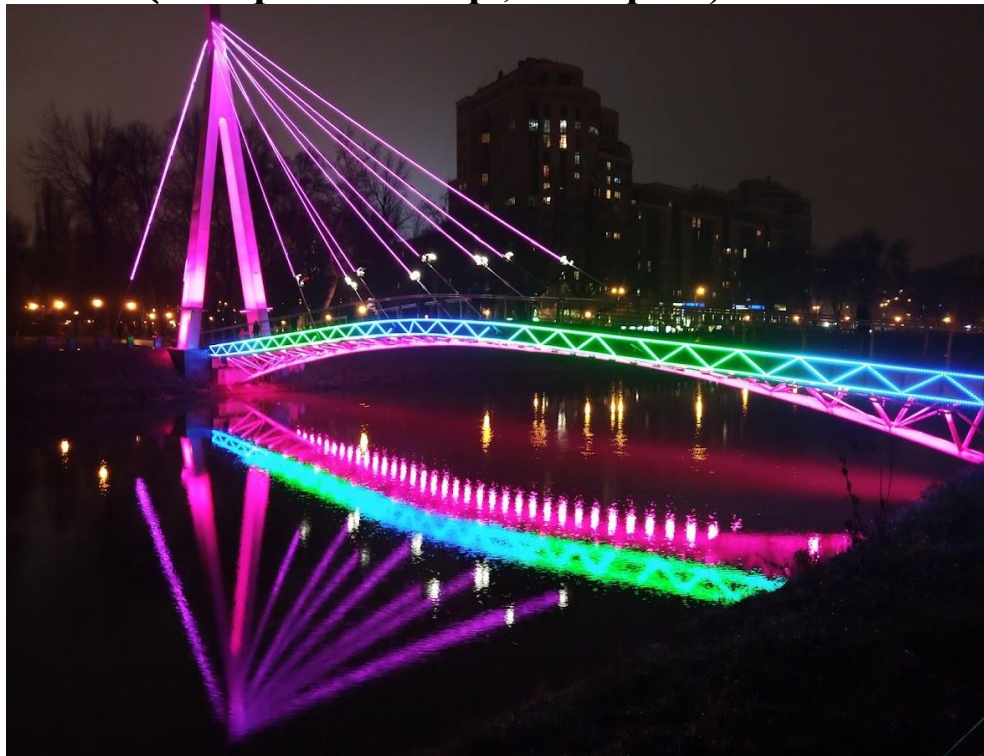


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ
КАФЕДРА СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН І ГЕОГРАФІЇ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ОБЛАСНИЙ КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "ХАРКІВСЬКИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-
МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ТУРИЗМУ"
МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

**До 80-річчя від дня присвоєння
університету імені Г.С. Сковороди**

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

**Матеріали VIII Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
Харківського національного педагогічного університету імені
Г.С. Сковороди
(12 березня 2025 р., м. Харків)**



**Харків
2025**

**Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Кафедра суспільно-економічних дисциплін і географії
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Обласний комунальний заклад
«Харківський організаційно-методичний центр туризму»
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького**

**До 80-річчя від дня присвоєння
університету імені Г.С. Сковороди**

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

**Матеріали VIII Всеукраїнської
науково-практичної Інтернет-конференції
Харківського національного педагогічного університету
імені Г.С. Сковороди
(12 березня 2025 р., м. Харків)**

Харків 2025

УДК: 338.48:911: 322: 314.1: 37:502:551:63: 504:379.852:811

Редакційна колегія:

О.О. Ніколаєнко – д.і.н, професор, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди; **Л.І. Полякова** – к.і.н., доцент, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького; **О.О. Зеленько** - к.е.н, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **І.К. Нестерчук** - к.г.н., доцент, Житомирський державний університет імені Івана Франка; **С. В. Гришко** - к.г.н, доцент, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького; **П.І. Лоцман** – к.г.н, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Ю.І. Муромцева** – к.е.н., доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **В.Д. Холодок** – к.наук з держ управління, ОКЗ "Харківський організаційно-методичний Центр Туризму"; **Т.Г. Гуцан** – к.п.н., доцент Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Т.С. Коптєва** – доктор філософії з природничих наук, доцент Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди.

Географія та туризм: Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди (12 березня 2025 р., м. Харків) / за заг. ред. Лоцмана П. І. Харків: ХНПУ ім.Г.С.Сковороди, 2025. – 535 с.

У збірнику представлено матеріали, присвячені актуальним питанням сучасної географічної науки та туризмознавства.

Розглянуто освітні тенденції у галузях географії та туризму у світі й Україні, проблеми природничої географії, висвітлення реалізації Сталого розвитку в екологічній, економічній та соціальній сферах, розглянуто питання про стан і розвиток туризму в світі й Україні, перспективі післявоєнного відновлення і використання туристичних ресурсів, природної та культурно-історичної спадщини України.

Для викладачів, аспірантів, магістрів, студентів вищих навчальних закладів та інших зацікавлених осіб.

*Рекомендовано редакційно-видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди
протокол № 3 від 19.03.2025*

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, наявність плагіату, імен власних та інших відомостей.

© Колектив авторів, 2025
© Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди, 2025

<i>Макар О. П., Кофлик В. М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ	383
<i>Безсмертнюк Т. П.</i> ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ В АВСТРАЛІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	387
<i>Царик П. Л., Никорчук В. Р.</i> ПЕРЕДУМОВИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЧЕХІЇ	392
<i>Левченко І. В., Сокол М. В.</i> ЕКОТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	399
<i>Пацюк В. С., Образцова В. О.</i> РЕГЕНЕРАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО МІСТА ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ (КЕЙС РОТТЕРДАМУ)	404
<i>Білоусова А. Ю., Удовичка С. О.</i> ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ЛОГІСТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ	408
<i>Дворська І. В.</i> РОЗРОБКА КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПОЛОЖЕНЬ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	411
<i>Безпалій О. Г.</i> СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ У ФРАНЦІЇ: ІСТОРІЯ І СЬОГОДЕННЯ	415
<i>Михайлишин В. В.</i> ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ СТЕЙКХОЛДЕРНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	419
<i>Смик О. С.</i> ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	425
<i>Усік А. Д.</i> ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНДІНГ ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕРИТОРІЙ	429
<i>Сабрига М. В.</i> ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	431
<i>Балабуха Ю. О.</i> ПОВОЄННІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	435
<i>Бережний М. Д.</i> НОВИЙ ПОВОЄННИЙ ФОРМАТ ВІТЧИЗНЯНИХ РЕСТОРАНІВ	438
 Розділ 6. Рекреаційно-туристичний потенціал України та його відновлення і використання	 442
<i>Гедін М. С.</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ	442
<i>Маховка В. М.</i> РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВІДНОВЛЕННЯ	452
<i>Михайлюк О. Л.</i> МЕХАНІЗМИ ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОІСТОРИЧНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ	457
<i>Дутчак С. В., Мендришора Н.,</i> ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА: ЗМІСТ СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ (на прикладі селища Берегомет Вижницького району Чернівецької області)	462
<i>Паньків Н. М., Щока О. В.</i> ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ - ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ	471
<i>Герасимів З. М.</i> ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	477
<i>Прохорова Л. А., Бербері П. І.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЕОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	479
<i>Муромцева Ю. І.</i> ВТРАТИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВЩИНИ З 2022 РОКУ	482
<i>Куць С. О., Мариняк Я. О.</i> ОЦІНКА ЯКОСТІ ЦІЛЬОВОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ПІДВОЛОЧИСЬКОЇ СЕЛИЩНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ (ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ)	492

4. Domestic tourism share of the direct tourism gross domestic product (GDP) in Australia from financial year 2015 to 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/1461082/australia-domestic-tourism-share-of-direct-tourism-gdp/> (дата звернення: 01.03.2025).

5. Domestic visitor contribution to direct tourism gross domestic product (GDP) in Australia from financial year 2015 to 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/1374869/australia-domestic-visitor-contribution-to-direct-tourism-gdp/> (дата звернення: 01.03.2025).

УДК 338.46

*Царик Петро Любомирович,
к. геог. наук, доцент кафедри географії України і туризму,
Никорчук Володимир Романович,
магістрант II-го курсу спеціальності 242 Туризм і рекреація,
Тернопільський національний педагогічний університеті
імені Володимира Гнатюка*

ПЕРЕДУМОВИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЧЕХІЇ

Знання та розуміння культури іноземних партнерів, зокрема особливостей крос-культурних комунікацій та їхнього впливу на якість обслуговування, є одним із ключових чинників розвитку індустрії гостинності, особливо туристичного бізнесу на міжнародному ринку. Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності набувають значної актуальності у зв'язку з глобалізацією та зростанням міжнародного туризму. О. Моргулець, О. Нищенко, О. Шевченко зазначають, що «забезпечення ефективного спілкування між туристами та персоналом готелів, ресторанів та інших підприємств індустрії гостинності стає ключовим для забезпечення високоякісного обслуговування та отримання позитивного досвіду від подорожей» [4]. Культурне різноманіття, усвідомлення відмінностей і підвищення рівня знань про них сприяють зменшенню культурних конфліктів і створюють умови для гармонійного співіснування.

Туристична послуга в економіко-технологічній системі міжнародного туристичного бізнесу, як зазначає А. Кузишин, виступає товаром, а суб'єкт туристичної діяльності – підприємницькою структурою, що створює, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам [1, с. 5]. Адаптація туристичних послуг до потреб різних культур і розуміння їхніх очікувань мають стати стратегічним елементом підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств, що, своєю чергою, сприяє зміцненню їхньої репутації та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Індустрія туризму є комплексною та багатогранною галуззю, в якій різним туристичним компаніям нерідко складно координувати свої дії через наявність інформаційної асиметрії. Ця проблема стає особливо гострою в періоди ризиків, соціальних і економічних потрясінь, коли серйозна нерівномірність у доступі до інформації між туристичними операторами, інвесторами та самими туристами призводить до збоїв на туристичному ринку й значно ускладнює ефективне управління ризиками [2, с. 86]. Недоліки туристичного ринку важко подолати лише за рахунок одностороннього регулювання з боку туристичних підприємств або операторів. Тому вкотре підкреслюємо, що державна політика відіграє ключову роль як ефективний інструмент для врегулювання дисфункцій ринку, координації діяльності учасників туристичної сфери та зниження рівня туристичних ризиків.

Об'єктом свого дослідження ми обрали Чехію, яка володіє потужним і затребуваним, активно використовуваним, туристично-рекреаційним потенціалом. Для цього ми виділили в межах країни кілька великих регіонів, які можна об'єднати за критерієм схожості наявних ресурсів та можливістю їх використання в міжнародному туризмі.

Основою північного туристичного району Чехії є гірська місцевість Крконоше, де розташована найвища гора країни – Сніжка. Основними туристичними центрами цього регіону є Шпіндлерув Млин, Пець під Сніжкою та Гаррахов із відомим трампліном для стрибків на лижах. Тут створено чудові

умови для занять зимовими видами спорту, а розвинена інфраструктура дає змогу ефективно використовувати природні ресурси не лише для підготовки професійних спортсменів, а й для активного відпочинку широкого кола любителів гірськолижного спорту та інших зимових розваг. [6].

Основою туристичного комплексу західного району є бальнеологічні ресурси, такі як лікувальні води Карлових Вар та Маріанських Лазень. Курорти цього регіону є не лише місцем для оздоровлення, а й важливим осередком світського життя, що формує частину іміджу найуспішніших представників культури, мистецтва, бізнесу та політичної еліти [6].

Окрасою центрального району є столиця Чеської Республіки – Прага, яка має багатовікову історію та безліч культурних і архітектурних пам'яток. У передмістях Праги збереглося багато визначних історичних пам'яток, серед яких середньовічні замки, старовинні церкви та архітектурні комплекси, що відображають багату культурну спадщину регіону [6].

На відміну від північного району, який визначається насамперед природно-рекреаційними ресурсами, південний район славиться своїми історичними пам'ятками, зокрема історичними комплексами міст Брно та Крумлова [6].

Оцінити рівень використання туристично-рекреаційних ресурсів Чехії дозволяють статистичні дані щодо організації туристичної сфери країни і визначення її місця в туристичних потоках Європи та Центрально-Східного туристичного субрегіону (за методологією Всесвітньої туристичної організації).

Впродовж 2018-2019 рр. країну відвідувало понад 10,8 млн туристів. В 2023 р., після подолання світової пандемії, цей показник склав 7,3 млн. туристів [7]. Близько 87 % іноземних туристів, які відвідували Чехію, представляли Європейський регіон. Найбільше іноземних туристів прибуло з Німеччини (689,2 тис. осіб), але це більш ніж на 15% менше ніж у 2020 р. Навпаки, на 25% збільшилась чисельність туристів із Словаччини. На третьому місці поляки – 235 тис. осіб. Чисельність туристів з інших країн не перевищувала 100 000 осіб.

Тепер щодо функціонування та забезпечення туристичної інфраструктури Чехії. Згідно досліджень Г. М'ясоїд, протягом 2017–2021 рр. загальна кількість туристичних фірм Чехії скоротилась на 23,3%. Найбільше скорочення спостерігалось в 2021 р. Насамперед скорочується кількість малих (до 20 штатних працівників) турфірм і збільшується частка ринку у найбільших турфірм (35% ринку туристичних послуг покривається сімкою туристичних фірм з кількістю понад 100 штатних працівників) [5, с. 232]. Така тенденція (до зменшення діючих турфірм) відповідає світовому досвіду розвитку ринку туристичних послуг та означає перехід від полігопольної структури ринку з багато численними дрібними та середніми фірмами до олігопольної.

Частка туризму у створенні валової доданої вартості в господарстві Чехії в 2021 р. склала 1,5 %. Це було різке зниження у порівнянні з минулим роком, оскільки у 2019 р. така ж частка становила 2,8%, що було більше, ніж у сільському, лісовому та рибному господарстві разом взятих. Частка туризму в загальній зайнятості в національній економіці Чеської Республіки знизилась до 4,2 % [6].

Наприкінці 2010-х – початку 2020-х рр. регіональні показники функціонування туристичної сфери та її внесок у соціально-економічний розвиток країни суттєво погіршилися. Так, в туристичній сфері Праги було задіяно 57,6 тис. осіб або 26% від загальної чисельності працюючих в туризмі та створено 25% валової доданої вартості туристичного сектору. Водночас столиця Чехії найбільше відчула відсутність туристичного попиту, сформованого у попередні роки. Валова додана вартість туризму тут знизилася в річному обчисленні майже на дві третини до значення 19,0 млрд. крон проти 53,2 млрд. крон в 2019 р. та впала нижче за середню по Чехії. У Карловарському краї частка туризму у регіональній валовій доданій вартості склала 2,8%, а в 2019 р. вона становила 5,4%. Безпосередньо у сфері туризму краю працювало 10,6 тис. осіб, що становило 8,2% зайнятих у регіоні [6]. З однієї сторони це були результати світової пандемії коронавірусу, але водночас

є потреба адаптувати туристичний сектор країни під нові реалії функціонування середовища саме в мультикультурному форматі.

Покращення крос-культурних комунікацій в туристичній діяльності важливе для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб різних культурних груп туристів, що акцентують увагу на Чехії. Серед ключових напрямків удосконалення крос-культурних комунікацій в туризмі цієї країни нам видаються актуальними наступні.

Організація для персоналу та адміністрації туристичних підприємств спеціальних тренінгів з міжкультурної освіти та комунікації. Це допоможе зрозуміти різницю в культурах, етикеті та сприйнятті сервісу.

Обов'язковою і постійною має стати іншомовна підготовка. Забезпечення персоналу, особливо того, хто працює безпосередньо з клієнтами, достатнім рівнем іншомовної компетентності є запорукою порозуміння. Це може включати вивчення основних фраз, що найчастіше використовуються у сфері гостинності, різними мовами.

Розробка та адаптація послуг, що враховують культурні відмінності. Це може включати в себе меню з різноманітним стравам, розміщення з урахуванням традицій та особливостей різних культур, а також інші аспекти обслуговування туристів.

Формування колективу підприємства з представників різних культур. Такий підхід допоможе розширити кругозір персоналу, покращити взаєморозуміння та комунікацію всередині колективу.

Використання сучасних технологій для покращення комунікації. Мобільні додатки, віртуальні тури та інші інноваційні інструменти можуть полегшити взаємодію та обмін інформацією між туристами та персоналом.

Збір і аналіз відгуків туристів щодо вдосконалення сервісу, а також створення каналів зворотного зв'язку для туристів, які можуть допомогти виявити можливі проблеми та недоліки в системі обслуговування.

Розробка культурно-чутливих маркетингових стратегій, які враховують особливості різних культурних груп.

Використання цих практичних порад сприятиме створенню відкритого комфортного середовища для туристів різних культур, що в результаті призведе до покращення якості обслуговування та збільшення задоволеності від подорожей Чехією.

Також слід погодитися з Л. Чорною, що міжкультурна комунікація в туризмі не обмежується тільки фахово-орієнтованим спілкуванням іноземними мовами з метою передачі іншомовному співрозмовнику професійної інформації та правильної інтерпретації його думки, дотриманням елементів мовного етикету, хоч і погоджуємося з тим, що знання мовного етикету, норм використання вербальних і невербальних засобів комунікації, особливостей їх застосування в інших національних культурах полегшує встановлення довірливого ставлення й доброзичливих відносин з діловими партнерами, співробітниками й споживачами [7, с. 142]. Вона є невід'ємною складовою всіх напрямів діяльності в туризмі – від створення туристичного продукту, його інформаційного забезпечення та реалізації до налагодження якісного процесу туристичного обслуговування.

Підсумовуючи відзначимо, що туристична сфера Чехії відзначається потужним та загалом впорядкованим і використовуваним туристичним потенціалом. Орієнтація на іноземного туриста вимагає уваги до міжкультурної комунікації та відповідної підготовки тих, хто здійснює обслуговування іноземних туристів. Слід усвідомити, що крос-культурні комунікації покликані відігравати одну з провідних ролей у туристичній діяльності, сприяючи взаєморозумінню та позитивній взаємодії з іноземними туристами, покращуючи якість туристичних послуг та рівень задоволеності клієнтів.

Для розвитку крос-культурних комунікацій у міжнародному туристичному бізнесі Чехії важливо проводити систематичні тренінги для персоналу з міжкультурної компетентності, розробляти програми

обслуговування, адаптовані до різних культур, а також активно вивчати іноземні мови та розширювати обізнаність персоналу щодо особливостей різних культурних груп. Сприятливий підхід до крос-культурних комунікацій, на нашу думку, забезпечить цій країні покращення якості обслуговування та робитиме туристичний бізнес Чехії ефективним і привабливим для представників різних культурних груп та контекстів.

Список використаних джерел:

1. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
2. Кузишин А., Мариняк Я., Поплавська І., Флінта Н., Задворний С., Пушкар Б., Горошко А. Вплив політичних ризиків на міжнародний туризм. Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 30-літтю утворення кафедри географії України і туризму у Тернопільському національному педагогічному університеті імені Володимира Гнатюка (4-5 жовтня 2022 р.). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2022. С. 84-86.
3. 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.
4. Моргулець О.Б., Нищенко О.В., Шевченко О.О. Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності: проблеми та шляхи вирішення. Економіка та суспільство. 2023. Випуск # 47. Режим електронного доступу – <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3184>
5. М'ясоїд Г. І. Чехія: передумови розвитку туристичної галузі та наслідки пандемії covid-19 у готельному бізнесі / Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні" (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) Херсон: ХДАЕУ, 2021. С. 232–235.
6. Турло Н.П., Мархонос С.М. Туризм та його вплив на соціально-економічний розвиток країни (на прикладі Чеської республіки). Економіка та суспільство. 2023. Випуск # 47. Режим електронного доступу – <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2115>

7. Чорна Л.В. Міжкультурна комунікація в туризмі: професійно-прикладний аспект. Карпатський край. 2018. № 1-2 (10-11). С. 137-143.

8. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0703010020172021202211>

УДК 338.487

*Левченко Ірина Василівна,
доктор філософії, доцент, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин та туризму,
Сокол Марія Володимирівна,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня,
Національного університету «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава*

ЕКОТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

На сьогоднішній день екологічний туризм або ж екотуризм дозволяє кожному бажаючому здійснити унікальну подорож територіями, що вміщують у собі все багатство природи, крім того, це чудова можливість відновлення психічного та соціального здоров'я особистості. У наш час, люди стикаються з високим рівнем стресу, посттравматичними наслідками кризових подій та емоційним вигоранням, саме тому екотуризм стає важливим інструментом соціально-психологічної реабілітації.

Сьогодні українці переживають важкі часи: війна, постійні обстріли, руйнування будинків, загроза життю спонукають до нових дієвих рішень та варіантів покращення психо-емоційного становища суспільства. З огляду на це, ми пропонуємо розглянути перспективні напрямки розвитку екотуризму у контексті соціально-психологічної реабілітації суспільства. Війна залишає глибокий слід на психіці та фізичному стані людини. Для ветеранів, переселенців і постраждалих від воєнних дій важливо не лише фізичне відновлення, а й реінтеграція в суспільство [1-2]. Відповідно у сьогоднішніх