

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Гуманітарний факультет
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи ГФз-212

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Вікторія НАЛИВАЙКО

Керівник: к.е.н., доцент Світлана

ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА

Рецензент: к.е.н., доцент Ольга ШЛЯГА

Запоріжжя – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«12» лютого 2026 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ
НАЛИВАЙКО Вікторії Олександрівни

1. Тема роботи (проекту) ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ
- керівник роботи (проекту) ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА Світлана Володимирівна, к.е.н., доцент,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 11 лютого 2026 року № 48
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2026 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано статистичні дані UNWTO, служби статистики країн світу, міжнародних економічних організацій, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретико-методичні основи дослідження туризму Східної Європи 2) Аналіз сучасного стану туризму Східної Європи 3) Напрями удосконалення та перспективи розвитку туризму Східної Європи.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 15 таблиць, 7 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА С.В., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	02.04.2026
2	ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА С.В., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	16.04.2026
3	ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА С.В., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	30.04.2026
Нормо контроль	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	12.02.2026	12.05.2026

7. Дата видачі завдання 12 лютого 2026 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	12.02.2026	виконано
2	Вивчення літературних джерел	15.02-10.03.2026	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	11.03-17.03.2026	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	18.03-31.03.2026	виконано
5	Виконання першого розділу	02.04.2026	виконано
6	Виконання другого розділу	16.04.2026	виконано
7	Виконання третього розділу	30.04.2026	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02.05.2026	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	09.05.2026	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2026	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2026	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2026	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	19.05.-26.05.2026	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.06.2026	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	05.06.-30.06.2026	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____ Вікторія НАЛИВАЙКО _____
(підпис)Керівник роботи (проекту) _____ Світлана ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА _____
(підпис)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку туризму Східної Європи в умовах глобальних економічних, політичних та соціальних трансформацій та розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі регіону.

Об'єкт дослідження: туристична галузь країн Східної Європи.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та прикладні аспекти розвитку туризму в країнах Східної Європи в сучасних умовах.

Методи дослідження: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, аналіз літературних джерел і статистичних даних, статистичний метод, метод групування, табличний і графічний методи, економічний аналіз, аналітико-дослідницький та прогнозний методи.

Інформаційна база дослідження: статистичні дані UNWTO, міжнародних економічних організацій, монографії, підручники, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела.

Практичне значення результатів: рекомендації щодо розвитку туризму Східної Європи, які можуть застосувати в діяльності турпідприємств та органів управління та створення туру «Скарби Східної Європи», який може бути використаний у діяльності туристичних підприємств.

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися та отримали схвальну оцінку на науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2026» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2026 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

Обсяг. Загальний обсяг – 88 сторінок, основна частина – 100 сторінок.

Графічний матеріал. Робота містить 15 таблиць та 7 рисунків.

АНОТАЦІЇ

НАЛИВАЙКО Вікторія. **Проблеми та перспективи розвитку туризму Східної Європи.** – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні засади розвитку туризму; проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку туризму Східної Європи; обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності тургалузі регіону та розроблено тур «Скарби Східної Європи». Актуальність роботи зумовлена необхідністю дослідження тенденцій розвитку туризму Східної Європи для пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності тургалузі регіону. Практичне значення результатів полягає у розробці рекомендацій щодо розвитку туризму Східної Європи та створенні туру для турпідприємства.

Ключові слова: міжнародний туризм, Східна Європа, війна в Україні, транскордонний туризм, цифровізація.

NALYVAIKO Victoria. **Problems and prospects for the development of tourism in Eastern Europe.** – Qualifying work.

The qualification thesis examines the theoretical and methodological foundations of tourism development, analyzes the current state and trends of tourism in Eastern Europe, substantiates ways to enhance the competitiveness of the region's tourism industry, and develops the «Treasures of Eastern Europe» tour. The relevance of the study is determined by the need to investigate tourism development trends in Eastern Europe under global transformations and to identify effective approaches to strengthening the competitiveness of the regional tourism sector. The practical significance of the results lies in the development of recommendations for tourism advancement in Eastern Europe and the creation of a tour product for tourism enterprises.

Keywords: international tourism, Eastern Europe, war in Ukraine, cross-border tourism, digitalization.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

грн. – гривня

ДАРТ – Державне агентство з розвитку туризму

див. – дивись

дод. – додаток

ЄС – Європейський союз

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

км – кілометр

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

ООН – Організація Об'єднаних Націй

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

UNWTO – Всесвітня туристична організація

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ	11
1.1. Теоретичні засади розвитку туризму	11
1.2. Передумови розвитку туризму Європейських регіонів	20
1.3. Методичні підходи до оцінки розвитку туристичної галузі регіону	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ	39
2.1. Аналіз розвитку туризму Європи та країн Східної Європи у 2019 – 2025 рр.	39
2.2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку туризму країн Східної Європи	50
2.3. Дослідження ключових тенденцій трансформації туризму Східної Європи	63
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ	70
3.1. Розробка туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт»	70
3.2. Стратегічні напрями розвитку та фінансове забезпечення туристичної галузі Східної Європи	77
ВИСНОВКИ	85
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	89
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки, яка суттєво впливає на соціально-економічний розвиток країн, формування міжнародних зв'язків та розвиток інфраструктури. Особливе значення у сучасних умовах набуває розвиток туризму в країнах Східної Європи, що мають значний природний, культурно-історичний та рекреаційний потенціал. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю вивчення сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі Східної Європи в умовах глобальних викликів, серед яких економічна нестабільність, геополітичні конфлікти та війна в Україні.

Східноєвропейський регіон характеризується значним туристичним потенціалом, вигідним географічним положенням та різноманітністю туристичних ресурсів. Водночас туристична галузь регіону стикається з низкою проблем, серед яких недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, сезонність туристичних потоків, безпекові ризики, нерівномірність розвитку туристичних територій та недостатній рівень цифровізації. В сучасних умовах важливого значення набуває пошук ефективних шляхів розвитку туристичної галузі, впровадження інноваційних технологій, забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності країн Східної Європи на міжнародному туристичному ринку.

Дослідженням проблемних питань туризму Європейського регіону займається багато вчених, праці яких висвітлено у даній роботі. Серед них: Зайцева В., Бут Т., Гресь-Євреїнова С., Гончаренко Н., Кириченко О., Склярєнко Я., Фалько Є, Кальницька М., Корнієнко О., Парфінєнко А., Мельниченко С., Мамотенко Д., Шелеметьєва Т., Мазарак А., Редько В., Самойленко А., Мешко Н., Цвілій С. та ін. Незважаючи на значну кількість праць в даному напрямку досліджень, питання визначення стратегічних механізмів та фінансових інструментів забезпечення розвитку туризму Східної

Європи потребують постійного оновлення та уточнення. Саме з цих причин обраний напрямок дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок обраної теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку туризму Східної Європи в умовах глобальних економічних, політичних та соціальних трансформацій та розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі регіону.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити теоретико-методичні засади розвитку туризму та узагальнити методичні підходи до оцінювання розвитку туризму регіону.

- проаналізувати сучасний стан розвитку туризму в країнах Східної Європи, оцінити динаміку туристичних потоків, особливості функціонування туристичної інфраструктури та виявити основні тенденції трансформації туристичної галузі регіону;

- обґрунтувати напрями удосконалення та перспективи розвитку туризму Східної Європи, розробити туристичний продукт і визначити стратегічні механізми та фінансові інструменти забезпечення розвитку туристичної галузі регіону.

Об'єктом дослідження є туристична галузь країн Східної Європи.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти розвитку туризму в країнах Східної Європи в сучасних умовах.

Методи дослідження: аналіз і синтез; аналіз літературних джерел і статистичних матеріалів; порівняльний метод – для зіставлення показників розвитку туризму в країнах Східної Європи та інших регіонах Європи; статистичний метод – для дослідження динаміки міжнародних туристичних прибуттів, туристичних витрат, туристичних потоків; метод групування – для класифікації країн Східної Європи за характером участі у міжнародному

туризмі та рівнем розвитку туризму; табличний і графічний методи; економічний аналіз – для оцінки сучасного стану та тенденцій розвитку туристичної галузі країн Східної Європи; аналітико-дослідницький метод; прогнозний метод – для визначення перспективних напрямів розвитку туристичної галузі Східної Європи; проєктний метод – під час розробки туристичного маршруту.

Інформаційну базу дослідження становлять: статистичні дані UNWTO, служби статистики країн світу, міжнародних економічних організацій, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.

Практичне значення результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій щодо розвитку туризму Східної Європи в діяльності туристичних підприємств та органів управління. Практичну цінність також має розроблений туристичний маршрут «Скарби Східної Європи», який може бути впроваджений у діяльність туристичних компаній. Матеріали кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра доцільно використати при викладанні дисципліни «Міжнародний туризм» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм і рекреація» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2026» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2026 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Проблеми та перспективи розвитку туризму Східної Європи» [53].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (53 найменування) та додатків (5 позицій). Загальний обсяг – 100 сторінок, основний зміст – 88 сторінок. Робота містить 15 таблиць та 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ

1.1. Теоретичні засади розвитку туризму

Термін «туризм» уперше з'явився у Франції у XVIII ст. та в перекладі з французької означає «мандрівка заради задоволення; а турист – це людина, яка здійснює мандрівку» [18]. Проте можна зафіксувати розбіжності в етимології поняття: не існує чіткої визначеності країни походження та часових рамок щодо цього терміну. За переконанням окремих дослідників, термін «туризм» має англосаксонське походження і вперше з'являється на початку XIX ст. з виходом у 1811 р. друкованого британського видання «Anecdotes of English language» [21].

За офіційною версією ООН, що була прийнята Генеральною Асамблеєю в 1954 році, туризм – це активний відпочинок, який впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток, пов'язаний із переміщенням за межі постійного місця проживання.

Англійська туристична спілка (Tourism Society of England) в 1976 р. запропонувала визначати туризм «як тимчасове, короткострокове переміщення людей поза межі звичного місця роботи, проживання та іншої діяльності протягом перебування у країні відвідування. Таке переміщення може здійснюватися з будь-якою метою» [18].

У 1980 р. на Всесвітній конференції з туризму, що проходила під егідою UNWTO в Манілі (Філіппіни), поняття «туризм» було зафіксовано як діяльність, що має важливе значення у житті народів у силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав та їх міжнародні відносини. Розвиток туризму пов'язаний із соціально-економічним розвитком націй і залежить від доступу людини до активного відпочинку та його волі подорожувати в рамках вільного часу і розваг, глибокий гуманітарний характер яких він підкреслює [21].

Швейцарські дослідники В. Хунцікер та К. Краф розширили визначення, запропоноване Міжнародною асоціацією науковців у галузі туризму (International Association of Scientific Experts in Tourism/AIST), давши йому таке трактування: туризм – це «сукупність феномену і взаємовідносин, що виникають у процесі подорожі та перебування нерезидентів у такий спосіб, що не передбачає постійного проживання та отримання доходу в результаті такого сполучення» [18].

Чинники, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих чинників приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі (див. табл. 1.1), і, навпаки, небажані чинники знижують туристичний потік [17].

Таблиця 1.1 – Привабливість регіонів для туристів з ключовими країнами

Регіон	Популярність	Ключові країни	Основні види туризму
Європа	Найбільш відвідуваний регіон (>50% світових туристів)	Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Греція	Культурний, гастрономічний, морський, міський, релігійний
Азіатсько-Тихо-океанський	Друге місце за темпами зростання	Китай, Японія, Таїланд, Індонезія, Австралія	Екзотичний, пригодницький, рекреаційний, діловий
Америка	Стабільно високий потік туристів	США, Мексика, Бразилія, Аргентина, Канада	Екотуризм, культурний, пляжний, пригодницький
Африка	Найменш відвідуваний, але перспективний	Єгипет, Марокко, ПАР, Танзанія, Намібія	Сафарі, культурний, релігійний, екстремальний
Близький Схід	Швидке зростання останні 10 років	ОАЕ, Ізраїль, Туреччина, Йорданія, Катар	Релігійний, розкішний (luxury), діловий, шопінг-туризм

Європа є одним із провідних туристичних регіонів світу, на який припадає близько половини світових туристичних потоків та близько 40%

світових доходів від туризму. Розвиток міжнародного туризму в країнах Європи характеризується значною регіональною диференціацією, що пов'язано з природно-кліматичними, культурними, історичними та економічними особливостями різних регіонів [17].

Чинники, що впливають на розвиток туризму в різних регіонах підрозділяються на: зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні) [15].

Зовнішні чинники впливають на туризм за допомогою змін, що відбуваються в житті суспільства, і мають неоднозначний вплив на різні елементи системи туризму, а також через фінансово економічні умови. Серед численних зовнішніх чинників, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи: політично-правові, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні, екологічні. До природно-кліматичних чинників належать природно-рекреаційні ресурси, тобто ресурси, які забезпечують відпочинок і відновлення здоров'я та працездатності людини, а також естетичні ресурси – комплекс природних чинників, які позитивно впливають на духовний стан людей. Серед природно-рекреаційних, естетичних та інших видів туристичних ресурсів велике значення для туристів мають ландшафт, клімат, рослинний і тваринний світ, водні ресурси, рельєф (див. рис. 1.1) [15].

Чинниками, які характеризують придатність географічного положення країни чи району (регіону) для розвитку туризму, є:

- положення країни чи району (регіону) відносно основних постачальників туристів;
- знаходження країни, району (регіону) на важливих транзитних шляхах;
- віддаленість чи близькість до «гарячих точок» планети;
- положення відносно країн, районів (регіонів) – конкурентів щодо прийому туристів.

Економічні чинники і розвиток туризму мають найтісніший зв'язок оскільки від економічного розвитку країни залежать доходи населення, рівень розвитку матеріально-технічної бази туризму і його інфраструктури [24].

До зовнішніх чинників належать також фінансово-економічні умови: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації обумовлює збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля. Країни з розвинутою економікою, як правило, лідирують за кількістю туристських поїздок.



Рис. 1.1 – Чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів, % [24]

Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність країни, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки. Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії. До числа економічних чинників також відносяться: падіння валового внутрішнього доходу, інфляція, відсоткові банківські ставки, коливання обмінних курсів

валют. Помічено, що зростання відносної собівартості поїздки на 5% приводить до зменшення попиту на туристський продукт до 10% [24].

Демографічні чинники – збільшення чисельності населення впливає на збільшення кількості туристів. Важливим демографічним чинником є зміна вікової структури населення. Збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя приводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм робити закордонні подорожі. До демографічних чинників, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів. Звідси висновок: оскільки міське населення активніше подорожує, то цей процес веде до зростання темпів розвитку міжнародного туризму [41].

До соціальних чинників відноситься зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно беруть участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня. Крім того, на розвиток туризму мають вплив і такі соціальні чинники, як рівень освіти, відношення людей до духовних цінностей замість матеріальних і т. ін. Культурні чинники. Це насамперед зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями [15].

Політико-правові чинники – політичні обставини в світі і в окремих країнах, політика відкриття / закриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю у сфері туризму, уніфікація податкової і грошової політики. Зниженню темпів розвитку туризму вплинули події в країнах Ірану, Іраку, Афганістану, США, Персидської затоки та ін. Екстремізм, тероризм негативно впливають на розвиток туризму [24].

Науково-технічні чинники. Науково-технічний прогрес зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародного туризму, іншими словами – туріндустрії, що створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про готельні ланцюги й інші колективні засоби розміщення,

транспортні засоби для масових пасажирських перевезень. Особливо варто виділити впровадження в туріндустрію комп'ютерної техніки, без чого зараз неможлива організація масового туризму. Науково-технічні чинники дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури [15].

Екологічні чинники – це чинники, пов'язані із станом довкілля, погіршення цього стану негативно впливає на туризм.

Внутрішні чинники – це ключові явища і тенденції, що впливають безпосередньо у сфері туризму [15]. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі і т. д. До внутрішніх чинників належать:

- процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму; – зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристських сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т. д.;

- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу і т. д.);

- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;

- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т. д.);

– зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

Окрім цих чинників, значний розвиток туризму в кінці XX ст. та на початку XXI ст. пояснюється рядом інших причин. Найголовнішою з них слід визнати посилення процесу індустріалізації – зміцнення економічних зв'язків між країнами і континентами на основі поглибленого територіального розподілу праці і безпосередньо пов'язаного з ним розширення науково-технічних і культурних зв'язків. Важливу роль відіграють досягнення науково-технічної революції, особливо в галузі транспорту і нових інформаційних технологій. Розвитку туризму сприяє збільшення грошових доходів населення ряду країн, підвищення рівня освіти та культури, а також зростаюча втома від життя у великих містах. Чимале значення мають і здійснювані в багатьох країнах спеціальні програми, направлені на активізацію туристичного руху: скасування обмеження на ввезення валюти, будівництво готелів та доріг, широка реклама об'єктів туризму, ціна на туристичні послуги та ін. Особливе місце серед чинників, що мають вплив на розвиток туризму, займає сезонність, яка виступає як найважливіша специфічна проблема. Сезонність – це властивість туристських потоків концентруватися в певних місцях протягом невеликого періоду часу [24].

З економічної точки зору вона пов'язана з коливаннями попиту, що повторюється. У країнах Північної півкулі з помірним кліматом основними («високими») сезонами є літній (липень-серпень) і зимовий (січень-березень). Крім того, виділяються міжсезоння (квітень-червень, вересень) і «мертвий сезон» (жовтень-грудень), при яких туристські потоки загасають і попит знижується до мінімуму.

Кліматичні чинники пов'язані з тим, що в більшості регіонів світу погодні умови для подорожей, відпочинку, лікування, занять спортом розрізняються за місяцями року. Соціальні чинники обумовлені тим, що велика частина шкільних канікул припадає на літні місяці. Тому батьки

прагнуть приурочити свою відпустку до цього часу і відпочивати разом з дітьми. Високий рівень попиту на туристські поїздки влітку пов'язаний і з поширеною в європейських країнах практикою, зупинки підприємств на профілактичний ремонт у липні-серпні (місяці якнайменшої продуктивності праці) [15].

Згладжування сезонності в туризмі дає великий економічний ефект, дозволяючи збільшити терміни експлуатації матеріально-технічної бази, підвищити ступінь використання праці персоналу протягом року, збільшити надходження від туризму. Водночас існують чинники, які стримують розвиток світового туризму або негативно впливають на нього, причому в Україні їх значно більше, ніж в країнах, які є основними постачальниками туристичного продукту. До стримуючих чинників, що впливають на розвиток туризму негативно, відносяться: [15] кризи, мілітаризація економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, фінансова нестабільність, зменшення обсягів споживання, несприятливе екологічне становище, банкрутство туристських підприємств, невиконання турфірмами своїх зобов'язань та ін.

Як свідчать результати соціологічного опитування, проведеного Німецьким Інститутом Вивчення Вільного Часу в державах Європейського Союзу, найбільше подорожуючих хвилюють наступні проблеми:

1. Війна, неспокій, політична нестабільність. Саме цей чинник найбільше стримує туристів від здійснення закордонних поїздок до тієї чи іншої країни. Однак практика показує, що вплив цього чинника набагато вагоміший і стосується він не лише держави, в якій спостерігається політичний неспокій, але й країн, сусідніх із нею. Найяскравішим прикладом, що характеризує цю ситуацію, може бути Близький Схід. На відносно невеликій території тут сконцентровані досить привабливі місця для кривідпочинку. Однак динаміка розвитку туризму в згаданому регіоні підлягає різким коливанням. Так, через військові дії в Лівії та Єгипті спостерігається різкий спад потоку туристів та доходу від нього в цілому по регіону. Усі

намагання урядів держав даного регіону збільшити кількість подорожуючих до своїх країн перекреслюються одним повідомленням про зростання напруженості в регіоні. Від цього потерпають не тільки державні бюджети, що недораховуються значних валютних надходжень, але й окремі підприємства, яким зменшення потоку туристів завдає великі збитки [18].

2. Екологічні проблеми – це техногенні чинники, пов’язані з аварією на ЧАЕС, які призвели до того, що зміни в екології, України стали наслідком зменшення туристсько-рекреаційних ресурсів. Негативний ефект екологічного чинника посилюється також його довгостроковим характером, адже зміна свідомості суспільства відбувається набагато повільніше, ніж ліквідація наслідків екологічної катастрофи [16].

3. Хвороби та епідемії. Вплив цього чинника особливо істотний для африканського континенту. На сьогоднішній день обсяги туризму в цьому регіоні не перевищують 2% від світового рівня, при цьому його основна частина припадає на країни Північної та Південної Африки. Туризм в центральній її частині практично не розвинутий, хоча, для цього є непогані можливості, зокрема для розвитку екологічного та екзотичного видів туризму. Чинниками, які гальмують розвиток туризму в Центральній Африці, є невивченість цього регіону і численні хвороби та епідемії, які тут постійно спалахують. Одним із засобів боротьби з ними може стати обов’язкова вакцинація всіх туристів, які прямують до цього регіону, що, до речі, вже проводиться в більшості розвинутих країн при організації подорожей в райони зі складною епідеміологічною ситуацією. Однак виникнення нових джерел епідемій, виявлення нових вірусів та невивченість попередніх ще довго будуть відвертати туристів від ідеї відвідування цього регіону [16].

4. Природні катаклізми та катастрофи. Природні катастрофи можуть відбуватись практично в будь-якому регіоні, а передбачити і, тим більше, попередити їх фактично неможливо. Руйнівна дія природних катастроф спрямована, перш за все, на туристичну і транспортну інфраструктуру. І хоча від прояву форс-мажорних обставин такого роду ніхто не застрахований, їх

виникнення може призвести до відкладання туристом поїздки в цей регіон на невизначений час або навіть до її відміни. В цьому випадку, як і при екологічних катастрофах, великого значення набуває психологічний аспект, що стримує туриста від поїздки до регіонів, які потерпіли від стихійного лиха, навіть після ліквідації наслідків природних катастроф. Ці чинники є найбільш характерними для регіонів з підвищеною сейсмічною активністю. Світовий туризм та його ринки стикаються з постійними змінами у демографії, зміною життєвих цінностей та швидким розвитком технологій. Освіта, спосіб життя та набутий досвід формують вимоги споживача в туристичній індустрії [21]. Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги.

1.2. Передумови розвитку туризму Європейських регіонів

Європейський туристичний ринок традиційно характеризується високим рівнем розвитку інфраструктури, транспортної доступності та цифровізації туристичних послуг. Туризм формує значну частку ВВП окремих країн Європи, особливо тих, економіка яких суттєво залежить від міжнародних туристичних потоків. Найбільш залежними від туризму країнами залишаються Хорватія, Греція, Кіпр, Португалія та Іспанія [25].

Особливе місце у структурі європейського туристичного ринку займають країни Центральної та Східної Європи, які характеризуються значним природно-рекреаційним та культурно-історичним потенціалом. Польща, Чехія, Угорщина, Румунія та Болгарія активно розвивають культурний, екологічний, гірськолижний та оздоровчий туризм. Конкурентною перевагою країн Східної Європи є більш доступний рівень цін у порівнянні із Західною Європою, що сприяє зростанню туристичних потоків [41].

Спеціалізація туристичних регіонів Європи формується під впливом природних ресурсів, культурної спадщини, рівня розвитку інфраструктури та сучасних тенденцій міжнародного туризму (див. табл. 1.2) [17,18, 19, 21].

Таблиця 1.2 – Спеціалізація туристичних регіонів Європи

Регіон Європи	Основні види туризму	Країни	Основні туристичні особливості
Південна / Середземноморська Європа	Пляжний, рекреаційний, гастрономічний	Іспанія, Італія, Греція, Хорватія	Морські курорти, теплий клімат, культурно-історична спадщина, національна кухня
Західна Європа	Міський, культурний, екскурсійний	Франція, Німеччина, Австрія, Нідерланди	Великі туристичні міста, музеї, архітектурні пам'ятки, розвинена інфраструктура
Центральна / Східна Європа	Культурний, спортивний, екологічний	Польща, Чехія, Угорщина, Румунія, Болгарія	Замки, історичні центри міст, гірськолижний туризм, доступні ціни
Північна Європа	Екотуризм, арктичний, активний туризм	Норвегія, Швеція, Фінляндія, Ісландія	Фіорди, північне саяво, зимові види спорту, природні ландшафти

Дані табл. 1.2 свідчать про значну регіональну диференціацію туристичної спеціалізації країн Європи. Кожен регіон характеризується власними природно-кліматичними, історико-культурними та економічними особливостями, що визначають переважаючі види туризму.

Південна Європа спеціалізується переважно на пляжному та рекреаційному туризмі завдяки сприятливому клімату, морським курортам та розвиненій туристичній інфраструктурі. Західна Європа є центром культурного та міського туризму, оскільки саме тут розташована значна кількість історичних пам'яток, музеїв і всесвітньо відомих туристичних центрів [17].

Для Центральної та Східної Європи характерним є розвиток культурного, спортивного та екологічного туризму. Країни цього регіону приваблюють туристів історичною спадщиною, гірськими курортами та більш доступним рівнем цін у порівнянні із Західною Європою [17].

Північна Європа орієнтується на розвиток екологічного та арктичного туризму. Туристів приваблюють унікальні природні ландшафти, фіорди, національні парки, зимові види спорту та можливість спостереження за північним саявом [21].

З 2022 р. Європа переживає енергетичну кризу, високу інфляцію, підвищення цін на транспорт та проживання. Відбувається адаптація туристичної поведінки до економічної нестабільності: скорочення тривалості подорожей («короткі канікули 3 – 5 днів»); вибір бюджетних DESTINATION або зменшення кількості поїздок; підвищена популярність раннього бронювання для економії коштів; перехід на low-cost авіакомпанії та дешевші варіанти проживання. З'являються також нові пріоритети щодо співвідношення «ціна/якість». Туристи ЄС очікують більшої цінності за витрачені кошти, тому популярності набувають: комбіновані тури, комплексні пакети «all inclusive», менш розкручені, але доступніші країни. Економічні умови продовжують визначати поведінку туристів і у 2026 р., стимулюючи перехід до раціонального споживання турпослуг (див. Дод. А) [5, 6, 13, 14, 17].

Європа є регіоном із найбільш нерівномірно розподіленим туристським потоком. 5 країн (Франція, Іспанія, Італія, Німеччина, Туреччина) приймають понад 50% усіх туристів Європи. Туристичні прибуття в Північній Європі (Фінляндія, Естонія, Латвія) зростають швидше останні два роки, але з нижчих базових рівнів [24, 28]. Це відображає загальний тренд диверсифікації, описаний у теорії (зростання нових напрямів).

У Європі мотиваційна структура попиту чітко співпадає з теоретичними моделями Маслоу і Пірса. Відповідність рівням потреб в туристичних послугах в Східному європейському регіоні за пірамідою Маслоу зображена на рис. 1.2. [29].

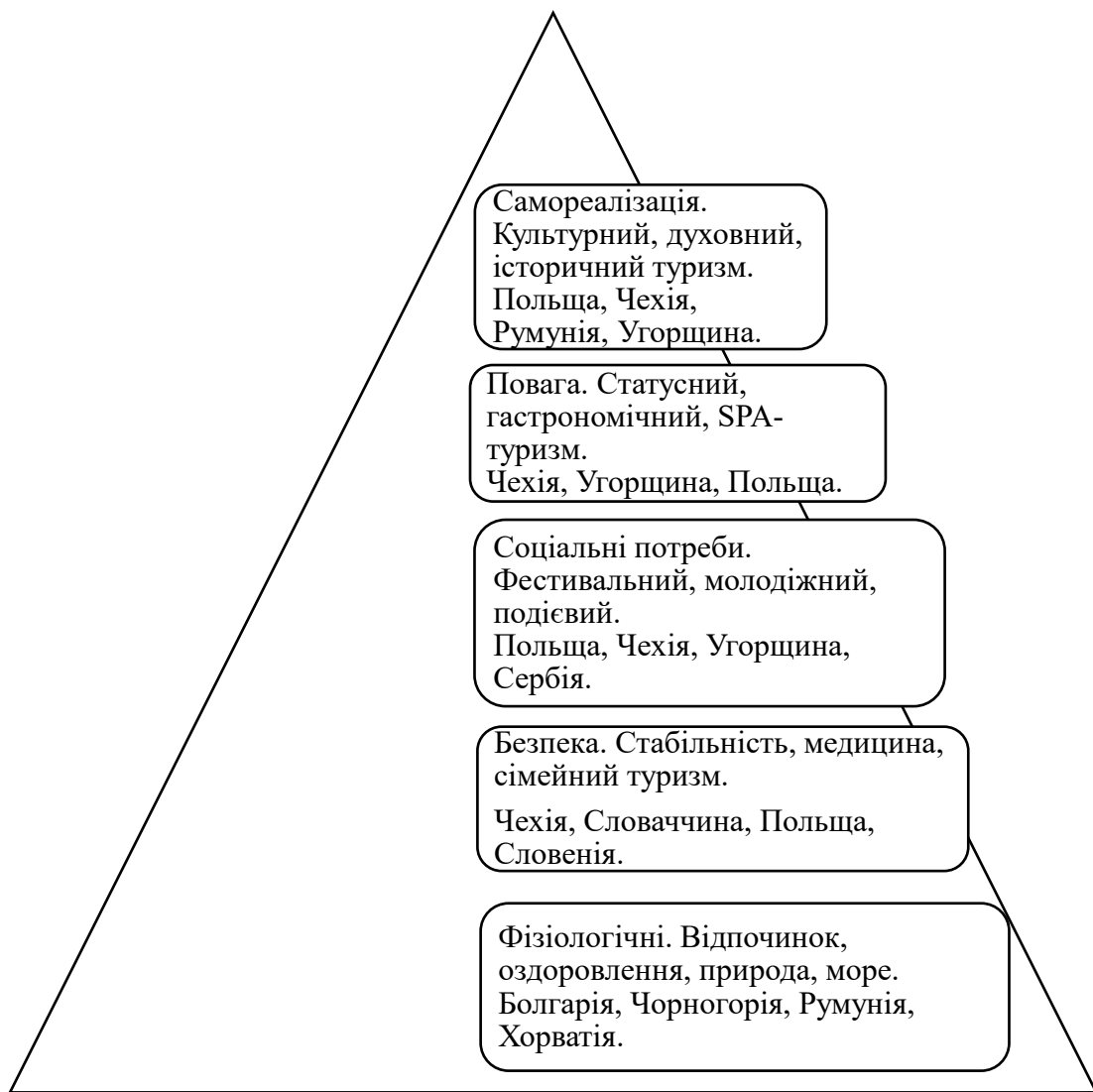


Рис. 1.2 – Відповідність туристичних послуг Східного європейського регіону піраміді потреб Маслоу

Використання піраміді потреб А. Маслоу для аналізу туристичного попиту в країнах Східної Європи дозволяє комплексно оцінити мотивацію туристів, що визначає вибір туристичних destinations у регіоні. На відміну від Західної Європи, туристичний ринок Східної Європи характеризується більшою ціновою доступністю, значною роллю культурно-пізнавального та оздоровчого туризму, а також високою чутливістю до безпекових та економічних факторів.

Фізіологічний рівень туристичного попиту Східної Європи пов'язаний із базовими потребами людини у відпочинку, відновленні сил, комфортному

проживанні, харчуванні та сприятливих природно-кліматичних умовах. У країнах Східної Європи цей рівень реалізується через пляжний, рекреаційний та оздоровчий туризм. Країнами-лідерами цього сегменту є: Болгарія, Хорватія, Чорногорія, Румунія. Курорти Сонячний берег, Золоті піски та Несебр у 2024 р. прийняли понад 13 млн туристів, значна частина яких це туристи з Польщі, Румунії, Німеччини та Чехії. Адріатичне узбережжя у 2024 р. забезпечило понад 108 млн туристичних ночівель, а туризм формував близько 20% ВВП країни. Курорти Чорногорії – Будва, Котор та Бар, приймають переважно сімейний та бюджетний відпочинок. Чорноморське узбережжя та Карпати Румунії активно розвивають оздоровчий туризм. У країнах Східної Європи саме доступність цін робить базовий рекреаційний туризм найбільш масовим [25, 28, 37].

Потреба у безпеці стала особливо важливою після пандемії COVID-19 та початку повномасштабної війни в Україні. Туристи дедалі частіше обирають дестинації зі стабільною політичною ситуацією, якісною медициною та передбачуваною транспортною системою. Найбільш безпечними туристичними напрямками Східної Європи вважаються Чехія, Польща, Словаччина, Словенія. Прага та Карлові Вари популярні серед сімейних туристів. У 2022 – 2024 рр. частина туристичних потоків із країн, що межують із зоною війни, переорієнтувалась на Чехію, Польщу та Словаччину [39].

Соціальні потреби пов'язані зі спілкуванням, участю у культурних подіях, фестивалях, молодіжних активностях та спільному туристичному досвіді. Східна Європа активно розвиває подієвий і молодіжний туризм. Найбільш популярними країнами з таких видів туризму є:

- Угорщина – фестиваль Sziget у Будапешті щороку відвідують понад 400 тис. осіб із більш ніж 100 країн;
- Польща – музичні фестивалі у Кракові та Гданську;
- Чехія – різдвяні ярмарки Праги входять до числа найпопулярніших у Європі;
- Сербія – музичний фестиваль EXIT у Новому Саді.

Молодіжний сегмент туристів (18 – 35 років) особливо активно обирає Прагу, Будапешт та Краків саме для соціальної взаємодії та подієвого туризму [37, 38].

Рівень поваги та престижу у Східній Європі реалізується через преміальний SPA-туризм, гастрономічний туризм та luxury-відпочинок. Лідерами таких видів туризму є:

- Чехія – Карлові Вари, Маріанські Лазні;
- Угорщина – термальні SPA-комплекси Будапешта та Хевіза;
- Польща – Zakopane Premium, luxury-готелі Кракова;
- Румунія – замковий та boutique-туризм Трансильванії.

Наприклад, у Карлових Варах середні витрати premium-туриста у 2024 р. перевищували 230 – 260 євро на добу, що значно вище середньорегіонального показника [38].

Найвищий рівень туристичної мотивації пов'язаний із пізнанням, духовним розвитком, культурним досвідом та історичною спадщиною.

Країни-лідери самореалізаційного туризму:

- Чехія – Прага, Чеський Крумлов, культурні та музичні тури;
- Польща – Краків, Ченстохова, історичний і релігійний туризм;
- Румунія – Трансильванія, замок Бран, етнотуризм;
- Угорщина – культурний туризм Будапешта;
- Словаччина – природний та духовний туризм Карпат.

Після пандемії COVID-19 інтерес до культурно-пізнавального туризму у країнах Центральної та Східної Європи у 2022 – 2025 рр. зріс приблизно на 15 – 18%, що свідчить про зростання потреб туристів у глибшому змістовному досвіді [40].

Таким чином, піраміда потреб А. Маслоу дозволяє пояснити специфіку туристичного попиту у країнах Східної Європи. Якщо Болгарія, Хорватія та Чорногорія домінують на рівні базових фізіологічних потреб, то Чехія, Польща та Угорщина активно розвивають безпечний, культурний, соціальний та самореалізаційний туризм. Це пояснює нерівномірність туристичних

потоків у регіоні та формування спеціалізації окремих туристичних дестинацій.

1.3. Східний регіон Європи: країни, фактори та особливості формування туризму

Східний регіон Європи є важливою складовою європейського туристичного простору, що характеризується значним природним, історико-культурним та рекреаційним потенціалом. Туризм у країнах Східної Європи формується під впливом комплексу природно-географічних, соціально-економічних, історичних та політичних факторів, які визначають конкурентоспроможність регіону на міжнародному туристичному ринку.

У науковій літературі до країн Східної Європи традиційно відносять Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Болгарія, Україна, а також країни Балтії – Литва, Латвія та Естонія. У ширшому геополітичному трактуванні до регіону іноді включають Молдову, країни Балканського півострова та окремі держави Південно-Східної Європи. Для туристичних досліджень найбільш доцільним є підхід, який об'єднує країни зі схожими історичними передумовами розвитку, постсоціалістичною трансформацією економіки та схожими моделями туристичного розвитку [17, 19].

Формування туристичної галузі в країнах Східної Європи має тривалу історію та характеризується значною залежністю від політичних, економічних і соціокультурних трансформацій регіону. На відміну від країн Західної Європи, де масовий туризм почав активно розвиватися ще у XIX ст., туристична індустрія Східної Європи тривалий час формувалася під впливом соціалістичної моделі господарювання, централізованого планування та обмеженої міжнародної мобільності населення [21].

Початкові передумови розвитку туризму в країнах Східної Європи виникли ще наприкінці XIX – на початку XX ст. У цей період активно розвивалися курортні території, пов'язані з лікувально-оздоровчим

відпочинком, гірським та культурним туризмом. Значної популярності набули бальнеологічні курорти Чехії, зокрема Карлові Вари та Маріанські Лазні, які вже на початку XX ст. приймали європейську аристократію та представників політичної еліти. В Угорщині активно розвивався термальний туризм завдяки природним мінеральним джерелам Будапешта, а у Польщі та Словаччині формувалися перші гірськолижні та кліматичні курорти у Карпатському регіоні [21].

Після Другої світової війни розвиток туризму в країнах Східної Європи набув специфічного характеру через входження більшості держав до соціалістичного табору. У 1950 – 1980-х рр. туристична діяльність розвивалася переважно в межах внутрішнього та соціального туризму. Основною метою подорожей були оздоровлення, санаторно-курортне лікування та організований відпочинок працівників. Туризм у цей період фінансувався державою, а значна частина туристичних закладів перебувала у державній або профспілковій власності [29].

Особливістю туристичного розвитку соціалістичних країн була орієнтація на внутрішній ринок та міждержавний обмін у межах соціалістичного простору. Найбільш популярними напрямками відпочинку були: гірські курорти Польщі та Чехословаччини; чорноморські курорти Болгарії; бальнеологічні курорти Чехії та Угорщини; рекреаційні території Румунії та Югославії [29].

Так, у 1980-х рр. Болгарія входила до числа найбільш популярних туристичних дестинацій соціалістичного блоку та щорічно приймала понад 8 млн туристів, значна частина яких приїжджала з країн Східної Європи. Чехословаччина була одним із центрів лікувально-оздоровчого туризму, а польські курорти Закопане й Краків активно розвивали культурний та гірський туризм [17].

Суттєві зміни відбулися після 1990 рр., коли країни Східної Європи перейшли до ринкової економіки. Трансформаційні процеси супроводжувалися приватизацією готельної інфраструктури, залученням

іноземних інвестицій та інтеграцією до міжнародного туристичного ринку. Саме в цей період країни регіону почали активно позиціонувати себе як доступні туристичні напрямки з багатою культурною спадщиною та відносно низькими цінами [21].

Важливим етапом розвитку стало приєднання більшості країн Східної Європи до Європейського Союзу: Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Литва, Латвія та Естонія (2004 р.), та Румунія та Болгарія (2007 р.) [29].

Членство в ЄС сприяло суттєвому зростанню туристичних потоків, модернізації інфраструктури, розвитку транспортної доступності та збільшенню інвестицій у сферу гостинності. Наприклад, у Польщі кількість міжнародних туристичних прибуттів зросла з 15,2 млн осіб у 2004 р. до понад 21 млн у 2019 р., а в Чехії – з 6,3 млн до понад 20 млн туристів за аналогічний період [22].

У 2000 – 2019 рр. країни Східної Європи стали одними з найбільш динамічних туристичних ринків Європи. Особливо швидкими темпами розвивалися: міський туризм; культурно-пізнавальний туризм; SPA- та медичний туризм; гастрономічний туризм; гірськолижний туризм [29, 43].

Прага, Краків, Будапешт, Братислава та Софія перетворилися на популярні туристичні центри міжнародного значення. Зокрема, Прага у 2019 р. прийняла понад 8 млн міжнародних туристів, а Будапешт – з понад 6 млн.

Туристична спеціалізація країн Східної Європи формується під впливом природно-ресурсного потенціалу, історико-культурної спадщини, рівня розвитку туристичної інфраструктури та особливостей географічного положення. Основні напрями туристичної діяльності та найвідоміші туристичні дестинації країн регіону наведено в табл. 1.3.

Східна Європа характеризується різноманітністю природних ресурсів: гірськими масивами Карпат, узбережжям Чорного моря, мінеральними джерелами, національними парками та значними лісовими територіями. Це створює передумови для розвитку рекреаційного, екологічного, оздоровчого та активного туризму.

Таблиця 1.3 – Країни Східної Європи та їх туристична спеціалізація

Країна	Основні види туризму	Найвідоміші туристичні дестинації
Польща	культурний, релігійний, міський, гірськолижний	Краків, Варшава, Закопане
Чехія	культурно-пізнавальний, гастрономічний, SPA-туризм	Прага, Карлові Вари, Чеський Крумлов
Угорщина	оздоровчий, гастрономічний, міський	Будапешт, озеро Балатон
Румунія	екологічний, гірський, історичний	Трансильванія, Брашов, замок Бран
Болгарія	морський, гірськолижний, оздоровчий	Сонячний берег, Банско, Софія
Словаччина	гірський, екологічний, активний	Високі Татри, Братислава
Україна	культурний, військово-історичний, оздоровчий, гірський	Карпати, Львів, Київ, Буковель

Джерело: складено автором на основі [13, 14, 22, 27, 28, 29]

Дані таблиці 1.2 свідчать, що країни Східної Європи мають різнопланову туристичну спеціалізацію, яка сформувалася під впливом природних, історико-культурних та соціально-економічних чинників. Важливе місце в структурі туристичної діяльності регіону займає культурно-пізнавальний туризм, що базується на багатій історичній спадщині, архітектурних пам'ятках та культурних традиціях країн регіону.

Країни регіону мають багату культурну спадщину, представлену середньовічними містами, замками, фортецями, музеями, релігійними пам'ятками та об'єктами світової спадщини ЮНЕСКО. Значна кількість історичних центрів міст Східної Європи приваблює міжнародних туристів завдяки автентичній архітектурі та збереженим традиціям (див. рис. 1.3).

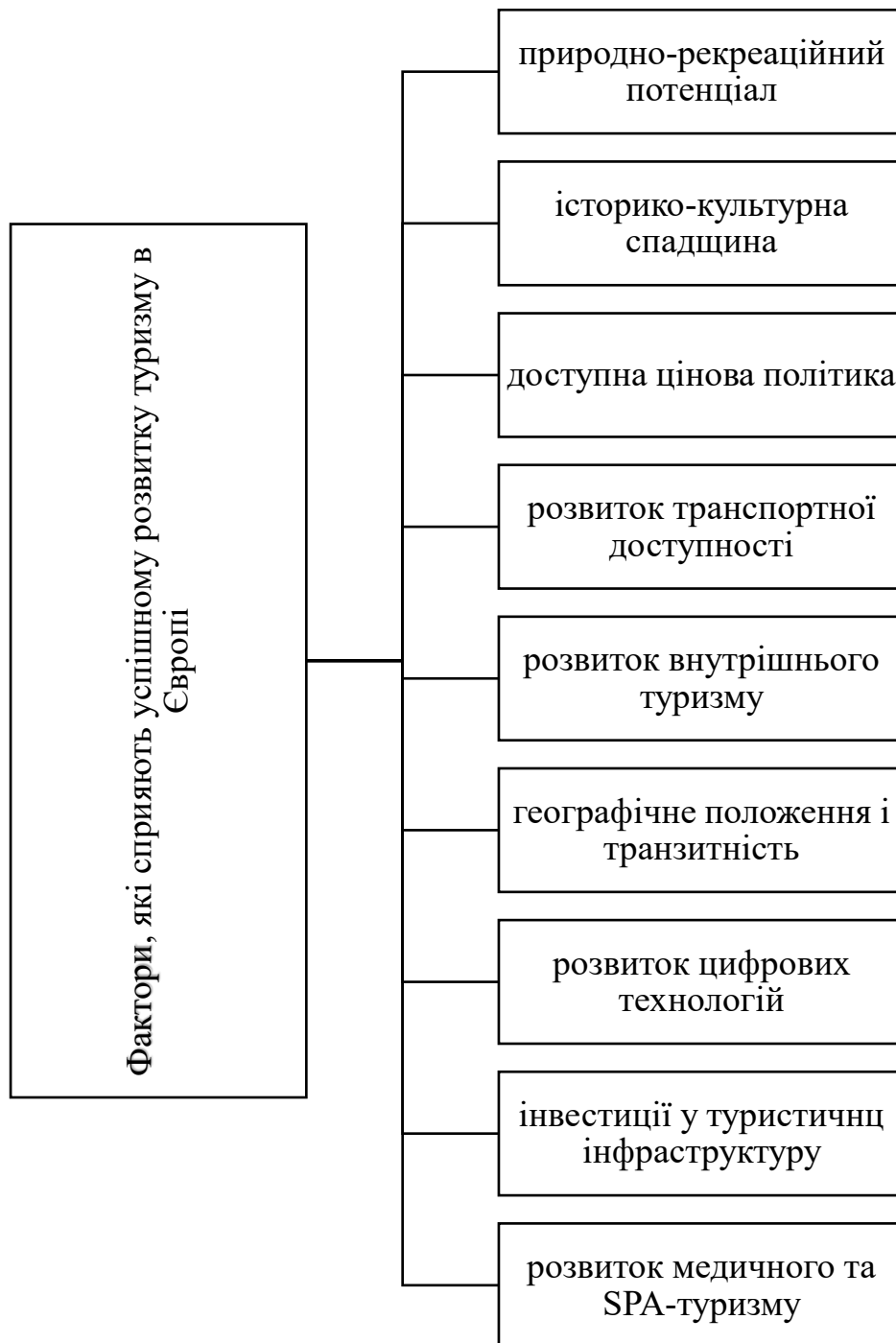


Рис. 1.3 – Позитивні фактори, які впливають на розвиток туризму в Східному регіоні Європи

Важливим фактором розвитку туризму є порівняно нижчий рівень цін у країнах Східної Європи порівняно із Західною Європою. Це підвищує конкурентоспроможність туристичних продуктів регіону та стимулює розвиток бюджетного, молодіжного та екскурсійного туризму [13, 15].

Одним із ключових факторів розвитку туризму у країнах Східної Європи є транспортна доступність, яка суттєво впливає на інтенсивність туристичних потоків, рівень мобільності населення та конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Упродовж останніх десяти років країни Східної Європи значно покращили транспортну інфраструктуру завдяки інтеграції до європейського транспортного простору, розвитку лоукост-авіаперевезень, модернізації залізничного сполучення та активізації міжнародних автобусних перевезень [13].

Таким чином, формування туризму у Східному регіоні Європи визначається поєднанням природних, історичних, економічних та політичних факторів. Незважаючи на сучасні виклики, країни регіону зберігають значний потенціал для подальшого розвитку туристичної галузі та підвищення своєї конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку [13].

1.3. Методичні підходи до оцінки розвитку туристичної галузі регіону

Оцінка розвитку туристичної галузі регіону є важливим етапом аналізу рівня туристичної привабливості території, ефективності використання туристичних ресурсів та визначення перспектив подальшого розвитку туристичної індустрії. В умовах динамічних змін глобального туристичного ринку, цифровізації та посилення конкуренції між туристичними дестинаціями виникає потреба у використанні комплексних методичних підходів, які дозволяють всебічно оцінити стан туристичної галузі та виявити фактори, що впливають на її розвиток.

Туристична галузь має складну багатокомпонентну структуру, тому її оцінювання не може здійснюватися лише на основі одного показника, наприклад, кількості туристів або доходів від туризму. Для отримання об'єктивної характеристики регіону необхідно враховувати природно-рекреаційний потенціал, інфраструктурне забезпечення, транспортну

доступність, інвестиційну активність, рівень туристичного попиту, соціально-економічні умови та ефективність управління туристичною сферою.

У сучасній науковій практиці використовуються різноманітні методичні підходи до оцінки розвитку туристичної галузі регіону, серед яких найбільш поширеними є: статистичний, рейтинговий, індексний, бальний, економіко-математичний, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, кластерний та інтегральний підходи [18].

Статистичний підхід є одним із найбільш поширених у дослідженнях туристичної сфери, оскільки базується на аналізі кількісних показників розвитку туризму. До основних індикаторів оцінювання належать:

- кількість міжнародних та внутрішніх туристичних прибуттів;
- обсяги туристичних витрат;
- кількість засобів розміщення;
- число ліжко-місць;
- рівень завантаження готелів;
- кількість туристичних ночівель;
- обсяг доходів від туристичної діяльності;
- частка туризму у валовому регіональному продукті.

Перевагою цього підходу є можливість здійснення динамічного аналізу та міжрегіональних порівнянь. Наприклад, оцінка розвитку туристичної галузі країн Східної Європи може здійснюватися через аналіз міжнародних туристичних прибуттів за даними UN Tourism, Eurostat або національних статистичних органів. Разом із тим статистичний підхід має певні обмеження, оскільки не враховує якісні характеристики туристичного потенціалу, імідж території та рівень задоволеності туристів [18].

Для країн Східної Європи найбільш інформативними є такі індикатори: міжнародні туристичні прибуття; кількість внутрішніх туристичних поїздок; кількість туристичних ночівель; число туристичних закладів розміщення; місткість готельної інфраструктури; рівень зайнятості у сфері туризму; доходи від туристичної діяльності; внесок туризму у ВВП країни [6].

Рейтинговий підхід передбачає ранжування регіонів або країн за сукупністю показників туристичного розвитку. Найчастіше використовуються міжнародні рейтинги конкурентоспроможності туристичних дестинацій [18].

Одним із найбільш відомих є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму Travel & Tourism Development Index (TTDI), який оцінює країни за такими параметрами:

- туристична політика;
- транспортна інфраструктура;
- рівень безпеки;
- природні та культурні ресурси;
- цифровізація туристичних послуг;
- готовність до сталого розвитку.

Для країн Східної Європи особливу роль відіграють показники транспортної інтеграції, цінової доступності та безпеки. Наприклад, Чехія, Польща та Угорщина мають більш високі позиції у рейтингах туристичної конкурентоспроможності завдяки розвиненій інфраструктурі та високій міжнародній доступності. Перевагою рейтингового підходу є можливість визначення конкурентних переваг та слабких сторін туристичної галузі регіону [8].

Найбільш доцільним для оцінки туристичної галузі Східної Європи є інтегральний підхід, який поєднує статистичні, соціально-економічні, інфраструктурні та поведінкові показники. Саме інтегральний підхід дозволяє найбільш об'єктивно оцінити рівень розвитку туристичної галузі регіону, визначити конкурентні переваги та сформулювати стратегічні напрями подальшого розвитку.

Ідексний підхід базується на використанні інтегральних показників, які формуються шляхом об'єднання кількох статистичних індикаторів у єдиний комплексний індекс. До прикладу, інтегральний індекс розвитку туризму регіону може враховувати:

- туристичні потоки;

- інвестиції в туристичну інфраструктуру;
- транспортну доступність;
- рівень цифровізації;
- забезпеченість закладами розміщення;
- рівень зайнятості у сфері туризму.

Формально інтегральний індекс може визначатися за формулою:

$$I_t = \sum(X_i \times W_i) \quad (1.1.)$$

де: I_t – інтегральний індекс розвитку туристичної галузі;

X_i – значення окремого показника;

W_i – ваговий коефіцієнт показника [6].

Застосування індексного підходу дозволяє здійснювати комплексне порівняння туристичних регіонів та визначати рівень їх конкурентоспроможності [8].

Бальний метод широко використовується для оцінки природно-рекреаційного та культурно-історичного потенціалу територій. Його сутність полягає у присвоєнні певної кількості балів окремим характеристикам туристичного розвитку [8]. Наприклад, оцінювання може здійснюватися за п'ятибальною шкалою:

- 5 балів – дуже високий рівень;
- 4 бали – високий;
- 3 бали – середній;
- 2 бали – низький;
- 1 бал – дуже низький.

Після визначення оцінок застосовується система вагових коефіцієнтів, що дозволяє отримати інтегральний показник туристичного потенціалу регіону. Саме цей підхід доцільно використовувати для оцінки розвитку туристичної галузі Східної Європи, оскільки він дозволяє поєднати кількісні та якісні характеристики.

Одним із найпоширеніших стратегічних методів оцінювання є SWOT-аналіз, який дозволяє визначити:

- сильні сторони (Strengths);
- слабкі сторони (Weaknesses);
- можливості (Opportunities);
- загрози (Threats).

Такий підхід дозволяє виявити конкурентні переваги субрегіону та перспективні напрями туристичної спеціалізації [18].

Сильні сторони Східної Європи: доступна цінова політика; багата історико-культурна спадщина; розвиток SPA та медичного туризму; зростання внутрішнього туризму; високий потенціал природних ресурсів. Слабкі сторони Східної Європи: нерівномірність інфраструктурного розвитку; залежність від сезонності; недостатня маркетингова впізнаваність окремих дестинацій.

Можливості Східної Європи: цифровізація туристичних послуг; розвиток low-cost перевезень; інтеграція до транспортної мережі ЄС; розвиток сталого туризму. Загрози Східної Європи: війна в Україні; інфляційні процеси; геополітична нестабільність; кліматичні зміни.

PEST-аналіз використовується для оцінювання зовнішнього середовища розвитку туризму та враховує: P (Political) – політичні фактори; E (Economic) – економічні фактори; S (Social) – соціальні фактори; T (Technological) – технологічні фактори [8].

Для країн Східної Європи особливо важливим є PEST-підхід, що дозволяє оцінити зовнішнє середовище розвитку туризму. Політичні фактори: безпекова ситуація, інтеграція до ЄС, візова політика. Економічні фактори: інфляція, доходи населення, курс валют, доступність туристичних послуг. Соціальні фактори: демографічні зміни, мобільність населення, зміна туристичних уподобань. Технологічні фактори: онлайн-бронювання, цифрові карти, AI-сервіси, мобільні додатки для подорожей.

Для туристичного ринку Східної Європи особливого значення набувають політична стабільність, рівень інфляції, демографічні зміни, цифровізація та транспортна модернізація.

Кластерний підхід передбачає оцінювання розвитку туризму через взаємодію підприємств туристичної сфери, транспорту, готельного бізнесу, закладів харчування, культурних установ та місцевих органів влади. Наприклад, у Східній Європі успішними туристичними кластерами є:

- Карпатський туристичний кластер;
- SPA-кластери Чехії та Угорщини;
- культурно-історичні маршрути Польщі та Чехії [18].

Просторово-географічний підхід дозволяє оцінити територіальні диспропорції розвитку туризму та туристичну спеціалізацію окремих країн Східної Європи. Так, можна виділити основні спеціалізації:

- Польща, Чехія, Угорщина – культурно-пізнавальний та міський туризм;
- Болгарія, Хорватія, Чорногорія – рекреаційний та морський туризм;
- Словаччина, Румунія, Україна – гірський, екологічний та активний туризм;
- Чехія та Угорщина – змедицинський і SPA-туризм;
- Сербія, Угорщина, Польща – подієвий та фестивальний туризм [33].

Дослідження рівня розвитку туристичної галузі Східної Європи потребує застосування комплексного методичного інструментарію, оскільки туристичний сектор регіону формується під впливом різноспрямованих економічних, політичних, соціальних, безпекових та інфраструктурних факторів. На сучасному етапі розвиток туризму у країнах Східної Європи характеризується високою динамічністю, нерівномірністю територіального розвитку та значною залежністю від зовнішніх глобальних викликів, що

особливо посилилися після пандемії COVID-19 та початку повномасштабної війни в Україні. [36].

Найбільш доцільним для оцінки туристичної галузі Східної Європи є інтегральний підхід, який поєднує статистичні, соціально-економічні, інфраструктурні та поведінкові показники.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі дипломної роботи дослідження передумов розвитку туризму в європейських регіонах засвідчило, що Європа залишається провідним туристичним регіоном світу завдяки високому рівню інфраструктурного забезпечення, транспортній доступності та значному культурно-історичному потенціалу. Особливу роль у структурі європейського туристичного ринку відіграють країни Центральної та Східної Європи, конкурентними перевагами яких є доступний рівень цін, багата культурна спадщина та значний природно-рекреаційний потенціал.

Встановлено, що формування туристичної галузі Східної Європи відбувалося під впливом історичних, політичних та економічних трансформацій. Після переходу до ринкової економіки та інтеграції більшості країн регіону до Європейського Союзу спостерігалось суттєве зростання туристичних потоків, модернізація туристичної інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Водночас сучасний розвиток туризму в регіоні супроводжується низкою викликів, серед яких геополітична нестабільність, наслідки пандемії COVID-19, інфляційні процеси та безпекові ризики.

У ході дослідження було розглянуто основні методичні підходи до оцінювання розвитку туристичної галузі регіону. Визначено, що найбільш ефективними для комплексного аналізу туристичного розвитку є статистичний, рейтинговий, індексний, SWOT- та PEST-аналізи, а також інтегральний підхід. Їх поєднання дозволяє об'єктивно оцінити рівень розвитку туристичної сфери, виявити конкурентні переваги та проблеми

функціонування туристичної галузі, а також сформулювати стратегічні напрями її подальшого розвитку.

Отримані результати є теоретичною та методичною основою для проведення подальшого аналізу сучасного стану, проблем і перспектив розвитку туризму в країнах Східної Європи у наступних розділах роботи

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ

2.1. Аналіз розвитку туризму Європи та країн Східної Європи у 2019 – 2025 рр.

Європейський туристичний регіон традиційно займає провідні позиції у світовій індустрії туризму та виступає одним із найбільш потужних центрів міжнародної туристичної активності. Саме на країни Європи припадає значна частка глобальних туристичних переміщень і міжнародних туристичних доходів, що пояснюється високим рівнем соціально-економічного розвитку, транспортної інтеграції, концентрацією історико-культурної спадщини та розвиненою туристичною інфраструктурою. Туризм у країнах Європи виконує не лише рекреаційну функцію, а й є важливою складовою економічного зростання, забезпечуючи надходження валютних ресурсів, стимулюючи розвиток малого та середнього бізнесу, транспортної сфери, закладів гостинності та суміжних секторів економіки [25].

До 2019 р. європейський туристичний сектор демонстрував стабільне зростання. Загальна кількість міжнародних туристичних прибуттів у Європі досягла 742,4 млн осіб, що підтверджувало статус регіону як найбільшого світового туристичного центру. Проте у 2020 р. туристична індустрія зіткнулася з безпрецедентною кризою, викликаною пандемією COVID-19. Внаслідок запровадження карантинних обмежень, закриття міжнародних кордонів, скасування авіасполучення та суттєвого скорочення мобільності населення міжнародні туристичні прибуття у Європі скоротилися більш ніж утричі – до 239,4 млн осіб, що стало найглибшим падінням за всю сучасну історію світового туризму [32].

Пандемічна криза негативно позначилася практично на всіх складових туристичної системи. Значна кількість готельних підприємств, ресторанів, туристичних операторів і транспортних компаній була змушена тимчасово припинити діяльність або суттєво скоротити масштаби роботи. За оцінками

європейських туристичних організацій, у 2020 р. рівень завантаженості готелів у більшості країн Європи скоротився на 70–80% порівняно з докризовим рівнем, а туристичний сектор втратив мільйони робочих місць. Особливо значних економічних втрат зазнали країни, економіка яких істотно залежала від міжнародного туризму, зокрема Іспанія, Італія, Греція, Португалія та Хорватія.

Поступове відновлення туристичних потоків у Європі розпочалося вже у 2021 році, коли міжнародні прибуття збільшилися до 300,9 млн осіб, однак темпи відновлення залишалися стриманими через нові хвилі пандемії, санітарні обмеження та невизначеність щодо міжнародних подорожей. Водночас саме цей період став поштовхом до трансформації туристичної поведінки населення: зріс попит на внутрішній туризм, короткострокові поїздки, природно-рекреаційні території, індивідуальні формати відпочинку та цифрові туристичні сервіси.

Найбільш відчутне пожвавлення туристичного ринку спостерігалось у 2022 – 2023 рр., коли європейські країни поступово зняли більшість карантинних обмежень, а міжнародна мобільність населення почала активно відновлюватися. У 2022 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів у Європі зросла до 609,5 млн осіб, а у 2023 р. – до 709,4 млн осіб, що вже майже відповідало допандемічному рівню (див. рис. 2.1) [22].

Незважаючи на ці виклики, туристична галузь Європи продовжувала демонструвати високу адаптивність. У 2024 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів досягла 735,2 млн осіб, а вже у 2025 р. – 754,8 млн осіб, що на 1,7% перевищило показник 2019 р [22]. Це свідчить про фактичне завершення етапу постпандемічного відновлення та перехід європейського туризму до нового етапу розвитку, в якому ключову роль відіграють безпека, цифровізація, сталий розвиток і персоналізація туристичних послуг.

Таким чином, аналіз динаміки міжнародних туристичних прибуттів у Європі підтверджує, що туристичний ринок регіону демонструє високий

рівень стійкості до кризових явищ, хоча темпи відновлення істотно різняться між окремими субрегіонами.

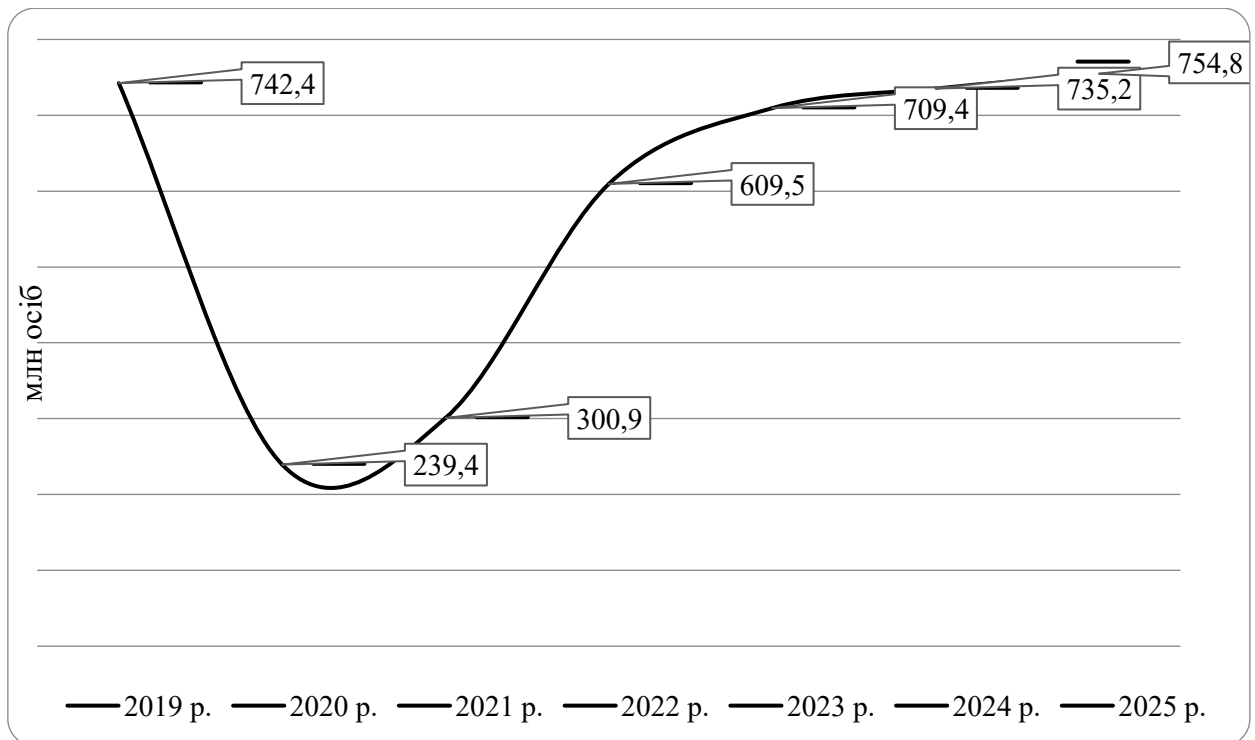


Рис. 2.1 – Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у Європі у 2019 – 2025 рр., млн осіб [22, 42]

При цьому темпи відновлення були нерівномірними між окремими субрегіонами. Аналіз динаміки міжнародних туристичних прибуттів у субрегіонах Європи дозволяє оцінити рівень відновлення туристичної галузі в країнах Центральної та Східної Європи (див. табл. 2.1) [28].

Найбільш динамічне зростання продемонстрували країни Південної Європи, які швидше адаптувалися до нових умов завдяки високому попиту на морський відпочинок, сприятливому клімату та значному внутрішньоєвропейському попиту. Іспанія, Італія, Греція та Португалія змогли вже у 2023 – 2024 рр. практично повернутися до допандемічних показників туристичних прибуттів [50].

Водночас країни Центральної та Східної Європи стикнулися з додатковими бар'єрами відновлення, пов'язаними насамперед із повномасштабною війною в Україні. Починаючи з 2022 р., війна суттєво вплинула на туристичну привабливість регіону, змінила географію туристичних потоків та посилила сприйняття безпекових ризиків серед міжнародних туристів. Найбільш відчутний вплив простежувався у країнах, що межують з Україною – Польщі, Словаччині, Угорщині та Румунії, де певна частина туристичних потоків тимчасово скоротилася через підвищений рівень ризиків і гуманітарну кризу.

Таблиця 2.1 – Чисельність міжнародних туристичних прибуттів у європейських субрегіонах у 2019 – 2025 рр., млн осіб

Субрегіон	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Європа	742,4	239,4	300,9	609,5	709,4	735,2	754,8
Північна Європа	82,1	23,0	21,9	67,1	79,7	82,5	84,2
Західна Європа	205,2	83,5	87,6	182,8	208,3	214,6	219,4
Центральна та Східна Європа	150,9	43,8	52,6	94,1	112,4	126,8	137,2
Південна Європа	304,2	88,4	138,9	265,5	308,9	311,5	318,7
Країни ЄС-27	539,2	182,8	222,3	454,3	527,3	548,6	562,1

Джерело: складено автором на основі [22, 42, 43, 50].

Вивчення питомої ваги окремих субрегіонів у загальному обсязі міжнародних туристичних прибуттів дозволяє оцінити рівень туристичної спеціалізації, конкурентоспроможності та стійкості туристичного сектору в умовах глобальних кризових явищ.

Особливий інтерес для даного дослідження становить Центральна та Східна Європа, оскільки саме цей субрегіон у 2020 – 2025 рр. зазнав найбільш відчутного впливу пандемії COVID-19 та геополітичних трансформацій,

пов'язаних із повномасштабною війною в Україні. Аналіз динаміки частки туристичних прибуттів дає можливість простежити зміни позицій регіону на європейському туристичному ринку та оцінити швидкість його відновлення. Для наочності структури міжнародних туристичних потоків та визначення місця кожного субрегіону у загальноєвропейському туристичному просторі розраховано частку міжнародних туристичних прибуттів за субрегіонами Європи у 2019 – 2025 рр. (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Частка субрегіонів у загальному обсязі міжнародних туристичних прибуттів Європи у 2019 – 2025 рр., %

Субрегіон	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Північна Європа	11,1	9,6	7,3	11,0	11,2	11,2	11,2
Західна Європа	27,6	34,9	29,1	30,0	29,4	29,2	29,1
Центральна та Східна Європа	20,3	18,3	17,5	15,4	15,8	17,2	18,2
Південна Європа	41,0	36,9	46,2	43,6	43,5	42,4	42,2
Разом Європа	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Результати розрахунків свідчать про суттєву нерівномірність розподілу міжнародних туристичних прибуттів між субрегіонами Європи. Найбільшу частку туристичних потоків упродовж усього досліджуваного періоду стабільно забезпечувала Південна Європа, на яку у 2019 р. припадало 41,0% загальноєвропейських міжнародних прибуттів, а у 2025 р. – 42,2% (див. рис. 2.2). Домінування субрегіону пояснюється високою популярністю середземноморських туристичних напрямків, розвитком пляжного та рекреаційного туризму, а також значною концентрацією міжнародно визнаних туристичних центрів.

Західна Європа займала другу позицію із часткою близько 27 – 35%, демонструючи відносно стабільні показники навіть у кризовий період пандемії

COVID-19. Найвищу частку (34,9%) було зафіксовано у 2020 р., що пов'язано зі швидшим відновленням внутрішньорегіональних туристичних потоків.

Водночас Центральна та Східна Європа характеризувалися більш низькою часткою міжнародних туристичних прибуттів. Якщо у 2019 р. на регіон припадало 20,3% європейського туристичного ринку, то у 2022 р. цей показник знизився до 15,4%, що пояснюється наслідками пандемії та негативним впливом війни в Україні на туристичну привабливість регіону. Проте вже у 2024 – 2025 рр. спостерігається поступове відновлення до 18,2%.

Північна Європа упродовж досліджуваного періоду формувала найменшу частку туристичних потоків (7 – 11%), що зумовлено кліматичними особливостями та спеціалізацією регіону на нішевих видах туризму (екологічному, арктичному та активному відпочинку).

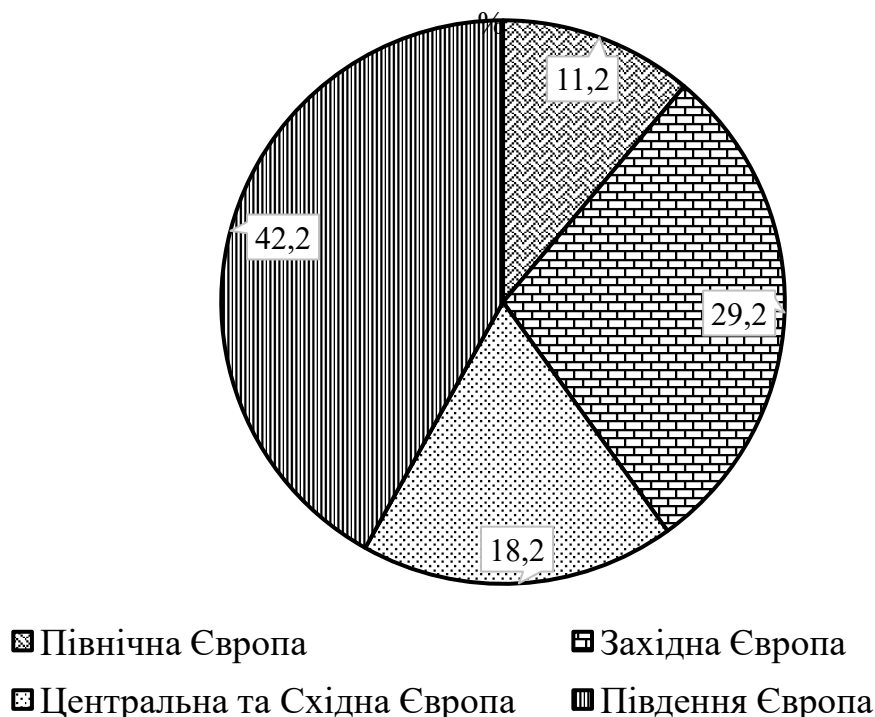


Рис. 2.2 – Частка субрегіонів у загальному обсязі міжнародних туристичних прибуттів Європи у 2025 рр., %

Отже, Центральна та Східна Європа характеризуються більш повільними темпами відновлення. Основними причинами цього є: економічна

нестабільність; недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури; безпекові ризики; вплив війни в Україні; зростання транспортних витрат та інфляційних процесів.

Для більш глибокого розуміння масштабів кризових змін та швидкості відновлення туристичної галузі доцільно проаналізувати динаміку міжнародних туристичних прибуттів відносно допандемічного 2019 року, який традиційно використовується як базовий орієнтир оцінки ефективності відновлення туристичного сектору. Порівняльний аналіз дозволяє визначити ступінь втрат, спричинених пандемією COVID-19, а також оцінити, наскільки окремі регіони змогли компенсувати кризове падіння та повернутися до попередніх обсягів туристичних потоків [40].

Особливого значення такий аналіз набуває для країн Центральної та Східної Європи, оскільки поряд із наслідками пандемії регіон зазнав додаткового негативного впливу внаслідок повномасштабної війни в Україні, що суттєво вплинуло на сприйняття безпеки туристичних дестинацій та структуру міжнародної мобільності.

Дані таблиці 2.3 демонструють, що у 2020 р. міжнародний туризм пережив безпрецедентне скорочення у глобальному масштабі. Так, кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі зменшилася на 72,3% порівняно з 2019 р., тоді як у Європі падіння становило 67,7%, що свідчить про дещо вищу адаптивність європейського туристичного ринку порівняно із середньосвітовими тенденціями. Це частково пояснюється високим рівнем внутрішньорегіональної мобільності, розвитком наземного транспорту та швидшою координацією туристичної політики між європейськими країнами.

Найбільших втрат у 2020 – 2021 рр. зазнали країни Північної Європи, де скорочення міжнародних туристичних прибуттів становило 71,1% у 2020 р. та 73,3% у 2021 р. порівняно з 2019 р.. Така ситуація значною мірою була зумовлена суворими карантинними обмеженнями, меншою залежністю від масового міжнародного туризму та орієнтацією на сегменти туристів із високими вимогами до безпеки подорожей [16, 33].

Таблиця 2.3 – Зміна міжнародних туристичних прибуттів порівняно з 2019 р.,
%

Регіон	2020/ 2019	2021/ 2019	2022/ 2019	2023/ 2019	2024/ 2019	2025/ 2019
Світ загалом	-72,3	-68,6	-33,5	-11,2	-4,1	+1,5
Європа	-67,7	-59,5	-17,9	-4,4	-1,0	+1,7
Північна Європа	-71,1	-73,3	-18,3	-2,9	+0,5	+2,4
Західна Європа	-59,3	-57,3	-10,9	+1,6	+4,6	+6,9
Центральна та Східна Європа	-71,0	-65,2	-37,7	-25,5	-16,0	-9,1
Південна Європа	-66,1	-54,4	-12,7	+1,5	+2,4	+4,8
Країни ЄС-27	-72,3	-58,8	-15,7	-2,2	+1,8	+4,2

Водночас Південна та Західна Європа продемонстрували більш швидкі темпи відновлення. Уже у 2023 р. країни Західної Європи перевищили показники 2019 р. на 1,6%, а Південна Європа – на 1,5%, що пояснюється високим попитом на морський рекреаційний відпочинок, активним відновленням авіаперевезень та значною туристичною спеціалізацією країн Середземномор'я. У 2025 р. відхилення від рівня 2019 р. становило +6,9% для Західної Європи та +4,8% для Південної Європи, що свідчить про повне подолання наслідків пандемічної кризи та формування нових драйверів туристичного зростання.

Особливої уваги заслуговує ситуація у Центральній та Східній Європі, яка виявилася найбільш вразливим субрегіоном у постпандемічний період. Якщо у 2020 р. падіння туристичних прибуттів становило 71,0%, то навіть у 2025 р. регіон залишався на 9,1% нижче рівня 2019 р. Це єдиний субрегіон Європи, який станом на 2025 р. так і не повернувся до допандемічних показників. Така ситуація пояснюється насамперед безпековими ризиками, пов'язаними з війною в Україні, зміною туристичних маршрутів, зростанням

транспортних витрат та певним погіршенням міжнародного іміджу регіону. Найбільше постраждали країни, географічно наближені до зони конфлікту, зокрема Молдова, Словаччина, Румунія, країни Балтії та Фінляндія. Водночас туристичний ринок Європи продовжує демонструвати адаптацію до нових умов функціонування [47].

Водночас країни ЄС-27 загалом демонструють позитивну динаміку відновлення. Якщо у 2020 р. скорочення міжнародних туристичних прибуттів становило 72,3%, то вже у 2024 р. було досягнуто перевищення допандемічного рівня на 1,8%, а у 2025 р. – на 4,2%, що підтверджує високу стійкість туристичного сектору Європейського Союзу до кризових викликів.

Таким чином, результати аналізу свідчать про нерівномірність процесів відновлення міжнародного туризму в європейських субрегіонах. Найбільш швидке повернення до допандемічного рівня демонструють країни Південної та Західної Європи, тоді як Центральна та Східна Європа продовжує зазнавати негативного впливу геополітичних чинників. Це підтверджує необхідність активізації заходів із підвищення туристичної конкурентоспроможності, розвитку безпечних туристичних маршрутів та посилення міжнародного маркетингового позиціонування країн регіону [51].

Для більшості держав субрегіону туризм є не лише складовою сфери послуг, а й одним із механізмів регіонального розвитку, особливо для прикордонних, курортних і історико-культурних територій. Аналіз статистики міжнародних туристичних витрат і доходів свідчить про суттєву нерівномірність економічної ролі туризму в країнах Європи та демонструє специфічні особливості розвитку Центральної та Східної Європи (див. Дод. Б) [39, 38].

У 2024 р. найбільші надходження від міжнародного туризму серед країн Європи були зафіксовані в Іспанії (98 млрд євро), Франції (71 млрд євро) та Італії (54 млрд євро). Водночас для країн Східної Європи характерною є нижча абсолютна величина туристичних доходів, однак у відносному вимірі туризм часто має значно вагомніше значення для національної економіки. Особливо це

стосується Хорватії, де частка надходжень від міжнародного туризму у ВВП у 2024 році досягла 17,5%, що стало найвищим показником у Європейському Союзі. Високою залишається залежність економіки від туризму також у Болгарії, Чорногорії, Албанії та Румунії, де туристичний сектор формує значну частину доходів сфери послуг та забезпечує зайнятість населення в прибережних і гірських регіонах [39].

Для країн Центральної та Східної Європи характерною є модель розвитку, за якої міжнародний туризм виступає важливим джерелом валютних надходжень, але водночас значна частина населення активно здійснює виїзні подорожі до країн Західної та Південної Європи. Найбільші витрати на міжнародний туризм у ЄС у 2024 р. здійснили мешканці Німеччини – близько 115 млрд євро, а сама країна зафіксувала найбільший дефіцит туристичного балансу (-77 млрд євро) [50].

Для країн Східної Європи характерна інша структура туристичного балансу: Польща, Чехія, Угорщина та Болгарія поступово збільшують обсяги в'їзного туризму та скорочують дисбаланс між туристичними витратами й доходами. Особливо помітним є відновлення Польщі та Чехії після пандемії COVID-19 завдяки активному розвитку міського, культурного, ділового та short-break туризму [33, 34].

Водночас економічна роль туризму у країнах Східної Європи суттєво відрізняється залежно від структури національної економіки та рівня розвитку туристичної інфраструктури. У країнах Балканського регіону та Адріатики туристична спеціалізація є значно вищою, тоді як у Польщі, Румунії чи Угорщині туризм має більш диверсифікований характер і поєднується з промисловим та транспортно-логістичним профілем економіки. Саме тому навіть за нижчих абсолютних туристичних доходів туризм залишається важливим чинником територіального розвитку та регіональної зайнятості [50].

Значний вплив на туристичний ринок Східної Європи у 2022 – 2025 рр. мала війна в Україні, яка змінила структуру міжнародних туристичних потоків у субрегіоні. Частина країн, насамперед Польща, Румунія, Словаччина та

Угорщина, зазнали тимчасового скорочення туристичних прибуттів через посилення безпекових ризиків та зміну сприйняття регіону міжнародними туристами. Водночас саме ці країни стали ключовими транзитними та гуманітарними центрами, що стимулювало розвиток транспортної, готельної та сервісної інфраструктури [50].

Окремої уваги заслуговує питання внеску туризму у формування валової доданої вартості економіки. За даними туристичних супутникових рахунків (TSA), у середньому по ЄС у 2022 р. прямий внесок туризму у валову додану вартість становив 3,6%, що залишалося нижчим за допандемічний рівень 2019 р. (4,5%) [27].

У країнах Східної Європи цей показник характеризувався значною диференціацією. Найвищу залежність економіки від туризму демонструвала Хорватія, де туризм формував понад 10% валової доданої вартості країни. Для Болгарії, Чорногорії та Албанії туристичний сектор також виступає одним із ключових драйверів економічного розвитку, особливо у прибережних регіонах [27].

Поступове відновлення туристичної активності у 2023 – 2025 рр. супроводжується структурною трансформацією туристичного попиту в країнах Східної Європи. Зростає популярність wellness-туризму, медичного туризму, короткострокових міських подорожей, природно-рекреаційного та екологічного туризму. Важливу роль відіграє розвиток low-cost авіап перевезень, міжнародного автобусного сполучення та залізничної мобільності, що сприяє інтеграції субрегіону до загальноєвропейського туристичного простору [50].

Найбільш динамічно розвиваються туристичні центри Польщі, Чехії, Угорщини, Хорватії та Румунії, які активно модернізують туристичну інфраструктуру, цифрові сервіси та міжнародне маркетингове просування.

Таким чином, сучасний розвиток туризму Східної Європи характеризується поєднанням значного економічного потенціалу та низки структурних викликів. Попри вплив геополітичної нестабільності,

інфляційних процесів та безпекових ризиків, країни субрегіону демонструють поступове відновлення туристичних потоків і зростання ролі туризму в національних економіках. У довгостроковій перспективі конкурентоспроможність Східної Європи значною мірою залежатиме від рівня транспортної інтеграції, цифровізації туристичних послуг, розвитку транскордонних кластерів та формування безпечного туристичного середовища.

2.2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку туризму країн Східної Європи

За даними міжнародних туристичних організацій, Франція, Іспанія та Італія залишаються лідерами за кількістю міжнародних туристичних прибуттів у Європі, водночас країни Східної Європи демонструють поступове зростання туристичної активності після кризового періоду 2020 – 2022 рр. (див. табл. 2.4) [31].

Таблиця 2.4 – Країни-лідери за кількістю туристичних прибуттів у Європі та Східній Європі у 2019 – 2025 рр., млн осіб

Країни	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Франція	90,9	41,7	48,4	79,4	85,2	88,6	91,3
Іспанія	83,5	18,9	31,2	71,6	79,8	82,4	84,1
Італія	64,5	25,2	26,9	49,8	58,7	62,1	64,0
Польща	21,2	8,4	9,7	15,9	17,6	19,8	21,1
Чехія	20,1	7,1	9,3	13,0	16,4	18,3	19,5
Угорщина	16,9	7,4	7,9	12,6	14,8	15,9	16,8
Румунія	12,8	5,0	6,7	12,7	11,2	12,4	13,2
Болгарія	12,6	2,7	7,2	10,8	10,9	11,8	12,5

Джерело: складено автором на основі [25, 23, 28, 31, 42]

У 2024 – 2025 рр. спостерігаються такі сучасні тенденції розвитку туризму Східної Європи: зростання внутрішнього туризму; активна цифровізація туристичних послуг; розвиток короткострокової оренди житла; зростання популярності екологічного та оздоровчого туризму; орієнтація на сталий розвиток туристичних дестинацій.

Важливою тенденцією є також збільшення ролі авіап перевезень та цифрових платформ бронювання. Незважаючи на проблеми із затримками рейсів, страйками та кіберзагрозами, європейський ринок авіап перевезень у 2023 – 2025 рр. демонструє стабільне зростання попиту [50].

Серед країн Східної Європи найбільші туристичні потоки традиційно концентруються у Польщі, Чехії та Угорщині, які виступають основними центрами культурно-пізнавального, міського та подієвого туризму регіону.

Найкращі позиції серед східноєвропейських країн займає Польща, яка у 2019 р. прийняла 21,2 млн міжнародних туристів. Попри суттєве падіння до 8,4 млн осіб у 2020 р., у подальшому країна демонструвала стійке відновлення туристичних потоків, досягнувши у 2025 р. 21,1 млн осіб, тобто практично повністю відновивши допандемічний рівень. Високі показники Польщі пояснюються вигідним географічним положенням, активним розвитком міського туризму (Краків, Варшава, Гданськ), транспортною доступністю та значними інвестиціями в туристичну інфраструктуру [25].

Чехія характеризується одними з найвищих темпів відновлення серед країн Центральної Європи. Якщо у 2020 р. кількість міжнародних прибуттів становила лише 7,1 млн осіб, то вже у 2025 р. цей показник зріс до 19,5 млн туристів, що майже відповідає рівню 2019 р. (20,1 млн). Основним драйвером розвитку виступає Прага як один із провідних центрів культурно-пізнавального туризму Європи, а також розвиток SPA-курортів та фестивального туризму [23].

Угорщина демонструє більш стримані темпи відновлення. У 2025 р. країна досягла 16,8 млн туристичних прибуттів, що дещо нижче показника 2019 р. (16,9 млн). Водночас країна активно розвиває wellness-, медичний та

термальний туризм, а Будапешт залишається важливим центром міського туризму в регіоні.

Серед інших країн Східної Європи варто відзначити Румунію та Болгарію, які характеризуються більш повільним процесом посткризового відновлення. У Румунії у 2025 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів досягла 13,2 млн осіб, що навіть дещо перевищило рівень 2019 року (12,8 млн). Це може свідчити про посилення інтересу до природно-рекреаційного, сільського та культурного туризму країни. Натомість Болгарія, попри значний потенціал морського туризму, у 2025 р. лише майже повернулася до допандемічного рівня (12,5 млн осіб проти 12,6 млн у 2019 р.), що частково пояснюється високою залежністю від сезонності та конкуренцією з боку інших середземноморських напрямків.

Таким чином, результати аналізу показують, що країни Західної та Південної Європи швидше подолали наслідки пандемічної кризи та вже у 2024 – 2025 рр. перевищили або досягли допандемічних показників міжнародного туризму.

Натомість країни Східної Європи демонструють більш неоднорідні темпи відновлення, що значною мірою пояснюється впливом війни в Україні, безпековими ризиками та особливостями структури туристичного попиту. Водночас Польща, Чехія та Угорщина залишаються ключовими туристичними центрами Східної Європи, а позитивна динаміка Румунії та Болгарії свідчить про поступове зміцнення конкурентоспроможності туристичної галузі регіону [23, 25].

Аналіз туристичних поїздок населення країн Східної Європи у 2024 р. свідчить про суттєву диференціацію туристичної активності населення (див. табл. 2.5 та див. дод. В) [50].

Найвищий рівень участі населення у туристичних подорожах спостерігається у Чехії (75,9%), що свідчить про високий рівень мобільності населення та розвиненість туристичної культури. Високі показники також характерні для Словаччини (65,4%), Латвії (65,1%) та Польщі (64,9%).

Найбільшу загальну кількість туристичних подорожей серед країн Східної Європи здійснює населення Польщі – 67,5 млн поїздок, що обумовлено значною чисельністю населення країни та високим рівнем розвитку внутрішнього туризму. Значні показники також демонструють Чехія та Румунія.

Таблиця 2.5 – Туристичні подорожі населення країн Східної Європи у 2024 р.

Країна	Частка населення (15+), що здійснювала	Загальна кількість подорожей (тис.)	Короткі подорожі (1–3 ночі), тис.	Тривалі подорожі (4+ ночей), тис.	Короткі внутрішні (%)	Тривалі внутрішні (%)	Короткі закордонні (%)	Тривалі закордонні (%)
Чехія	75,9	29100	16749	12351	51,8	22,3	5,7	20,1
Угорщина	55,8	17722	10557	7165	46,2	14,9	13,3	25,5
Польща	64,9	67538	34365	33174	46,4	31,8	4,4	17,3
Румунія	27,7	21387	12343	9044	56,3	33,3	1,4	9,0
Словаччина	65,4	12169	7314	4854	44,6	15,4	15,5	24,5
Болгарія	32,5	5315	2933	2382	44,6	29,7	10,6	15,1
Литва	60,9	6890	4694	2195	59,5	7,5	8,7	24,4
Латвія	65,1	4895	3556	1340	56,7	6,5	15,9	20,8
Естонія	51,8	5025	3751	1274	62,9	6,0	11,7	19,0

Джерело: сформовано автором на основі статистичних даних [50]

Найбільшу загальну кількість туристичних подорожей серед країн Східної Європи здійснює населення Польщі – 67,5 млн поїздок, що

обумовлено значною чисельністю населення країни та високим рівнем розвитку внутрішнього туризму. Значні показники також демонструють Чехія та Румунія.

Для більшості країн регіону характерне домінування внутрішнього туризму над міжнародним, особливо у форматі короткострокових подорожей тривалістю 1 – 3 ночі. Найвищу частку коротких внутрішніх подорожей зафіксовано в Естонії (62,9%), Литві (59,5%) та Румунії (56,3%). Водночас населення Словаччини, Латвії та Угорщини характеризується відносно високою часткою закордонних туристичних поїздок, особливо тривалих.

Отримані результати свідчать про активне відновлення туристичної мобільності населення країн Східної Європи після кризового періоду та поступове зростання ролі внутрішнього і міжнародного туризму у соціально-економічному розвитку регіону.

Поділ країн Східної Європи за характером участі у міжнародному туризмі ґрунтується на співвідношенні між обсягами в'їзного (inbound tourism) та виїзного (outbound tourism) туристичних потоків, рівнем міжнародної туристичної спеціалізації, особливостями соціально-економічного розвитку, транспортної інтеграції та конкурентоспроможності туристичної індустрії [18].

Туристична активність у цих країнах значною мірою залежить від регіональної політичної стабільності, інвестиційної активності та транспортної доступності (див. табл. 2.6).

До першої групи – країн із переважанням виїзного туризму над в'їзним – віднесено Литву, Латвію, Естонію, Словаччину та Словенію. Для цих держав характерною є висока мобільність населення, значний рівень інтеграції до європейського ринку праці та активне використання можливостей відкритого пересування в межах Європейського Союзу. Громадяни цих країн активно подорожують до більш популярних туристичних центрів Західної та Південної Європи, що обумовлює перевищення обсягів виїзного туризму над в'їзним. Водночас міжнародна туристична привабливість цих країн, хоча й поступово

зростає, поки що поступається провідним європейським туристичним дестинаціям [37].

Таблиця 2.6 – Групування країн Східної Європи за характером участі у міжнародному туризмі

Група	Країни
1. Країни з переважанням виїзного туризму над в'їзним (туристичний відтік переважає притік)	Литва, Латвія, Естонія, Словаччина, Словенія
2. Країни з переважанням в'їзного туризму над виїзним (туристичний притік переважає відтік)	Чехія, Угорщина, Болгарія, Хорватія, Чорногорія, Албанія
3. Країни зі значним в'їзним туризмом, але високою часткою виїзду власних громадян за кордон	Польща, Румунія, Україна
4. Країни зі змішаною або нестабільною моделлю міжнародного туризму	Сербія, Боснія і Герцеговина, Північна Македонія, Молдова

Джерело: сформовано автором на основі даних UN Tourism, Eurostat та аналізу туристичних потоків країн Східної Європи [25, 28, 43, 42].

Друга група – країни з переважанням в'їзного туризму над виїзним – включає Чехію, Угорщину, Болгарію, Хорватію, Чорногорію та Албанію. Дані країни характеризуються високою туристичною спеціалізацією та чітко сформованими конкурентними перевагами на міжнародному туристичному ринку. Чехія та Угорщина активно розвивають культурно-пізнавальний, міський, медичний і SPA-туризм, що забезпечує стабільний приплив іноземних туристів. Болгарія, Хорватія та Чорногорія мають потужний потенціал рекреаційного морського туризму завдяки доступу до Чорного та

Адріатичного морів. Саме значний міжнародний попит формує позитивне туристичне сальдо цих країн [32]. До третьої групи – країн зі змішаною моделлю туристичної участі – віднесено Польщу, Румунію та Україну. Для них характерне поєднання значних обсягів міжнародного туристичного притоку із високою мобільністю власного населення. Польща виступає одним із ключових туристичних центрів Центральної Європи завдяки розвитку культурного, подієвого та міського туризму, проте одночасно польські громадяни активно здійснюють закордонні туристичні поїздки. Аналогічна тенденція характерна і для Румунії, яка поступово посилює свої позиції на ринку природно-рекреаційного та культурного туризму. Україна до початку повномасштабної війни також демонструвала змішану модель туристичних потоків, однак після 2022 р. структура міжнародної мобільності суттєво змінилася через безпекові фактори та міграційні процеси [27].

До четвертої групи – країн із нестабільною або перехідною моделлю міжнародного туризму – віднесено Сербію, Боснію і Герцеговину, Північну Македонію та Молдову. Для цих країн характерними є менш стабільні туристичні потоки, залежність від економічної ситуації, обмежена міжнародна туристична впізнаваність та недостатній рівень інфраструктурного розвитку.

Проведене групування країн Східної Європи за характером участі у міжнародному туризмі свідчить про суттєву неоднорідність туристичної спеціалізації регіону. Найбільш потужними центрами в'їзного міжнародного туризму виступають Чехія, Угорщина, Болгарія та Хорватія, які мають сформований міжнародний туристичний бренд, розвинену інфраструктуру та високий рівень інтеграції у європейський туристичний простір [28].

Водночас значна частина країн Центральної та Східної Європи характеризується активною виїзною туристичною мобільністю населення, що пов'язано з відкритістю кордонів ЄС, трудовою міграцією, високою транспортною доступністю та поширенням low-cost перевезень. Польща, Румунія та Україна демонструють змішану модель участі у міжнародному

туризмі, поєднуючи значні туристичні прибуття з високим рівнем закордонних подорожей власних громадян [43].

Таким чином, країни Східної Європи характеризуються різними моделями інтеграції у міжнародний туристичний ринок, що визначається рівнем економічного розвитку, структурою туристичного попиту, природно-рекреаційним потенціалом та особливостями геополітичного середовища.

Важливим показником розвитку туристичної інфраструктури країни є рівень забезпечення туристичними закладами розміщення, кількість ліжко-місць та обсяги туристичних ночівель. Дані за 2024 р. свідчать про суттєву диференціацію розвитку засобів розміщення у країнах Східної Європи (див. табл. 2.7 та див. Дод. Г) [36].

Таблиця 2.7 – Рейтинг країн Східної Європи за туристичною інфраструктурою у 2024 р.

Місце	Країна	Кількість закладів	Ліжко-місця (тис.)	Ночівлі (млн)
1	Польща	10354	839	97,6
2	Чехія	10104	750	57,2
3	Румунія	12223	434	30,2
4	Угорщина	3895	366	31,8
5	Болгарія	4049	361	27,6
6	Словаччина	3705	209	14,7
7	Литва	4407	112	8,6
8	Естонія	1314	63	6,6
9	Латвія	1307	55	4,7

Найбільшу кількість туристичних закладів розміщення серед країн Східної Європи має Румунія – 12,2 тис. об'єктів, що пов'язано зі значною територією країни, розвитком гірського, екологічного та сільського туризму.

Високі показники також демонструють Польща (10,4 тис.) та Чехія (10,1 тис.), які характеризуються розвиненою туристичною інфраструктурою, значними міжнародними туристичними потоками та високим рівнем урбанізації.

За кількістю ліжко-місць лідером у Східній Європі є Польща (839 тис.), що свідчить про високий рівень розвитку готельної та рекреаційної інфраструктури країни. Значні показники також спостерігаються у Чехії (750 тис.), Румунії (434 тис.), Угорщині (366 тис.) та Болгарії (361 тис.). Це пояснюється активним розвитком міського, оздоровчого, культурного та сезонного рекреаційного туризму.

Найбільша кількість туристичних ночівель зафіксована у Польщі – 97,6 млн, що майже вдвічі перевищує аналогічний показник Чехії (57,2 млн). Високі обсяги ночівель також характерні для Угорщини (31,8 млн) та Румунії (30,2 млн). Значний рівень ночівель свідчить про високу туристичну активність, тривалість перебування туристів та популярність внутрішнього й міжнародного туризму.

Отже, аналіз статистичних показників туристичних закладів розміщення у країнах Східної Європи дозволяє зробити висновок, що найбільш розвинену туристичну інфраструктуру мають Польща та Чехія, які є лідерами за кількістю ліжко-місць та туристичних ночівель. Водночас країни Балтії та Словаччина характеризуються меншими масштабами туристичної індустрії, однак демонструють потенціал для подальшого розвитку завдяки зростанню внутрішнього туризму, цифровізації та сталим моделям розвитку туристичних дестинацій.

Одним із ключових факторів формування туристичної привабливості країн Східної Європи є транспортна доступність, яка визначає мобільність туристів, інтенсивність туристичних потоків та рівень інтеграції туристичних дестинацій у міжнародний ринок. Протягом 2015 – 2025 рр. країни регіону демонстрували суттєве покращення транспортної інфраструктури, що позитивно вплинуло на розвиток туризму.

Найбільш помітні зміни пов’язані з активним розвитком лоукост-авіаперевезень. У 2015 – 2024 рр. суттєво зросла присутність бюджетних авіакомпаній, насамперед Ryanair та Wizz Air, які фактично трансформували туристичну мобільність населення Центральної та Східної Європи (див. табл. 2.8) [30, 50].

Таблиця 2.8 – Динаміка пасажиропотоку в країнах Східної Європи, млн осіб

Країна	2015 р.	2019 р.	2020 р.	2022 р.	2024 р.
Польща	30,4	49,0	14,5	40,7	59,5
Чехія	12,0	17,8	6,8	10,8	16,4
Угорщина	10,3	16,2	7,1	12,2	17,6
Румунія	14,9	23,2	10,0	20,9	26,0
Болгарія	8,1	11,4	4,9	8,8	10,2

Так, у Польща кількість пасажирів у міжнародних аеропортах зросла з 30,4 млн осіб у 2015 р. до 59,5 млн у 2024 р., тобто майже вдвічі. Найбільше зростання зафіксовано в аеропортах Варшави, Кракова та Гданська, де частка лоукост-перевізників перевищує 50%. Значний розвиток бюджетних рейсів сприяв збільшенню туристичних потоків до Кракова та Закопаного, які стали популярними напрямками короткострокового туризму.

Угорщина міжнародний аеропорт Будапешта збільшила пасажиропотік з 10,3 млн осіб у 2015 р. до 17,6 млн у 2024 р., що стало можливим завдяки активній експансії Wizz Air та Ryanair. Угорщина активно використовує авіатранспорт для розвитку медичного, SPA- та гастрономічного туризму. Будапешт у 2024 р. входив до числа найбільш відвідуваних туристичних столиць Центральної Європи [30].

У Чехії аеропорт Праги збільшив пасажиропотік з 12,0 млн пасажирів у 2015 р. до 16,4 млн у 2024 р., а після пандемії COVID-19 демонстрував одні з найвищих темпів відновлення в регіоні. За даними Eurostat, у 2024 р. Чехія

показала приріст авіапасажирів на 18,9% порівняно з 2023 р., що стало одним із найкращих результатів у ЄС [34].

Не менш важливу роль відіграє залізничне сполучення, яке в останні роки стало альтернативою коротким авіаподорожам. Особливо активно розвиваються міжнародні маршрути між Польщею, Чехією, Словаччиною та Угорщиною. Наприклад:

- маршрут Прага – Відень – Будапешт обслуговує понад 5 млн пасажирів на рік;
- залізничний коридор Краків – Прага демонструє щорічне зростання пасажиропотоку на 8 – 12%;
- маршрут Варшава – Берлін у 2024 р. перевищив 1 млн пасажирів.

Особливе значення має реалізація проєкту TEN-T (Trans-European Transport Network), у межах якого до 2030 р. планується завершення модернізації ключових транспортних коридорів Центральної та Східної Європи. Це дозволить скоротити середній час переміщення між туристичними центрами на 20 – 35% та підвищити доступність туристичних дестинацій [25].

Після 2022 р. суттєво зросла роль міжнародних автобусних перевезень, особливо у напрямках Україна – Польща, Україна – Словаччина та Україна – Угорщина. Компанії FlixBus та Ecolines значно розширили маршрутну мережу, а кількість рейсів між країнами Східної Європи у 2022 – 2025 рр. зросла більш ніж на 40% [28].

Таким чином, розвиток транспортної доступності у країнах Східної Європи у 2015 – 2025 рр. став одним із ключових чинників зростання туристичних потоків. Поширення лоукост-авіаперевезень, модернізація залізничного транспорту, розширення міжнародного автобусного сполучення та інтеграція до європейського транспортного простору сприяють формуванню конкурентоспроможного туристичного ринку регіону та підвищенню його міжнародної туристичної привабливості.

Суттєвий вплив на туристичний ринок Східної Європи мають геополітичні процеси та безпекова ситуація. Найбільш значним фактором

останніх років стала повномасштабна війна в Україні, яка суттєво змінила структуру туристичних потоків у регіоні, рівень міжнародної мобільності та інвестиційну привабливість туристичних дестинацій.

Після початку війни у 2022 р. країни Центральної та Східної Європи продемонстрували нерівномірну динаміку туристичного відновлення. У 2023 р. міжнародні туристичні прибуття у Центральній та Східній Європі залишалися на 25,5% нижчими, ніж у 2019 р., тоді як Західна Європа вже перевищила допандемічний рівень на 1,6%, а Південна Європа – на 1,5%. У 2025 р. країни Східної Європи ще не повністю досягли показників 2019 р., залишаючись приблизно на 9 – 10% нижче докризового рівня [37].

Найбільше геополітичний фактор вплинув на туристичну діяльність прикордонних держав. Наприклад, у 2022 р. міжнародне авіасполучення в окремих країнах регіону суттєво скоротилось: у Молдові кількість міжнародних рейсів зменшилась приблизно на 69%, у Латвії – на 38%, у Фінляндії – на 36%, а у Словаччині та Румунії відбулося зниження темпів міжнародного туризму через зміну туристичних маршрутів та зростання сприйняття регіонального ризику [39].

Водночас війна сприяла трансформації туристичного попиту. У 2022 – 2025 рр. у країнах Східної Європи посилювався попит на внутрішній, прикордонний та короткостроковий туризм, а туристи частіше обирали безпечніші напрямки. Наприклад, у Польщі кількість внутрішніх туристичних ночівель у 2024 р. перевищила показники 2019 р. майже на 12%, а в Румунії – приблизно на 9%, що свідчить про переорієнтацію туристичного попиту на внутрішні дестинації [47].

Важливим фактором конкурентоспроможності Східної Європи залишається відносно доступна цінова політика у порівнянні із Західною Європою. У середньому туристичні витрати в країнах Центральної та Східної Європи на 30 – 45% нижчі, ніж у країнах Західної Європи. Так, у 2025 р. середня вартість проживання у готелях категорії 3 – 4* становила: у Чехії – з 85 – 110 євро/ніч; у Польщі – з 70 – 95 євро/ніч; в Угорщині – 65 – 100 євро/ніч;

у Румунії – 55 – 90 євро/ніч; тоді як у Франції, Німеччині чи Австрії аналогічні послуги коштували 120 – 180 євро за ніч. Це сприяє розвитку молодіжного туризму; студентських подорожей; сімейного відпочинку; екскурсійного туризму; формату city break (короткі поїздки на 2 – 4 дні). Саме доступність цін зробила Прагу, Будапешт та Краків одними з найпопулярніших туристичних міст Європи серед молоді віком 18 – 35 років [51].

Позитивною тенденцією останніх років стала цифровізація туристичних послуг, яка суттєво прискорила після пандемії COVID-19. У 2024 р. понад 72% бронювань туристичного житла у країнах ЄС здійснювались онлайн, тоді як у 2015 р. цей показник становив лише близько 38%. Найвищі темпи цифровізації у Східній Європі демонструють Чехія, Польща та Естонія, де частка онлайн-бронювань перевищує 75 – 80% [43, 45].

Особливо швидко розвиваються цифрові сервіси:

- онлайн-бронювання готелів;
- мобільні туристичні додатки;
- електронні квитки;
- системи безконтактної оплати;
- цифрові карти туристичних маршрутів.

Наприклад, у Польщі у 2024 р. понад 83% туристів використовували мобільні застосунки під час подорожей, а в Чехії частка електронних бронювань екскурсій перевищила 68%.

Окремого значення набуває розвиток оздоровчого, SPA- та медичного туризму, особливо у країнах, які мають потужну бальнеологічну базу. Так, у Чехії курортний регіон Карлові Вари у 2024 р. прийняв понад 1,2 млн туристів, а кількість ночівель перевищила 6 млн. В Угорщині термальні курорти Будапешта та озера Хевіз забезпечують близько 20 – 25% загального медичного туризму країни. У Словаччині популярні SPA-курорти П'єштяни та Татранська Ломниця демонстрували щорічне зростання туристичного потоку на 7 – 10% у 2023 – 2025 рр. [43].

Таким чином, сучасний розвиток туризму Східної Європи характеризується одночасним впливом як позитивних тенденцій відновлення, так і значних безпекових та економічних викликів. У перспективі подальший розвиток туристичної галузі регіону залежатиме від стабілізації геополітичної ситуації, розвитку інфраструктури, цифровізації та впровадження принципів сталого туризму. Східна Європа залишається одним із найбільш динамічних, але водночас вразливих туристичних субрегіонів Європи.

2.3. Дослідження ключових тенденцій трансформації туризму Східної Європи

Сучасний туристичний ринок Східної Європи формується під впливом комплексу глобальних і регіональних викликів, які суттєво трансформували структуру туристичного попиту, мотиваційні чинники туристів, просторову організацію подорожей та критерії вибору туристичних destinations. Найбільш вагомими факторами впливу у 2019 – 2025 рр. стали пандемія COVID-19, геополітична нестабільність, повномасштабна війна росії проти України, інфляційні процеси, енергетична криза, зростання транспортних витрат та активна цифровізація туристичних послуг [40]. Сукупність зазначених факторів суттєво змінила поведінкові моделі туристів у країнах Східної Європи та визначила нові тенденції розвитку туристичного ринку регіону (див. рис. 2.4).

Пандемія сприяла глибокій трансформації туристичної поведінки населення Східної Європи. Найбільш помітними змінами стали:

1. Перехід від масового туризму до індивідуальних та сімейних подорожей. Туристи почали віддавати перевагу коротким поїздкам, невеликим готелям, апартаментам та заміському відпочинку. У Польщі, Чехії та Словаччині значно зріс попит на гірський, природний та сільський туризм [47].

2. Зростання попиту на внутрішній туризм. У 2022 – 2025 рр. Польща, Румунія та Чехія демонстрували стійке зростання внутрішніх

туристичних ночівель. Наприклад, у Польщі у 2024 р. кількість внутрішніх ночівель перевищила показники 2019 року на 12%, а в Румунії – приблизно на 9%.

3. Посилення значення безпеки та гігієни. Після пандемії туристи почали приділяти більшу увагу санітарним умовам, медичному забезпеченню та можливості безкоштовного скасування бронювання.

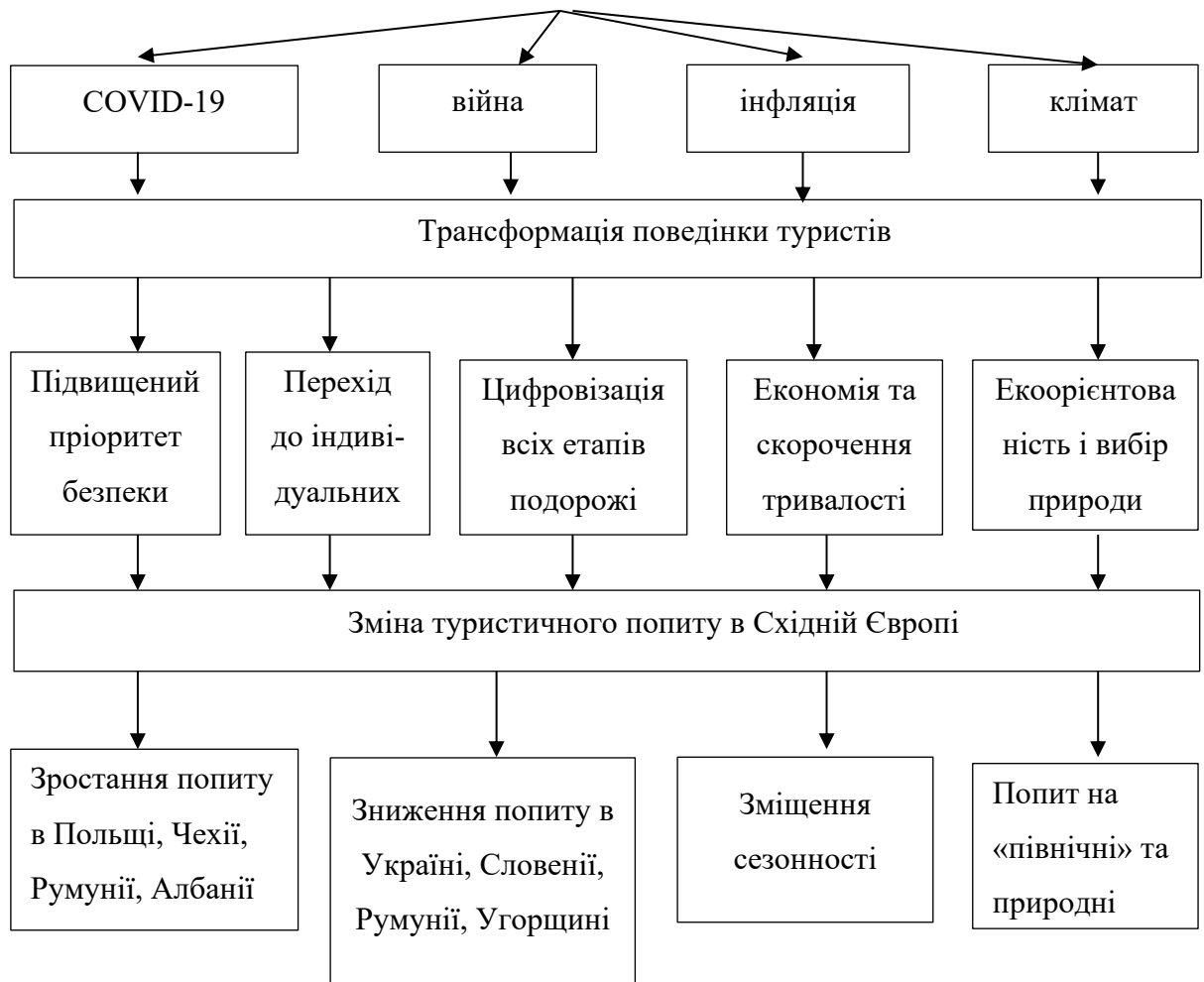


Рис. 2.4 – Фактори глобальних викликів, що формують поведінку туристів Східної Європи

Одним із найбільш суттєвих чинників трансформації туристичного попиту у Східній Європі стала повномасштабна війна росії проти України, яка після 2022 р. істотно вплинула на географію туристичних потоків, рівень міжнародної мобільності та сприйняття безпеки регіону [18].

Європейський туристичний ринок багато років поспіль був орієнтованим на російських туристів. Однак через війну в Україні та відповідні санкції проти країни-агресора Європі доводиться забути про заможних туристів із росії. Найближчим часом більшість опитаних росіян (60%) не планують виїжджати [45].

Щодо туристичного ринку Китаю, який теж був доволі ємнісним для європейського континенту, то 49% тамтешніх туристів не готові їхати до Європи. 30% основною причиною назвали нові спалахи ковіду у світі. А ще 19% китайських мандрівників не готові подорожувати до регіону через агресію рф [44].

Через війну росії в Україні значно погіршилося туристичне сполучення між Європою та Японією, що стало основною причиною небажання японців їхати до регіону. Саме цю причину вказали 41% опитаних респондентів. Американці та канадці теж поки що не поспішають бронювати перельоти до Європи. Згідно з результатами опитування, ця тенденція здебільшого пов'язана із занепокоєнням із збільшенням витрат на подорожі та впливом інфляції на особисті фінанси. Найперспективнішим для туристичного ринку Європи у 2023 р. виявився бразильський ринок [45]. Кожен другий бразилець готувався відвідати європейський континент протягом 2023 р. З них 45% туристів з Бразилії робили бронювання авіаквитків навесні 2023 р. ЄТК доведеться переорієнтуватися на ринки інших держав [42]. Як це зробила Україна у 2021 р., коли звернула свою увагу на країни Перської затоки. Така євротуристична перспектива є для урядів країн ЄС ще одним аргументом, аби підтримувати Україну на шляху до перемоги.

Військовий конфлікт в Ізраїлі також став одним із ключових факторів, що вплинули на корекцію позитивних прогнозів щодо туристичних потоків у 2024 р. Через кризу у регіоні багато туристів скасували вже заброньовані поїздки, що спричинило зниження кількості туристів на популярних європейських напрямках, серед яких:

- Румунія – спад на 79,7%,

- Туреччина – 77,3%,
- Угорщина – 75,6% [47].

Це підвищило рівень невизначеності та змусило авіакомпанії й туроператорів пропонувати спеціальні пакетні акційні пропозиції для стабілізації попиту.

У 2022 – 2023 рр. відбулося часткове перерозподілення туристичних потоків із Центральної та Східної Європи на користь Південної Європи (Іспанія, Португалія, Греція, Італія), які туристи сприймали як більш віддалені від воєнного ризику [18]. Найбільше зниження попиту спостерігалось у країнах, що географічно межують з Україною:

- Польща – скорочення темпів міжнародного туризму у 2022 р.;
- Словаччина – зменшення короткострокових туристичних поїздок;
- Угорщина – падіння бронювань окремих міжнародних маршрутів;
- Румунія – зниження міжнародного попиту через підвищене сприйняття ризику .

Загалом частка Центральної та Східної Європи в структурі міжнародних туристичних прибуттів Європи скоротилася з 20,3% у 2019 р. до 15,4% у 2022 р., а у 2025 р. лише частково відновилася до 18,2%, що свідчить про тривалий вплив війни на туристичну конкурентоспроможність регіону [36, 50].

Війна також спричинила зростання гуманітарної мобільності, яка частково замістила класичний туризм. Значна частина переміщень між Польщею, Румунією, Словаччиною та Україною мала гуманітарний характер, що змінило структуру туристичного попиту та навантаження на транспортну інфраструктуру [47].

Водночас у країнах Східної Європи суттєво посилилась роль економічних факторів. Починаючи з 2022 р., регіон зіткнувся зі зростанням інфляції, підвищенням вартості проживання, транспорту та туристичних послуг. Наприклад, середня вартість готельного проживання у Чехії у 2025 р. зросла приблизно на 27% порівняно з 2019 р., у Польщі – на 22%, в Угорщині – більш ніж на 30% [47].

Унаслідок цього відбулася зміна поведінкових моделей туристів:

- скорочення тривалості подорожей до 3 – 5 днів;
- зростання популярності формату city break;
- активніше використання раннього бронювання;
- переорієнтація на бюджетні DESTИНАЦІЇ;
- збільшення попиту на low-cost авіакомпанії.

Особливого значення набуло розширення діяльності Ryanair та Wizz Air, які у 2019 – 2025 рр. значно збільшили маршрутну мережу в Польщі, Чехії, Угорщині та Румунії [31]. Саме це дозволило підтримувати туристичну мобільність населення навіть в умовах економічної нестабільності.

З 2022 р. Європа переживає енергетичну кризу, високу інфляцію, підвищення цін на транспорт та проживання. Відбувається адаптація туристичної поведінки до економічної нестабільності: скорочення тривалості подорожей («короткі канікули 3 – 5 днів»); вибір бюджетних DESTИНАЦІЙ або зменшення кількості поїздок; підвищена популярність раннього бронювання для економії коштів; перехід на low-cost авіакомпанії та дешевші варіанти проживання. З'являються також нові пріоритети щодо співвідношення «ціна/якість». Туристи ЄС очікують більшої цінності за витрачені кошти, тому популярності набувають: комбіновані тури, комплексні пакети «all inclusive», менш розкручені, але доступніші країни. Економічні умови продовжують визначати поведінку туристів у 2024 р., стимулюючи перехід до раціонального споживання турпослуг [39, 47].

Позитивною тенденцією останніх років є активна цифровізація туристичної поведінки. У 2024 р. понад 75% туристичних бронювань у країнах ЄС здійснювалися онлайн, а у Чехії та Польщі частка електронного бронювання туристичних послуг перевищила 80%. Туристи дедалі частіше використовують:

- мобільні додатки;
- електронні квитки;
- безконтактні платежі;

- онлайн-карти маршрутів;
- AI-сервіси планування подорожей [34].

Значного розвитку набуває також оздоровчий, SPA- та wellness-туризм, особливо в Чехії, Угорщині та Словаччині. Так, курорт Карлові Вари у 2024 р. прийняв понад 1,2 млн туристів, а термальні комплекси Угорщини формують близько 20 – 25% туристичного ринку медичного туризму країни [34].

Таким чином, туристичний попит у країнах Східної Європи у 2019 – 2025 рр. зазнав суттєвої трансформації під впливом пандемії, війни, інфляційних процесів та цифровізації. Основними тенденціями стали підвищення ролі безпеки, зростання внутрішнього туризму, скорочення тривалості подорожей, орієнтація на доступність та посилення цифрової мобільності туристів. Це свідчить про формування нової моделі туристичної поведінки, яка визначатиме розвиток туристичної галузі Східної Європи у найближчі роки.

Отже, Європа є регіоном із найбільш нерівномірно розподіленим туристським потоком. 5 країн (Франція, Іспанія, Італія, Німеччина, Туреччина) приймають понад 50% усіх туристів Європи. Туристичні прибуття в Північній Європі (Фінляндія, Естонія, Латвія) зростають швидше останні два роки, але з нижчих базових рівнів [50]. Це відображає загальний тренд диверсифікації, описаний у теорії (зростання нових напрямів).

Висновки до розділу 2.

Туристичний попит у країнах Східної Європи у 2019 – 2025 рр. зазнав суттєвої трансформації під впливом пандемії, війни, інфляційних процесів та цифровізації. Основними тенденціями стали підвищення ролі безпеки, зростання внутрішнього туризму, скорочення тривалості подорожей, орієнтація на доступність та посилення цифрової мобільності туристів. Це свідчить про формування нової моделі туристичної поведінки, яка визначатиме розвиток туристичної галузі Східної Європи у найближчі роки.

Дослідження структури міжнародних туристичних потоків показало

домінування Південної Європи, на яку у 2025 р. припадало понад 42% усіх міжнародних туристичних прибуттів регіону. Частка Центральної та Східної Європи скоротилася з 20,3% у 2019 р. до 18,2% у 2025 р., що свідчить про повільніші темпи відновлення її туристичного потенціалу порівняно з іншими субрегіонами.

Дослідження туристичної активності населення засвідчило переважання внутрішнього туризму над міжнародним у більшості країн регіону, особливо у сегменті короткострокових подорожей. Водночас країни Східної Європи демонструють різні моделі участі у міжнародному туризмі, що зумовлено рівнем економічного розвитку, туристичною спеціалізацією та ступенем інтеграції до європейського туристичного простору.

Аналіз туристичної інфраструктури показав, що найбільш розвинену матеріально-технічну базу мають Польща та Чехія, які є лідерами за кількістю закладів розміщення, ліжко-місць і туристичних ночівель. Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності регіону залишається розвиток транспортної доступності, зокрема розширення мережі лоукост-авіаперевезень, модернізація залізничного сполучення та інтеграція до загальноєвропейських транспортних коридорів.

Встановлено, що сучасний розвиток туризму Східної Європи визначається впливом низки взаємопов'язаних факторів: цифровізації туристичних послуг, розвитку оздоровчого та екологічного туризму, доступної цінової політики, а також безпекових викликів, пов'язаних із війною в Україні. Незважаючи на існуючі ризики, країни регіону зберігають значний потенціал для подальшого зростання туристичних потоків та посилення своїх позицій на європейському туристичному ринку.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ СХІДНОЇ ЄВРОПИ

3.1. Розробка туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт»

Східна Європа є одним із найбільш перспективних туристичних регіонів Європи завдяки поєднанню багатой історико-культурної спадщини, доступних цін, архітектурної різноманітності та високого рівня туристичної привабливості. Особливо популярними серед туристів є Чехія, Польща та Угорщина, які щорічно приймають мільйони міжнародних туристів. Прага, Краків та Будапешт входять до числа найвідоміших культурно-історичних центрів Європи та характеризуються високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури, значною концентрацією об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО, сучасною готельною базою та розвиненою транспортною системою. Вигідне географічне положення цих міст, безпечне туристичне середовище та активний розвиток міського туризму сприяють стабільному зростанню туристичних потоків у регіоні [15].

Прага приваблює туристів своєю унікальною середньовічною архітектурою, Карловим мостом, Староміською площею, Празьким Градом та атмосферою старовинного європейського міста. Місто є одним із провідних туристичних центрів Центральної Європи та відоме великою кількістю музеїв, галерей, історичних пам'яток і культурних заходів. Значну популярність серед туристів мають прогулянки історичним центром міста, річкові круїзи по Влтаві та гастрономічні тури [37].

Краків є одним із найдавніших міст Польщі та важливим осередком культурного й духовного життя країни. Туристів приваблюють Вавельський замок, Ринкова площа, Маріацький костел, Казимир та численні архітектурні пам'ятки епохи Ренесансу й готики. Історичний центр Кракова включений до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Місто також відоме насиченим

культурним життям, фестивалями, музеями та традиційною польською кухнею [19].

Будапешт вважається одним із найкрасивіших міст Європи завдяки величній будівлі парламенту, термальним купальням, історичним мостам через Дунай та панорамним краєвидам. Особливо популярними туристичними об'єктами є Будаїська фортеця, Рибацький бастион, площа Героїв і купальні Сечені. Будапешт поєднує історичну спадщину з сучасною туристичною інфраструктурою, розвиненим сервісом та активним нічним життям.

Тур «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» має маршрут подорожі, представлений у Додатку Д. Маршрут туру: Львів – Краків – Прага – Будапешт – Львів. Тривалість туру становить 7 ночей / 8 днів. Формат туру – автобусний із пішохідними екскурсіями. Тип туру – культурно-пізнавальний.

Програма туру передбачає поєднання екскурсійного відпочинку, ознайомлення з історико-культурними пам'ятками, відвідування основних туристичних локацій та вільного часу для самостійного відпочинку туристів. У межах туру туристи мають можливість відвідати історичні центри європейських столиць, ознайомитися з національними традиціями, архітектурою, гастрономією та культурою країн Центрально-Східної Європи.

Тур розрахований на групу з 20 осіб. Для забезпечення комфортного пересування туристів використовується сучасний автобус Mercedes Sprinter на 21 місце, обладнаний кондиціонером, Wi-Fi, аудіосистемою, ергономічними сидіннями та багажним відділенням. Перевезення здійснюється відповідно до міжнародних стандартів безпеки та вимог організації туристичних перевезень.

У вартість туру входять транспортне обслуговування за маршрутом, проживання у готелях категорії 3 – 4*, сніданки, супровід керівника групи, екскурсійне обслуговування та страхування туристів. Додатково туристам можуть пропонуватися факультативні екскурсії, круїзи, відвідування музеїв, термальних комплексів і тематичних закладів харчування.

Програма туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» складається з наступного:

День 1: Львів – Краків:

- виїзд зі Львова автобусом;
- перетин кордону;
- прибуття до Кракова;
- поселення у готель Hotel Wyspiański 3*;
- оглядова екскурсія історичним центром Кракова: Ринкова площа, Маріацький костел, Вавельський замок;
- вільний час;
- ніч у Кракові.

День 2: Краків – Освенцим – Прага:

- сніданок в готелі Hotel Wyspiański 3*;
- виїзд до Освенцима;
- екскурсія меморіальним комплексом Аушвіц-Біркенау;
- переїзд до Праги;
- поселення у готель Ibis Praha Old Town 3*;
- вечірня прогулянка Прагою;
- ніч у Празі.

День 3: Прага:

- сніданок в готелі Ibis Praha Old Town 3*;
- екскурсія «Старе місто Праги»: Карлів міст, Празький град, Староміська площа, Астрономічний годинник;
- прогулянка Влтавою на кораблику;
- вільний час;
- ніч у Празі.

День 4: Прага – Відень – Будапешт:

- сніданок;
- переїзд через Відень;
- коротка оглядова екскурсія: собор Святого Стефана, Хофбург;

- переїзд до Будапешта;
- поселення у готель V&V Hotel Budapest City 3*;
- вечірня прогулянка набережною Дунаю;
- ніч у Будапешті.

День 5: Будапешт:

- сніданок в готелі V&V Hotel Budapest City 3*;
- оглядова екскурсія Будапештом: Парламент, Рибальський бастіон,

Будайська фортеця, площа Героїв;

- відвідування термальних купалень Сечені (опційно);
- вільний час;
- ніч у Будапешті.

День 6: Будапешт – Закарпаття:

- сніданок V&V Hotel Budapest City 3*;
- виїзд до України;
- зупинка у Мукачеві;
- екскурсія замком Паланок;
- поселення у готель «Червона гора»;
- вечеря;
- ніч у Закарпатті.

День 7: Закарпаття – Львів:

- сніданок у готелі «Червона гора»;
- дегустація закарпатських сирів та вин;
- повернення до Львова;
- завершення туру.

Після програми туру доцільно додати аналітичний опис його особливостей та конкурентних переваг.

Запропонований тур «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» поєднує відвідування провідних культурно-історичних центрів Центральної та Східної Європи, що забезпечує його високу туристичну привабливість для українських туристів. Маршрут розроблено з урахуванням

принципів логістичної ефективності, що дозволяє раціонально поєднати екскурсійну програму, переїзди та відпочинок туристів. Включення до маршруту таких популярних туристичних destinations, як Краків, Прага, Відень та Будапешт, сприяє формуванню комплексного уявлення про історичну, культурну та архітектурну спадщину країн Центральної Європи.

Особливістю туру є поєднання культурно-пізнавального та гастрономічного туризму. Поряд із відвідуванням визначних пам'яток архітектури та історії туристи мають можливість ознайомитися з національними традиціями, місцевою кухнею та виноробною культурою регіонів. Завершення маршруту в Закарпатті з відвідуванням замку Паланок і дегустацією закарпатських сирів та вин дозволяє поєднати міжнародний туристичний досвід із популяризацією туристичних ресурсів України.

Таблиця 3.1 – Програма туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт»

День	Пункт відправлення	Пункт призначення
1	Львів	Краків
2	Краків	Прага
3	Прага	Прага
4	Прага	Будапешт
5	Будапешт	Будапешт
6	Будапешт	Закарпаття
7	Закарпаття	Львів

Запропонований тур орієнтований на туристів середнього рівня доходу, молодь, сімейні групи та туристів, зацікавлених у культурно-пізнавальному туризмі. Поєднання кількох популярних європейських міст в одному маршруті забезпечує високу туристичну привабливість продукту та сприяє формуванню конкурентоспроможної туристичної пропозиції на ринку міжнародного

туризму. Важливою перевагою туру є його орієнтація на широкий сегмент споживачів туристичних послуг. Маршрут може бути цікавим для молоді, студентів, сімейних туристів, а також осіб, які прагнуть поглибити знання про культурну спадщину європейських країн. Тур орієнтований на:

- студентів спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Історія», «Міжнародні відносини»;
- молодіжні туристичні групи;
- сім'ї з підлітками;
- туристів, які цікавляться культурною спадщиною Європи;
- поціновувачів архітектури, гастрономії та екскурсійного туризму.

Таблиця 3.2 – Вартість туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» на 1 особу (при групі 20 осіб)

Категорія	Ціна (€)	Ціна (грн)
Транспортне обслуговування	160 €	7200
Проживання (6 ночей)	320 €	1440
Харчування (сніданки)	50 €	2250
Екскурсії з гідом	90 €	4050
Вхідні квитки	60 €	2700
Страховання та організаційні витрати	35 €	1575
Собівартість туру на 1 туриста	715 €	32175
Очікуваний прибуток (25%)	178 €	8043
ПДВ (20%)	143 €	6435
Агентська комісія (10%)	72 €	3217
Загальна вартість туру	1108 €	49860

Примітка: курс розрахунку – 45 грн/€.

Отже, собівартість туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» на 1 особу становить 32175 грн, а загальна вартість туру – 49860

грн (1108 євро). Тур характеризується оптимальним співвідношенням ціни та якості, високою екскурсійною насиченістю та привабливістю для українських туристів.

Для оцінки економічної ефективності туристичного продукту доцільно визначити точку беззбитковості туру, яка показує мінімальну кількість туристів, необхідну для покриття всіх витрат туроператора. Розрахунок точки беззбитковості дозволяє оцінити рівень фінансової стійкості туру та ефективність його реалізації.

Точка беззбитковості визначається за формулою:

$$Q = \frac{FC}{P - VC} \quad (3.1)$$

де: Q – точка беззбитковості (кількість туристів);

FC – постійні витрати;

P – ціна туру на одного туриста;

VC – змінні витрати на одного туриста.

До постійних витрат туру віднесено: оренду транспортного засобу; оплату праці супроводжуючого; організаційні витрати; бронювання готелів; рекламне просування туру.

Загальна сума постійних витрат становить: $FC = 180000$ грн. Змінні витрати на одного туриста, які включають проживання, харчування, страхування, екскурсійне обслуговування та вхідні квитки, становлять: $VC = 24000$ грн. Ціна туру на одного туриста: $P = 49860$ грн. Підставивши дані у формулу, отримуємо: $Q \approx 6,96$.

Точка беззбитковості туру становить – 7 туристів. Це означає, що при формуванні групи від 7 осіб тур повністю покриває витрати туроператора, а починаючи з 8 туриста підприємство отримує прибуток. Оскільки тур розрахований на групу у 20 осіб, реалізація даного туристичного продукту є економічно доцільною та прибутковою. Отримані результати свідчать про

достатній рівень фінансової ефективності туру, його конкурентоспроможність на ринку міжнародного культурно-пізнавального туризму та перспективність подальшого просування серед українських туристів.

Завдяки оптимальному співвідношенню вартості та якості послуг, насиченій екскурсійній програмі та комфортним умовам перевезення тур має високий потенціал комерційної успішності та може бути рекомендований до впровадження в практичну діяльність туристичних підприємств.

3.2. Стратегічні напрями розвитку та фінансове забезпечення туристичної галузі Східної Європи

Серед головних проблем розвитку туризму Східної Європи варто виділити: геополітичну нестабільність; інфляційний тиск та подорожчання логістики; енергетичні ризики; нерівномірність розвитку туристичної інфраструктури; залежність окремих країн від сусідніх ринків; високу чутливість до інформаційного фону щодо війни в Україні.

Попри це, перспективи розвитку субрегіону залишаються позитивними. Найбільш перспективними напрямами є транскордонні туристичні кластери, зокрема Карпатський, Дунайський і Балтійський, які дозволяють формувати спільні маршрути, культурні шляхи, wellness-продукти та природно-рекреаційні тури. Особливо важливим є розвиток Карпатського кластеру за участю України, Польщі, Словаччини, Угорщини та Румунії. Його значення полягає у формуванні єдиного транскордонного туристичного простору, що поєднує природно-рекреаційні ресурси Карпат, гірськолижні курорти, бальнеологічні та SPA-центри, етнокультурну спадщину, гастрономічні маршрути й мережу природоохоронних територій. Інституційною основою такого підходу виступає Карпатський єврорегіон, створений ще у 1993 р., який охоплює прикордонні території п'яти держав і забезпечує платформу для спільного просторового планування, туристичного маркетингу та реалізації проєктів у сфері мобільності й культурної спадщини [17].

У прикладному вимірі кластерна модель дозволяє створювати спільні туристичні продукти без жорсткої прив'язки до державних кордонів: міжнародні пішохідні стежки, велосипедні зелені шляхи, гірськолижні «ski safari» маршрути, wellness-тури, дерев'яні сакральні шляхи, гастрономічні та винні маршрути Закарпаття – Токай – Мармарощина. Окремим драйвером є розвиток мультимодальної мобільності – залізничних, автобусних і автомобільних коридорів, які поєднують Львів, Ужгород, Кошице, Жешув, Дебрецен, Клуз і Сату-Маре. Саме така транспортна інтеграція знижує бар'єри для короткострокового туризму та подорожі з відпусткою у Карпатському макрореґіоні.

Для України Карпатський кластер має особливе значення в контексті повоєнного відновлення туризму, оскільки дозволяє інтегрувати Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську та Чернівецьку області у спільні європейські ланцюги створення туристичної вартості. Йдеться не лише про класичний відпочинок, а й про wellness, медичний, екологічний, пригодницький і культурно-пізнавальний туризм, де Україна може виступати як східний «шлюз» до всього Карпатського простору [20]. У довгостроковій перспективі саме цей кластер може стати ядром транскордонного туристичного макрореґіону Східної Європи, де синергія природного капіталу, інфраструктури та спільного брендингу забезпечить найвищі темпи зростання.

Саме тому особливого значення для країн Східної Європи набувають програми Interreg Europe, EU Cohesion Policy, European Regional Development Fund (ERDF), а також програми транскордонного співробітництва між прикордонними регіонами [39].

Для України перспективним джерелом фінансування туристичних проєктів виступають програми післявоєнного відновлення, що реалізуються за підтримки Європейський Союз, Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку та Європейський інвестиційний банк. Частина цих коштів може бути спрямована на модернізацію туристичної інфраструктури,

розвиток транспортної доступності, цифровізацію туристичних сервісів та відновлення об'єктів культурної спадщини.

Важливим механізмом фінансування є державно-приватне партнерство, яке широко використовується в країнах Центральної та Східної Європи. У межах такого підходу держава забезпечує створення сприятливих умов для інвестування, будівництво інженерної та транспортної інфраструктури, тоді як приватний бізнес інвестує у створення туристичних комплексів, готелів, рекреаційних об'єктів та розважальної інфраструктури. Наприклад, розвиток багатьох гірськолижних курортів Польщі та Словаччини здійснювався саме на засадах партнерства держави та приватних інвесторів [37].

Додатковим джерелом фінансування можуть виступати місцеві бюджети та регіональні програми розвитку туризму. У країнах Східної Європи поширеною практикою є створення спеціальних фондів підтримки туризму, кошти яких спрямовуються на маркетингове просування територій, розвиток туристичних маршрутів, організацію фестивалів та культурних заходів.

Для розвитку Карпатського туристичного кластеру доцільно використовувати змішану модель фінансування, яка поєднує міжнародні гранти, державні інвестиції, кошти місцевих громад та приватного бізнесу. Такий підхід дозволяє мінімізувати фінансові ризики та забезпечити сталий розвиток туристичної інфраструктури. Зокрема, фінансування може бути спрямоване на створення транскордонних туристичних маршрутів, розвиток мережі вело- та екомаршрутів, модернізацію гірськолижних комплексів, цифровізацію туристичних послуг і просування Карпатського регіону на міжнародному ринку.

Можна стверджувати, що подальший розвиток туризму Східної Європи залежатиме не лише від наявності туристичних ресурсів, а й від ефективності механізмів залучення фінансових ресурсів. Поєднання міжнародної фінансової підтримки, державних програм, інвестицій приватного сектору та інструментів державно-приватного партнерства створює необхідні

передумови для формування конкурентоспроможного туристичного простору Східної Європи та забезпечення його довгострокового розвитку.

Таблиця 3.3 – Основні джерела фінансування розвитку туризму Східної Європи

Джерело фінансування	Напрямок використання	Потенційні отримувачі
Кошти Європейського Союзу	Транскордонні туристичні проекти, цифровізація, сталий туризм	Регіональні органи влади, туристичні кластери
Міжнародні фінансові організації	Розвиток інфраструктури, відновлення туристичних об'єктів	Державні та муніципальні установи
Державні програми підтримки	Розвиток туристичної інфраструктури, маркетинг дестинацій	Туристичні регіони та громади
Місцеві бюджети	Благоустрій туристичних територій, проведення заходів	Територіальні громади
Приватні інвестиції	Будівництво готелів, SPA-комплексів, курортів	Туристичний бізнес
Державно-приватне партнерство	Великі інфраструктурні проекти	Органи влади та приватні інвестори
Грантові програми	Інноваційні туристичні продукти, цифрові сервіси	Туристичні підприємства, громадські організації

Важливою перспективою останніх років також є цифровізація туризму Східної Європи. Частка онлайн-бронювань у субрегіоні вже перевищує 75%, а AI-рішення для планування маршрутів, динамічне ціноутворення та програми для транскордонних подорожей стають стандартом для міжнародних туристів. Це створює передумови для формування розумних туристичних екосистем навіть в умовах геополітичної турбулентності [37].

З метою визначення практичних механізмів реалізації перспектив розвитку туризму Східної Європи доцільно проаналізувати основні джерела фінансування транскордонних туристичних кластерів та напрями використання залучених коштів. У сучасних умовах розвиток туристичної інфраструктури потребує значних інвестиційних ресурсів, які можуть надходити як із державних бюджетів, так і з міжнародних програм підтримки, фондів Європейського Союзу, фінансових інституцій та приватного сектору. Особливого значення набуває використання механізмів державно-приватного партнерства, які дозволяють поєднати фінансові можливості держави з підприємницькою активністю бізнесу.

Для країн Східної Європи одним із найбільш ефективних інструментів фінансування туристичних проєктів є програми транскордонного співробітництва Європейського Союзу, зокрема Interreg, ENI CBC, програми Європейського інвестиційного банку та Європейського банку реконструкції та розвитку. Завдяки таким програмам забезпечується модернізація транспортної інфраструктури, розвиток туристичних маршрутів, цифровізація туристичних сервісів, реставрація історико-культурних пам'яток та створення нових туристичних продуктів. Для України особливого значення набуває залучення міжнародної фінансової допомоги у контексті післявоєнного відновлення туристичної індустрії та інтеграції до європейського туристичного простору [38].

У цьому контексті важливим є визначення потенційних джерел фінансування розвитку транскордонних туристичних кластерів Східної Європи та можливих напрямів використання інвестиційних ресурсів (див. табл. 3.4).

Аналіз наведених джерел фінансування свідчить, що найбільш перспективною моделлю розвитку туристичних кластерів у Східній Європі є поєднання міжнародної фінансової підтримки, державного фінансування та приватних інвестицій. Такий підхід дозволяє не лише забезпечити необхідний

обсяг інвестицій, але й підвищити ефективність використання ресурсів та прискорити реалізацію проєктів регіонального розвитку.

Таблиця 3.4 – Основні джерела фінансування розвитку туристичних кластерів Східної Європи

Джерело фінансування	Потенційні напрями використання
Програми ЄС (Interreg, ENI CBC)	Розвиток туристичної інфраструктури, транскордонних маршрутів
Державні бюджети країн	Реставрація пам'яток, підтримка туристичних об'єктів
ЄІБ та ЄБРР	Будівництво доріг, цифрова інфраструктура, транспорт
Приватні інвестори	Готельні комплекси, SPA-центри, розважальна інфраструктура
Державно-приватне партнерство	Реалізація масштабних туристичних проєктів
Грантові програми міжнародних організацій	Культурні, екологічні та освітні туристичні проєкти

На основі зазначених механізмів фінансування може бути сформована модель розвитку транскордонного туристичного кластеру Східної Європи, яка представлена на рис. 3.1. Її реалізація сприятиме підвищенню туристичної привабливості регіону, збільшенню туристичних потоків, розвитку інфраструктури та посиленню міжнародної конкурентоспроможності країн Східної Європи на світовому туристичному ринку.

Ефективний розвиток туризму Східної Європи потребує комплексного використання різних джерел фінансування. Поєднання міжнародної фінансової підтримки, державних програм, місцевих бюджетів та приватних інвестицій створює передумови для модернізації туристичної інфраструктури,

впровадження цифрових технологій, розвитку сталого туризму та підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій регіону. Особливого значення в сучасних умовах набувають механізми державно-приватного партнерства та транскордонного співробітництва, які забезпечують концентрацію ресурсів для реалізації масштабних туристичних проєктів.

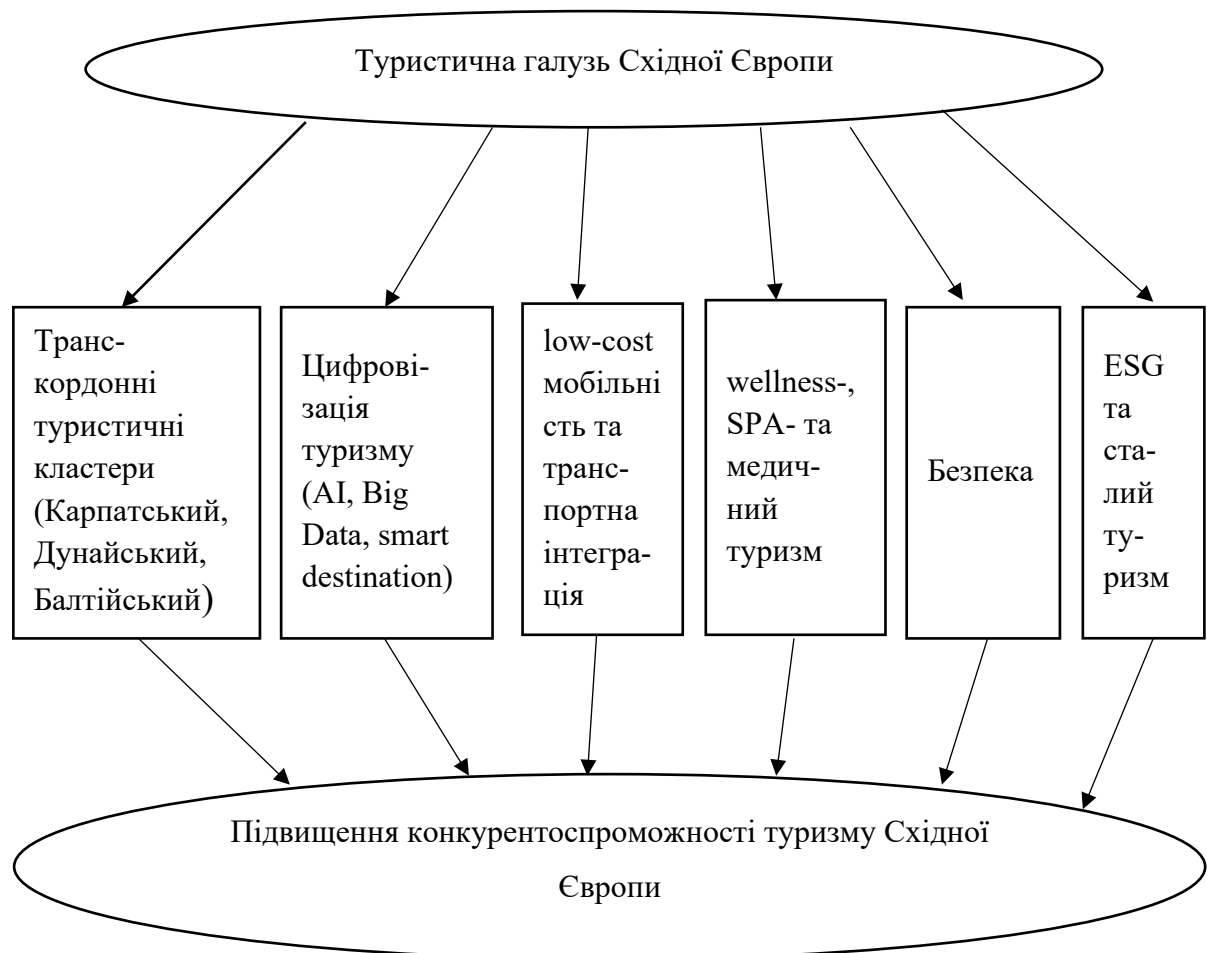


Рис. 3.1 – Перспективна модель розвитку туристичної галузі Східної Європи в умовах сучасних викликів

Отже, сучасний стан туризму Східної Європи визначається поєднанням постпандемічного відновлення, впливу війни в Україні та поступової адаптації ринку до нових ризиків. Подальші перспективи розвитку пов'язані з посиленням транскордонної інтеграції, цифрової трансформації, розвитком кластерних моделей та зміцненням безпекової довіри до регіону.

Висновки до розділу 3.

У третьому розділі дипломної роботи було розроблено туристичний продукт «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» та обґрунтовано перспективні напрями розвитку туристичної галузі Східної Європи в сучасних умовах. На основі проведених розрахунків визначено вартість туристичного продукту та здійснено оцінку його економічної ефективності. Собівартість туру становить 32175 грн на одного туриста, а кінцева ціна реалізації – 49860 грн.

Дослідження перспектив розвитку туризму Східної Європи дозволило встановити, що, незважаючи на наявність геополітичних, економічних та інфраструктурних викликів, регіон зберігає значний потенціал подальшого зростання. Найбільш перспективними напрямками визначено розвиток транскордонних туристичних кластерів, цифровізацію туристичних послуг, формування спільних туристичних маршрутів та посилення міжнародного співробітництва між країнами регіону.

Особливу увагу приділено розвитку Карпатського туристичного кластеру як одного з ключових центрів транскордонної туристичної інтеграції. Встановлено, що реалізація кластерного підходу сприятиме підвищенню туристичної привабливості прикордонних територій, розвитку інфраструктури, збільшенню туристичних потоків та активізації інвестиційної діяльності.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеної кваліфікаційної (дипломної) роботи досягнуто основної мети – дослідження сучасного стану та перспектив розвитку туризму Східної Європи в умовах глобальних економічних, політичних та соціальних трансформацій та розробка рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі регіону.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було досліджено теоретичні, історичні та прикладні аспекти розвитку туризму Східної Європи.

У першому розділі дипломної роботи дослідження передумов розвитку туризму в європейських регіонах засвідчило, що Європа залишається провідним туристичним регіоном світу завдяки високому рівню інфраструктурного забезпечення, транспортній доступності та значному культурно-історичному потенціалу. Особливу роль у структурі європейського туристичного ринку відіграють країни Центральної та Східної Європи, конкурентними перевагами яких є доступний рівень цін, багата культурна спадщина та значний природно-рекреаційний потенціал.

Встановлено, що формування туристичної галузі Східної Європи відбувалося під впливом історичних, політичних та економічних трансформацій. Після переходу до ринкової економіки та інтеграції більшості країн регіону до Європейського Союзу спостерігалось суттєве зростання туристичних потоків, модернізація туристичної інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Водночас сучасний розвиток туризму в регіоні супроводжується низкою викликів, серед яких геополітична нестабільність, наслідки пандемії COVID-19, інфляційні процеси та безпекові ризики.

У ході дослідження було розглянуто основні методичні підходи до оцінювання розвитку туристичної галузі регіону. Визначено, що найбільш ефективними для комплексного аналізу туристичного розвитку є статистичний, рейтинговий, індексний, SWOT- та PEST-аналізи, а також

інтегральний підхід. Їх поєднання дозволяє об'єктивно оцінити рівень розвитку туристичної сфери, виявити конкурентні переваги та проблеми функціонування туристичної галузі, а також сформулювати стратегічні напрями її подальшого розвитку.

Другий розділ був присвячений аналізу туристичного попиту у країнах Східної Європи у 2019 – 2025 рр., який зазнав суттєвої трансформації під впливом пандемії, війни, інфляційних процесів та цифровізації. Основними тенденціями стали підвищення ролі безпеки, зростання внутрішнього туризму, скорочення тривалості подорожей, орієнтація на доступність та посилення цифрової мобільності туристів. Це свідчить про формування нової моделі туристичної поведінки, яка визначатиме розвиток туристичної галузі Східної Європи у найближчі роки.

Аналіз структури міжнародних туристичних потоків показало домінування Південної Європи, на яку у 2025 р. припадало понад 42% усіх міжнародних туристичних прибуттів регіону. Частка Центральної та Східної Європи скоротилася з 20,3% у 2019 р. до 18,2% у 2025 р., що свідчить про повільніші темпи відновлення її туристичного потенціалу порівняно з іншими субрегіонами.

Дослідження туристичної активності населення засвідчило переважання внутрішнього туризму над міжнародним у більшості країн регіону, особливо у сегменті короткострокових подорожей. Водночас країни Східної Європи демонструють різні моделі участі у міжнародному туризмі, що зумовлено рівнем економічного розвитку, туристичною спеціалізацією та ступенем інтеграції до європейського туристичного простору.

Аналіз туристичної інфраструктури показав, що найбільш розвинену матеріально-технічну базу мають Польща та Чехія, які є лідерами за кількістю закладів розміщення, ліжко-місць і туристичних ночівель. Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності регіону залишається розвиток транспортної доступності, зокрема розширення мережі лоукост-

авіап перевезень, модернізація залізничного сполучення та інтеграція до загальноєвропейських транспортних коридорів.

Встановлено, що сучасний розвиток туризму Східної Європи визначається впливом низки взаємопов'язаних факторів: цифровізації туристичних послуг, розвитку оздоровчого та екологічного туризму, доступної цінової політики, а також безпекових викликів, пов'язаних із війною в Україні. Незважаючи на існуючі ризики, країни регіону зберігають значний потенціал для подальшого зростання туристичних потоків та посилення своїх позицій на європейському туристичному ринку.

Третій розділ було присвячено розробці туристичного продукту – туру «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт» та обґрунтовано перспективні напрями розвитку туристичної галузі Східної Європи в сучасних умовах. На основі проведених розрахунків визначено вартість туристичного продукту та здійснено оцінку його економічної ефективності. Собівартість туру становить 32175 грн на одного туриста, а кінцева ціна реалізації – 49860 грн.

Дослідження перспектив розвитку туризму Східної Європи дозволило встановити, що, незважаючи на наявність геополітичних, економічних та інфраструктурних викликів, регіон зберігає значний потенціал подальшого зростання. Найбільш перспективними напрямками визначено розвиток транскордонних туристичних кластерів, цифровізацію туристичних послуг, формування спільних туристичних маршрутів та посилення міжнародного співробітництва між країнами регіону. Особливу увагу приділено розвитку Карпатського туристичного кластеру як одного з ключових центрів транскордонної туристичної інтеграції. Встановлено, що реалізація кластерного підходу сприятиме підвищенню туристичної привабливості прикордонних територій, розвитку інфраструктури, збільшенню туристичних потоків та активізації інвестиційної діяльності.

Реалізація запропонованих у роботі заходів сприятиме зміцненню позицій країн Східної Європи на міжнародному туристичному ринку,

підвищенню якості туристичних послуг, зростанню туристичних потоків та забезпеченню сталого розвитку туристичної галузі в довгостроковій перспективі. Отримані результати дослідження можуть бути використані органами державного управління, туристичними підприємствами та іншими суб'єктами туристичної діяльності при формуванні стратегій розвитку туризму як на національному, так і на регіональному рівнях.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Аналітичний звіт з науково-дослідної роботи «Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні» (Київ, 2023 р.). URL : <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf> (дата звернення: 16.05.2026).
2. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2021. № 3. С. 56–62.
3. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *The actual problems of regional economy development*. 2022. № 3. С. 5–7.
4. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2011. №2. С.62–68.
5. Витрати іноземних туристів у Європі з 2012 по 2020 рр. URL : <https://www.statista.com/statistics/617469/intemational-tourist-spending-visitorexports-europe/> (дата звернення: 16.05.2026).
6. Гончаренко Н. І., Скляренко Я. І. Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики Європейського Союзу. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Туризм»*. 2017. № 6. С. 161–166.
7. Грищенко С. І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
8. Державне агентство розвитку туризму. Офіційний сайт. Статистика. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 16.05.2026).
9. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development service industry management*. 2023. №1. С 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))

10. Зміна щомісячних приїздів міжнародних туристів до Європи з січня 2020 р. до березня 2022 р. за регіонами, у %. URL : <https://www.statista.com/statistics/1111338/monthly-change-in-touristarrivals-in-europe-by-region/> (дата звернення: 16.05.2026).

11. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства : монографія / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.

12. 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>

13. Кириченко О. В. Порівняльний аналіз міжнародного туризму в країнах Європи: досвід різних регіонів та країн. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-56>

14. Кириченко О. В. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. *Економіка та суспільство*. 2022. №42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39>.

15. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 8 (3). С. 75–79.

16. Кукліна Т. С., Цвілій С. М., Журавльова С. М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 23. С. 12–15. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.2>.

17. Мальська М. П. Туристське країнознавство. Європа : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2020. 224 с.

18. Мальська М. П., Антонюк Н. А., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2021. 661 с.

19. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 343 с.

20. Матвійчук Л. Ю., Дашук Ю. Є. Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. №45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-28>
21. Масляк П. О. Країнознавство : підручник. Київ : Знання, 2008. 292 с.
22. Міжнародні туристичні прибуття в Європу у 2017 – 2021 рр. URL : <https://www.statista.com/statistics/273598/international-tourist-arrivals-in-europe/> (дата звернення: 16.05.2026).
23. Найбільш відвідувані країни світу 2023. URL : <https://rtraveler.ua/travel/eksperty-nazvali-poseshaemye-strany-mira/> (дата звернення: 16.05.2026).
24. Погуда Н. В., Примак Т. Ю., Івченко Л. О. Дослідження чутливості туристичних потоків до впливу світових та локальних факторів. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія Економіка і управління*. 2020. Том 31(70). № 2. С. 119–124.
25. Офіційний веб-сайт Європейського Союзу. Статистика туризму. URL : https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (дата звернення: 16.05.2026).
26. Регіональна політика сталого розвитку туризму : Навчальний посібник. / Т. В. Шелеметьєва, Д. Ю. Мамотенко. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 275 с.
27. Світова туристична організація (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org> (дата звернення: 16.05.2026).
28. Статистика в'їзного туризму у європейських країнах у 2017 – 2020 рр.. URL : https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/data/oecd-tourism-statistics_2b45a380-en (дата звернення: 16.05.2026).
29. Хол Д., Сміт М., Марцишевська Б. Туризм у Новій Європі: виклики та можливості розширення ЄС. Воллінгфорд, Оксфордшир; Бостон, Массачусетс : CABI, 2006. 232 с.
30. Aviation Benefits Report 2023. Montreal : ICAO, 2023. URL : <https://www.icao.int/sustainability/Documents/AVIATIONBENEFITS-2023-web.pdf> (дата звернення: 16.05.2026).

31. All Countries: Inbound Tourism: Arrivals 1995–2022. UN Tourism eLibrary. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/suppl/10.5555/unwtotfb0000270019952022202312?role=tab> (дата звернення: 16.05.2026).

32. Breier M., Kallmuenzer A., Clauss T., Gast J., Kraus S., Tiberius V. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 92. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302759> (дата звернення: 16.05.2026).

33. But T., Burda T., Zidova V., Bouzkova S. The impact of the COVID-19 pandemic on visiting selected UNESCO heritage in the Czech Republic. *26th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno : Masarykova univerzita, 2023. P. 308–316. DOI: <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P280-0311-2023-36>.

34. But T., Lnenicka L., Pulina T. Substantiating the directions of health tourism development in Czechia. *National Accounting Review*. 2024. Vol. 6, No. 1. P. 50–74. DOI: <https://doi.org/10.3934/NAR.2024003>.

35. Carlisle S., Johansen A., Kunc M. Strategic foresight for (coastal) urban tourism market complexity: The case of Bournemouth. *Tourism Management*. 2016. Vol. 54. P. 81–95.

36. European Commission. Progress of European tourism recovery from COVID-19. 21 Aug 2024. URL : <https://transition-pathways.europa.eu/tourism/data/progress-european-tourism-recovery-covid-19> (дата звернення: 16.05.2026).

37. European Tourism Association (ETOA). Demand for Summer Travel in Europe Fully Recovers to Pre-Pandemic Levels. May 2024. URL : <https://etoa.org/demand-for-summer-travel-in-europe-fully-recovers-to-pre-pandemic-levels> (дата звернення: 16.05.2026).

38. European Commission. Post-pandemic travel trends in Europe: Growth in personal trips, decrease in business travel. 08 Nov 2024. URL : <https://transition->

pathways.europa.eu/tourism/data/post-pandemic-travel-trends-in-europe-growth-personal-trips-decrease-business-travel (дата звернення: 16.05.2026).

39. ETC-Quarterly-Report-Q2-2024. European Tourism: Trends & Prospects. URL : https://etc-corporate.org/uploads/2024/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2024_Public.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 16.05.2026).

40. Shin H., Kang J. Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*. 2020. Vol. 91. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431920302164> (дата звернення: 16.05.2026).

41. Sklyarenko Ya., Khanova O. Analysis of factors of influence on the development of tourism area of European Union. *Technology Audit and Production Reserves*. 2018. № 5(43). P. 9–14.

42. Statistical presentation. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/292479/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-selected-countries/> (дата звернення: 16.05.2026).

43. Statista. Number of international tourist arrivals worldwide from 1950 to 2023. URL : <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals/> (дата звернення: 16.05.2026).

44. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva : World Economic Forum, 2019. URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 16.05.2026).

45. Total contribution of travel and tourism to GDP in leading travel markets worldwide in 2019 and 2023. Statista. URL : <https://www.statista.com/statistics/292479/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-selected-countries/> (дата звернення: 16.05.2026).

46. Travel and Tourism Economic Impact 2022: Global Trends. London : World Travel & Tourism Council, 2022. URL :

<https://wtcc.org/portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf> (дата звернення: 16.05.2026).

47. 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. vol. 99. 103547. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103547>

48. UNWTO Tourism Dashboard: Insights on Key Performance Indicators for Inbound and Outbound Tourism at the Global, Regional and National Levels. URL : <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (дата звернення: 16.05.2026).

49. UNWTO World Tourism Barometer. Madrid : UNWTO. URL : https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_05.pdf (дата звернення: 16.05.2026).

50. World Tourism Barometer. May 2025. Vol. 23, Issue 2. URL : https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/world_tourism_barometer__volume_23_issue_2_may_2025.pdf (дата звернення: 16.05.2026).

51. World Bank Group. International Tourism. URL : <https://data.worldbank.org/indicator> (дата звернення: 16.05.2026).

52. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O., Mamotenko D. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security. Management, Finance, Economics: Modern Problems and Ways of Their Solutions : monograph. Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 169–202.

53. Наливайко В. В. С., Гресь-Євреїнова С. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму Східної Європи. *Тиждень науки – 2026* : матеріали міжнар. наук. конф., 14 – 18 квітня 2026 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2026.

ДОДАТКИ

Додаток А

Характерні риси туриста Східної Європи

ПОРТРЕТ ТУРИСТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Узагальнений образ сучасного туриста Східної Європи, сформований на основі ключових тенденцій трансформації попиту у 2019–2025 рр.



ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ

- Вік: 25–45 років
- Освіта: вища
- Дохід: середній
- Місце проживання: міста та передмістя
- Сімейний стан: одружений / у партнерстві або молоді сім'ї з дітьми



ПСИХОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ

- Цінує комфорт, безпеку та якість
- Рациональний у виборі подорожей
- Цікавиться культурою, історією, природою та гастрономією
- Прагне отримати максимальні враження за розумні гроші
- Екологічно свідомий, підтримує сталий туризм



ПОВЕДІНКОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- Подорожує 1–3 рази на рік
- Віддає перевагу коротким поїздкам (3–5 днів, city break)
- Планує подорожі самостійно через онлайн-канали
- Обирає гнучкі умови бронювання
- Користується мобільними додатками, онлайн-картами, безконтактними сервісами
- Часто подорожує автомобілем, автобусом або low-cost авіакомпаніями



“ Шукаю нові враження поруч із домом. Ціную безпеку, доступність і автентичність. Планую самостійно, подорожую свідомо. ”

МОТИВАЦІЯ ПОДРОЖЕЙ



Культура та історія



Природа та активний відпочинок



Оздоровлення та SPA



Гастрономічні враження



Час із сім'єю та друзями



ПОПУЛЯРНІ ФОРМАТИ ТУРИЗМУ

- Культурно-пізнавальний туризм
- Міський (city break) туризм
- Природний та екотуризм
- SPA та медичний туризм
- Гастрономічний туризм
- Активний туризм (піші, вело, гірський, зимові види спорту)



УЛЮБЛЕНІ ДЕСТИНАЦІЇ (У РЕГІОНІ ТА ПОЗА НИМ)

- Країни Центральної та Східної Європи: Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Румунія, Болгарія, країни Балтії, Балкани
- Популярні міста: Краків, Прага, Будапешт, Вільнюс, Рига, Таллінн, Брашов, Софія, Дубровник
- Вибір залежить від безпеки, ціни та зручності подорожі



КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОВЕДІНКУ

- Зростання внутрішнього туризму
- Пошук доступних напрямків через інфляцію
- Розвиток цифрових технологій у подорожах
- Підвищена увага до безпеки через геополітичні ризики
- Попит на сталий та відповідальний туризм

ПРІОРИТЕТИ ПРИ ВИБОРІ ДЕСТИНАЦІЇ



Безпека



Доступна ціна



Транспортна доступність



Якість проживання та сервісу



Екологічність і сталість



Відгуки та рекомендації



Сучасний турист Східної Європи – це раціональний, цифрово активний та свідомий мандрівник, який обирає доступні, безпечні та автентичні подорожі з акцентом на якість вражень.

Додаток Б

Надходження та витрати на подорожі в платіжному балансі, дані за 2010,
2015 – 2024 рр.

Travel receipts and expenditure in balance of payments, 2010-2015-2024

	Receipts				Expenditure				Balance
	(million €)			Relative to GDP	(million €)			Relative to GDP	(million €)
	2010	2015	2024	2024 (%)	2010	2015	2024	2024 (%)	2024
EU(*)	96 200	136 062	193 617	1.1	80 421	94 807	143 072	0.8	50 545
Belgium	8 620	7 090	8 691	1.4	14 313	12 311	24 804	4.0	-16 112
Bulgaria	2 574	2 815	3 986	3.8	626	1 016	1 860	1.8	2 126
Czechia	5 419	5 465	8 447	2.6	3 216	4 304	8 177	2.5	270
Denmark	4 420	6 068	10 410	2.7	6 674	8 065	11 330	2.9	-919
Germany	26 159	33 265	37 986	0.9	58 934	69 859	115 367	2.7	-77 381
Estonia	824	1 343	1 508	3.8	481	922	1 387	3.5	122
Ireland	3 106	5 018	7 256	1.3	5 358	5 340	13 075	2.3	-5 819
Greece	9 611	14 126	21 593	9.1	2 156	2 038	2 805	1.2	18 787
Spain	44 375	56 310	98 396	6.2	12 788	15 724	30 206	1.9	68 190
France	43 040	50 079	71 107	2.4	29 016	37 465	55 224	1.9	15 883
Croatia	5 576	7 219	15 005	17.5	629	682	2 412	2.8	12 594
Italy	29 257	35 555	54 213	2.5	20 415	22 013	33 006	1.5	21 207
Cyprus	1 636	2 279	3 679	10.6	999	973	1 867	5.4	1 812
Latvia	484	807	1 268	3.1	490	557	1 238	3.0	29
Lithuania	729	1 041	1 812	2.3	644	857	1 900	2.4	-89
Luxembourg	4 286	5 049	6 919	8.0	1 847	2 056	5 133	6.0	1 786
Hungary	4 315	4 797	7 453	3.6	1 821	1 649	4 000	1.9	3 453
Malta	814	1 246	2 464	10.6	234	332	623	2.7	1 841
Netherlands	8 850	13 184	20 840	1.9	15 184	17 239	26 561	2.4	-5 721
Austria	14 027	16 435	24 301	4.9	7 717	8 408	15 433	3.1	8 868
Poland	7 146	9 277	13 017	1.5	6 345	6 949	10 807	1.3	2 210
Portugal	7 600	11 618	27 745	9.6	2 953	3 332	6 847	2.4	20 901
Romania	861	1 659	5 279	1.5	1 445	2 014	8 927	2.5	-3 647
Slovenia	1 991	2 162	3 339	5.0	1 125	1 109	2 544	3.8	795
Slovakia	1 684	2 192	1 569	1.2	1 471	1 917	2 396	1.8	-827
Finland	2 291	2 684	3 841	1.4	3 252	4 325	5 702	2.1	-1 859
Sweden	6 324	7 551	9 888	1.8	9 172	11 796	12 931	2.3	-3 043
Iceland	430	1 470	2 992	9.8	462	869	1 659	5.4	1 334
Norway	-	-	6 998	-	-	-	16 442	-	-9 444
Switzerland	11 197	14 386	20 605	4.5	8 940	15 264	19 852	4.3	753
Bosnia and Herzegovi	449	679	1 805	14.0	149	185	444	3.4	1 362
Montenegro	-	814	-	-	-	41	-	-	1 376
North Macedonia	-	239	576	1.0	-	144	383	0.6	193
Albania	-	1 352	4 992	0.6	-	1 116	2 700	0.3	2 292
Serbia	-	944	2 818	31.5	-	993	3 777	42.3	-959
Türkiye	17 202	29 890	51 908	-	3 923	5 365	6 803	-	45 105
Kosovo*	328	720	2 425	-	105	193	743	-	1 682

(¹) Extra EU flows.

"-" - data not available or very unreliable.

* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo Declaration of Independence.

Source: Eurostat (bop_c6_q, bop_eu6_q, nama_10_gdp and demo_pjan)

Додаток В

Показники туристичної мобільності населення країн Європи, 2024 р.

Tourism trips of Europeans (aged 15 years or more), 2024

Country of residence	Share of the population (aged 15+) taking part in tourism trips for personal purposes (%)	Number of trips (thousands)			Breakdown of all trips by destination and duration (%)			
		All trips	Short trips (1–3 nights)	Long trips (4+ nights)	Short domestic trips (1–3 nights)	Long domestic trips (4+ nights)	Short foreign trips (1–3 nights)	Long foreign trips (4+ nights)
EU	65.4	1 192 818	671 120	521 698	48.0	23.3	8.3	20.4
Belgium	68.5	19 870	7 700	12 170	16.5	6.7	22.3	54.5
Bulgaria	32.5	5 315	2 933	2 382	44.6	29.7	10.6	15.1
Czechia	75.9	29 100	16 749	12 351	51.8	22.3	5.7	20.1
Denmark	64.1	27 331	15 519	11 811	44.6	14.0	12.1	29.2
Germany	79.8	277 156	132 382	144 773	38.6	20.2	9.2	32.1
Estonia	51.8	5 025	3 751	1 274	62.9	6.3	11.7	19.0
Ireland	79.0	25 504	16 217	9 288	46.6	7.7	17.0	28.7
Greece	46.7	7 230	1 839	5 391	21.3	63.4	4.1	11.1
Spain	69.6	149 490	100 175	49 315	62.9	24.9	4.1	8.0
France	80.7	239 761	141 987	97 774	53.8	31.3	5.4	9.5
Croatia	54.0	6 061	3 418	2 643	37.2	27.8	19.2	15.8
Italy	38.7	42 128	17 595	24 533	36.1	40.6	5.7	17.7
Cyprus	65.8 e	3 367	1 763	1 604	38.8	9.3	13.6	38.3
Latvia	65.1	4 895	3 556	1 340	56.7	6.5	15.9	20.8
Lithuania	60.9	6 890	4 694	2 195	59.5	7.5	8.7	24.4
Luxembourg	83.1	3 247	1 335	1 912	3.5	1.2	37.6	57.7
Hungary	55.8	17 722	10 557	7 165	46.2	14.9	13.3	25.5
Malta	58.2	1 248	612	636	29.8	5.7	19.3	45.3
Netherlands	83.6	47 526	23 152	24 375	34.9	13.0	13.8	38.2
Austria	76.4	31 337	17 178	14 160	34.9	12.7	19.9	32.5
Poland	64.9	67 538	34 365	33 174	46.4	31.8	4.4	17.3
Portugal	46.6	19 437	12 880	6 558	61.7	23.1	4.5	10.7
Romania	27.7	21 387	12 343	9 044	56.3	33.3	1.4	9.0
Slovenia	64.3	8 117	5 127	2 989	35.3	6.6	27.9	30.2
Slovakia	65.4	12 169	7 314	4 854	44.6	15.4	15.5	24.5
Finland	83.0	33 281	22 433	10 848	58.2	20.1	9.2	12.5
Sweden	82.7	80 687	53 548	27 139	59.1	18.2	7.3	15.5

"e" - estimated.

Source: Eurostat (tour_dem_tttot, tour_dem_totot)

Додаток Г

Туристичні заклади розміщення, ліжко-місця та туристичні ночівлі в країнах Європи у 2024 р.

Tourist accommodation establishments, 2024

	Number of establishments (units)	Number of bed places (thousands)	Total nights spent (millions)
EU	680 848	29 741	3 021.8
Belgium	11 088	473	44.8
Bulgaria	4 049	361	27.6
Czechia	10 104	750	57.2
Denmark	1 286	458	39.8
Germany	47 846	3 702	439.6
Estonia	1 314	63	6.6
Ireland	2 362	247	41.7
Greece	29 108	1 245	152.9
Spain	58 545	3 848	505.2
France	29 029	5 071	457.6
Croatia	122 438	1 178	93.6
Italy	265 319	5 499	466.2
Cyprus	738	94	17.9
Latvia	1 307	55	4.7
Lithuania	4 407	112	8.6
Luxembourg	371	58	3.7
Hungary	3 895	366	31.8
Malta	356	53	11.3
Netherlands	9 217	1 452	145.2
Austria	25 911	1 155	131.2
Poland	10 354	839	97.6
Portugal	8 569	721	88.1
Romania	12 223	434	30.2
Slovenia	11 612	192	16.8
Slovakia	3 705	209	14.7
Finland	1 364	260	22.7
Sweden	4 331	846	64.1
Iceland ⁽¹⁾	:	:	9.3
Liechtenstein	102	2	0.2
Norway	3 050	312	38.6
Switzerland	35 038	641	60.1
Montenegro	459	55	5.2
North Macedonia	509	44	2.2
Albania	:	:	7.4 e
Serbia	27 186	186 e	12.7
Türkiye	21 472	1 834	216.0
Kosovo ⁽¹⁾	:	:	1.5

(¹) Nights spent by residents and non-residents estimated using 2024 monthly data.

* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo Declaration of Independence.

": - data not available or very unreliable.

"e" - estimated.

Source: Eurostat (tour_cap_nat, tour_occ_ninat, tour_occ_nim)

Додаток Д

Маршрут туру

Тур «Скарби Східної Європи: Прага – Краків – Будапешт»

Маршрут: Львів – Краків – Прага – Будапешт – Львів



ПРОГРАМА ТУРУ

1 День 1
Львів
Збір групи у Львові.
Вийзд до Кракова.



2 День 2
Краків
Прибуття до Кракова.
Пішохідна екскурсія історичним центром.



3 День 3
Краків – Прага
Переїзд до Праги.
Оглядова екскурсія містом.



4 День 4
Прага
Вільний день у Празі
або факультативні екскурсії.



5 День 5
Прага – Будапешт
Переїзд до Будапешта.
Оглядова екскурсія містом.



6 День 6
Будапешт
Вільний день у Будапешті
або факультативні екскурсії.



7 День 7
Будапешт – Львів
Переїзд до Львова.



8 День 8
Львів
Прибуття до Львова.
Завершення туру.

