. Карпатської України, 36  
*Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №5040 від 21.01.2016 р.*

Т 65

**Трансформація туристично-рекреаційної сфери в Україні: виклики війни, глобальні зміни та інноваційні рішення: колективна монографія / за заг. ред. проф. Г. В. Машіки, Н. Ф. Габчак. — Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2025. — 360 с.**

ISBN 978-617-8321-46-8

Розглянуто актуальні проблеми розвитку туристичної індустрії в умовах сучасних глобальних і внутрішніх викликів. У монографії детально розглядаються наслідки воєнних дій для туристичної сфери України, аналізуються зміни, спричинені глобальними трендами, такими як зміна клімату, цифровізація та вплив пандемії COVID-19. Важливе місце відведено інноваційним підходам до відновлення та розвитку галузі, що ґрунтуються на досвіді інших країн та сучасних тенденціях у сфері сталого туризму. Автори пропонують ґрунтовні дослідження та практичні рекомендації щодо адаптації туристично-рекреаційної сфери України до нових реалій, що робить монографію не лише теоретичною, але й практично значущою та надасть цінний інструментарій для реформування галузі на державному та місцевому рівнях.

Для науковців, здобувачів вищої освіти, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 338.48-044.48(477)+330.341.1:355.01