Список використаних джерел:

1. Нікітенко К. С. Розвиток екотуризму в Україні: потенціал та проблеми. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка***.** 2023. № 15. С. 205–211. DOI: 10.32782/2708-0366/2023.15.32.

2. Паньків Н. М., Скрипник М. І. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туризму в Україні: виклики сьогодення. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки***.** 2022. № 4 (308). С. 251–256. DOI: 10.31891/2307-5740-2022-308-4-36.

3. Любченко В. В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки. *Економіка та суспільство***.** 2023. № 57. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-57-59.

4. Шестель О. М., Старинець О. В. Сучасні тенденції сталої екологізації індустрії туризму. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування***.** 2023. № 1 (7). С. 45–50. DOI: 10.32782/2708-4949.1(7).2023.7.

5. Польова О. В. Економічні аспекти сталого туризму: принципи та нові можливості. *Економіка та суспільство*. 2025. № 76. DOI: 10.32782/2524-0072/2025-76-61.

УДК 338.48
ORCID 0000-0003-3879-7337

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ ПІД ВПЛИВОМ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ

Кузишин А.В., доктор географічних наук, професор,
декан географічного факультету,
професор кафедри географії України і туризму
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Ключові слова: міжнародний туризм, міжнародні туристичні потоки, країни Центрально-Східної Європи, індустрія гостинності, туристична логістика, зайнятість в туризмі.

Інноваційні стратегії розвитку туризму країн Центрально-Східної Європи в умовах українсько-російської війни формуються під впливом глибоких трансформацій глобального та регіонального туристичного простору, що зумовлені не лише безпосередніми безпековими викликами, а й структурними змінами у поведінці споживачів, логістиці, інвестиційних потоках і функціонуванні туристичної інфраструктури. Війна в Україні стала каталізатором переосмислення ролі туризму як

соціально-економічного феномену, що функціонує в умовах невизначеності, ризиків і необхідності швидкої адаптації до нових реалій.

У регіональному вимірі країни Центрально-Східної Європи, зокрема Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія та країни Балтії, опинилися в зоні безпосереднього впливу війни, що проявилося у зміні туристичних потоків, трансформації функцій туристичної інфраструктури та перерозподілі ролей у міжнародному туризмі. Туристичний сектор цих держав, який до пандемії COVID-19 демонстрував стабільне зростання, після 2020 року пережив подвійний шок – пандемічний та геополітичний. Водночас, незважаючи на негативні чинники, регіон не лише зберіг потенціал для розвитку, але й сформував нові стратегічні напрями, орієнтовані на інноваційність, стійкість і диверсифікацію.

Однією з ключових тенденцій стало посилення ролі безпекового фактору у формуванні туристичного попиту. Війна спричинила зміну сприйняття Центрально-Східної Європи як туристичного простору, що призвело до часткового відтоку міжнародних туристів. Водночас відбулося внутрішнє перерозподілення потоків: туристи стали надавати перевагу країнам, які асоціюються з відносною стабільністю та ефективною кризовою політикою. У цьому контексті Польща та Чехія виступили як своєрідні «якорі стабільності», що дозволило їм не лише втримати позиції, але й наростити туристичні доходи та прибуття у посткризовий період.

Важливим елементом інноваційних стратегій стало переорієнтування туристичної політики на внутрішній ринок та нові категорії туристів. В умовах обмежень міжнародних подорожей та зростання ризиків держави активізували розвиток внутрішнього туризму, стимулюючи попит через національні програми підтримки, цифрові платформи та маркетингові кампанії. Одночасно відбулося формування нових сегментів попиту, зокрема пов’язаних з тимчасово переміщеними особами, бізнес-поїздками, гуманітарною логістикою та транзитними переміщеннями, що суттєво змінило структуру туристичних витрат і споживання.

Цифровізація стала одним із ключових інструментів адаптації туристичної галузі до нових умов. Країни регіону активно впроваджують smart-рішення у сфері готельного бізнесу, транспортної логістики та туристичних сервісів. Розвиток онлайн-бронювання, цифрових платформ управління туристичними потоками, безконтактних сервісів та використання великих даних дозволяє підвищити ефективність функціонування галузі, забезпечити гнучкість і швидкість реагування на зміни попиту. Особливо показовими є країни Балтії, де цифрові інновації поєднуються з розвитком бізнес-туризму та креативних індустрій.

Готельний сектор, як базовий елемент туристичної інфраструктури, також зазнав значних трансформацій. Інноваційні стратегії в цій сфері спрямовані на підвищення енергоефективності, впровадження екологічних стандартів, розвиток тематичних і нішевих форматів розміщення (еко-готелі, бутик-готелі, SPA-комплекси), а також інтеграцію цифрових

технологій. Польща, як лідер регіону, демонструє високий рівень інвестиційної активності, залучаючи міжнародні готельні мережі та формуючи сучасну інфраструктуру, здатну конкурувати на глобальному рівні. Водночас країни, що мають структурні проблеми, такі як Румунія, змушені реалізовувати програми державної підтримки для стабілізації галузі та збереження трудового потенціалу.

Інноваційний розвиток туризму неможливий без модернізації транспортної та логістичної інфраструктури. В умовах закриття повітряного простору України значно зросла роль прикордонних держав як транспортних хабів. Польща, Угорщина, Словаччина та Румунія отримали додатковий імпульс для розвитку авіаційної інфраструктури, що проявилося у зростанні пасажиропотоків, розширенні маршрутної мережі та залученні нових перевізників. Конкуренція між авіакомпаніями, зокрема між національними перевізниками та лоукостерами, стимулює інновації у сфері тарифної політики, сервісу та управління потоками пасажирів.

Особливе значення в сучасних умовах набуває розвиток транскордонного та міжрегіонального співробітництва. Участь країн Центрально-Східної Європи в європейських програмах, таких як Interreg, COSME та Horizon Europe, сприяє інтеграції туристичних продуктів, розвитку спільних маршрутів, підвищенню якості послуг і формуванню єдиного туристичного простору. В умовах війни це співробітництво набуває додаткового значення як інструмент стабілізації, обміну досвідом та координації зусиль у сфері безпеки та управління кризами.

Суттєвим компонентом інноваційних стратегій є орієнтація на сталий розвиток. Країни регіону активно інтегрують принципи екологічної відповідальності, соціальної інклюзії та економічної ефективності у туристичну політику. Розвиток зеленого туризму, збереження природних і культурних ресурсів, підтримка локальних громад та формування екологічної свідомості туристів стають ключовими пріоритетами. У цьому контексті важливу роль відіграють інституційні механізми підтримки, державні програми та партнерство з міжнародними організаціями.

Війна в Україні також сприяла трансформації функціональної ролі туризму. Туристична інфраструктура частково була переорієнтована на виконання гуманітарних функцій, забезпечуючи розміщення біженців, організацію логістики та підтримку соціальних ініціатив. Це підвищило значення туризму як елемента соціальної стійкості та адаптивності територій, що виходить за межі традиційного економічного розуміння галузі.

Аналіз економічних показників свідчить про неоднорідність розвитку туристичного сектору в країнах регіону. Польща зберігає лідерські позиції за обсягами туристичних прибуттів і доходів, тоді як інші країни демонструють різні темпи відновлення та адаптації. Водночас показники витрат населення на міжнародний туризм у більшості країн перевищують доковідний рівень, що свідчить про відновлення попиту та

підвищення мобільності населення. Частка туризму у ВВП та зайнятості також варіюється, що відображає різний рівень інтеграції галузі в національні економіки та різні стратегічні пріоритети розвитку.

У сучасних умовах інноваційні стратегії розвитку туризму країн Центрально-Східної Європи мають комплексний характер і базуються на поєднанні кількох ключових підходів: диверсифікації туристичних продуктів, цифровізації, підвищення стійкості, розвитку інфраструктури та активізації міжнародного співробітництва. Важливим є також формування нового іміджу регіону як безпечного, інноваційного та відкритого до змін туристичного простору.

Отже, українсько-російська війна, попри негативні наслідки для туристичного сектору, стала потужним стимулом для трансформації та модернізації туристичних стратегій країн Центрально-Східної Європи. Адаптація до нових умов, впровадження інновацій та посилення регіональної співпраці дозволяють не лише подолати кризові явища, але й сформувати нову модель розвитку туризму, орієнтовану на стійкість, конкурентоспроможність і довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Адамський Л. Центрально-Східна Європа. Як термін змінив мапу. Режим електронного доступу: https://novapolshcha.pl/article/centralno-skhidna-yevropa-yak-termin-zminiv-mapu/

2. Каганов Ю.О. Центрально-Східна Європа як історичний регіон: зміст та еволюція концепції. Zaporizhzhia Historical Review, 1(19), 333-341. Retrieved from https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1600.

3. Кузишин А.В. Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія.* Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В. № 1 (випуск 58). 2025. С. 102-110.

4. Кузишин А.В. Зміни в міжнародному туристичному бізнесі країн Центрально-Східної Європи під впливом українсько-російської війни: реалії та сприйняття. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів :III-ій Міжнародний науково-практичний форум, 23–24 квітня 2025 року, Україна, Львів : зб. матер. Електрон. дан. Львів: «Камула», 2025. С. 13-19.

5. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.

6. Кузишин А.В. Сучасні детермінанти геополітичного простору України: національний та європейський аспект. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: СМП «Тайп», 2022. № 1 (52). С. 102-112.

7. Кузишин А.В., Поплавська І.В. Зміни в міжнародних туристичних потоках під впливом вимушеної мілітаризації Центрально-

Східної Європи. Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни : збірник праць Міжнародного науково-практичного форуму (м. Львів, 19–21 квітня 2023 р.) / [відп. ред.: проф. О.І. Мороз]. Львів: «Камула», 2023. С. 10-16.

8. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеєв Я.В. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір. 2024. № 189, 2024. С. 349-354.

9. International Country Risk Guide. [Дата звернення: 28.09.2024] https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/

10. Bertram M. Gordon. Warfare and tourism – Paris in World War II. Annals of Tourism Research. 1998. 25(3):616-638.

11. Rodica Pripoaie & Anca-Gabriela Turtureanu & George-Cristian Schin & Andreea-Elena Matic & Carmen-Mihaela Crețu & Cristina-Gabriela Pătrașcu & Carmen-Gabriela Sîrbu & Emanuel Ștefan Marinescu, 2023. "The Contribution of Tourism to the Development of Central and Eastern European Countries in the New Post-Endemic and Geostrategic Context," Administrative Sciences, MDPI, vol. 13(8), pages 1-28, August.

12. Zhou B., Zhang Y., & Zhou P. Multilateral political effects on outbound tourism. Annals of Tourism Research, 2021, 88, 103184. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103184

ВПЛИВ РЕПУТАЦІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Сущенко О.А., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
Київський національний університет технологій та дизайн
Чайковський С.Д., аспірант
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

У сучасних умовах трансформації ринку готельних послуг конкурентоспроможність підприємств дедалі меншою мірою визначається лише матеріально-технічною базою, ціновою політикою чи місцем розташування. В умовах високої насиченості ринку, зростання ролі цифрових платформ, онлайн-відгуків, рейтингових систем і соціальних мереж важливого значення набуває репутація готельного підприємства як інтегральний нематеріальний актив, що впливає на довіру споживачів, рівень лояльності, інтенсивність повторних бронювань та здатність підприємства утримувати конкурентні позиції.

Репутація підприємства готельного бізнесу формується як результат стійкого сприйняття його діяльності споживачами, партнерами, персоналом, інвесторами та іншими стейкголдерами. Вона відображає не лише якість наданих послуг, а й послідовність сервісних стандартів,