

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА**

Географічний факультет
кафедра географії України та туризму

Кваліфікаційна робота

**МІЖНАРОДНІ ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ В ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНІЙ
ЄВРОПІ В КОВІДНИЙ ТА ПОСТКОВІДНИЙ ПЕРІОД**

Спеціальність 242 Туризм і рекреація
Освітня програма «Туризм»

Здобувача вашої освіти освітньо-
кваліфікаційного рівня «магістр»
Темних Дениса

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
доктор географічних наук, професор
Кузишин Андрій Васильович

НАУКОВИЙ КОНСУЛЬТАНТ:
доктор педагогічних наук, професор
Сокол Мар'яна Олегівна

РЕЦЕНЗЕНТ:
Менеджер туристичної компанії «Рід-Тур»
Прут Дмитро Васильович

Тернопіль, 2026

Зміст

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНІЙ ЄВРОПІ	6
1.1. Поняття міжнародних туристичних потоків та підходи до їх просторового аналізу	6
1.2. Центральна-Східна Європа як туристичний та історико-географічний регіон: зміст, межі та еволюція поняття	13
1.3. Методика дослідження міжнародних туристичних потоків у ковідний та постковідний період	16
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ В КОВІДНИЙ ПЕРІОД	25
2.1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у країнах Центрально-Східної Європи до пандемії COVID-19	25
2.2. Вплив пандемічних обмежень на структуру, інтенсивність і напрями туристичних потоків	31
2.3. Зміни у функціонуванні туристичного бізнесу та індустрії гостинності в умовах COVID-19	41
Висновки до розділу 2	55
РОЗДІЛ 3. ПОСТКОВІДНІ ЗМІНИ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНІЙ ЄВРОПІ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ	58
3.1. Постковідне відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи	58
3.2. Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в регіоні	65
3.3. Нові тенденції міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі: безпека, логістика, прикордонність, внутрішньорегіональні потоки	74
Висновки до розділу 3	80
РОЗДІЛ 4. РОЛЬ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ	82
4.1. Культурна різноманітність Центрально-Східної Європи як чинник туристичної привабливості	82
4.2. Крос-культурні комунікації в туристичному бізнесі країн Центрально-Східної Європи	
4.3. Крос-культурні комунікації в умовах постковідних змін і українсько- російської війни	95
Висновки до розділу 4	100
Висновки	102
Список використаних джерел	104

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена глибокими трансформаціями міжнародного туризму в Центральній-Східній Європі, які відбулися під впливом двох масштабних кризових чинників – пандемії COVID-19 та українсько-російської війни. Упродовж 2020–2021 рр. пандемічні обмеження спричинили різке скорочення міжнародної мобільності, зміну географії туристичних потоків, переорієнтацію попиту на внутрішній і регіональний туризм, а також суттєві втрати для індустрії гостинності. У постковідний період країни Центрально-Східної Європи почали поступово відновлювати туристичну активність, однак цей процес був ускладнений безпековими ризиками, мілітаризацією простору, змінами транспортної логістики та новими викликами для міжнародного туристичного бізнесу, пов'язаними з війною в Україні.

Центральна-Східна Європа є складним історико-географічним і туристичним регіоном, межі та зміст якого мають дискусійний характер. Теоретичне осмислення цього регіону представлено у працях Л. Адамського, який розглядає Центральну-Східну Європу як поняття, що змінювало політичну й ментальну карту Європи, а також у дослідженнях Ю. Каганова, де проаналізовано еволюцію концепції Центрально-Східної Європи як історичного регіону. Ці підходи є важливими для обґрунтування просторових меж дослідження та розуміння специфіки туристичних процесів у країнах регіону.

Проблематика міжнародних туристичних потоків у Центральній-Східній Європі в умовах сучасних кризових викликів висвітлювалася у працях А. Кузишина та І. Поплавської. Зокрема, у статті А. Кузишина «Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи» проаналізовано зміни у функціонуванні туристичного бізнесу під впливом війни, безпекових ризиків і трансформації міжнародної мобільності. У праці А. Кузишина та І. Поплавської «Зміни в міжнародних туристичних потоках під впливом вимушеної мілітаризації Центрально-Східної Європи» акцентовано увагу на тому, що війна стала не лише

політичним і безпековим, а й просторово-туристичним чинником, який змінив напрями, інтенсивність і структуру туристичних переміщень у регіоні.

Окремі аспекти міжнародного туризму, туристичних потоків, регіонального розвитку та кризової трансформації туристичної сфери розглядалися також у працях українських і зарубіжних дослідників, зокрема М. Мальської, В. Кифяка, О. Любіцевої, Т. Ткаченко, Н. Фоменко, а також у матеріалах Всесвітньої туристичної організації, Європейської туристичної комісії та національних статистичних служб країн Центрально-Східної Європи. Водночас комплексний аналіз міжнародних туристичних потоків саме у взаємозв'язку ковідного та постковідного періодів, з урахуванням впливу українсько-російської війни, потребує подальшого наукового опрацювання.

Метою магістерської роботи є дослідження особливостей трансформації міжнародних туристичних потоків у Центрально-Східній Європі в ковідний та постковідний період.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- розкрити сутність поняття міжнародних туристичних потоків та основні підходи до їх просторового аналізу;
- обґрунтувати Центрально-Східну Європу як історико-географічний і туристичний регіон;
- проаналізувати динаміку міжнародних туристичних прибуттів у країнах регіону до пандемії COVID-19;
- визначити вплив пандемічних обмежень на інтенсивність, структуру та напрями туристичних потоків;
- охарактеризувати особливості постковідного відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи;
- з'ясувати вплив українсько-російської війни та вимушеної мілітаризації регіону на організацію міжнародного туристичного бізнесу;
- виявити нові тенденції розвитку міжнародного туризму в регіоні в умовах безпекових, логістичних та економічних викликів;

- окреслити перспективи стабілізації та просторової переорієнтації туристичних потоків у посткризовий період.

Об'єктом дослідження є міжнародні туристичні потоки в країнах Центрально-Східної Європи.

Предметом дослідження є просторові, структурні та динамічні зміни міжнародних туристичних потоків у ковідний і постковідний періоди.

Методологічну основу дослідження становлять системний, просторовий, порівняльно-географічний, статистичний та аналітичний підходи. У роботі доцільно використати методи аналізу динамічних рядів, порівняльного аналізу, групування країн за темпами відновлення туристичних потоків, картографічного узагальнення, а також методи візуалізації статистичних даних.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці українських і зарубіжних авторів, статистичні матеріали UN Tourism, Eurostat, національних туристичних адміністрацій і статистичних служб країн Центрально-Східної Європи, аналітичні звіти міжнародних організацій, а також публікації А. Кузишина, І. Поплавської, Л. Адамського та Ю. Каганова, які безпосередньо стосуються проблематики регіональної ідентифікації Центрально-Східної Європи та трансформації туристичних потоків у сучасних кризових умовах.

Структура магістерської роботи зумовлена її метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНІЙ ЄВРОПІ

1.1. Поняття міжнародних туристичних потоків та підходи до їх просторового аналізу

Міжнародні туристичні потоки є однією з базових категорій дослідження сучасного туризму, оскільки саме через них виявляються масштаби, напрями, інтенсивність і структура туристичної мобільності між країнами та регіонами світу. У найзагальнішому розумінні туристичний потік можна трактувати як сукупність переміщень туристів у певному просторово-часовому вимірі, що формується під впливом попиту, транспортної доступності, туристичної привабливості територій, економічних умов, безпекових чинників, політичних рішень і глобальних кризових процесів. Для магістерської роботи, присвяченої Центрально-Східній Європі в ковідний та постковідний період, ця категорія має особливе значення, адже дозволяє простежити не лише кількісне скорочення або відновлення туристичних прибуттів, а й глибшу просторову переорієнтацію міжнародної туристичної мобільності.

У методологічному сенсі поняття міжнародного туризму спирається на підходи UN Tourism та Статистичної комісії ООН. Згідно з міжнародними рекомендаціями зі статистики туризму, туризм розглядається як діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях поза своїм звичним середовищем з різною метою, зокрема особистою, діловою чи професійною. Важливо, що міжнародний туризм охоплює переміщення, за яких країна проживання подорожуючого відрізняється від країни відвідування. У статистичному вимірі міжнародні туристичні потоки найчастіше фіксуються через показники міжнародних туристичних прибуттів, вибуттів, ночівель, туристичних витрат і надходжень від міжнародного туризму. UN Tourism наголошує, що міжнародні туристичні прибуття відображають кількість прибуттів, а не унікальну кількість осіб, оскільки одна особа може здійснювати кілька міжнародних подорожей упродовж року. Це має принципове значення для коректного аналізу динаміки

потоків, особливо в країнах Центрально-Східної Європи, де значна частина переміщень має транзитний, прикордонний або повторюваний характер.

Поняття «міжнародний туристичний потік» доцільно розглядати не лише як статистичну суму прибуттів, а як просторово організовану систему переміщень між країнами походження туристів і країнами їхнього тимчасового перебування. Такий підхід дає змогу перейти від простого обліку туристів до аналізу взаємозв'язків між територіями, ролі транспортних коридорів, прикордонних зон, великих міст, курортних центрів і регіональних туристичних вузлів. У цьому контексті туристичний потік має щонайменше три виміри: кількісний, структурний і просторовий. Кількісний вимір відображає обсяг прибуттів, ночівель або витрат; структурний – склад туристів за країнами походження, метою подорожі, тривалістю перебування, видом транспорту, типом розміщення; просторовий – напрями руху, концентрацію потоків, територіальну нерівномірність і зв'язки між туристичними центрами.

У класичних працях з географії туризму туристичні потоки розглядалися як прояв взаємодії між районами формування туристичного попиту та районами його реалізації. Такий підхід простежується у працях Д. Пірса, який аналізував просторову організацію туризму через взаємозв'язок туристичних ринків, дестинацій, транспортних маршрутів і територіальних моделей розвитку. Важливими для розуміння туристичних потоків є також праці С. Вільямса, який підкреслював, що туризм завжди має просторовий характер, оскільки передбачає переміщення людей, ресурсів, капіталу, інформації та образів між місцями. У цьому сенсі туристичний потік є не лише фізичним переміщенням туристів, а й каналом економічної, культурної та комунікаційної взаємодії між територіями.

Значний внесок у розвиток просторового аналізу туризму зробив К. М. Голл, який розглядав просторовий аналіз як один із ключових інструментів туристичної географії. На його думку, дослідження туризму неможливе без урахування територіального розміщення туристичних ресурсів, транспортної доступності, просторової концентрації туристичних потоків, сезонності, регіональних диспропорцій і взаємозв'язків між місцями походження та

призначення туристів. Просторовий аналіз у туризмі дозволяє не лише описувати географію переміщень, а й виявляти причини нерівномірності туристичного розвитку, оцінювати навантаження на DESTИНАЦІЇ, прогнозувати зміни попиту та формувати управлінські рішення для туристичних територій.

У сучасній науковій літературі дедалі частіше використовується підхід до туристичних потоків як до мережевої системи. У межах такого підходу країни, регіони або міста розглядаються як вузли туристичної мережі, а переміщення туристів між ними – як зв'язки різної інтенсивності. Це дає змогу оцінювати не лише обсяги туристичних прибуттів, а й центральність окремих DESTИНАЦІЙ, щільність зв'язків, залежність від певних ринків, вразливість до криз і здатність до відновлення. Дослідження D. Xu та співавторів, побудоване на концепції «простору потоків», показує, що туристичні переміщення можуть аналізуватися як складні мережі взаємодії між DESTИНАЦІЯМИ, де важливими є не тільки самі обсяги руху, а й конфігурація зв'язків між туристичними центрами. Такий підхід особливо корисний для аналізу Центрально-Східної Європи, де туристичні потоки формуються під впливом сусідства, транспортної інтеграції, спільної історико-культурної спадщини, прикордонної мобільності та політичних трансформацій.

Для дослідження міжнародних туристичних потоків важливо розрізнити кілька базових категорій. Передусім ідеться про в'їзний туризм, який охоплює прибуття нерезидентів до певної країни; виїзний туризм, що характеризує подорожі резидентів країни за кордон; і внутрішній туризм, який відбувається в межах країни проживання. У контексті міжнародних потоків найбільше значення мають в'їзні та виїзні переміщення, а також баланс між ними. Для країн Центрально-Східної Європи цей баланс є неоднорідним: одні держави виступають переважно приймаючими DESTИНАЦІЯМИ, інші – джерелами туристичного попиту, а частина поєднує обидві функції. Наприклад, Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Румунія, Хорватія, Словенія та країни Балтії мають різні моделі участі в міжнародному туризмі, що зумовлено рівнем економічного розвитку, транспортною доступністю, туристичною

спеціалізацією, іміджем безпеки та місцем у європейських туристичних маршрутах.

Статистичний аналіз міжнародних туристичних потоків зазвичай ґрунтується на кількох групах показників. До першої групи належать показники обсягу: кількість міжнародних туристичних прибуттів, кількість міжнародних туристичних вибуттів, кількість ночівель іноземних туристів, кількість відвідувачів у засобах розміщення. До другої групи належать економічні показники: надходження від міжнародного туризму, витрати резидентів за кордоном, частка туризму у ВВП, зайнятість у туристичних і суміжних видах діяльності. До третьої групи належать структурні показники: країни походження туристів, мета подорожі, сезонність, вид транспорту, тривалість перебування, тип розміщення. До четвертої групи можна віднести просторові показники: концентрацію потоків у столичних і прикордонних регіонах, роль транспортних вузлів, відстань між країнами походження і призначення, інтенсивність транскордонних переміщень.

Особливе значення має методика обліку міжнародних туристичних прибуттів. За даними Світового банку, що використовує методологічну базу UN Tourism, міжнародний туризм включає в'їзний і виїзний туризм, а показники прибуттів і вибуттів стосуються саме кількості подорожей, а не кількості окремих осіб. Це означає, що в аналізі туристичних потоків необхідно враховувати можливість багаторазових поїздок, транзитних переміщень, короткотермінових візитів і прикордонної мобільності. Для Центрально-Східної Європи це особливо важливо, оскільки регіон характеризується високою щільністю державних кордонів, значною роллю автомобільного та залізничного транспорту, а також інтенсивними контактами між сусідніми країнами.

У ковідний період методологія аналізу міжнародних туристичних потоків потребувала додаткового уточнення, оскільки традиційні показники різко втратили стабільність. Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентне скорочення міжнародної мобільності, закриття кордонів, обмеження авіасполучення, запровадження санітарних протоколів і зміну поведінки

туристів. За аналітичними матеріалами Європейського парламенту, у 2020 р. міжнародні туристичні прибуття в Європі скоротилися приблизно на 70% порівняно з 2019 р., а найбільше падіння було зафіксоване саме в Центральній та Східній Європі – близько 74,9%. Це свідчить про високу вразливість регіону до зовнішніх шоків, залежність від міжнародної мобільності та чутливість туристичного бізнесу до транспортних і прикордонних обмежень.

У науковому аналізі пандемічного впливу на туризм важливо враховувати не лише падіння кількості прибуттів, а й зміну логіки туристичної поведінки. У 2020–2021 рр. відбулося посилення ролі коротких подорожей, внутрішнього туризму, індивідуальних маршрутів, автомобільної мобільності, природно орієнтованих destinations і менш масових форм відпочинку. Для країн Центрально-Східної Європи це означало тимчасове зниження ролі далеких міжнародних потоків і зростання значення регіональних переміщень, особливо між сусідніми країнами. У цьому сенсі ковідний період не лише зменшив обсяги туризму, а й змінив його просторову структуру: туристи частіше обирали ближчі, безпечніші, доступніші й менш перевантажені destinations.

Після пандемії COVID-19 міжнародні туристичні потоки почали поступово відновлюватися, однак це відновлення не було рівномірним. UN Tourism у своїх інформаційних ресурсах наголошує, що моніторинг міжнародного туризму здійснюється через систему показників в'їзного та виїзного туризму, туристичних прибуттів і надходжень, що дозволяє порівнювати темпи відновлення різних країн і регіонів. Для Центрально-Східної Європи постковідне відновлення мало неоднаковий характер: країни з потужною міською, культурною, курортною або морською туристичною спеціалізацією відновлювалися швидше, тоді як держави, розташовані ближче до зони воєнних ризиків, стикнулися з додатковими обмеженнями попиту.

Просторовий аналіз міжнародних туристичних потоків передбачає вивчення територіальної нерівномірності їх формування та реалізації. Він дозволяє визначити, які країни виступають основними генераторами туристичного попиту, які – головними приймаючими destinations, а які

виконують транзитну або посередницьку функцію. У Центрально-Східній Європі така диференціація особливо помітна. Польща, Чехія та Угорщина мають значну роль у міському, культурно-пізнавальному, діловому та подієвому туризмі. Хорватія та Словенія значною мірою орієнтовані на рекреаційний і морський туризм. Словаччина, Румунія та Болгарія поєднують природно-рекреаційні, гірські, культурні та транзитні функції. Країни Балтії вирізняються поєднанням культурного, міського, морського й регіонального туризму. Україна до початку повномасштабної війни мала значний потенціал в'їзного, культурного, міського, подієвого, ділового та прикордонного туризму, однак після 2022 р. її участь у міжнародних туристичних потоках була радикально трансформована безпековими умовами.

Для просторового аналізу туристичних потоків доцільно застосовувати кілька взаємодоповнювальних підходів. Перший – статистико-динамічний, який передбачає аналіз змін у часі: порівняння доковідного, ковідного та постковідного періодів. У межах цієї магістерської роботи доцільно виділити щонайменше три часові зрізи: 2018–2019 рр. як умовно докризовий період; 2020–2021 рр. як період пандемічного шоку; 2022–2024 рр. як постковідний період, ускладнений українсько-російською війною. Така періодизація дозволяє порівняти не лише обсяги туристичних потоків, а й характер їх трансформації під впливом різних кризових чинників.

Другий підхід – порівняльно-регіональний. Він полягає у зіставленні країн Центрально-Східної Європи за основними туристичними показниками: кількістю міжнародних прибуттів, темпами падіння в 2020 р., темпами відновлення після 2021 р., роллю сусідніх ринків, залежністю від авіаційного сполучення, часткою міського або рекреаційного туризму. Такий підхід дає змогу виявити групи країн із подібними траєкторіями розвитку. Наприклад, можна виокремити країни швидкого постковідного відновлення, країни помірнього відновлення, країни з високим впливом безпекового чинника та країни, де туристичні потоки переорієнтувалися на внутрішньорегіональні ринки.

Третій підхід – картографічний. Він передбачає візуалізацію туристичних потоків на картосхемах, що дозволяє показати основні напрями переміщень, зони концентрації туристичної активності, країни-донори та країни-реципієнти туристичних потоків. Картографічний аналіз особливо важливий для Центрально-Східної Європи, оскільки регіон має складну конфігурацію кордонів, високу транспортну зв'язаність і значну роль транзитних напрямів. У магістерській роботі доцільно використати картосхеми зміни туристичних потоків у 2019, 2020, 2022 і 2024 рр., а також карту просторової переорієнтації потоків під впливом війни в Україні.

Четвертий підхід – мережевий. Він дозволяє аналізувати туристичні потоки як систему зв'язків між країнами. У такому разі країни Центрально-Східної Європи можуть розглядатися як вузли туристичної мережі, а переміщення туристів між ними – як ребра мережі. Показниками аналізу можуть бути інтенсивність зв'язків, кількість основних ринків походження туристів, ступінь залежності від окремих країн, центральність у регіональній туристичній системі. Мережевий підхід є особливо корисним у кризові періоди, коли важливо зрозуміти, які зв'язки зберігаються, які слабшають, а які виникають заново.

П'ятий підхід – факторний. Він передбачає виявлення чинників, що впливають на формування міжнародних туристичних потоків. До таких чинників належать економічні умови, рівень доходів населення, транспортна доступність, візова політика, членство в ЄС і Шенгенській зоні, туристична інфраструктура, імідж дестинації, культурна близькість, мовні та історичні зв'язки, безпека, епідеміологічні обмеження, політична стабільність. У ковідний період ключовими стали санітарні обмеження, правила перетину кордонів, доступність вакцинації, тестування та цифрових сертифікатів. У постковідний період для Центрально-Східної Європи особливої ваги набули безпекові ризики, мілітаризація простору, зміна авіаційних маршрутів, зростання ролі наземного транспорту та сприйняття регіону міжнародними туристами.

У контексті цієї магістерської роботи важливо врахувати праці А. Кузишина та І. Поплавської, у яких наголошено, що українсько-російська війна

стала чинником трансформації міжнародного туристичного бізнесу в Центрально-Східній Європі. Зокрема, війна вплинула на транспортну логістику, сприйняття безпеки, туристичний імідж країн регіону, роль прикордонних територій, а також на структуру туристичних потоків. У працях цих авторів простежується думка, що мілітаризація Центрально-Східної Європи не зупинила туристичні процеси повністю, але змінила їхню просторову організацію, посиливши значення безпечніших напрямів, гуманітарної мобільності, транзитних потоків і нових логістичних маршрутів.

Отже, міжнародні туристичні потоки слід розглядати як складну просторово-часову систему, що відображає взаємодію країн походження та країн призначення туристів. Їх аналіз не може обмежуватися лише кількістю прибуттів, оскільки в умовах сучасних криз важливими стають структура, напрям, сезонність, транспортна основа, безпекова чутливість і здатність потоків до переорієнтації. Для Центрально-Східної Європи така методологія є особливо важливою, оскільки регіон одночасно пережив пандемічний шок, постковідне відновлення та вплив війни в Україні. Саме тому дослідження міжнародних туристичних потоків у цій роботі має поєднувати статистичний, просторовий, порівняльний, картографічний, мережевий і факторний підходи. Це дозволить не лише описати динаміку туризму, а й пояснити глибинні причини його трансформації в ковідний і постковідний періоди.

1.2. Центрально-Східна Європа як туристичний та історико-географічний регіон: зміст, межі та еволюція поняття

У межах цієї магістерської роботи Центрально-Східна Європа розглядається не за формальною туристичною регіоналізацією Всесвітньої туристичної організації, а як історико-географічний, політико-просторовий і туристичний регіон, що сформувався на перетині постсоціалістичних трансформацій, європейської інтеграції, транскордонної мобільності та сучасних безпекових викликів. Такий підхід є методологічно виправданим, оскільки

регіоналізація UNWTO має переважно статистико-туристичний характер і використовується для глобального порівняння туристичних макрорегіонів, тоді як предмет цього дослідження потребує більш вузького просторового фокусування.

У роботі до Центрально-Східної Європи віднесено такі країни: Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Саме ці держави обрано як аналітичне ядро дослідження, оскільки вони мають низку спільних ознак: належність до постсоціалістичного простору, членство в Європейському Союзі, високу інтегрованість у європейський туристичний ринок, спільний досвід трансформації туристичної інфраструктури після 1990-х років, а також різний, але виразний ступінь впливу пандемії COVID-19 та українсько-російської війни на міжнародні туристичні потоки.

Основою такого підходу є позиція А. Кузишина, викладена у статті «Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи» (2025). Автор розглядає Центрально-Східну Європу не лише як умовний географічний простір, а як регіон, у якому міжнародний туристичний бізнес зазнав суттєвих змін під впливом війни, безпекових ризиків, трансформації логістики та зміни туристичного сприйняття. У цьому контексті особливо важливо, що країни Балтії, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина та Румунія мають різний ступінь близькості до українського воєнного простору, але всі вони включені в систему нових туристичних, транспортних, гуманітарних і безпекових взаємозв'язків.

Обрана група країн дозволяє простежити кілька типів туристичних трансформацій. Литва, Латвія та Естонія репрезентують балтійський сегмент Центрально-Східної Європи, для якого характерні міський, культурно-пізнавальний, морський і регіональний туризм. Польща виступає одним із ключових туристичних і транспортно-логістичних центрів регіону, а після 2022 р. – також важливим простором гуманітарної, транзитної та прикордонної мобільності. Чехія, Словаччина й Угорщина формують центральноєвропейський туристичний пояс із потужними міськими, культурними, курортними та

транзитними функціями. Румунія є важливою країною південно-східного флангу регіону, що поєднує прикордонне положення щодо України, природно-рекреаційний потенціал, культурну спадщину та зростаюче значення у структурі регіональних туристичних потоків.

Такий вибір країн дає змогу уникнути надмірного розширення дослідження та зосередитися на державах, які мають спільний історико-політичний досвід, але відрізняються за туристичною спеціалізацією, масштабами міжнародних прибуттів, транспортною доступністю та характером посткризового відновлення. Водночас у роботі свідомо не включено всі країни, які в окремих підходах можуть трактуватися як частина Центрально-Східної Європи. Це пов'язано з необхідністю забезпечити порівнюваність статистичних даних, чіткість просторових меж і відповідність темі дослідження, зосередженій саме на ковідному та постковідному періодах.

У цьому контексті Центрально-Східна Європа трактується як регіон із підвищеною чутливістю до кризових впливів. Пандемія COVID-19 спричинила різке скорочення міжнародної туристичної мобільності, обмеження перетину кордонів, зменшення ролі авіап перевезень і переорієнтацію попиту на ближчі та безпечніші напрями. Натомість постковідний період для обраних країн не став повністю стабілізаційним, оскільки на процес відновлення туризму наклався чинник українсько-російської війни. Як підкреслює А. Кузишин, війна змінила організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи через посилення безпекового компонента, трансформацію транспортних маршрутів, зростання ролі прикордонних держав і зміну туристичного іміджу регіону.

Важливо також врахувати працю А. Кузишина та І. Поплавської «Зміни в міжнародних туристичних потоках під впливом вимушеної мілітаризації Центрально-Східної Європи» (2023), у якій акцентовано увагу на тому, що мілітаризація регіону стала чинником просторової переорієнтації туристичних потоків. У цьому підході Центрально-Східна Європа постає не лише як туристичний простір, а як територія, де туризм дедалі більше залежить від

безпекового сприйняття, транспортної логістики, політичної стабільності та інформаційного образу країн.

Отже, у межах магістерської роботи Центрально-Східна Європа визначається як аналітичний регіон, що охоплює Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Такий підхід не дублює регіоналізацію UNWTO, а ґрунтується на історико-географічній, політико-просторовій і туристичній логіці. Його перевага полягає в тому, що він дозволяє дослідити країни, які мають спільний досвід постсоціалістичної трансформації, європейської інтеграції, пандемічного шоку та постковідного відновлення в умовах українсько-російської війни. Саме тому обрана регіоналізація є найбільш придатною для аналізу міжнародних туристичних потоків у ковідний та постковідний період.

1.3. Методика дослідження міжнародних туристичних потоків у ковідний та постковідний період

Методика дослідження міжнародних туристичних потоків у ковідний та постковідний період має враховувати специфіку об'єкта, часові межі аналізу, обрану регіоналізацію та характер кризових чинників, які вплинули на туристичну мобільність. У межах цієї магістерської роботи дослідження зосереджено не на регіоналізації Всесвітньої туристичної організації, а на авторськи обґрунтованому аналітичному регіоні Центрально-Східної Європи, до якого включено Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Такий підхід дає змогу простежити трансформацію туристичних потоків у групі країн, які мають спільний досвід постсоціалістичної модернізації, членство в Європейському Союзі, високу інтегрованість у європейський туристичний простір, а також різний ступінь наближеності до зони українсько-російської війни.

Методологічною основою підрозділу є поєднання статистичного, порівняльного, просторового, динамічного, факторного та аналітико-

синтетичного підходів. Їх використання дозволяє не лише зафіксувати кількісні зміни міжнародних туристичних прибуттів, а й пояснити причини просторової переорієнтації потоків, зміну ролі окремих країн, трансформацію транспортної логістики, посилення безпекового чинника та нерівномірність постковідного відновлення туризму.

Вихідним методологічним орієнтиром є міжнародне трактування туризму, запропоноване UN Tourism та закріплене в *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. У цих рекомендаціях туризм розглядається як діяльність відвідувачів, пов'язана з подорожами за межі звичного середовища на термін менше одного року з особистою, діловою чи іншою метою, не пов'язаною з отриманням оплати в місці відвідування. Міжнародний відвідувач визначається через перетин державного кордону, а турист – як відвідувач, подорож якого передбачає щонайменше одну ночівлю. Це важливо для коректного розмежування туристів, одноденних відвідувачів, транзитних подорожуючих і міграційних переміщень.

У роботі основним кількісним показником обрано міжнародні туристичні прибуття, оскільки саме він найчастіше використовується для міждержавних порівнянь. Водночас цей показник потребує обережної інтерпретації. Світовий банк, використовуючи методологічну базу UN Tourism, визначає міжнародних в'їзних туристів як осіб, які подорожують до країни, відмінної від країни їхнього звичного проживання, на період до 12 місяців, причому головна мета візиту не має бути пов'язана з оплачуваною діяльністю в країні перебування. Отже, прибуття фіксують не унікальну кількість осіб, а кількість в'їзних туристичних поїздок, що особливо важливо для країн Центрально-Східної Європи з високою часткою коротких, повторюваних і транскордонних переміщень.

Додатковими показниками доцільно використовувати кількість ночівель іноземних туристів, завантаженість колективних засобів розміщення, туристичні витрати, надходження від міжнародного туризму, структуру прибуттів за країнами походження та сезонність. Eurostat у методології туристичної статистики розрізняє дані щодо місткості та завантаженості туристичних засобів

розміщення, кількості ночівель, туристичних поїздок резидентів, напрямів подорожей, тривалості перебування, витрат і транспортних характеристик. Для країн ЄС, які є об'єктом цієї роботи, Eurostat є одним із ключових джерел порівнюваних статистичних даних.

У методичному плані дослідження доцільно будувати за трьома часовими блоками. Перший блок – доковідний період, який охоплює 2018–2019 рр. Він використовується як базовий рівень для порівняння, оскільки саме 2019 р. у більшості країн Європи був останнім роком відносно стабільного розвитку міжнародного туризму перед пандемічним шоком. Другий блок – ковідний період, 2020–2021 рр., коли міжнародна туристична мобільність була обмежена карантинними заходами, закриттям кордонів, скороченням авіасполучення та зміною поведінки туристів. Третій блок – постковідний період, 2022–2024 рр., який характеризується поступовим відновленням міжнародних туристичних потоків, але водночас накладається на вплив українсько-російської війни, безпекових ризиків і мілітаризації східного флангу Європи.

Таке періодизаційне рішення є принциповим, оскільки воно дозволяє розмежувати два типи кризового впливу. Пандемія COVID-19 мала переважно глобальний, санітарно-обмежувальний і мобільнісний характер. Вона одночасно вплинула на всі країни регіону, хоча глибина падіння туристичних потоків залежала від структури туристичного ринку, ролі авіап перевезень, частки іноземних туристів і суворості національних обмежень. Натомість українсько-російська війна мала просторово диференційований вплив: найбільше вона змінила туристичну логіку країн, розташованих ближче до України або включених у нові гуманітарні, транспортні й безпекові маршрути. Саме тому в постковідному аналізі необхідно враховувати не лише відновлення після пандемії, а й нову воєнно-безпекову конфігурацію регіону.

Першим конкретним методом дослідження є аналіз динамічних рядів. Він передбачає зіставлення статистичних показників міжнародних туристичних прибуттів, ночівель і туристичних надходжень за 2018–2024 рр. Для кожної країни доцільно розрахувати абсолютну зміну, відносну зміну, темп зростання

або скорочення, а також індекс відновлення щодо 2019 р. Наприклад, якщо 2019 р. приймається за 100%, то показники 2020, 2021, 2022, 2023 і 2024 рр. дозволяють оцінити глибину падіння та швидкість відновлення міжнародного туризму. Такий індекс є зручним для порівняння країн із різним масштабом туристичного ринку.

Другим методом є порівняльно-країнознавчий аналіз. Він дає змогу зіставити Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію за спільними критеріями: обсяг міжнародних прибуттів до пандемії, глибина падіння у 2020 р., характер відновлення у 2021–2024 рр., роль сусідніх ринків, частка міського та культурно-пізнавального туризму, залежність від авіаційного сполучення, значення наземної мобільності, близькість до України та вплив воєнного чинника. Перевага цього методу полягає в тому, що він дозволяє не лише описати кожну країну окремо, а й сформувати типологію туристичних траєкторій у межах обраного регіону.

Третім методом є структурний аналіз туристичних потоків. Його завданням є виявлення змін у складі міжнародних туристів за країнами походження, метою подорожі, тривалістю перебування, видом транспорту та типом розміщення. Для Центрально-Східної Європи це особливо важливо, оскільки після пандемії зросла роль ближніх ринків, індивідуальних подорожей, автомобільного транспорту, коротких міських поїздок і регіонального туризму. Водночас після 2022 р. у частині країн зросло значення переміщень, які формально можуть перетинатися з туристичною статистикою, але за змістом пов'язані з гуманітарними, родинними, транзитними або безпековими мотивами. Тому структурний аналіз має супроводжуватися критичною інтерпретацією статистичних даних.

Четвертим методом є просторовий аналіз. Він передбачає вивчення територіальної диференціації туристичних потоків, концентрації прибуттів у столичних і великих міських центрах, ролі прикордонних територій, транспортних вузлів і транзитних коридорів. У цій роботі просторовий аналіз має бути спрямований на виявлення того, як змінилася роль окремих країн у

туристичній системі Центрально-Східної Європи після пандемії та після початку повномасштабної війни в Україні. Наприклад, Польща та Румунія набули додаткового значення як прикордонні й транзитні простори, тоді як Чехія, Угорщина та Словаччина залишилися важливими центральноєвропейськими туристичними вузлами. Литва, Латвія та Естонія репрезентують балтійський сегмент, для якого особливо важливими є безпекове сприйняття, авіаційна доступність і регіональні зв'язки з Північною Європою.

П'ятим методом є картографічне узагальнення. Воно має прикладне значення для візуалізації результатів дослідження. У магістерській роботі доцільно підготувати кілька картосхем: карту обраного регіону дослідження; карту динаміки міжнародних туристичних прибуттів у 2019–2024 рр.; карту глибини падіння туристичних потоків у 2020 р.; карту рівня постковідного відновлення у 2023–2024 рр.; карту просторової близькості країн до України та потенційного впливу воєнного чинника; карту основних транспортно-туристичних коридорів. Такі картосхеми можуть бути винесені в додатки, але їх аналітичні висновки мають бути інтегровані в основний текст роботи.

Шостим методом є факторний аналіз. Він передбачає групування чинників, що впливали на міжнародні туристичні потоки в різні періоди. Для доковідного етапу ключовими були економічна доступність, культурна привабливість, розвиток лоукост-авіації, інтеграція до ЄС і Шенгенської зони, розвиток міського туризму та міжнародної промоції. Для ковідного періоду визначальними стали карантинні обмеження, закриття кордонів, санітарні протоколи, скорочення авіасполучення, невизначеність правил подорожей і зміна поведінки туристів. Для постковідного періоду – темпи зняття обмежень, відновлення транспортної доступності, інфляція, кадрові проблеми в індустрії гостинності, а також безпековий чинник, пов'язаний із війною в Україні.

OECD у звітах щодо туристичної політики після COVID-19 наголошує, що пандемія виявила системну вразливість туристичної економіки, а відновлення потребує не лише повернення попиту, а й підвищення стійкості туристичної екосистеми, цифровізації, адаптації бізнесу та перегляду моделей управління

туризмом. Для цієї роботи це означає, що постковідне відновлення туристичних потоків не можна оцінювати лише за кількістю прибуттів; необхідно враховувати якісні зміни в туристичному бізнесі, зайнятості, транспорті, поведінці туристів і політиці дестинацій.

Сьомим методом є типологізація країн за характером трансформації туристичних потоків. У межах обраного регіону можна запропонувати кілька аналітичних типів. Перший тип – країни з високою роллю прикордонно-транзитного чинника у постковідний період: Польща та Румунія. Другий тип – країни центральноєвропейського туристичного ядра з потужним міським, культурним і транзитним туризмом: Чехія, Словаччина, Угорщина. Третій тип – балтійські країни, де туристичні потоки поєднують міський, культурний, морський і регіональний компоненти, але водночас залежать від авіаційної доступності та безпекового сприйняття: Литва, Латвія, Естонія. Така типологізація не є жорсткою, але вона допомагає структурувати аналіз і уникнути простого опису статистики по країнах.

Восьмим методом є індексний аналіз. Для оцінювання змін туристичних потоків доцільно використовувати кілька простих індексів. Перший – індекс падіння туристичних прибуттів у 2020 р. щодо 2019 р. Другий – індекс відновлення у 2023 або 2024 р. щодо 2019 р. Третій – індекс постковідної стійкості, який може поєднувати темп відновлення прибуттів, динаміку ночівель і відновлення туристичних надходжень. Четвертий – індекс безпеково-логістичної чутливості, який може враховувати близькість до України, зміну авіаційної доступності, роль наземного транспорту та наявність прикордонних потоків. У магістерській роботі ці індекси можуть бути використані як допоміжний інструмент для порівняння країн.

Дев'ятим методом є аналіз туристичної політики та управлінських реакцій. У ковідний період країни регіону застосовували різні механізми підтримки туристичного бізнесу: компенсаційні програми, податкові пільги, ваучери, підтримку внутрішнього туризму, цифрові сертифікати, маркетингові кампанії для відновлення попиту. У постковідний період управлінські акценти змістилися

до відновлення міжнародної промоції, стабілізації авіаційних і наземних маршрутів, подолання кадрового дефіциту, підвищення стійкості дестинацій і формування безпечного туристичного іміджу. OECD прямо пов'язує відновлення туризму з необхідністю формування стійкішої туристичної екосистеми після послідовних глобальних шоків .

Окрему увагу в методиці слід приділити проблемі порівнюваності статистичних даних. Хоча всі обрані країни є членами ЄС і подають туристичну статистику в межах європейської статистичної системи, між ними можуть існувати відмінності в охопленні засобів розміщення, обліку короткотермінових оренд, фіксації одноденних відвідувачів, методах прикордонного обліку та доступності даних за 2024 р. Eurostat визначає прибуття в туристичні засоби розміщення як прибуття особи, яка реєструється в закладі розміщення, а ночівлі – як перебування туриста протягом ночі в такому закладі. Це означає, що статистика розміщення не завжди тотожна загальній статистиці перетину кордону або міжнародних туристичних прибуттів .

Ця методична обставина є особливо важливою для ковідного та постковідного періодів. Частина туристичних переміщень могла не потрапляти до статистики колективних засобів розміщення через використання приватного житла, короткотермінової оренди, проживання в родичів або друзів. Крім того, у 2022–2024 рр. у країнах, близьких до України, зросла частка переміщень, які не завжди мають класичний туристичний характер, але можуть частково відображатися в окремих статистичних категоріях мобільності. Тому в роботі необхідно чітко розмежовувати туристичні прибуття, ночівлі в засобах розміщення, транзитні потоки, гуманітарні переміщення та міграційні процеси.

Інформаційну базу дослідження мають становити кілька груп джерел. Перша група – міжнародні методологічні документи: *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, глосарій UN Tourism, статистичні бази UN Tourism і Світового банку. Друга група – європейські статистичні джерела: Eurostat, національні статистичні служби Литви, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії. Третя група – аналітичні звіти

OECD, Європейської комісії, національних туристичних адміністрацій і профільних туристичних організацій. Четверта група – наукові праці з географії туризму, міжнародного туризму, регіоналістики та кризових трансформацій туристичної сфери.

Завершальним етапом методики є синтез результатів. Він передбачає поєднання статистичних даних, просторових спостережень, факторного аналізу та висновків із наукової літератури. На цьому етапі необхідно відповісти на кілька ключових питань: які країни регіону найшвидше відновили міжнародні туристичні потоки; які країни залишилися найбільш вразливими; як змінилася роль прикордонності та транзитності; чи посилилася внутрішньорегіональна мобільність; як війна в Україні вплинула на туристичний імідж Центрально-Східної Європи; які тенденції можуть визначати розвиток міжнародного туризму в регіоні в найближчі роки.

Отже, методика дослідження міжнародних туристичних потоків у ковідний та постковідний період має бути комплексною й багаторівневою. Вона поєднує міжнародні статистичні стандарти UN Tourism, Eurostat і Світового банку, порівняльний аналіз восьми країн Центрально-Східної Європи, періодизацію 2018–2024 рр., оцінювання динаміки прибуттів і ночівель, факторний аналіз пандемічних і воєнних впливів, типологізацію країн. Такий підхід дозволяє перейти від опису статистичних змін до пояснення просторових і структурних трансформацій міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі.

Висновки до розділу 1

У першому розділі обґрунтовано теоретико-методичні засади дослідження міжнародних туристичних потоків у Центрально-Східній Європі в ковідний та постковідний період. Встановлено, що міжнародні туристичні потоки є складною просторово-часовою категорією, яка відображає не лише кількісні

переміщення туристів між країнами, а й структуру, напрями, інтенсивність, сезонність, транспортну організацію та залежність від політичних, економічних, безпекових і соціальних чинників.

З'ясовано, що для аналізу туристичних потоків недостатньо використовувати лише показник міжнародних туристичних прибуттів. Доцільним є комплексне поєднання статистичних показників прибуттів, ночівель, туристичних витрат, структури ринків походження, транспортної доступності та просторової концентрації туристичної активності. Особливого значення це набуває в умовах кризових трансформацій, коли формальні кількісні показники не завжди повністю відображають реальний зміст туристичної мобільності.

У роботі свідомо не використано регіоналізацію UNWTO як основну просторову рамку дослідження. Натомість Центрально-Східну Європу розглянуто як аналітичний історико-географічний і туристичний регіон, до якого віднесено Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Такий вибір країн обґрунтовано їхнім спільним постсоціалістичним досвідом, членством у Європейському Союзі, інтегрованістю в європейський туристичний простір, а також різним ступенем впливу пандемії COVID-19 та українсько-російської війни на туристичні процеси.

Методика дослідження передбачає поєднання статистичного, порівняльного, просторового, факторного, картографічного та індексного підходів. Запропоновано аналізувати три часові етапи: доковідний період 2018–2019 рр., ковідний період 2020–2021 рр. і постковідний період 2022–2024 рр. Така періодизація дозволяє простежити глибину пандемічного падіння, темпи відновлення та додатковий вплив воєнно-безпекового чинника.

РОЗДІЛ 2. ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ В КОВІДНИЙ ПЕРІОД

2.1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у країнах Центрально-Східної Європи до пандемії COVID-19

Динаміка міжнародних туристичних потоків у країнах Центрально-Східної Європи до пандемії COVID-19 характеризувалася поступовим зростанням, посиленням ролі міського й культурно-пізнавального туризму, активізацією короткотермінових подорожей, розвитком лоукост-авіасполучення та зростанням значення внутрішньоєвропейської мобільності. У межах цієї роботи аналіз охоплює не всю регіоналізацію UNWTO, а визначену групу країн: Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Саме ці держави утворюють аналітичне ядро Центрально-Східної Європи, яке поєднує постсоціалістичний досвід, членство в ЄС, різний рівень туристичної спеціалізації та різну інтенсивність міжнародних прибуттів.

У доковідний період, особливо у 2018–2019 рр., міжнародний туризм у цих країнах розвивався в умовах відносної макроекономічної стабільності, розширення європейської мобільності та зростання попиту на доступні міські, культурні, подієві й рекреаційні дестинації. Важливо, що міжнародні туристичні прибуття, за методологією Світового банку та UN Tourism, фіксують не унікальних осіб, а кількість в'їзних туристичних поїздок; якщо одна особа відвідує кілька країн у межах однієї подорожі, прибуття враховується в кожній країні окремо. Це особливо суттєво для Центрально-Східної Європи, де поширені комбіновані маршрути, короткі подорожі та транскордонна мобільність.

У доковідний період найбільшим туристичним центром серед досліджуваних країн виступала Польща. Її перевага визначалася не лише чисельністю населення й розмірами території, а й багатофункціональністю туристичного простору. Польща поєднувала культурно-пізнавальний туризм у Кракові, Варшаві, Гданську та Вроцлаві, діловий туризм у великих агломераціях,

рекреаційний туризм на Балтійському узбережжі, гірський туризм у Татрах і транзитну функцію між Західною, Центральною та Східною Європою. Саме тому Польща до пандемії мала найбільш диверсифіковану модель міжнародного туризму в межах обраної групи країн.

Таблиця 2.1

Масштаби туристичної активності в країнах дослідження у докризовому та відновлювальному контексті

Країна	Туристична спеціалізація до COVID-19	Основні центри / напрями	Загальна характеристика доковідної динаміки
Литва	міський, культурний, балтійський, подієвий туризм	Вільнюс, Каунас, Клайпеда, Куршська коса	помірне зростання, залежність від регіональних і європейських ринків
Латвія	міський, культурний, морський, MICE	Рига, Юрмала, Сігулда	концентрація потоків у Ризі та приморській зоні
Естонія	міський, культурний, морський, цифровий імідж	Таллінн, Тарту, Пярну	висока роль фінського, скандинавського й балтійського ринків
Польща	міський, культурний, діловий, транзитний	Варшава, Краків, Гданськ, Вроцлав	найбільший туристичний ринок серед обраних країн
Чехія	міський, культурно-пізнавальний, подієвий	Прага, Брно, Карлові Вари	висока концентрація іноземних туристів у Празі
Словаччина	гірський, бальнеологічний, транзитний	Братислава, Татри, Кошице	менший масштаб, але стабільна регіональна привабливість
Угорщина	міський, термальний, медичний, культурний	Будапешт, Балатон, термальні курорти	значна роль Будапешта та лікувально-оздоровчого туризму
Румунія	культурний, природний, гірський, транзитний	Бухарест, Трансильванія, Карпати,	зростання з нижчої бази, посилення міжнародної впізнаваності

		Чорноморське узбережжя	
--	--	---------------------------	--

Чехія займала особливе місце завдяки високій концентрації міжнародних туристичних потоків у Празі. До пандемії Прага була одним із провідних міських туристичних центрів Європи, що поєднував культурну спадщину, архітектурну привабливість, подієвий туризм, гастрономічні практики та доступність через авіасполучення. Водночас така модель мала і вразливість: надмірна концентрація потоків у столиці створювала залежність від міжнародного міського туризму, який особливо сильно постраждав під час COVID-19.

Угорщина формувала доковідну туристичну динаміку через поєднання Будапешта як міжнародного міського центру, озера Балатон як рекреаційної території та системи термальних і лікувально-оздоровчих курортів. Її туристична модель була більш збалансованою, ніж у Чехії, оскільки поєднувала міський, оздоровчий, рекреаційний і культурний туризм. Це забезпечувало ширшу сезонну структуру попиту.

Словаччина мала менший масштаб міжнародних туристичних прибуттів, однак її роль визначалася гірсько-рекреаційним потенціалом, бальнеологічними ресурсами, транзитним положенням і близькістю до великих туристичних ринків Центральної Європи. Братислава, Високі Татри, Кошице та курортні території формували основу міжнародної привабливості країни. Для Словаччини характерною була залежність від сусідніх ринків – Чехії, Польщі, Угорщини, Австрії та Німеччини.

Балтійські країни – Литва, Латвія та Естонія – у доковідний період демонстрували помірне, але стабільне зростання міжнародної туристичної активності. Їхня специфіка полягала у високій ролі столичних міст: Вільнюса, Риги й Таллінна. Для Естонії важливим був зв'язок із Фінляндією та Скандинавією, для Латвії – домінування Риги як туристичного й транспортного вузла, для Литви – поєднання Вільнюса, Каунаса, Клайпеди та Куршської коси. Балтійський сегмент Центрально-Східної Європи мав менші абсолютні обсяги

прибуттів, але вирізнявся чіткою орієнтацією на міський, культурний, подієвий і регіональний туризм.

Румунія до пандемії поступово посилювала позиції на європейському туристичному ринку. Її перевагами були культурна спадщина Трансильванії, природно-рекреаційний потенціал Карпат, Чорноморське узбережжя, Бухарест як столичний центр і зростання інтересу до автентичних, менш масових дестинацій. Водночас Румунія мала певні інфраструктурні обмеження, зокрема нерівномірність транспортної доступності та нижчу міжнародну впізнаваність порівняно з Чехією, Польщею чи Угорщиною.

Таблиця 2.2

Кількість ночівель у туристичних засобах розміщення у 2023 р. як індикатор масштабу туристичного ринку

Країна	Ночівлі у туристичних засобах розміщення, 2023 р.
Польща	92,8 млн
Чехія	55,8 млн
Угорщина	30,5 млн
Румунія	29,2 млн
Словаччина	понад 10 млн
Естонія	близько 6 млн
Латвія	близько 4–5 млн
Литва	близько 4–5 млн

Порівняння цих показників дає змогу зробити кілька важливих висновків щодо доквідної структури туристичного простору. По-перше, Центральна-Східна Європа в обраних межах не є однорідним туристичним регіоном. У ній чітко виділяються країни з великими туристичними ринками – Польща, Чехія, Угорщина та Румунія – і країни з меншими, але функціонально важливими

ринками – Литва, Латвія, Естонія та Словаччина. По-друге, масштаб туристичного ринку залежить не лише від кількості міжнародних прибуттів, а й від розміру країни, місткості інфраструктури, кількості ночівель, транспортної доступності та структури туристичного продукту. По-третє, країни з високою часткою міського туризму виявилися особливо вразливими до майбутнього пандемічного шоку, оскільки саме міські подорожі, авіаперельоти й масові подієві формати були найбільш обмежені у 2020–2021 рр.

До пандемії COVID-19 у досліджуваних країнах сформувалося кілька моделей міжнародних туристичних потоків. Перша модель – столично-міська, характерна для Чехії, Латвії, Естонії та частково Угорщини. У цих країнах значна частина іноземних туристів концентрувалася у столицях – Празі, Ризі, Таллінні та Будапешті. Друга модель – поліцентрична, найбільш виразна в Польщі, де туристичні потоки розподілялися між кількома великими містами та регіонами. Третя модель – природно-рекреаційна й курортна, характерна для Словаччини, Угорщини та Румунії. Четверта модель – балтійсько-регіональна, властива Литві, Латвії та Естонії, де міжнародні потоки значною мірою формувалися за рахунок сусідніх і близьких європейських ринків.



Рисунок 2.1. Кількість ночівель у туристичних засобах розміщення країн Центрально-Східної Європи у 2023 р., млн

У доковідний період важливу роль відігравала транспортна доступність. Розвиток лоукост-авіакомпаній посилив міжнародну привабливість Праги, Будапешта, Варшави, Кракова, Вільнюса, Риги та Таллінна. Водночас наземна

мобільність залишалася важливою для Польщі, Словаччини, Чехії, Угорщини та Румунії, де значна частина туристичних переміщень здійснювалася автомобільним і залізничним транспортом. Саме ця транспортна особливість у майбутньому стала одним із чинників часткового відновлення туризму після зняття пандемічних обмежень.

Ранжована форма графіка чітко демонструє ієрархію туристичних ринків у межах обраної групи країн. Найвищі показники має Польща, яка істотно випереджає інші країни завдяки масштабам території, розвиненій мережі міських і культурно-пізнавальних дестинацій, а також значній внутрішній і міжнародній туристичній активності. Другу позицію займає Чехія, де ключову роль відіграє Прага як один із провідних центрів міського туризму Європи. Угорщина та Румунія формують середній рівень туристичної активності, тоді як Словаччина і країни Балтії мають менші абсолютні показники, але важливе регіональне значення.

Ще однією важливою рисою доковідного періоду була залежність частини країн від близьких ринків походження туристів. Для Естонії ключовими були Фінляндія, країни Балтії, Німеччина та Скандинавія; для Латвії – Литва, Естонія, Німеччина, скандинавські країни; для Литви – Польща, Латвія, Білорусь, Німеччина; для Словаччини – Чехія, Польща, Угорщина, Австрія; для Польщі – Німеччина, Україна, Чехія, Велика Британія; для Чехії – Німеччина, Словаччина, Польща, Австрія; для Угорщини – Австрія, Німеччина, Румунія, Словаччина; для Румунії – Молдова, Угорщина, Німеччина, Італія та сусідні держави. Така структура ринків свідчить, що Центрально-Східна Європа до пандемії функціонувала не лише як приймаючий простір для далеких міжнародних потоків, а й як зона інтенсивної внутрішньорегіональної мобільності.

З позиції теми магістерської роботи важливо підкреслити, що доковідний період 2018–2019 рр. виконує роль базового рівня для подальшого аналізу. Саме з ним доцільно порівнювати глибину падіння у 2020 р., часткове відновлення у 2021 р. та постковідну динаміку 2022–2024 рр. Без встановлення докризової структури туристичних потоків неможливо коректно оцінити, які країни

втратили найбільше, які швидше відновилися, а які змінили свою функціональну роль у регіональній туристичній системі.

Отже, до пандемії COVID-19 країни Центрально-Східної Європи, обрані для аналізу, демонстрували загалом позитивну динаміку міжнародної туристичної активності, але мали різний масштаб, спеціалізацію та просторову організацію туристичних потоків. Польща, Чехія та Угорщина виступали провідними туристичними центрами регіону; Румунія демонструвала поступове зростання; Литва, Латвія та Естонія формували балтійський сегмент із переважанням міського й регіонального туризму; Словаччина мала важливе значення як гірсько-рекреаційна, транзитна й бальнеологічна країна. Саме така докризова структура стала основою для подальших трансформацій, спричинених пандемією COVID-19, а згодом – українсько-російською війною та зміною безпекового сприйняття Центрально-Східної Європи.

2.2. Вплив пандемічних обмежень на структуру, інтенсивність і напрями туристичних потоків

Пандемія COVID-19 стала найглибшим кризовим явищем для міжнародного туризму за весь період його сучасного статистичного обліку. Якщо до 2020 р. міжнародні туристичні потоки в країнах Центрально-Східної Європи демонстрували загалом позитивну динаміку, то запровадження карантинних обмежень, закриття кордонів, призупинення авіасполучення, санітарні протоколи та загальна невизначеність щодо безпечності подорожей різко змінили логіку туристичної мобільності. За оцінками UN Tourism, у 2020 р. міжнародні туристичні прибуття у світі скоротилися приблизно на 70–75%, а міжнародний туризм фактично повернувся до рівнів кінця 1980-х – початку 1990-х років. Це свідчить не лише про кількісне падіння туристичних потоків, а й про структурний розрив у функціонуванні глобальної туристичної системи.

Для країн Центрально-Східної Європи пандемічний шок мав кілька особливостей. По-перше, регіон є частиною європейського простору високої мобільності, де до пандемії активно функціонували авіаційні, автомобільні, залізничні та транскордонні туристичні зв'язки. По-друге, більшість досліджуваних країн – Литва, Латвія, Естонія, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина та Румунія – є членами Європейського Союзу, тому їхня туристична мобільність значною мірою залежала від загальноєвропейських правил перетину кордонів, цифрових COVID-сертифікатів, санітарних вимог і національних карантинних режимів. По-третє, значна частина туристичних потоків у регіоні мала короткотерміновий, міський, подієвий або транскордонний характер, а саме ці форми туризму найбільше постраждали від обмеження мобільності.

У 2020 р. міжнародний туризм фактично втратив свою базову передумову – свободу переміщення. Туристичні потоки, які до пандемії розглядалися як відносно стабільні та прогнозовані, стали залежними від щотижневих або навіть щоденних рішень урядів щодо закриття кордонів, вимог тестування, самоізоляції, карантину, заборони масових заходів і обмеження роботи закладів розміщення. Унаслідок цього туристичний попит змістився від міжнародних до внутрішніх і ближніх регіональних подорожей. Особливо постраждали авіазалежні міські дестинації, діловий туризм, MICE-сегмент, подієвий туризм і короткі city-break поїздки.

У межах досліджуваного регіону найвідчутніше пандемічні обмеження вплинули на країни з високою часткою іноземних туристів у столичних містах. До таких належать Чехія, Угорщина, Латвія та Естонія. Прага, Будапешт, Рига й Таллінн до 2020 р. значною мірою залежали від міжнародного міського туризму, лоукост-авіасполучення, культурних подій і короткотермінових поїздок із Західної та Північної Європи. Коли авіасполучення було обмежене, а масові заходи скасовані, саме ці дестинації втратили значну частину туристичного попиту.

Польща, Румунія та Словаччина мали дещо іншу ситуацію. Вони також зазнали різкого падіння міжнародної туристичної активності, однак більша роль

внутрішнього туризму, наземної мобільності, природно-рекреаційних територій і регіональних подорожей частково пом'якшувала наслідки кризи. У Польщі внутрішній попит підтримував туристичну активність у гірських, приморських і озерних регіонах. У Румунії важливе значення мали Карпати, Чорноморське узбережжя та внутрішні рекреаційні поїздки. У Словаччині певну стійкість забезпечували гірські й природні дестинації, хоча міжнародний сегмент також суттєво скоротився.

Балтійські країни – Литва, Латвія та Естонія – продемонстрували високу чутливість до обмежень міжнародної мобільності через відносно невеликі масштаби внутрішнього ринку та залежність від сусідніх країн, скандинавського напрямку й авіасполучення. Водночас саме в Балтійському регіоні у 2020 р. виник один із показових прикладів адаптації – спроба формування так званої «балтійської туристичної бульбашки», що передбачала часткове відновлення переміщень між Литвою, Латвією та Естонією за умов контрольованої епідеміологічної ситуації. Це свідчило про пошук нових моделей регіональної мобільності в умовах глобальної ізоляції.

Таблиця 2.3

Основні напрями впливу пандемії COVID-19 на міжнародні туристичні потоки країн Центрально-Східної Європи

Напрямок впливу	Прояв у туристичних потоках	Найбільш чутливі країни
Закриття кордонів	різке скорочення міжнародних прибуттів	усі країни регіону
Обмеження авіасполучення	падіння city-break і MICE-поїздок	Чехія, Угорщина, Латвія, Естонія
Санітарні протоколи	ускладнення короткотермінових поїздок	Литва, Латвія, Естонія, Словаччина
Заборона масових заходів	скорочення подієвого й ділового туризму	Польща, Чехія, Угорщина
Переорієнтація попиту	зростання ролі внутрішнього та природного туризму	Польща, Румунія, Словаччина

Невизначеність правил подорожей	зменшення раннього бронювання та групових турів	усі країни
Скорочення міжнародних ночівель	падіння завантаженості готелів	Чехія, Угорщина, Латвія, Естонія

Зміна інтенсивності туристичних потоків у 2020–2021 рр. мала не лише кількісний, а й якісний характер. До пандемії туристичний потік зазвичай трактувався як регулярна й відносно прогнозована система переміщень. Після початку пандемії він став фрагментованим, нестабільним і залежним від адміністративних рішень. Туристична мобільність втратила сезонну передбачуваність: традиційні піки весняних, літніх і різдвяно-новорічних подорожей були зруйновані хвилями захворюваності та відповідними обмеженнями.

У 2020 р. найбільший удар припав на весняно-літній сезон. Саме в цей період більшість європейських країн запровадили найсуворіші обмеження. Для Центрально-Східної Європи це означало фактичне припинення значної частини міжнародних прибуттів. У 2021 р. ситуація була дещо кращою, однак відновлення залишалося нестабільним. Вакцинація, цифрові сертифікати та поступове відкриття кордонів створили передумови для часткового повернення міжнародної мобільності, але поява нових штамів вірусу та нерівномірність карантинних правил стримували повноцінне відновлення. UN Tourism оцінювала 2021 р. як рік часткового, але дуже нерівномірного відновлення, коли міжнародні туристичні прибуття залишалися значно нижчими за рівень 2019 р.

Структурні зміни туристичних потоків проявилися передусім у зменшенні частки далеких міжнародних подорожей і зростанні ролі ближніх ринків. Туристи частіше обирали країни, до яких можна було дістатися автомобілем або залізницею, уникаючи складних авіамаршрутів і ризику скасування рейсів. Це посилювало значення прикордонних і регіональних переміщень. Для Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії така зміна означала відносне зростання ролі сусідніх ринків. Для країн Балтії важливішими стали взаємні переміщення між

Литвою, Латвією та Естонією, а також обережне відновлення зв'язків із Фінляндією, Німеччиною та скандинавськими країнами.

Пандемія також змінила мотиваційну структуру подорожей. Діловий туризм і MICE-сегмент зазнали особливо сильного скорочення, оскільки конференції, форуми, виставки й корпоративні заходи були переведені в онлайн-формат або скасовані. Це негативно вплинуло на Варшаву, Прагу, Будапешт, Ригу, Вільнюс і Таллінн як центри ділової та подієвої активності. Водночас природно орієнтований, сільський, гірський, оздоровчий і рекреаційний туризм виявилися відносно стійкішими, оскільки відповідали новому попиту на менш людні, відкриті та безпечні простори.

У цьому контексті особливого значення набув природно-рекреаційний потенціал Польщі, Словаччини та Румунії. Польські Татри, Мазурські озера, Балтійське узбережжя, словацькі гірські райони та румунські Карпати стали прикладами територій, які могли частково компенсувати втрати міжнародного міського туризму за рахунок внутрішнього або ближнього регіонального попиту. Однак така компенсація була неповною, оскільки витрати внутрішніх туристів часто були нижчими, ніж витрати іноземних відвідувачів, а частина туристичної інфраструктури була орієнтована саме на міжнародний сегмент.

Таблиця 2.4

Зміна структури туристичного попиту в країнах Центрально-Східної Європи під впливом COVID-19

Компонент туристичного попиту	Динаміка в ковідний період	Причини змін
Міжнародний міський туризм	різке скорочення	авіаобмеження, закриття культурних об'єктів, страх скупчень
Діловий туризм	різке скорочення	перехід заходів в онлайн-формат
Подієвий туризм	майже повне припинення у 2020 р.	заборона масових заходів
Групові тури	значне скорочення	санітарні ризики, невизначеність правил
Індивідуальні подорожі	відносне зростання	гнучкість і контроль ризиків

Автомобільний туризм	зростання ролі	уникнення авіаперельотів і громадського транспорту
Природно-рекреаційний туризм	відносна стійкість	попит на відкриті простори

У просторовому вимірі пандемія призвела до тимчасового «стиснення» туристичних потоків. Якщо до 2020 р. туристичні маршрути в Центрально-Східній Європі були інтегровані в широку європейську систему, то під час пандемії вони стали коротшими, локальнішими й менш інтернаціоналізованими. Туристи частіше подорожували в межах власної країни або до найближчих сусідів. Це означало, що регіональна близькість стала важливішою за глобальну доступність, а наземний транспорт – важливішим за авіаційний.

Для Чехії пандемічний удар був особливо відчутним через залежність Праги від іноземних туристів. До 2020 р. Прага мала одну з найвищих концентрацій міжнародного міського туризму в Європі. Закриття кордонів і припинення авіаперевезень спричинили різке падіння готельної завантаженості, скорочення екскурсійних послуг, втрати ресторанного сектору й подієвої індустрії. Внутрішній туризм не міг повністю компенсувати втрату іноземного попиту, оскільки туристична модель столиці була значною мірою зорієнтована на зовнішній ринок.

В Угорщині подібна ситуація спостерігалася в Будапешті. Місто до пандемії було важливим центром міського, культурного, гастрономічного, подієвого й ділового туризму. Пандемічні обмеження скоротили міжнародні прибуття, а термальні й оздоровчі курорти також постраждали через санітарні вимоги. Водночас наявність озера Балатон і внутрішнього рекреаційного попиту створила певні можливості для часткового перерозподілу туристичної активності.

У Польщі вплив пандемії був масштабним, але більш диференційованим. Варшава, Краків, Гданськ, Вроцлав і Познань втратили значну частину міжнародного міського й ділового туризму. Водночас природно-рекреаційні регіони – Балтійське узбережжя, Татри, Мазури – змогли частково підтримати туристичну активність за рахунок внутрішнього попиту. Така поліцентрична

структура туристичного простору зробила Польщу відносно стійкішою порівняно з країнами, де туристичні потоки надмірно концентрувалися в одному столичному центрі.

У Словаччині пандемія негативно вплинула на міжнародні прибуття, але водночас посилила роль внутрішнього гірського й природного туризму. Високі Татри, Низькі Татри, термальні курорти й природні території залишалися привабливими для внутрішніх туристів, хоча обмеження роботи готелів, ресторанів і курортної інфраструктури суттєво знижували можливості повноцінного функціонування галузі.

У Румунії пандемічні обмеження скоротили міжнародний туризм у Бухаресті, Трансильванії, на Чорноморському узбережжі та в Карпатському регіоні. Водночас країна мала потенціал для внутрішнього туризму завдяки великій території, природній різноманітності та культурній спадщині. Однак інфраструктурні диспропорції й нерівномірна транспортна доступність обмежували можливості швидкої компенсації втрат міжнародного сегмента.

Балтійські країни зазнали скорочення як міського, так і морського туризму. Таллінн, Рига й Вільнюс втратили значну частину іноземних відвідувачів, особливо з Фінляндії, Німеччини, Скандинавії та інших європейських країн. Для Естонії особливо відчутним було скорочення фінського туристичного потоку, який до пандемії мав велике значення для Таллінна. Латвія втратила значну частину міжнародного потоку до Риги та Юрмали. Литва зіткнулася зі зменшенням прибуттів до Вільнюса, Каунаса, Клайпеди й Куршської коси.

З економічного погляду пандемія виявила залежність туристичної галузі від міжнародної мобільності та показала вразливість малого й середнього бізнесу. Готелі, ресторани, туристичні агенції, екскурсійні компанії, перевізники, гіді, організатори заходів і заклади культури опинилися в ситуації різкого скорочення доходів. OECD наголошує, що COVID-19 спричинив системну кризу туристичної економіки, а відновлення галузі потребувало не лише зняття обмежень, а й підтримки бізнесу, цифровізації, адаптації туристичних продуктів і формування більш стійких моделей управління туризмом.

Пандемія також змінила поведінку туристів. На перший план вийшли критерії безпеки, гнучкості бронювання, можливості скасування подорожі, медичних гарантій, щільності відвідувачів і доступності інформації про обмеження. Туристи стали обережнішими щодо далеких поїздок і частіше обирали індивідуальні маршрути. Це посилило роль цифрових платформ, онлайн-бронювання, електронних сертифікатів, мобільних застосунків і дистанційної комунікації між туристом та дестинацією.

У країнах Центрально-Східної Європи така зміна поведінки мала довготривалі наслідки. Навіть після часткового зняття обмежень туристичні потоки не відновилися автоматично до рівня 2019 р. Частина туристів залишалася обережною, частина змінила пріоритети, а частина туристичного бізнесу не змогла швидко відновити повну операційну спроможність. Це особливо стосувалося готельного сектору, авіап перевезень, екскурсійних послуг і MICE-індустрії.

Окремо слід підкреслити, що пандемія посилила значення внутрішнього туризму, але не зробила його повноцінною заміною міжнародному. Внутрішні туристи підтримували частину туристичної інфраструктури, однак їхні витрати, тривалість перебування та структура попиту часто відрізнялися від іноземних туристів. Для Праги, Будапешта, Риги чи Таллінна внутрішній попит не міг компенсувати втрати міжнародного city-break сегмента. Натомість для Польщі, Румунії та Словаччини внутрішній туризм мав більше стабілізаційне значення завдяки ширшій природно-рекреаційній базі.

У напрямному вимірі пандемія призвела до переорієнтації потоків із далеких міжнародних ринків на ближні. Наприклад, для Польщі зросла відносна роль туристів із сусідніх країн; для Чехії та Словаччини – взаємні чесько-словацькі переміщення; для Угорщини – сусідні ринки Центральної Європи; для країн Балтії – взаємні балтійські поїздки. Це не означало зростання абсолютних показників, але в структурі скорочених потоків ближні ринки набули більшої ваги.

Пандемічні обмеження також вплинули на сезонність. У 2020–2021 рр. сезонні піки були нестабільними й залежали не стільки від традиційного туристичного календаря, скільки від епідеміологічної ситуації. Літній сезон міг частково активізуватися після послаблення обмежень, але осінні й зимові хвилі захворюваності знову знижували мобільність. Це ускладнювало планування для туристичного бізнесу, особливо для готелів, туроператорів і перевізників.

Управлінська реакція країн регіону була спрямована на підтримку бізнесу, стимулювання внутрішнього туризму та поступове відновлення міжнародної мобільності. Водночас ефективність цих заходів була різною. Країни з розвиненішою цифровою інфраструктурою, кращою координацією між державою та бізнесом і сильнішими національними туристичними організаціями мали більше можливостей для адаптації. Балтійські країни демонстрували гнучкість у регіональній координації, Польща – у підтримці внутрішнього ринку, Чехія та Угорщина – у поступовому перезапуску міського й курортного туризму після зняття обмежень.

Таблиця 2.5

Регіональні особливості впливу пандемії на туристичні потоки

Країна	Найбільш уразливий сегмент	Відносно стійкий сегмент	Загальний характер впливу
Литва	міський і міжнародний культурний туризм	внутрішній і балтійський регіональний туризм	скорочення прибуттів, часткова регіоналізація потоків
Латвія	Рига, MICE, морський туризм	внутрішні поїздки, Юрмала в літній сезон	висока залежність від міжнародного попиту
Естонія	Таллінн, фінський потік, морські перевезення	внутрішній туризм, регіональні поїздки	сильний удар по міському й транскордонному туризму
Польща	міський і діловий туризм	внутрішній, гірський, приморський туризм	масштабне падіння, але вища внутрішня стійкість

Чехія	Прага, city-break, міжнародні ночівлі	внутрішні поїздки до регіонів	дуже висока залежність від іноземних туристів
Словаччина	міжнародний гірський і транзитний туризм	внутрішній гірський туризм	падіння міжнародного сегмента, часткова природна стійкість
Угорщина	Будапешт, MICE, міжнародний міський туризм	Балатон, внутрішній рекреаційний попит	сильний удар по столиці, часткова компенсація регіонами
Румунія	Бухарест, міжнародний культурний туризм	Карпати, Чорноморське узбережжя, внутрішній туризм	диференційований вплив через велику територію

Пандемія COVID-19 також змінила розуміння ризику в міжнародному туризмі. До 2020 р. ризики зазвичай пов'язувалися з політичною нестабільністю, тероризмом, економічними кризами, природними катастрофами або локальними епідеміями. COVID-19 показав, що глобальна пандемія може одночасно паралізувати майже всі сегменти туристичної системи. Дослідження M. Škare, D. R. Soriano та M. Porada-Rochoń підкреслює, що вплив COVID-19 на туристичну індустрію був значно руйнівнішим, ніж наслідки попередніх епідемічних криз, а туристичний бізнес потребує нових підходів до управління ризиками та операційної стійкості.

Для Центрально-Східної Європи це мало особливе значення, оскільки регіон після пандемії увійшов у нову фазу нестабільності, пов'язану вже з українсько-російською війною. Тому пандемічний досвід став своєрідною підготовкою до функціонування в умовах багатокризовості. Туристичний бізнес, який у 2020–2021 рр. навчився працювати з обмеженнями, гнучкими бронюваннями, цифровими сервісами та нестабільним попитом, у 2022 р. зіткнувся з новим викликом — безпековою трансформацією регіону.

У підсумку пандемічні обмеження спричинили не лише тимчасове скорочення міжнародних туристичних потоків, а й глибоку перебудову їхньої структури. Інтенсивність потоків різко знизилася, напрями стали ближчими й

регіональнішими, мотивація подорожей змістилася від масових міських і подієвих форматів до індивідуальних, природних і безпечніших форм туризму. Країни Центрально-Східної Європи відреагували на кризу неоднаково: найбільш уразливими були столичні й авіазалежні дестинації, тоді як території з розвиненим внутрішнім, природно-рекреаційним і наземно доступним туризмом виявилися відносно стійкішими.

Отже, пандемія COVID-19 стала переломним етапом у розвитку міжнародного туризму Центрально-Східної Європи. Вона зруйнувала доковідну модель зростання, виявила залежність регіону від міжнародної мобільності, посилила роль внутрішнього й регіонального туризму, змінила поведінку туристів і змусила туристичний бізнес адаптуватися до умов невизначеності. Саме ці зміни стали вихідною основою для подальшого постковідного етапу, який у країнах Центрально-Східної Європи розгортався вже під впливом нового чинника – українсько-російської війни та пов'язаної з нею безпекової трансформації регіону.

2.3. Зміни у функціонуванні туристичного бізнесу та індустрії гостинності в умовах COVID-19

Пандемія COVID-19 стала не лише кризою туристичних потоків, а й системним потрясінням для всієї індустрії гостинності. Якщо в попередньому підрозділі основну увагу було зосереджено на зміні інтенсивності, структури та напрямів міжнародної туристичної мобільності, то в цьому підрозділі доцільно розглянути, як пандемія вплинула на туристичний бізнес, готельний сектор, ресторанну сферу, транспорт, туроператорську діяльність, MICE-індустрію, цифровізацію сервісів і моделі управління туристичними дестинаціями.

Для країн Центрально-Східної Європи – Литви, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії – пандемія стала перевіркою стійкості туристичної економіки. До 2020 р. туристичний бізнес у цих країнах розвивався

в умовах зростання міжнародних прибуттів, розширення лоукост-авіасполучення, активізації міського туризму, посилення ролі культурних і подієвих дестинацій. Однак карантинні обмеження, закриття кордонів, скорочення авіап перевезень і невизначеність попиту фактично зруйнували доквідну модель функціонування галузі.

Таблиця 2.5

Основні напрями впливу COVID-19 на туристичний бізнес та індустрію гостинності

Сфера	Головний прояв кризи	Наслідки для бізнесу
Готельний сектор	падіння завантаженості, скасування бронювань	втрата доходів, консервація частини об'єктів
Ресторанний бізнес	обмеження роботи залів, перехід на доставку	скорочення персоналу, зміна формату обслуговування
Туроператори	масове скасування турів	повернення коштів, ваучери, фінансова нестабільність
Авіап перевезення	скорочення рейсів і маршрутів	втрата доступності дестинацій
MICE-сектор	скасування конференцій і виставок	перехід в онлайн або гібридний формат
Екскурсійні послуги	зникнення групових турів	перехід до малих груп та індивідуальних маршрутів
Дестинаційний менеджмент	потреба в кризовій комунікації	акцент на безпеці, локальному туризмі й цифрових сервісах

За оцінками UN Tourism, 2020 р. став найгіршим роком для міжнародного туризму: міжнародні туристичні прибуття у світі скоротилися приблизно на 70–75%, а втрати міжнародних туристичних надходжень оцінювалися на рівні понад 1 трлн дол. США. Це означало, що туристичний бізнес одночасно зіткнувся з падінням попиту, обмеженням операційної діяльності, нестачею ліквідності, кадровими втратами та потребою швидкої адаптації до нових санітарних стандартів.

У Європейському Союзі пандемічний удар також був надзвичайно сильним. Eurostat фіксував, що у 2020 р. кількість ночівель у туристичних

засобах розміщення ЄС скоротилася приблизно на 51% порівняно з 2019 р.; у 2022 р. показник уже наблизився до докризового рівня, але все ще був нижчим за 2019 р. на 5,6%. Це свідчить, що відновлення індустрії гостинності було не миттєвим, а поступовим і нерівномірним.

Найбільш вразливим виявився готельний сектор. Його функціонування прямо залежить від фізичної присутності туристів, а тому закриття кордонів і скорочення міжнародних прибуттів одразу призвели до падіння завантаженості. Особливо постраждали готелі у столичних і великих міських центрах – Празі, Будапешті, Варшаві, Ризі, Таллінні, Вільнюсі, Братиславі та Бухаресті. Саме ці міста до пандемії активно приймали іноземних туристів, учасників конференцій, ділових подорожуючих і city-break туристів.

Пандемія виявила структурну вразливість готельного бізнесу, орієнтованого на міжнародний попит. Готелі високого класу, бізнес-готелі, апарт-готелі в центральних районах міст і заклади, пов'язані з конференційною інфраструктурою, втратили значну частину клієнтів. Внутрішній туризм частково підтримував попит у природно-рекреаційних регіонах, але не міг повністю компенсувати втрати столичних готельних ринків.

Особливо показовою була ситуація в Чехії, де Прага до пандемії була одним із найпотужніших центрів міського туризму Європи. Різке скорочення іноземних прибуттів призвело до падіння попиту на готельні послуги, екскурсії, ресторанний сектор, культурні події та транспортні сервіси. Подібна ситуація спостерігалася в Будапешті, Ризі й Таллінні, де туристичний бізнес був суттєво залежний від короткотермінових міжнародних подорожей.

Постковідне відновлення міжнародних туристичних потоків у Центрально-Східній Європі відбувалося нерівномірно. Пандемія COVID-19 спричинила одночасне падіння туристичної мобільності в усіх досліджуваних країнах, однак подальше відновлення залежало від різних чинників: масштабу внутрішнього ринку, ролі міжнародного авіасполучення, структури туристичного продукту, просторової близькості до України, безпекового

сприйняття регіону, рівня цифровізації туристичного бізнесу та здатності дестинацій швидко адаптуватися до нових моделей попиту.

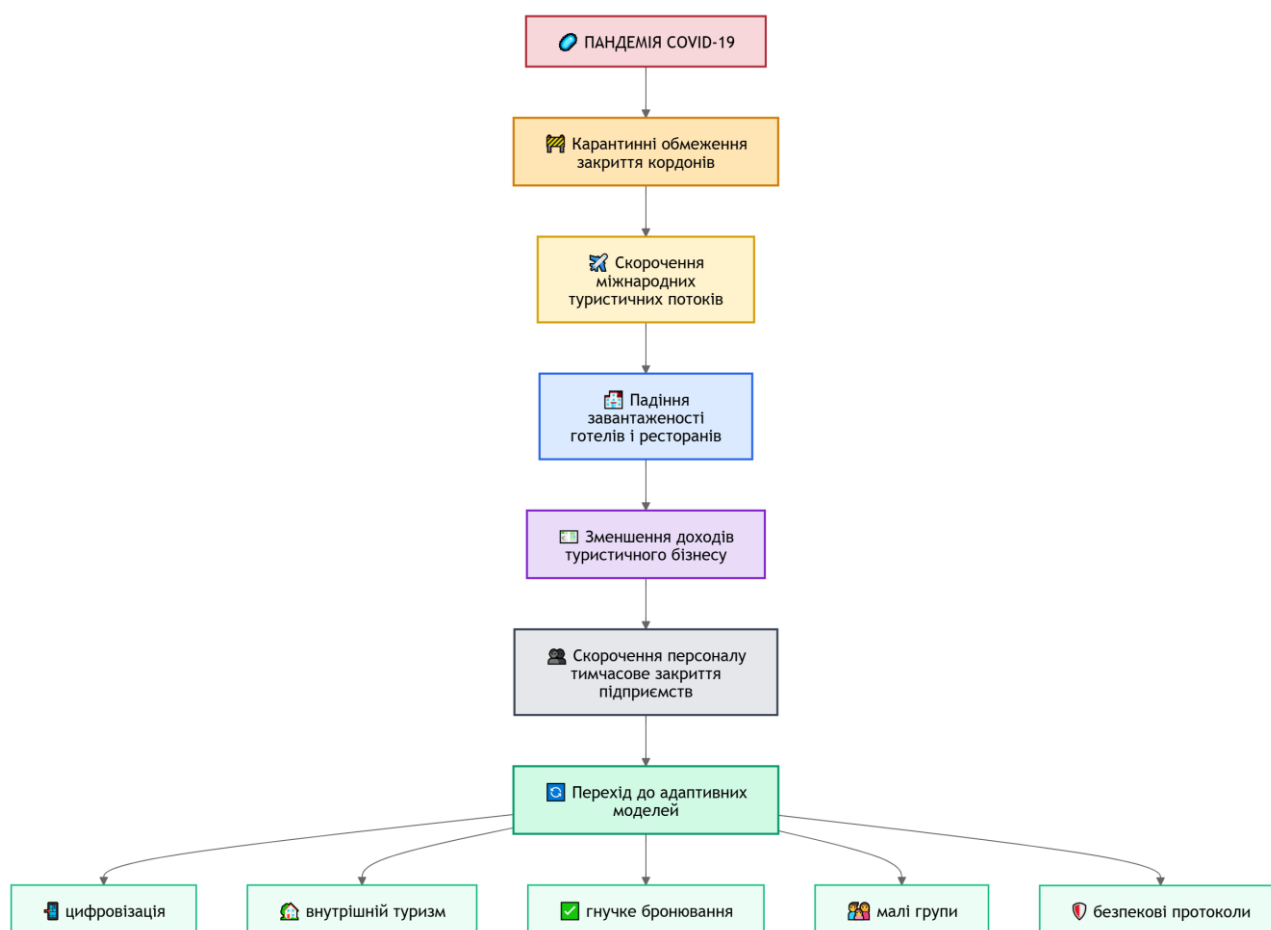


Рисунок 2.2. Каскадна модель впливу COVID-19 на індустрію гостинності

У межах цієї роботи просторові відмінності відновлення аналізуються для восьми країн: Литви, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії. Такий підхід дозволяє не дублювати регіоналізацію UN Tourism, а розглядати Центрально-Східну Європу як аналітичний простір постсоціалістичних, євроінтегрованих і кризово трансформованих туристичних систем.

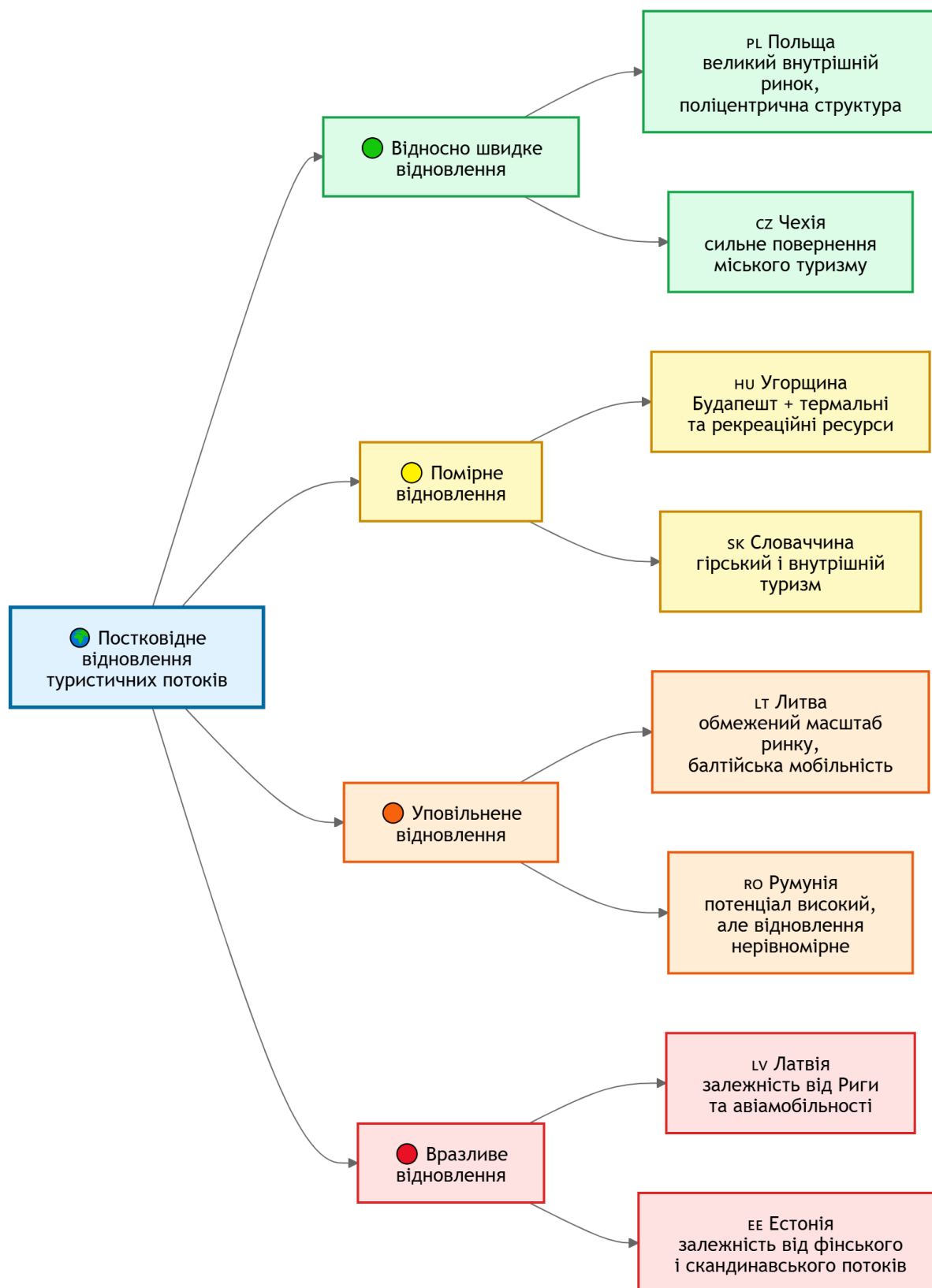


Рисунок 2.3. Просторова модель постковідного відновлення туристичних потоків у Центрально-Східній Європі

Загальноєвропейський контекст свідчить, що у 2024 р. міжнародний туризм фактично відновився до доковідного рівня: за оцінкою UN Tourism, Європа прийняла 747 млн міжнародних туристичних прибуттів, що на 1% більше, ніж у 2019 р., і на 5% більше, ніж у 2023 р. Водночас це відновлення не було однаковим для всіх частин Європи. Європейська туристична комісія у звіті за I квартал 2025 р. зазначала, що європейський туризм у 2024 р. перевищив доковідний рівень на 6,2%, однак 11 із 31 проаналізованої дестинації ще залишалися нижче рівня 2019 р.; серед таких країн згадувалися, зокрема, Латвія, Румунія та Естонія.

Отже, постковідне відновлення в Центральній-Східній Європі мало асиметричний характер. Одні країни швидко повернулися до докризової туристичної активності, інші демонстрували поступове, але повільніше відновлення, а частина країн залишалася залежною від структурних обмежень: скорочення окремих міжнародних ринків, слабшого авіасполучення, безпекових ризиків або недостатньої диверсифікації туристичного продукту.

Таблиця 2.6

Типологія країн Центрально-Східної Європи за характером постковідного відновлення туристичних потоків

Тип відновлення	Країни	Основні ознаки
Відносно швидке відновлення	Польща, Чехія	потужні міські центри, розвинена інфраструктура, активне повернення іноземних туристів
Помірне відновлення	Угорщина, Словаччина	поєднання міського, рекреаційного, гірського й оздоровчого туризму
Уповільнене, але перспективне відновлення	Литва, Румунія	наявність ресурсного потенціалу, але нерівномірність потоків і обмеження інфраструктури

Вразливе відновлення	Латвія, Естонія	висока залежність від столичних, авіаційних і сусідніх ринків
----------------------	-----------------	---

Найбільш стійкою в умовах постковідного відновлення виглядала Польща. Її перевага полягала в поліцентричній структурі туристичного простору. На відміну від країн, де іноземні туристи концентруються переважно у столиці, Польща має кілька сильних центрів міжнародного туризму: Варшаву, Краків, Гданськ, Вроцлав, Познань, Люблін, Закопане, Балтійське узбережжя та Мазурський озерний район. Це дозволило країні швидше перерозподіляти туристичну активність між міськими, культурними, природними, приморськими й гірськими напрямками. У 2024 р. Польща залишалася серед країн із високим обсягом ночівель у туристичних засобах розміщення; Eurostat зафіксував, що в ЄС у 2024 р. кількість ночівель у туристичному розміщенні перевищила 3 млрд, а міжнародні ночівлі зросли на 5,5% порівняно з 2023 р.

Польський випадок показує значення внутрішнього ринку як стабілізатора туристичної системи. У період пандемічного падіння саме внутрішній туризм підтримував частину готельного, ресторанного й транспортного бізнесу. У постковідний період до нього поступово додалися іноземні туристи, що забезпечило швидше відновлення. Важливу роль відіграли й транспортні переваги Польщі: розгалужена автомобільна мережа, залізничні маршрути, міжнародні аеропорти та транзитне положення між Західною, Центральною і Східною Європою.

Чехія також належить до країн відносно швидкого відновлення, хоча її модель суттєво відрізняється від польської. Основою чеського міжнародного туризму є Прага, яка до пандемії була одним із найпотужніших центрів міського туризму в Європі. Саме тому у 2020–2021 рр. Чехія зазнала дуже різкого падіння міжнародного туризму. Однак після зняття обмежень Прага знову почала швидко повертати позиції завдяки впізнаваності бренду, культурній спадщині, розвиненій готельній базі та високій авіаційній доступності. При цьому просторовою проблемою залишається надмірна концентрація іноземних

туристів у столиці, що робить туристичну систему Чехії більш вразливою до майбутніх криз.

Угорщина демонструвала помірне, але достатньо стабільне відновлення. Її туристична модель має дві сильні основи: Будапешт як міжнародний центр міського, культурного, ділового та подієвого туризму, а також мережу термальних, лікувально-оздоровчих і рекреаційних дестинацій. Така комбінація дозволила Угорщині після пандемії поступово відновлювати як міжнародний міський туризм, так і внутрішній та регіональний рекреаційний попит. Водночас Будапешт, як і Прага, залишається високочутливим до авіаційної мобільності, стану міжнародного попиту та економічної ситуації в Європі.

Словаччина має інший профіль відновлення. Її міжнародний туристичний ринок менший за польський, чеський або угорський, однак країна має важливі конкурентні переваги: гірські ландшафти, Високі й Низькі Татри, бальнеологічні ресурси, Братиславу як столичний центр і близькість до Чехії, Польщі, Австрії та Угорщини. У постковідний період Словаччина поступово відновлювала потоки за рахунок регіонального туризму, внутрішніх подорожей і природно-рекреаційного попиту. Її просторовою перевагою є відносна доступність наземним транспортом, що стало важливим після пандемії, коли частина туристів надавала перевагу автомобільним поїздам.

Балтійські країни – Литва, Латвія та Естонія – мали складнішу траєкторію постковідного відновлення. Їхні туристичні ринки є меншими за масштабом, значною мірою орієнтованими на столичні міста та сусідні ринки. У Литві ключовими центрами виступають Вільнюс, Каунас, Клайпеда й Куршська коса; у Латвії – Рига та Юрмала; в Естонії – Таллінн, Тарту й Пярну. У доковідний період ці країни активно використовували переваги міського, культурного, подієвого, морського й регіонального туризму, однак пандемія вдарила саме по цих сегментах.

Латвія виявилася особливо вразливою через концентрацію туристичних потоків у Ризі та залежність від авіаційної доступності. Рига виконувала функцію не лише туристичного, а й транспортного вузла Балтійського регіону. Після

пандемії відновлення було поступовим, однак воно залежало від повернення міжнародних рейсів, ділових подорожей, подієвого туризму та стабілізації попиту з європейських ринків.

Естонія також мала специфічну вразливість – залежність від фінського й скандинавського туристичного потоку. До пандемії короткі подорожі з Фінляндії до Таллінна мали велике значення для естонського туризму. Обмеження морських і авіаційних переміщень у 2020–2021 рр. різко зменшили цей сегмент. У постковідний період Естонія відновлювалася через повернення регіональної мобільності, але темпи залишалися залежними від транспортних зв'язків із Північною Європою.

Литва мала дещо збалансованішу модель, оскільки поєднувала Вільнюс, Каунас, Клайпеду, Куршську косу та внутрішньобалтійські маршрути. Проте невеликий масштаб ринку та обмежена місткість міжнародної туристичної інфраструктури визначали більш помірні темпи відновлення порівняно з Польщею чи Чехією.

Румунія є країною з високим туристичним потенціалом, але нерівномірним постковідним відновленням. Вона має значну ресурсну базу: Карпати, Трансильванію, Бухарест, Чорноморське узбережжя, об'єкти культурної спадщини, сільський і природний туризм. Проте її відновлення стримувалося транспортними диспропорціями, нижчою міжнародною впізнаваністю окремих DESTINATION, а також близькістю до українського воєнного простору після 2022 р. Румунія має перспективи для зростання, але її туристична система потребує кращої інтеграції між регіонами, транспортними вузлами та міжнародною промоцією.

У постковідний період змінилася сама логіка туристичної мобільності. Якщо до 2020 р. значна частина туристичних потоків будувалася на дешевій авіації, коротких міських подорожах і масових подіях, то після пандемії помітно зросла роль регіональних, наземних, природно орієнтованих і гнучких подорожей. Це особливо важливо для Центрально-Східної Європи, де близькість

країн і щільна мережа кордонів створюють передумови для коротких міждержавних переміщень.

Eurostat зазначає, що у 2024 р. жителі ЄС здійснили 1,2 млрд туристичних поїздок, а кількість поїздок була на 5% вищою, ніж у доковідному 2019 р. Це свідчить про повне відновлення туристичної активності європейців у кількісному вимірі. Однак для країн Центрально-Східної Європи важливо не лише те, що подорожі відновилися, а й те, куди, як і з якою мотивацією почали переміщуватися туристи.

У цьому контексті можна виділити чотири просторові траєкторії відновлення.

Перша траєкторія – поліцентричне відновлення, характерне для Польщі. Воно ґрунтується на поєднанні кількох туристичних центрів і різних типів туризму: культурного, ділового, приморського, гірського, озерного, меморіального, подієвого та транзитного. Така модель є найстійкішою, оскільки падіння одного сегмента може частково компенсуватися активністю іншого.

Друга траєкторія – столично-міське відновлення, властиве Чехії, Латвії, Естонії та частково Угорщині. Тут ключова роль належить одному головному місту – Празі, Ризі, Таллінну або Будапешту. Така модель може забезпечити швидке відновлення за умови повернення авіапотоків, але водночас вона залишається вразливою через концентрацію ризиків.

Третя траєкторія – природно-рекреаційне відновлення, характерне для Словаччини, Румунії, частково Польщі та Угорщини. Воно спирається на гірські, оздоровчі, сільські, природні й менш урбанізовані дестинації. Після пандемії такі напрями стали привабливішими, оскільки відповідали попиту на відкритий простір, нижчу щільність відвідувачів і безпечніші формати відпочинку.

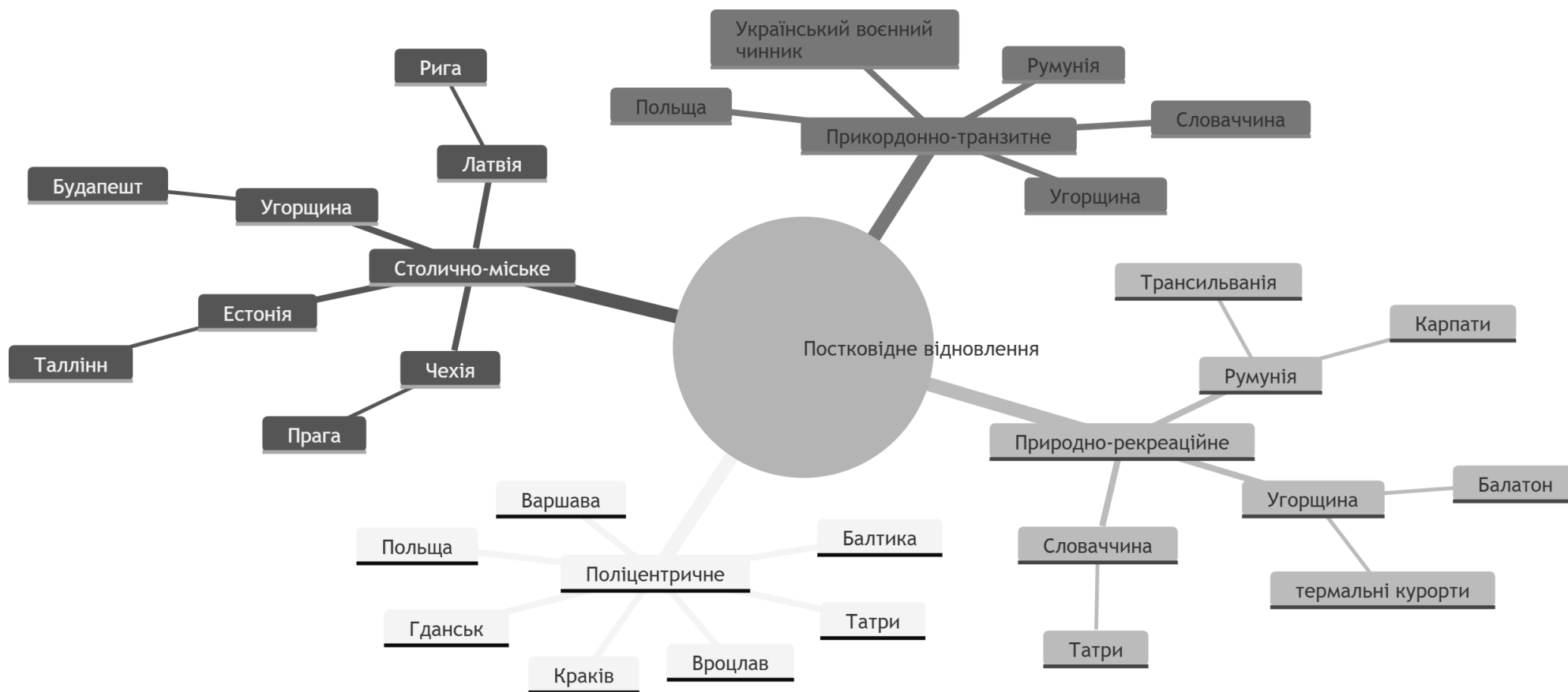


Рисунок. 2.4. Просторові траєкторії постковідного відновлення країн Центрально-Східної Європи

Четверта траєкторія – прикордонно-транзитне відновлення, найбільш актуальна для Польщі, Румунії, Словаччини та Угорщини після 2022 р. Вона пов'язана не лише з туризмом у вузькому значенні, а й із трансформацією мобільності під впливом українсько-російської війни. У цих країнах зросла роль транспортних коридорів, прикордонних регіонів, гуманітарної мобільності та змішаних переміщень, які не завжди є класичним туризмом, але впливають на інфраструктуру гостинності.

Варто підкреслити, що постковідне відновлення в країнах Центрально-Східної Європи не можна повністю відокремити від українсько-російської війни. З 2022 р. туристична система регіону функціонувала вже в новій безпековій реальності. Це особливо важливо для Польщі, Румунії, Словаччини та Угорщини, які межують з Україною або безпосередньо включені в транспортно-гуманітарні коридори, пов'язані з війною. У цьому контексті праці А. Кузишина та І. Поплавської є важливою методологічною основою, оскільки вони трактують війну та вимушену мілітаризацію Центрально-Східної Європи як чинники трансформації міжнародного туристичного бізнесу й туристичних потоків.

Польща після 2022 р. набула подвійної ролі. З одного боку, вона залишилася потужною туристичною дестинацією. З іншого – стала одним із ключових просторів транзиту, гуманітарної мобільності, тимчасового перебування та логістичної переорієнтації. Це вплинуло на готельну сферу, транспорт, прикордонні регіони та сприйняття країни як безпечного, але близького до воєнного простору напряду.

Румунія також отримала нове значення через прикордонне положення щодо України, зокрема в контексті Дунайського, чорноморського та карпатського напрямів. Проте її туристичне відновлення було менш рівномірним, оскільки туристичний потенціал країни просторово розосереджений, а транспортна інтеграція окремих регіонів не завжди відповідає масштабам ресурсної бази.

Словаччина й Угорщина мали м'якший, але також помітний вплив воєнного чинника. Їхні прикордонні регіони брали участь у гуманітарних і

транзитних переміщеннях, а туристичний бізнес змушений був адаптуватися до нової регіональної ситуації. Водночас Братислава, Будапешт, Татри, Балатон і термальні курорти залишалися туристичними напрямками, які поступово відновлювали класичну туристичну функцію.

Для Балтійських країн війна мала передусім безпеково-іміджевий вимір. Литва, Латвія та Естонія не межують безпосередньо з Україною, але розташовані на східному фланзі ЄС і НАТО, поруч із Росією та Білоруссю. Це впливало на сприйняття регіону частиною міжнародних туристів, особливо з далеких ринків. Відновлення туристичних потоків тут залежало не лише від скасування пандемічних обмежень, а й від здатності підтримувати імідж безпечних, стабільних і добре інтегрованих європейських DESTINATION.

Узагальнюючи просторові відмінності відновлення, можна стверджувати, що країни з диверсифікованою туристичною системою відновлювалися швидше. Польща є найбільш показовим прикладом, оскільки її туристичний простір не зводиться до одного міста чи одного типу туризму. Натомість країни зі значною концентрацією туристичних потоків у столиці були більш вразливими. Це стосується Чехії, Латвії, Естонії та частково Угорщини.

Другою закономірністю є зростання ролі природно-рекреаційних територій. Після пандемії туристи частіше обирали відкриті простори, гірські райони, курорти, природні парки, сільські території та менш урбанізовані DESTINATION. Це підвищило значення Словаччини, Румунії, польських Татр, Мазур, Балтійського узбережжя, угорського Балатону й термальних курортів.

Третьою закономірністю стало посилення ролі регіональної та наземної мобільності. Центрально-Східна Європа має високу щільність кордонів, що створює умови для коротких міждержавних подорожей. Після пандемії такі подорожі стали важливішими, оскільки туристи прагнули більшої гнучкості й меншої залежності від авіарейсів.

Четвертою закономірністю є вплив безпекового чинника. Після 2022 р. постковідне відновлення регіону було ускладнене війною в Україні. Для частини туристів Центрально-Східна Європа почала сприйматися крізь призму

близькості до воєнного простору, навіть якщо більшість країн регіону залишалися безпечними для подорожей. Це особливо вплинуло на країни східного флангу ЄС.

П'ятою закономірністю є нерівномірність відновлення між великими містами та периферійними DESTINATIONAMI. Великі міста швидше повертають міжнародних туристів за умови відновлення авіації, але водночас вони сильніше залежать від глобальної мобільності. Периферійні природні й рекреаційні території повільніше нарощують міжнародний попит, але можуть бути стійкішими завдяки внутрішньому туризму.

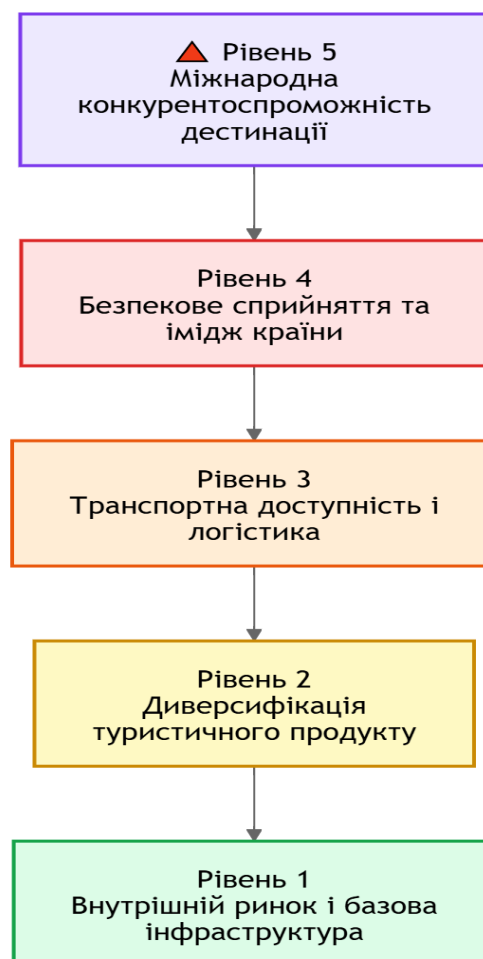


Рисунок 2. 5. Чинники просторового відновлення туристичних потоків країн Центрально-Східної Європи

Отже, просторові відмінності відновлення туристичних потоків у Центрально-Східній Європі визначалися поєднанням докризової туристичної

структури, наслідків пандемії, транспортної доступності, внутрішнього попиту та нових безпекових умов після 2022 р. Найстійкішою виявилася поліцентрична модель Польщі, яка поєднує міський, культурний, природний, приморський, гірський і транзитний туризм. Чехія швидко відновлювалася завдяки силі Праги, але залишалася вразливою через столичну концентрацію. Угорщина та Словаччина демонстрували помірне відновлення завдяки поєднанню міського, рекреаційного, термального й гірського туризму. Литва, Латвія та Естонія відновлювалися повільніше через менший масштаб ринку, концентрацію потоків у столицях і залежність від регіональної мобільності. Румунія мала значний потенціал, але її відновлення стримувалося інфраструктурною нерівномірністю та воєнно-безпековим контекстом.

Таким чином, постковідне відновлення міжнародних туристичних потоків у країнах Центрально-Східної Європи не було простим поверненням до стану 2019 р. Воно означало формування нової просторової логіки туризму, у якій зросла роль безпеки, регіональної мобільності, внутрішнього попиту, природно-рекреаційних дестинацій і диверсифікованих туристичних систем. Саме ці відмінності створюють підґрунтя для подальшого аналізу постковідних змін міжнародного туризму вже в умовах українсько-російської війни та вимушеної мілітаризації Центрально-Східної Європи.

Висновки до розділу 2

У другому розділі проаналізовано трансформацію міжнародних туристичних потоків у країнах Центрально-Східної Європи в ковідний період. Встановлено, що до пандемії COVID-19 досліджувані країни – Литва, Латвія, Естонія, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина та Румунія – демонстрували загалом позитивну динаміку міжнародного туризму, однак мали різний масштаб, структуру та просторову організацію туристичних потоків.

Найпотужніші позиції в доковідний період займали Польща, Чехія та Угорщина. Польща вирізнялася поліцентричною туристичною системою, Чехія – високою концентрацією міжнародного туризму в Празі, Угорщина – поєднанням міського, термального й рекреаційного туризму. Румунія демонструвала поступове зростання, тоді як Литва, Латвія, Естонія та Словаччина мали менші абсолютні показники, але важливе регіональне значення.

Пандемія COVID-19 спричинила різке скорочення міжнародних туристичних прибуттів, ночівель і доходів індустрії гостинності. Найбільш уразливими виявилися країни та міста, залежні від міжнародного міського туризму, авіасполучення, MICE-сектору й короткотермінових city-break подорожей. Особливо відчутних втрат зазнали Прага, Будапешт, Рига, Таллінн, Варшава та інші великі міські центри.

Водночас пандемія посилила значення внутрішнього, регіонального, природно-рекреаційного та автомобільного туризму. Відносно стійкішими були території з диверсифікованою туристичною структурою, розвиненим внутрішнім ринком і доступними природними дестинаціями. Це найбільш виразно проявилось в Польщі, Словаччині, Румунії та частково Угорщині.

Індустрія гостинності в умовах COVID-19 зазнала не лише кількісних втрат, а й структурної перебудови. Туристичний бізнес перейшов до гнучких моделей бронювання, цифрових сервісів, малих груп, індивідуальних маршрутів, локального попиту та посилених безпекових протоколів. Пандемія виявила потребу в диверсифікації туристичного продукту, кризовому менеджменті та зменшенні залежності від окремих ринків.

Постковідне відновлення туристичних потоків у регіоні було нерівномірним. Найкращі передумови мала Польща завдяки поліцентричності та великому внутрішньому ринку. Чехія швидко відновлювалася завдяки силі Праги, але залишалася вразливою через столичну концентрацію. Балтійські країни та Румунія демонстрували повільнішу й більш залежну від зовнішніх чинників динаміку.

Отже, ковідний період став переломним етапом для міжнародного туризму Центрально-Східної Європи. Він зруйнував докризову модель стабільного зростання, посилив просторову нерівномірність туристичних потоків і створив передумови для нової логіки розвитку туризму, що ґрунтується на стійкості, безпеці, регіональній мобільності та адаптивності туристичного бізнесу.

РОЗДІЛ 3. ПОСТКОВІДНІ ЗМІНИ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ У ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНІЙ ЄВРОПІ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1. Постковідне відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи

Постковідне відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи стало складним і нерівномірним процесом, який не можна звести лише до механічного повернення туристичних потоків до рівня 2019 р. Пандемія COVID-19 не тільки тимчасово обмежила мобільність, а й змінила структуру попиту, поведінку туристів, пріоритети туристичного бізнесу, логіку транспортного сполучення та критерії вибору дестинацій. Тому 2022–2024 рр. доцільно розглядати як етап не простого відновлення, а **переформатування** міжнародного туризму в умовах нової просторової, економічної й безпекової реальності.

У глобальному вимірі 2024 р. став роком фактичного повернення міжнародного туризму до доковідних масштабів. За оцінками UN Tourism, у світі було зафіксовано близько 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів, що становило 99% від рівня 2019 р. Європа як найбільший туристичний макрорегіон світу прийняла 747 млн міжнародних туристичних прибуттів, перевищивши рівень 2019 р. на 1% і рівень 2023 р. на 5%. Це створює загальний контекст для аналізу Центрально-Східної Європи: регіон відновлювався в межах ширшого європейського піднесення, але з власними просторовими відмінностями.

Для Європейського Союзу важливим індикатором відновлення є кількість ночівель у туристичних засобах розміщення. Eurostat зафіксував, що у 2024 р. кількість ночівель у туристичному розміщенні ЄС зросла на 2,7% порівняно з 2023 р. і вперше перевищила 3 млрд ночівель. Це означає, що європейський туризм не лише відновився кількісно, а й почав переходити до нової фази зростання. Водночас відновлення було нерівномірним: країни з потужним внутрішнім ринком, диверсифікованою туристичною пропозицією та

розвиненою транспортною доступністю відновлювалися швидше, ніж DESTИНАЦІЇ, залежні від окремих міжнародних ринків або авіаційної мобільності.

Постковідне відновлення в Центрально-Східній Європі мало кілька основних ознак. По-перше, воно було нерівномірним за країнами. Польща та Чехія швидше поверталися до високих показників завдяки потужним туристичним брендам, розвиненій інфраструктурі й різним типам туристичних продуктів. Угорщина та Словаччина демонстрували помірне, але стабільне відновлення завдяки поєднанню міського, рекреаційного, гірського й оздоровчого туризму. Литва, Латвія та Естонія відновлювалися повільніше через менший масштаб туристичних ринків, залежність від столичних центрів і окремих зовнішніх потоків. Румунія мала значний ресурсний потенціал, але її відновлення залишалося просторово неоднорідним.

По-друге, постковідне відновлення було структурно зміненим. Повернення кількості подорожей не означало автоматичного повернення доковідної моделі туризму. Туристи стали більш чутливими до безпеки, вартості поїздок, гнучкості бронювання, транспортної доступності й політичної стабільності. Зросла роль ближніх ринків, внутрішньорегіональних переміщень, коротких подорожей, автомобільної мобільності, природно-рекреаційних напрямів і DESTИНАЦІЙ із нижчою щільністю відвідувачів.

По-третє, відновлення туризму в країнах Центрально-Східної Європи з 2022 р. майже одразу наклалося на новий зовнішній чинник – українсько-російську війну. Тому постковідний період у цьому регіоні не можна розглядати як стабільний період виходу з пандемічної кризи. Він відбувався в умовах воєнної напруги, зміни транспортної логістики, зростання ролі прикордонних територій, посилення безпекового сприйняття та переорієнтації частини мобільності.

Для країн Центрально-Східної Європи показники ночівель підтверджують відмінність масштабів туристичних ринків. Польща має найбільший внутрішній і міжнародний туристичний потенціал серед досліджуваних країн. Чехія, Угорщина та Румунія формують середню групу за масштабом туристичної

активності. Словаччина має менший, але стабільний ринок, значною мірою пов'язаний із гірським, природним і регіональним туризмом. Литва, Латвія та Естонія мають компактніші туристичні системи, де значну роль відіграють столиці, балтійська мобільність і сусідні ринки.

Польща в постковідний період демонструвала одну з найстійкіших моделей відновлення. Її перевагою був великий внутрішній ринок, широка мережа туристичних центрів і диверсифікована структура пропозиції. Варшава, Краків, Гданськ, Вроцлав, Познань, Люблін, Закопане, Балтійське узбережжя та Мазури створюють поліцентричну туристичну систему, у якій падіння або уповільнення одного сегмента може частково компенсуватися іншими напрямками. У постковідний період це дозволило Польщі активніше відновлювати як внутрішній, так і міжнародний туризм.

Особливо важливо, що Польща після 2022 р. одночасно виконувала кілька функцій: туристичної дестинації, транзитної території, гуманітарного простору та логістичного вузла. З одного боку, це ускладнювало структуру мобільності; з іншого – підвищувало роль транспортної й готельної інфраструктури. У прикордонних регіонах із Україною зросло навантаження на транспорт, розміщення та сервісні послуги, хоча не всі ці переміщення мали класичний туристичний характер.

Чехія відновлювалася через повернення міжнародного міського туризму, насамперед до Праги. Після падіння 2020–2021 рр. саме Прага знову стала головним центром відновлення туристичної активності. Її сильними сторонами залишалися культурна спадщина, архітектурний образ, розвинена готельна база, міжнародне авіасполучення та висока впізнаваність на туристичному ринку. Проте така модель має і ризики: надмірна концентрація міжнародного туризму в одному місті робить країну вразливою до повторних криз міської мобільності.

Угорщина демонструвала поступове відновлення завдяки поєднанню Будапешта, Балатону та термальних курортів. Будапешт повертав позиції як центр міського, культурного, гастрономічного й ділового туризму, тоді як рекреаційні та оздоровчі дестинації підтримували ширшу сезонність попиту.

Угорська модель важлива тим, що показує переваги поєднання столиці з лікувально-оздоровчою та рекреаційною спеціалізацією.

Словаччина відновлювалася повільніше, але її туристична система мала потенціал стійкості через природно-рекреаційний профіль. Високі Татри, Низькі Татри, термальні курорти, Братислава й Кошице формували основу туристичного відновлення. Значення мало й те, що Словаччина добре інтегрована в наземну мобільність Центральної Європи: туристи з Чехії, Польщі, Угорщини та Австрії можуть відносно легко подорожувати автомобільним або залізничним транспортом.

Румунія мала складну траєкторію. Її туристичний потенціал є значним, але відновлення не було рівномірним. Бухарест, Трансильванія, Карпати, Чорноморське узбережжя та культурні ландшафти мають різний рівень міжнародної впізнаваності й транспортної доступності. У постковідний період Румунія могла використовувати переваги природного, культурного, сільського й рекреаційного туризму, однак інфраструктурні диспропорції та безпеково-логістичний контекст після 2022 р. стримували повноцінне відновлення.

Балтійські країни відновлювалися через повернення міського, культурного, морського й регіонального туризму. Литва спиралася на Вільнюс, Каунас, Клайпеду й Куршську косу; Латвія – на Ригу та Юрмалу; Естонія – на Таллінн, Тарту й Пярну. Однак Латвія та Естонія залишалися серед країн, які, за даними European Travel Commission, у 2024 р. ще не повністю повернулися до рівня 2019 р. за окремими показниками міжнародних туристичних прибуттів. У тому ж звіті серед таких DESTINATION також згадується Румунія.

Постковідне відновлення також відрізнялося за типами туризму. Найшвидше почали відновлюватися індивідуальні поїздки, короткі міські подорожі, природно-рекреаційний туризм і регіональні переміщення. Повільніше відновлювалися MICE-сегмент, далекі міжнародні групові тури, окремі авіазалежні city-break напрями та подієвий туризм. Це пояснюється тим, що після пандемії туристи зберігали обережність щодо великих скупчень, складних маршрутів і довгострокового планування.

Таблиця 3.1

Регіональні особливості постковідного відновлення міжнародного туризму

Країна	Основні опори відновлення	Основні обмеження
Литва	Вільнюс, Каунас, Клайпеда, балтійські маршрути	невеликий масштаб ринку, залежність від регіональних потоків
Латвія	Рига, Юрмала, авіаційний вузол	повільніше повернення міжнародних прибуттів, залежність від столиці
Естонія	Таллінн, фінський і скандинавський ринки	залежність від морської та авіаційної мобільності
Польща	поліцентрична система, внутрішній ринок, міста й природні дестинації	поєднання туристичної та гуманітарно-транзитної мобільності
Чехія	Прага, культурний туризм, авіадоступність	надмірна концентрація туристів у столиці
Словаччина	Татри, Братислава, регіональні поїздки	менший масштаб міжнародного ринку
Угорщина	Будапешт, Балатон, термальні курорти	залежність столиці від міжнародного попиту
Румунія	Карпати, Трансильванія, Бухарест, море	інфраструктурна нерівномірність, повільніше повернення до 2019 р.

У просторовому плані постковідне відновлення формувало нову ієрархію дестинацій. Великі міста з потужною впізнаваністю швидко повертали міжнародних туристів, але залишалися залежними від авіапотоків. Природно-рекреаційні території мали стабільніший внутрішній і регіональний попит, але не завжди швидко нарощували іноземний сегмент. Прикордонні й транзитні території після 2022 р. набули нових функцій, пов'язаних із логістикою, гуманітарними переміщеннями та безпековою інфраструктурою.

У цьому сенсі постковідне відновлення можна описати як перехід від моделі зростання до моделі стійкості. До пандемії успішність дестинації часто вимірювалася збільшенням кількості туристів. Після 2020 р. важливішими стали інші характеристики: здатність працювати з різними ринками, витримувати

кризові шоки, швидко змінювати туристичний продукт, підтримувати безпечний імідж, диверсифікувати транспортні канали й уникати надмірної залежності від одного сегмента.

Для країн Центрально-Східної Європи одним із найважливіших чинників стала диверсифікація туристичного продукту. Польща завдяки поєднанню міст, моря, гір, озер, культурної спадщини й транзитних функцій мала найширшу основу для відновлення. Угорщина поєднувала Будапешт, Балатон і термальні курорти. Румунія мала потужну ресурсну базу, але її ефективність залежала від інфраструктурної інтеграції. Словаччина використовувала гірський і природний туризм. Чехія, Латвія та Естонія мали сильні столиці, але водночас стикалися з проблемою надмірної концентрації.

Другим важливим чинником була транспортна доступність. Відновлення авіасполучення забезпечило повернення city-break туризму до Праги, Будапешта, Риги, Вільнюса й Таллінна. Водночас наземна мобільність підтримувала Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Саме наземний транспорт став важливим у постковідний період, оскільки частина туристів надавала перевагу автомобільним подорожам і ближчим маршрутам.

Третім чинником стало безпекове сприйняття. До 2022 р. воно переважно стосувалося санітарної безпеки: правил тестування, вакцинації, доступу до медичних послуг, щільності туристів. Після початку повномасштабної війни в Україні безпековий вимір розширився до воєнно-політичного сприйняття регіону. Навіть якщо більшість країн Центрально-Східної Європи залишалися безпечними для туризму, їхня близькість до зони війни впливала на рішення частини туристів.

Четвертим чинником був ціновий аспект. Після пандемії туризм відновлювався в умовах інфляції, зростання вартості енергоносіїв, подорожчання авіаквитків і нестачі персоналу в індустрії гостинності. Це впливало на доступність туристичних послуг і структуру попиту. Частина туристів обирала ближчі, дешевші або коротші подорожі, що підтримувало внутрішньорегіональну мобільність.

Отже, постковідне відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи характеризувалося поєднанням загальноєвропейського зростання та регіональної асиметрії. На рівні Європи 2024 р. засвідчив фактичне повернення міжнародного туризму до доковідних масштабів: Європа перевищила рівень 2019 р. за міжнародними прибуттями, а туристичне розміщення ЄС уперше перевищило 3 млрд ночівель. Проте всередині Центрально-Східної Європи відновлення залишалося різношвидкісним.

Найбільш стійкою була польська модель, що ґрунтувалася на поліцентричності, масштабі внутрішнього ринку та диверсифікації туристичного продукту. Чехія й Угорщина відновлювалися завдяки сильним столичним брендам, але зберігали залежність від міжнародного міського туризму. Словаччина поступово відновлювалася через гірський, природний і регіональний туризм. Литва, Латвія та Естонія мали компактні туристичні системи з високою роллю столиць і сусідніх ринків. Румунія залишалася країною значного потенціалу, але з нерівномірною просторовою реалізацією.

Таким чином, постковідне відновлення міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі не означало повернення до попередньої моделі 2019 р. Воно сформувало нову логіку розвитку, у якій вирішальними стали стійкість, безпека, гнучкість, диверсифікація, регіональна мобільність і здатність туристичного бізнесу працювати в умовах послідовних криз. Саме ця трансформація створює основу для подальшого аналізу впливу українсько-російської війни на міжнародний туристичний бізнес країн Центрально-Східної Європи.

3.2. Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в регіоні

Українсько-російська війна стала одним із ключових чинників, що ускладнив постковідне відновлення міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі. Якщо пандемія COVID-19 спричинила переважно санітарно-епідеміологічну та мобільнісну кризу, то повномасштабна війна Росії проти України з 2022 р. сформувала нову безпекову, логістичну, економічну та психологічну реальність для туристичного бізнесу. Її вплив не був однаковим для всіх країн регіону, однак саме Центрально-Східна Європа опинилася в зоні найбільш відчутної трансформації туристичних потоків, транспортних маршрутів, готельного бізнесу, авіаційної доступності та міжнародного іміджу DESTINATION.

У загальноєвропейському вимірі туризм у 2024 р. майже повністю відновився після пандемії. UN Tourism зазначає, що у 2024 р. у світі було зафіксовано близько 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів, тобто 99% від рівня 2019 р.; Європа прийняла 747 млн міжнародних туристів, що на 1% більше, ніж у 2019 р. Водночас саме Центральна та Східна Європа залишалася винятком серед європейських субрегіонів, оскільки багато DESTINATION досі відчували наслідки російської агресії проти України.

Отже, для Центрально-Східної Європи війна стала чинником, який не зупинив туризм повністю, але змінив умови його функціонування. Туристичний бізнес змушений був працювати одночасно з кількома викликами: безпековим сприйняттям регіону, зростанням витрат, енергетичною нестабільністю, інфляцією, зміною авіамаршрутів, скороченням потоків із Росії, Білорусі та України, а також появою значних гуманітарних і транзитних переміщень.

Першим і найбільш очевидним наслідком війни стало посилення безпекового чинника. Для туриста рішення про подорож формується не лише на основі ціни, доступності чи привабливості DESTINATION, а й на основі відчуття безпеки. Після 2022 р. частина потенційних туристів почала сприймати Центрально-Східну Європу як регіон, географічно наближений до війни. Це

особливо стосувалося далеких ринків, де просторове розуміння Європи є менш деталізованим, а країни Балтії, Польща, Румунія чи Словаччина могли сприйматися як частина ширшої «східноєвропейської зони ризику».

Водночас важливо підкреслити, що такий ризик був радше перцептивним, ніж фактичним. Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Литва, Латвія та Естонія залишалися безпечними країнами для міжнародного туризму. Однак у туристичному бізнесі сприйняття часто має не менше значення, ніж реальний стан безпеки. Якщо турист або туроператор вважає напрям ризикованим, це може призвести до перенесення поїздки, вибору іншої DESTИНАЦІЇ або зміни маршруту.

Другим важливим наслідком стала транспортно-логістична перебудова. Закриття повітряного простору України, обмеження польотів над частиною Східної Європи, санкційні обмеження щодо Росії та Білорусі, а також зміна транзитних коридорів вплинули на авіаційний ринок. Для країн Центрально-Східної Європи це означало зростання ролі аеропортів Варшави, Кракова, Жешува, Бухареста, Будапешта, Праги, Вільнюса, Риги й Таллінна як альтернативних вузлів мобільності.

Особливе значення отримала Польща. Її транспортна система стала одним із головних коридорів для переміщення людей, гуманітарної допомоги, дипломатичних делегацій, журналістів, волонтерів і представників міжнародних організацій. Це створило специфічне навантаження на готельний сектор, транспортні послуги, прикордонні регіони та міста, розташовані поблизу українського кордону. Водночас не всі ці переміщення можна вважати туризмом у класичному розумінні, але вони прямо впливали на інфраструктуру гостинності.

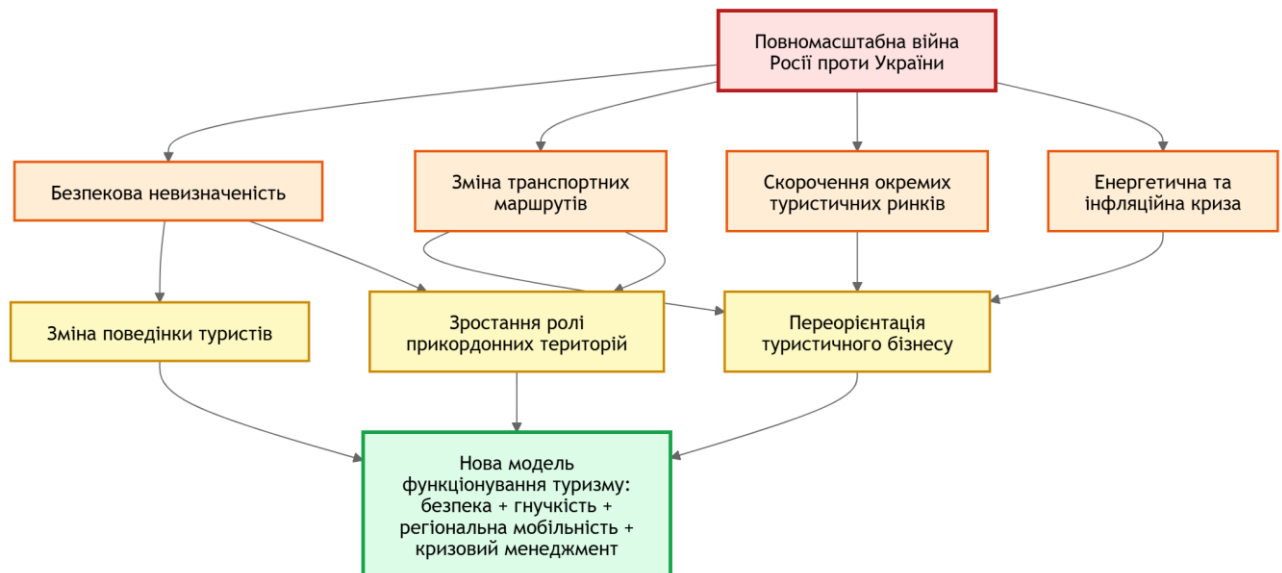


Рисунок 3.1. Каскадна модель впливу війни на туристичний бізнес Центрально-Східної Європи

Третім наслідком стала зміна структури туристичних ринків. До 2022 р. для окремих країн Центрально-Східної Європи певне значення мали туристи з Росії, Білорусі та України. Після початку повномасштабної війни ці потоки суттєво змінилися. Російський туристичний ринок для більшості країн ЄС фактично втратив значення через санкції, візові обмеження, політичну напругу та морально-етичний контекст. Білоруський ринок також скоротився через політичну ізоляцію та обмеження мобільності. Український потік трансформувався: значна частина переміщень українців до Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини, Румунії та країн Балтії мала не туристичний, а вимушений, гуманітарний, трудовий або транзитний характер.

Це особливо важливо для статистичної інтерпретації. Зростання кількості ночівель або перетинів кордону не завжди означає зростання туризму. У воєнний період частина мобільності пов'язана з евакуацією, тимчасовим захистом, родинними поїздками, волонтерською діяльністю, службовими відрядженнями, журналістикою, дипломатією чи логістикою. Тому аналіз туристичних потоків у країнах Центрально-Східної Європи після 2022 р. потребує обережності: необхідно розрізняти класичний туризм, вимушену мобільність і змішані форми переміщення.

Четвертим напрямом впливу стала енергетична та інфляційна криза. Війна спричинила зростання цін на енергоносії, продукти, транспорт і комунальні послуги. Для готелів, ресторанів, перевізників, туристичних операторів і закладів дозвілля це означало збільшення операційних витрат. European Travel Commission ще у 2022 р. зазначала, що війна в Україні, енергетична криза, висока інфляція та ризики економічного спаду створювали негативний фон для відновлення європейського туризму, хоча сектор загалом демонстрував стійкість.

Для туристичного бізнесу це мало кілька наслідків. По-перше, зросла собівартість послуг. По-друге, підвищилися ціни для туристів. По-третє, частина споживачів почала обирати коротші, ближчі або дешевші подорожі. По-четверте, підприємства гостинності були змушені оптимізувати витрати, впроваджувати енергоощадні технології, скорочувати сезонні витрати або переглядати цінову політику.

П'ятим напрямом стала переорієнтація туристичного бізнесу на нові ринки. Втрата або скорочення окремих східних ринків змусила DESTINACIЇ активніше працювати з туристами з ЄС, Великої Британії, США, Скандинавії, Німеччини, Італії, Франції, Іспанії та внутрішньорегіонального простору. Польща, Чехія та Угорщина мали кращі можливості для такої переорієнтації завдяки впізнаваності туристичних брендів. Балтійські країни потребували активнішої комунікації безпеки, оскільки їхнє розташування біля Росії та Білорусі впливало на сприйняття частини туристів.

Найбільш комплексний вплив війни відчула Польща. Вона стала головним західним коридором для України, прийняла значну кількість вимушених переселенців, забезпечувала транзит людей і вантажів, а також зберегла роль великої туристичної DESTINACIЇ. Для польського туристичного бізнесу це означало поєднання класичного туризму з гуманітарною, транзитною, діловою та службовою мобільністю. Варшава, Краків, Люблін, Жешув, Перемишль і прикордонні території отримали нові функції. Жешув, зокрема, перетворився на важливий логістичний вузол, що вплинуло на готельний і транспортний сектор.

Румунія також опинилася в зоні прямого впливу війни через кордон з Україною, Дунайський напрям і Чорноморський регіон. Її туристичний бізнес зазнав подвійного ефекту. З одного боку, країна залишалася перспективною дестинацією з Карпатами, Трансильванією, Бухарестом і морським узбережжям. З іншого – близькість до воєнного простору, чорноморська безпекова ситуація та логістичні зміни впливали на сприйняття країни частиною туристів.

Словаччина мала помітний прикордонний вплив, хоча її туристична система більше орієнтована на гірський, рекреаційний і регіональний туризм. Війна посилила роль східної Словаччини як простору гуманітарного транзиту, але основні туристичні дестинації – Високі Татри, Братислава, Кошице, термальні курорти – продовжували функціонувати в межах загальноєвропейського відновлення.

Угорщина мала особливу ситуацію. Вона межує з Україною, однак її туристичний бізнес значною мірою концентрується в Будапешті, на Балатоні та в термальних курортах. Війна впливала через енергетичні ціни, інфляцію, транзитні переміщення й загальне безпекове тло, але не зруйнувала основні туристичні функції країни. Будапешт поступово відновлював міжнародний міський туризм, хоча зберігав залежність від авіапотоків і зовнішнього попиту.

Чехія не має кордону з Україною, але прийняла значну кількість українців і відчула економічні та соціальні наслідки війни. Для туризму головним було не прикордонне навантаження, а зміна структури попиту, інфляційний тиск і потреба підтримувати імідж безпечної дестинації. Прага залишалася потужним центром міжнародного туризму, однак туристичний бізнес працював в умовах вищих витрат і нової регіональної невизначеності.

Литва, Латвія та Естонія мали особливий тип впливу. Вони не межують з Україною, але є країнами східного флангу ЄС і НАТО, безпосередньо сусідять із Росією та/або Білоруссю. Тому для них ключовим став не гуманітарно-транзитний, а безпеково-іміджевий чинник. Туристичний бізнес Балтії мав доводити, що регіон залишається безпечним, стабільним і європейським.

Водночас скорочення російського та білоруського туристичного потоку було для Балтійських країн відчутнішим, ніж для деяких інших країн регіону.

Таблиця 3.8

Регіональні особливості впливу війни на туристичний бізнес

Країна	Провідний тип впливу	Основні наслідки
Польща	прикордонно-логістичний і гуманітарний	зростання ролі транзиту, навантаження на готелі й транспорт, зміна функцій прикордонних міст
Румунія	прикордонно-чорноморський	вплив безпеки Чорноморського регіону, зміна логістики, обережність частини туристів
Словаччина	прикордонно-регіональний	гуманітарний транзит, збереження ролі гірського туризму
Угорщина	транзитно-економічний	вплив інфляції, енергетики, транзиту, збереження ролі Будапешта й курортів
Чехія	економічно-іміджевий	інфляційний тиск, прийом українців, збереження туристичної сили Праги
Литва	безпеково-балтійський	скорочення східних ринків, потреба в комунікації безпеки
Латвія	безпеково-ринковий	втрата частини східного попиту, залежність Риги від міжнародної мобільності
Естонія	безпеково-скандинавський	переорієнтація на фінський, скандинавський і європейський попит

Окремо слід наголосити на вимушеній мілітаризації простору Центрально-Східної Європи, про яку йдеться у працях А. Кузишина та І. Поплавської. Вона проявляється не лише у військовій присутності чи оборонній інфраструктурі, а й у зміні повсякденного функціонування регіону: посиленні контролю кордонів,

зростанні ролі логістики, переорієнтації транспортних потоків, збільшенні кількості службових і гуманітарних переміщень, зміні інформаційного образу території. Для туризму це означає, що дестинації змушені одночасно бути привабливими, відкритими й безпечними.

Війна також вплинула на MICE-сектор. З одного боку, частина міжнародних конференцій, форумів і бізнес-подій могла уникати східного флангу Європи через безпекове сприйняття. З іншого боку, зросла кількість заходів, присвячених Україні, безпеці, відбудові, гуманітарній допомозі, європейській інтеграції, обороні, логістиці та регіональній стійкості. Варшава, Прага, Вільнюс, Рига, Таллінн, Бухарест і Братислава стали майданчиками для подій, пов'язаних із новою геополітичною ситуацією.

Для готельного бізнесу війна мала неоднозначний вплив. У прикордонних і транзитних містах попит на розміщення міг зростати через вимушених переселенців, волонтерів, журналістів, дипломатів, представників міжнародних організацій і службові поїздки. Проте такий попит не завжди був туристичним і не завжди забезпечував класичну туристичну додану вартість. У столичних і туристичних містах головним завданням залишалося повернення класичних туристів і підтримання іміджу безпеки.

З погляду туристичного бізнесу, війна актуалізувала поняття кризового менеджменту дестинацій. Підприємства й органи управління туризмом повинні були не лише продавати туристичний продукт, а й пояснювати ситуацію, комунікувати безпеку, швидко реагувати на зміни правил, підтримувати партнерські мережі, працювати з медіаобразом країни та уникати панічних інтерпретацій. Для країн Балтії це означало активне просування іміджу безпечних, цифрових і стабільних європейських держав. Для Польщі, Румунії, Словаччини й Угорщини – поєднання туристичної промоції з роллю країн підтримки України.

Водночас війна створила і нові тематичні напрями для туризму, хоча вони потребують обережного етичного підходу. Йдеться не про комерціалізацію війни, а про зростання інтересу до тем безпеки, пам'яті, солідарності,

гуманітарної допомоги, європейської інтеграції, прикордонних просторів і майбутньої відбудови України. У перспективі це може вплинути на розвиток меморіального, освітнього, волонтерського, дипломатичного та професійного туризму в регіоні.

У підсумку українсько-російська війна стала для туристичного бізнесу Центрально-Східної Європи не лише зовнішнім шоком, а й чинником довготривалої перебудови. Вона змінила структуру мобільності, посилила значення безпеки, зменшила роль східних туристичних ринків, підвищила значення прикордонних і транзитних територій, актуалізувала кризовий менеджмент і змусила бізнес працювати в умовах постійної невизначеності.

Найбільш комплексно війна вплинула на Польщу, Румунію, Словаччину та Угорщину як країни, безпосередньо пов'язані з українським прикордонним і транзитним простором. Чехія відчула вплив через економічні, соціальні та іміджеві канали. Литва, Латвія та Естонія зіткнулися передусім із безпеково-іміджевими наслідками, пов'язаними з їхнім положенням на східному фланзі ЄС і НАТО.

Таким чином, міжнародний туристичний бізнес у країнах Центрально-Східної Європи після 2022 р. функціонує в умовах багатофакторної кризи, де постковідне відновлення поєднується з воєнною невизначеністю, інфляцією, логістичною перебудовою та зміною поведінки туристів. Водночас регіон демонструє значну адаптивність: туристичні підприємства переорієнтують ринки, розвивають гнучкі продукти, посилюють безпекову комунікацію та використовують переваги регіональної мобільності. Саме ця адаптивність є ключовою умовою подальшого розвитку міжнародного туризму Центрально-Східної Європи в умовах тривалої геополітичної нестабільності.

3.3. Нові тенденції міжнародного туризму в Центральній-Східній Європі: безпека, логістика, прикордонність, внутрішньорегіональні потоки

Постковідний період у країнах Центрально-Східної Європи характеризується не лише відновленням кількісних показників міжнародного туризму, а й формуванням нової логіки туристичної мобільності. Пандемія COVID-19 змінила поведінку туристів, посилила роль безпеки, гнучкості та цифрових сервісів, а українсько-російська війна після 2022 р. додала до цих чинників новий безпеково-геополітичний вимір. У результаті міжнародний туризм у Литві, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині та Румунії розвивається вже не за докризовою моделлю 2019 р., а в умовах багатфакторної трансформації.

У загальноєвропейському контексті 2024 р. засвідчив повернення міжнародного туризму майже до доковідного рівня. За даними UN Tourism, у світі було зафіксовано близько 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів, що становило 99% рівня 2019 р.; Європа прийняла 747 млн міжнародних туристів, тобто на 1% більше, ніж у 2019 р. Однак Центральна та Східна Європа залишалася простором нерівномірного відновлення, оскільки на постковідну динаміку тут наклався вплив російської агресії проти України. European Travel Commission зазначала, що європейський туризм у 2024 р. загалом перевищив доковідний рівень, але частина дестинацій, зокрема Латвія, Румунія та Естонія, ще залишалися нижче рівня 2019 р. за окремими показниками міжнародних прибуттів.

Першою ключовою тенденцією стала безпекова переорієнтація туристичного попиту. До пандемії безпека переважно сприймалася як загальна умова подорожі, яка рідко визначала вибір дестинації в межах ЄС. Після 2020 р. безпека набула санітарного змісту, а після 2022 р. – воєнно-геополітичного. Для туристів дедалі важливішими стали не лише вартість і привабливість подорожі, а й стабільність країни, передбачуваність правил, доступність транспорту, інформаційна прозорість і віддаленість від зон ризику.

У країнах Центрально-Східної Європи безпековий чинник проявився неоднаково. Польща, Словаччина, Угорщина та Румунія безпосередньо межують з Україною або мають тісний транспортно-гуманітарний зв'язок з українським простором. Литва, Латвія та Естонія не межують з Україною, але розташовані на східному фланзі ЄС і НАТО, поруч із Росією та Білоруссю. Чехія географічно віддаленіша від безпосередньої прикордонної зони, але також відчула вплив війни через прийом українців, зміну регіонального іміджу та економічні наслідки. Тому безпека стала не лише реальною умовою функціонування туризму, а й елементом туристичного брендингу.

Другою тенденцією є зміна транспортної логістики. Закриття повітряного простору України, санкційні обмеження щодо Росії та Білорусі, переорієнтація авіаційних маршрутів, зростання ролі наземного транспорту та посилення значення прикордонних переходів вплинули на всю мобільність регіону. Польща, Румунія, Словаччина й Угорщина стали не лише туристичними дестинаціями, а й важливими транзитними просторами. Варшава, Краків, Жешув, Бухарест, Будапешт, Кошице, Братислава та прикордонні міста отримали додаткове логістичне значення.

Після COVID-19 туристи почали активніше обирати ближчі й гнучкіші маршрути. Автомобільні та залізничні подорожі стали важливішими, оскільки вони дають змогу швидше змінювати маршрут, уникати залежності від авіарейсів і краще контролювати умови поїздки. Для Центрально-Східної Європи це має особливе значення: регіон має високу щільність кордонів, короткі міждержавні відстані та значний потенціал для внутрішньорегіональної мобільності.

Третьою тенденцією є посилення прикордонності як туристичного й логістичного чинника. До 2022 р. прикордонність у Центрально-Східній Європі здебільшого розглядалася як ресурс транскордонного туризму, культурних маршрутів, малого прикордонного руху, спільної спадщини та регіональної співпраці. Після початку повномасштабної війни вона набула нового змісту: прикордонні території стали просторами гуманітарної мобільності, транзиту,

волонтерських переміщень, тимчасового розміщення, інформаційної підтримки та логістичного забезпечення.

У Польщі це особливо проявилось в ролі Підкарпатського та Люблінського воєводств, а також міст Перемишль, Жешув і Люблін. У Румунії важливими стали прикордонні та дунайські напрямки, пов'язані з Україною та Чорноморським регіоном. У Словаччині й Угорщині східні прикордонні райони також виконували гуманітарно-транзитну функцію. Водночас прикордонність не завжди прямо збільшувала класичний туризм; часто вона змінювала функціональне навантаження на готелі, транспорт, заклади харчування й сервісну інфраструктуру.

Четвертою тенденцією є зростання внутрішньорегіональних туристичних потоків. Після пандемії туристи частіше обирають близькі, зрозумілі й транспортно доступні напрями. Це посилює переміщення між країнами Балтії, між Польщею, Чехією та Словаччиною, між Угорщиною, Словаччиною та Румунією. У такій моделі Центрально-Східна Європа функціонує не лише як сукупність окремих держав, а як мережа сусідніх дестинацій, пов'язаних короткими маршрутами, спільною історичною спадщиною, культурною близькістю та відносною ціною доступності.

Ця тенденція узгоджується із загальноєвропейським зростанням туристичної активності. Eurostat фіксував, що у 2024 р. кількість ночівель у туристичному розміщенні ЄС перевищила 3 млрд, а міжнародні ночівлі зростали швидше, ніж внутрішні. Це означає, що міжнародний попит повернувся, але його структура стала більш регіоналізованою: значну роль відіграють коротко- і середньодистанційні поїздки, особливо в межах Європи.

П'ятою тенденцією є зміна ролі міського туризму. До пандемії Прага, Будапешт, Варшава, Краків, Рига, Таллінн і Вільнюс активно розвивалися як центри city-break туризму. Пандемія тимчасово зруйнувала цю модель, а війна додала до неї безпековий вимір. У постковідний період міський туризм повертається, але вже в іншому форматі: туристи частіше очікують якісної

інфраструктури, безпечного середовища, меншої скупченості, цифрових сервісів і гнучкості планування.

Прага та Будапешт залишаються найсильнішими міськими брендами серед досліджуваних країн. Варшава, Краків, Гданськ і Вроцлав формують поліцентричну міську туристичну систему Польщі. Рига й Таллінн відновлюють позиції, але залежать від повернення авіаційної, морської та регіональної мобільності. Вільнюс і Каунас мають потенціал компактного культурного, подієвого й креативного туризму.

Шостою тенденцією є зростання ролі природно-рекреаційного та оздоровчого туризму. Після COVID-19 туристи більше цінують відкриті простори, природні ландшафти, гірські території, менш перевантажені маршрути та оздоровчі практики. Це посилює значення Словаччини з її Татрами, Румунії з Карпатами й Трансильванією, Польщі з Татрами, Мазурами та Балтійським узбережжям, Угорщини з термальними курортами й Балатоном, Литви з Куршською косою, Латвії з Юрмалою та Естонії з приморськими й острівними територіями.

Сьомою тенденцією є переорієнтація маркетингу DESTINACIЙ. Туристичний маркетинг у регіоні дедалі більше фокусується не лише на атракціях, а й на повідомленнях про безпеку, сталість, доступність і автентичність. Для Балтійських країн важливо підкреслювати стабільність, цифрову модерність і європейську інтегрованість. Для Польщі – поєднання культурної спадщини, сучасної інфраструктури та ролі безпечного логістичного центру. Для Румунії – природну й культурну різноманітність. Для Словаччини – гірський і рекреаційний потенціал. Для Чехії та Угорщини – силу міських брендів і можливості виходу за межі столичних маршрутів.

Восьмою тенденцією є розвиток короткотермінових і гнучких форм розміщення. Після пандемії туристи активніше використовують онлайн-платформи, апартamenti, короткотермінову оренду та гнучкі бронювання. У 2024 р. Eurostat повідомляв про значне зростання ночівель, заброньованих через великі онлайн-платформи короткотермінової оренди в ЄС; у першому кварталі

2024 р. таких ночівель було 123,7 млн, що на 28,3% більше, ніж роком раніше. Для Центрально-Східної Європи це означає зростання ролі цифрової платформи як посередника між туристом і дестинацією, але також створює ризики для житлового ринку великих міст.

Дев'ятою тенденцією є посилення ролі сталого й відповідального туризму. Пандемія та війна показали вразливість масових туристичних моделей, залежних від великих потоків, авіап перевезень і сезонної концентрації. Натомість дедалі більшої ваги набувають туризм малих груп, локальні маршрути, культурна автентичність, екотуризм, сільський туризм, гастрономічні маршрути, меморіальні практики та підтримка місцевих громад. У Центрально-Східній Європі це особливо важливо, оскільки регіон має значну кількість малих міст, периферійних територій, прикордонних громад і природно-культурних ландшафтів, які можуть стати основою для більш збалансованої туристичної моделі.

Десятою тенденцією є формування нової ролі України в туристичній уяві регіону. У період активної фази війни Україна не може повноцінно функціонувати як класична міжнародна туристична дестинація. Водночас вона стала центральним фактором переосмислення Центрально-Східної Європи. Туризм у сусідніх країнах дедалі більше пов'язується з темами солідарності, безпеки, гуманітарної підтримки, майбутньої відбудови, транскордонної співпраці та регіональної стійкості. У перспективі це може сформувати нові формати освітнього, волонтерського, меморіального, експертного та відбудовчого туризму.

Одинадцятою тенденцією є переосмислення ролі великих міст і другорядних центрів. Надмірна концентрація туристів у Празі, Будапешті, Ризі чи Таллінні створює ризики, пов'язані з перевантаженням, залежністю від авіапотоків і вразливістю до криз. Тому країни регіону дедалі більше зацікавлені в просуванні другорядних міст: Брно, Оломоуца, Кошице, Каунаса, Тарту, Клуж-Напоки, Любліна, Вроцлава, Гданська, Дебрецена, Сібіу, Брашова. Це дозволяє

розосереджувати туристичні потоки, залучати периферійні території й формувати стійкіші туристичні системи.

Дванадцятою тенденцією є перехід від кількісної до якісної моделі розвитку. До пандемії чимало DESTINAцій оцінювали успішність через зростання кількості туристів. Після COVID-19 і початку війни така логіка вже не є достатньою. Важливішими стають тривалість перебування, витрати туристів, внесок у місцеву економіку, рівномірність потоків, сезонна збалансованість, вплив на громади, екологічне навантаження та стійкість бізнесу.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що нові тенденції міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі формуються на перетині трьох кризових досвідів: пандемічного, воєнного та економічного. Пандемія навчила туристичний бізнес працювати з обмеженнями, гнучкістю й цифровими сервісами. Війна актуалізувала безпеку, логістику, прикордонність і стійкість. Економічна нестабільність посилила увагу до вартості, тривалості подорожей і вибору ближчих напрямів.

Отже, міжнародний туризм у Центрально-Східній Європі переходить до нової просторової моделі. Її основними рисами є безпекова чутливість, логістична гнучкість, зростання ролі прикордонних територій, активізація внутрішньорегіональних потоків, цифровізація туристичних послуг, посилення природно-рекреаційного туризму, переорієнтація маркетингу на стабільність і якість, а також поступовий відхід від суто кількісної моделі зростання.

Для Литви, Латвії та Естонії ключовим завданням є підтримання іміджу безпечної, цифрової та європейськи інтегрованої Балтії. Для Польщі – збалансування ролі великої туристичної DESTINAції, транзитного вузла та прикордонного простору підтримки України. Для Чехії – зменшення надмірної залежності від Праги. Для Словаччини – посилення гірського, природного й регіонального туризму. Для Угорщини – поєднання Будапешта, Балатону й термальних курортів у більш стійку модель. Для Румунії – краще використання природно-культурного потенціалу через інфраструктурну інтеграцію.

Таким чином, нові тенденції міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі не є тимчасовими реакціями на кризу. Вони формують довгострокову трансформацію регіонального туристичного простору, у якому конкурентоспроможність визначатиметься не лише кількістю туристичних прибуттів, а здатністю країн забезпечувати безпечні, гнучкі, змістовні, сталі та просторово збалансовані туристичні продукти.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі проаналізовано постковідне відновлення міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи та вплив українсько-російської війни на функціонування туристичного бізнесу регіону. Встановлено, що після пандемії COVID-19 туристичні потоки не просто повернулися до докризових показників, а зазнали структурної перебудови. Відновлення відбувалося нерівномірно: Польща, Чехія та Угорщина демонстрували швидшу динаміку завдяки потужним туристичним центрам, розвиненій інфраструктурі та відомим брендам, тоді як Балтійські країни, Словаччина й Румунія мали більш поступове та просторово неоднорідне відновлення.

Показано, що ключовими чинниками постковідного відновлення стали диверсифікація туристичного продукту, наявність внутрішнього ринку, транспортна доступність, гнучкість туристичного бізнесу та здатність DESTINACIЙ адаптуватися до нових моделей попиту. Найбільш стійкою виявилася поліцентрична модель Польщі, де міжнародний туризм спирається не лише на столицю, а й на мережу великих міст, природних, культурних, приморських і гірських DESTINACIЙ. Натомість Чехія, Латвія, Естонія та частково Угорщина залишаються більш залежними від столичних туристичних центрів і авіаційної мобільності.

Окремо з'ясовано, що українсько-російська війна стала додатковим чинником трансформації міжнародного туристичного бізнесу Центрально-

Східної Європи. Її вплив проявився через зміну безпекового сприйняття регіону, переорієнтацію транспортних маршрутів, скорочення російського й білоруського туристичних ринків, зростання ролі гуманітарної та транзитної мобільності, а також посилення значення прикордонних територій. Найбільш комплексно цей вплив проявився у Польщі, Румунії, Словаччині та Угорщині як країнах, безпосередньо пов'язаних з українським прикордонним простором.

Визначено, що новими тенденціями міжнародного туризму регіону стали безпекова чутливість, логістична гнучкість, активізація внутрішньорегіональних потоків, зростання ролі природно-рекреаційних напрямів, цифровізація сервісів, поширення гнучких бронювань і переорієнтація маркетингу дестинацій на стабільність, автентичність та якість туристичного досвіду.

Отже, постковідний і воєнний періоди сформували нову просторову логіку міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі. Конкурентоспроможність країн регіону дедалі більше залежить не лише від кількості туристичних прибуттів, а від здатності забезпечити безпечний, диверсифікований, стійкий і просторово збалансований туристичний продукт.

РОЗДІЛ 4. РОЛЬ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ

4.1. Культурна різноманітність Центрально-Східної Європи як чинник туристичної привабливості

Культурна різноманітність Центрально-Східної Європи є одним із ключових чинників формування її міжнародної туристичної привабливості. На відміну від регіонів, де туристичний образ часто вибудовується навколо одного домінантного культурного коду, Центрально-Східна Європа характеризується поєднанням кількох історико-культурних пластів: балтійського, центральноевропейського, карпатського, дунайського та частково балканського. Саме ця багатошаровість створює складний, але водночас привабливий туристичний простір, у якому міжнародний турист стикається не лише з окремими пам'ятками, а з цілими культурними ландшафтами, сформованими внаслідок тривалих історичних контактів, міграцій, політичних трансформацій, релігійної взаємодії та міжетнічного співіснування.

У межах цього дослідження Центрально-Східна Європа розглядається не за формальною регіоналізацією UN Tourism, а як аналітичний простір восьми країн: Литви, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії. Такий підхід дає змогу врахувати не лише статистику міжнародних туристичних потоків, а й культурно-комунікаційні чинники, що впливають на сприйняття регіону іноземними туристами. У цьому контексті важливими є праці Л. Адамського, який показує, що поняття Центрально-Східної Європи є не лише географічним, а й історико-культурним конструктом, а також дослідження Ю. Каганова, де Центрально-Східна Європа розглядається як історичний регіон із мінливою концептуальною структурою. Такий підхід дозволяє трактувати регіон не як периферію Західної Європи, а як самостійний простір культурного перетину, транзиту й взаємодії.

Культурна різноманітність регіону проявляється насамперед у його історичній багатшаровості. Території сучасних Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини, Румунії та країн Балтії в різні історичні періоди перебували під впливом різних державних, цивілізаційних і культурних систем: Речі Посполитої, Габсбурзької монархії, Османської імперії, Російської імперії, Пруссії, міжвоєнних національних держав, соціалістичного блоку та сучасного Європейського Союзу. Ці впливи не зникли після зміни кордонів, а матеріалізувалися у міському плануванні, архітектурі, сакральній спадщині, гастрономії, мовних практиках, локальній пам'яті, музейних наративах і туристичних маршрутах.

Особливо важливим для туристичної привабливості є балтійський компонент. Литва, Латвія та Естонія формують окремий культурний субпростір, де поєднуються балтійські, фінно-угорські, німецькі, скандинавські, слов'янські та радянські історичні нашарування. Вільнюс, Рига й Таллінн є прикладами міст, у яких туристична привабливість ґрунтується на поєднанні середньовічної міської структури, сакральної архітектури, багатомовної спадщини, пам'яті про радянський період і сучасного європейського урбанізму. Таллінн, зокрема, активно використовує образ добре збереженого середньовічного міста, Рига – спадщину Ганзи, модерну й багатокультурного портового центру, Вільнюс – образ міста бароко, релігійного співіснування та історичної столиці Великого князівства Литовського.

Центральноєвропейський компонент найбільш виразно проявляється у Польщі, Чехії, Словаччині та Угорщині. Його основою є поєднання латинської християнської традиції, міського самоврядування, університетської культури, готичної, ренесансної, барокової та модерної архітектури, а також історії багатонаціональних імперій. Прага, Краків, Будапешт і Братислава виступають не лише туристичними центрами, а й символічними вузлами регіональної ідентичності. Вони репрезентують Центрально-Східну Європу як простір, де західноєвропейські культурні впливи поєднувалися з локальними традиціями,

слов'янськими, угорськими, німецькими, єврейськими та іншими культурними компонентами.

Карпатський компонент є особливо важливим для Польщі, Словаччини, Угорщини та Румунії. Карпати виконують не лише природно-рекреаційну, а й культурну функцію. Вони формують простір етнокультурної різноманітності, традиційного господарства, дерев'яної сакральної архітектури, народної музики, ремесел, локальної гастрономії та гірських ландшафтів. У туристичному сенсі Карпати є не лише територією відпочинку, а й простором автентичності, де туристичний продукт часто будується навколо ідеї традиційності, природності, локальної культури та етнографічної самобутності. Для Словаччини це передусім Татри, для Польщі – Підгалля й Закопане, для Румунії – Трансильванія, Марамуреш і Буковина.

Дунайський компонент пов'язаний із роллю Дунаю як історичного транспортного, культурного й цивілізаційного коридору. Він особливо важливий для Угорщини, Словаччини та Румунії. Будапешт сформувався як один із найвиразніших дунайських туристичних центрів Європи, де річковий ландшафт, мостові переходи, термальні купальні, історичні райони Буди й Пешта створюють цілісний туристичний образ. Братислава також використовує дунайське положення як чинник туристичної привабливості, поєднуючи столичну функцію, прикордонність і близькість до Відня. У Румунії Дунай має інше значення – як природно-культурний коридор, що веде до дельти Дунаю, одного з найцінніших природних і туристичних просторів регіону.

Балканський компонент у межах обраної групи країн найбільшою мірою проявляється в Румунії та частково в південних культурних зв'язках Угорщини. Румунія є особливо цікавою з погляду крос-культурного туризму, оскільки поєднує романську мовну основу, православну традицію, карпатську культуру, трансильванську багатонаціональність, османські й балканські впливи, а також спадщину німецьких, угорських, єврейських та інших громад. Саме ця складність робить Румунію перспективною для культурно-пізнавального, етнографічного, релігійного, гастрономічного та ландшафтного туризму.

Історико-культурна спадщина є базовою основою туристичного продукту Центрально-Східної Європи. У досліджуваних країнах вона представлена різними типами об'єктів: історичними центрами міст, замками, палацами, монастирями, костелами, соборами, синагогами, дерев'яними церквами, фортифікаціями, музеями, меморіальними просторами, індустріальною спадщиною та культурними ландшафтами. Важливо, що туристична привабливість формується не лише через окремий об'єкт, а через здатність країни або міста створити зрозумілий для іноземного туриста культурний наратив.

Прага є одним із найяскравіших прикладів міста, де історико-культурна спадщина перетворена на потужний міжнародний туристичний бренд. Її туристичний образ ґрунтується на поєднанні середньовічного міського ядра, Карлового мосту, Празького Граду, готичної та барокової архітектури, музичної традиції, літературної спадщини та атмосфери «історичного міста». Водночас Прага демонструє й ризики надмірної туристичної концентрації: велика кількість туристів у центральних районах може призводити до перевантаження простору, комерціалізації спадщини та витіснення локальних функцій.

Краків є іншим прикладом міста, де культурна спадщина має багатошаровий характер. Його туристична привабливість пов'язана з королівською історією Польщі, Вавелем, середньовічним ринком, університетською традицією, католицькою спадщиною, єврейським кварталом Казімеж і близькістю до меморіального простору Аушвіц-Біркенау. Саме Краків демонструє, що культурний туризм у Центрально-Східній Європі часто поєднує естетичне, освітнє, меморіальне й етичне сприйняття простору.

Будапешт формує туристичну привабливість через поєднання дунайського ландшафту, імперської архітектури, термальної культури, гастрономії, музичних традицій і багатонаціональної історії. Його образ є водночас центральноєвропейським і дунайським. Для міжнародного туриста Будапешт привабливий не лише пам'ятками, а й особливою атмосферою міста, де

історична монументальність поєднується з рекреаційною функцією термальних купалень і сучасною культурною сценою.

Вільнюс, Рига й Таллінн представляють балтійський тип культурної привабливості. Вільнюс вирізняється бароковим міським ландшафтом, багатоконфесійною історією, пам'яттю про Велике князівство Литовське та складною єврейською спадщиною. Рига поєднує середньовічне ядро, модерн, портову культуру, німецько-балтійську спадщину та сучасну роль столиці Латвії. Таллінн є прикладом міста, де середньовічна спадщина дуже ефективно інтегрована в туристичний продукт, а цифровий імідж Естонії додає традиційному культурному образу сучасного звучання.

Братислава має інший тип туристичної привабливості. Вона не є таким масовим туристичним центром, як Прага чи Будапешт, однак її перевагою є прикордонне положення, близькість до Відня, дунайський ландшафт, компактний історичний центр і можливість включення до коротких центральноєвропейських маршрутів. Бухарест, у свою чергу, репрезентує складніший і менш однозначний туристичний образ: поєднання міжвоєнної архітектури, соціалістичної спадщини, православної культури, модерних міських трансформацій і функції воріт до інших румунських регіонів – Трансильванії, Карпат, Чорноморського узбережжя та дельти Дунаю.

Національні, етнічні, релігійні та мовні відмінності є не лише характеристикою культурного простору, а й ресурсом туристичної привабливості. У Центрально-Східній Європі турист стикається з великою кількістю мовних і культурних кодів: слов'янськими, балтійськими, фінно-угорськими, романськими, германськими, єврейськими, ромськими та іншими. Ця різноманітність формує багатий матеріал для тематичних маршрутів, музейних експозицій, гастрономічних практик, фестивалів і локальних туристичних продуктів.

Релігійна різноманітність також має значний туристичний потенціал. Католицька спадщина Польщі, Литви, Чехії, Словаччини й Угорщини, протестантські традиції частини Балтії, православна спадщина Румунії, греко-

католицькі та православні елементи Карпатського простору, єврейська спадщина міст і містечок – усе це створює складну сакральну карту регіону. Сакральний туризм тут може поєднувати паломництво, культурно-пізнавальні маршрути, меморіальні практики та дослідження історії релігійного співіснування.

Особливе місце займає єврейська спадщина Центрально-Східної Європи. До Другої світової війни багато міст і містечок регіону мали значні єврейські громади, які відігравали важливу роль у торгівлі, ремеслах, культурі, освіті та міському житті. Голокост радикально змінив етнокультурну структуру регіону, однак пам'ять про єврейські громади залишається важливою складовою культурного туризму. Краківський Казімеж, єврейська спадщина Вільнюса, Праги, Будапешта, Риги, Братислави, румунських і словацьких міст формують простір меморіального та освітнього туризму. У цьому контексті туристична комунікація повинна бути особливо етичною, оскільки йдеться не лише про атрактивність, а й про пам'ять, втрату та відповідальність.

Культурні маршрути є одним із найефективніших інструментів перетворення різноманітності на туристичний продукт. Вони дозволяють об'єднувати окремі об'єкти в цілісні наративи, зрозумілі для міжнародного туриста. У Центрально-Східній Європі перспективними є маршрути, пов'язані з середньовічними містами, Ганзою, бароковою спадщиною, замками й фортецями, єврейською спадщиною, дерев'яною сакральною архітектурою, дунайською культурою, карпатськими традиціями, гастрономією, виноробством, музикою, соціалістичною спадщиною та пам'яттю про тоталітарні режими.

Фестивалі також відіграють важливу роль у міжкультурній комунікації. Вони створюють ситуацію безпосереднього контакту між місцевими громадами й туристами, активізують локальну ідентичність і водночас роблять її доступною для зовнішньої аудиторії. Музичні, гастрономічні, історичні, етнографічні, театральні та релігійні фестивалі формують подієву основу туризму. У постковідний період вони поступово повертають своє значення, хоча вже з більшою увагою до безпеки, організації простору, цифрового просування та міжнародної комунікації.

Гастрономія є ще одним важливим інструментом крос-культурного діалогу. Кухня Центрально-Східної Європи відображає історію контактів між народами, імперіями, релігіями й соціальними групами. Польська, чеська, словацька, угорська, румунська, литовська, латвійська та естонська кухні мають власні особливості, але водночас демонструють численні взаємні впливи. Для туриста гастрономія часто стає найбільш доступною формою знайомства з культурою. Саме через їжу, локальні продукти, ринки, винні маршрути, кавову культуру, пивоваріння чи традиційні страви формується емоційний зв'язок із дестинацією.

Пам'ять і спадщина є особливо важливими для Центрально-Східної Європи, оскільки регіон має складну історію воєн, імперій, депортацій, Голокосту, соціалістичного періоду, демократичних трансформацій і сучасних безпекових викликів. Туристична привабливість тут не завжди є «легкою» або розважальною. Часто вона пов'язана з важкими темами: пам'яттю про тоталітаризм, воєнні злочини, окупації, втрату громад, зміну кордонів і вимушені переміщення. Саме тому культурний туризм у регіоні має значний освітній потенціал.

У сучасних умовах українсько-російської війни тема пам'яті набуває нового звучання. Центрально-Східна Європа дедалі частіше сприймається як регіон, який має власний історичний досвід боротьби за незалежність, збереження ідентичності та протидії імперському тиску. Це посилює інтерес до регіону не лише як до туристичного простору, а як до простору історичного розуміння сучасної Європи. У цьому сенсі культурна різноманітність стає не лише ресурсом туризму, а й інструментом пояснення регіональної ідентичності.

Важливо зазначити, що культурна різноманітність може бути не лише перевагою, а й викликом. Для туристичного бізнесу вона потребує якісної інтерпретації, багатомовної комунікації, підготовки гідів, етичного маркетингу та уникнення спрощених стереотипів. Якщо культурна спадщина подається поверхово, вона може перетворитися на набір екзотизованих образів. Натомість якісна туристична інтерпретація повинна пояснювати складність регіону,

показувати взаємодію культур, уникати політичних спрощень і формувати повагу до місцевих громад.

З погляду міжнародного туризму, культурна різноманітність Центрально-Східної Європи виконує кілька функцій. По-перше, вона формує унікальність регіону на європейському туристичному ринку. По-друге, забезпечує різноманітність туристичних продуктів – від міського й культурно-пізнавального до гастрономічного, релігійного, меморіального, подієвого та етнографічного. По-третє, сприяє розвитку крос-культурної комунікації між туристами й місцевими громадами. По-четверте, допомагає регіону позиціонувати себе не як периферію, а як самостійний простір європейської культурної спадщини.

Отже, культурна різноманітність Центрально-Східної Європи є фундаментальним чинником її туристичної привабливості. Вона проявляється через багатокультурну історію, міські ландшафти, сакральну спадщину, етнічну й мовну мозаїку, гастрономію, фестивалі, культурні маршрути та пам'ять. Для Литви, Латвії та Естонії вона формує балтійський туристичний образ; для Польщі, Чехії, Словаччини й Угорщини – центральноевропейський; для Румунії – карпатсько-дунайсько-балканський. Саме поєднання цих компонентів робить регіон привабливим для міжнародного туризму.

Водночас ефективне використання культурної різноманітності потребує якісної крос-культурної комунікації. Туристична привабливість не виникає автоматично з наявності спадщини. Вона формується через здатність дестинації пояснити свою культуру, зробити її зрозумілою для іноземного туриста, забезпечити багатомовність, етичну інтерпретацію, цифрову доступність і повагу до локальних ідентичностей. Тому культурна різноманітність Центрально-Східної Європи є не лише ресурсом, а й завданням для туристичного бізнесу, місцевих громад і державної туристичної політики.

4.2. Крос-культурні комунікації в туристичному бізнесі країн Центрально-Східної Європи

Крос-культурні комунікації в туристичному бізнесі країн Центрально-Східної Європи є важливим чинником якості туристичного обслуговування, конкурентоспроможності дестинацій і формування позитивного міжнародного іміджу регіону. Якщо культурна різноманітність створює ресурсну основу туристичної привабливості, то саме крос-культурна комунікація забезпечує її практичне використання в туристичній діяльності. Через комунікацію турист отримує інформацію про країну, місто, маршрут, пам'ятку, правила поведінки, локальні традиції, історичні наративи та культурні особливості приймаючого середовища. Тому туристичний бізнес у Литві, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині та Румунії дедалі більше залежить не лише від наявності туристичних ресурсів, а й від здатності якісно пояснити, презентувати й адаптувати їх для іноземного відвідувача.

У міжнародному туризмі комунікація відбувається на кількох рівнях. Перший рівень – це безпосередня взаємодія між туристом і представниками індустрії гостинності: працівниками готелів, ресторанів, туристичних інформаційних центрів, музеїв, транспортних компаній, екскурсійних бюро та закладів дозвілля. Другий рівень – це комунікація між туристами й місцевими громадами, яка формується в міському просторі, на фестивалях, ринках, у сакральних об'єктах, історичних кварталах і природно-рекреаційних територіях. Третій рівень – це цифрова комунікація, яка передуює подорожі, супроводжує її та продовжується після завершення через відгуки, соціальні мережі, онлайн-платформи й туристичні сервіси.

Для країн Центрально-Східної Європи особливо важливим є те, що туристичний бізнес працює з дуже різними групами іноземних туристів. До регіону приїжджають туристи із Західної Європи, Скандинавії, Північної Америки, сусідніх країн, Балтійського простору, Балкан, а також туристи з українським, польським, німецьким, єврейським, угорським, румунським чи

литовським родинним корінням. Для одних відвідувачів регіон є простором культурного відкриття, для інших – місцем пам'яті, родинної історії або професійного інтересу. Відповідно, туристичний бізнес повинен враховувати різні очікування, рівень попередніх знань, культурну чутливість і мотивацію подорожі.

Одним із ключових суб'єктів крос-культурної комунікації є гід. У країнах Центрально-Східної Європи роль гіда виходить далеко за межі простого інформування про пам'ятки. Гід фактично виступає посередником між локальною культурою та іноземним туристом. Він пояснює історичні контексти, інтерпретує складні теми, допомагає уникати стереотипів, перекладає не лише мову, а й культурні коди. Особливо це важливо в містах із багатозначною спадщиною – Празі, Кракові, Будапешті, Вільнюсі, Ризі, Таллінні, Братиславі та Бухаресті, де туристичний наратив часто поєднує імперську, національну, релігійну, єврейську, соціалістичну та сучасну європейську тематику.

У роботі гідів важливою є здатність до етичної інтерпретації складної спадщини. Центрально-Східна Європа має багато туристичних об'єктів, пов'язаних із Голокостом, тоталітарними режимами, депортаціями, війнами, змінами кордонів і національними конфліктами. Такі теми не можуть подаватися лише як атракція. Вони потребують поваги до пам'яті, точності формулювань, уникнення сенсаційності та врахування культурного походження туристів. Наприклад, єврейська спадщина Кракова, Праги, Вільнюса, Будапешта чи Риги потребує не лише історичного знання, а й комунікаційної делікатності. Аналогічно соціалістична спадщина Бухареста, Будапешта, Праги чи Варшави може бути цікавою для туристів, але її інтерпретація має уникати спрощеного або ностальгійного підходу.

Туроператори й туристичні агенції також відіграють важливу роль у крос-культурній комунікації. Саме вони формують маршрут, добирають об'єкти, визначають тривалість перебування, пропонують тематичні акценти та створюють очікування туриста ще до початку подорожі. У постковідний період туристичні продукти в Центрально-Східній Європі дедалі частіше орієнтуються

на менші групи, індивідуальні маршрути, культурно-пізнавальні тури, гастрономічні програми, меморіальні маршрути, подієвий туризм і комбіновані міждержавні подорожі. Це потребує більш гнучкої комунікації, адаптації до різних ринків і врахування культурних очікувань туристів.

Готельний бізнес є ще одним важливим середовищем крос-культурної взаємодії. Для іноземного туриста готель часто стає першим місцем контакту з країною. Якість комунікації на рецепції, доступність інформації різними мовами, зрозумілі правила проживання, готовність персоналу реагувати на культурні відмінності, харчові обмеження, релігійні потреби або особливості поведінки гостей прямо впливають на загальне враження від подорожі. У великих туристичних центрах – Празі, Будапешті, Кракові, Варшаві, Ризі, Таллінні чи Вільнюсі – багатомовність і міжкультурна компетентність персоналу вже стали базовими вимогами туристичного ринку.

Ресторанний бізнес також виконує комунікаційну функцію. Гастрономія є однією з найпростіших і водночас найефективніших форм міжкультурного контакту. Через меню, локальні продукти, спосіб подачі страв, пояснення їхнього походження, винні карти, дегустації та гастрономічні тури турист знайомиться з культурою країни. У Польщі це можуть бути регіональні кухні Малопольщі, Підгалля чи Помор'я; в Угорщині – традиції паприки, вина й термальних курортів; у Румунії – поєднання карпатських, балканських і трансильванських кулінарних впливів; у країнах Балтії – локальні продукти, риба, житній хліб, сезонна кухня та сучасна гастрономічна інтерпретація традицій.

Багатомовність туристичних сервісів є однією з базових умов ефективної крос-культурної комунікації. Англійська мова виконує роль основної мови міжнародного туристичного спілкування, однак у Центрально-Східній Європі важливими залишаються також німецька, польська, російська, українська, французька, іспанська, італійська та мови сусідніх країн. У Балтійських країнах важливою є комунікація з фінськими, скандинавськими, німецькими та польськими туристами. У Польщі, Чехії, Словаччині й Угорщині значення мають

німецькомовні та англомовні ринки. У Румунії – французький, англійський, німецький, італійський та регіональні балканські зв'язки.

Багатомовність не обмежується перекладом вивісок або буклетів. Вона передбачає адаптацію змісту до культурного контексту туриста. Наприклад, одна й та сама пам'ятка може по-різному сприйматися польським, німецьким, американським, ізраїльським, українським або японським туристом. Тому туристична інформація має бути не лише мовно правильною, а й культурно зрозумілою. Особливо це важливо для музеїв, меморіальних просторів, сакральних об'єктів і складних історичних маршрутів.

Цифрові комунікації стали невід'ємною частиною туристичного бізнесу. У сучасних умовах турист часто формує уявлення про дестинацію ще до фізичного прибуття – через офіційні туристичні портали, соціальні мережі, Google Maps, Booking, Airbnb, TripAdvisor, YouTube, Instagram, TikTok, блоги та онлайн-відгуки. Тому цифровий образ країни або міста може суттєво впливати на туристичний вибір. Для Центрально-Східної Європи це особливо важливо, оскільки регіон часто потребує пояснення своєї безпечності, культурної унікальності та відмінності від стереотипних уявлень про «Східну Європу».

Естонія є показовим прикладом країни, яка вдало поєднує культурну спадщину з цифровим іміджем. Таллінн приваблює туристів середньовічним центром, але водночас Естонія позиціонує себе як цифрова, інноваційна та сучасна держава. Литва й Латвія також активно використовують цифрові канали для просування Вільнюса, Риги, Каунаса, Юрмали, природних територій і культурних подій. Польща, Чехія та Угорщина мають сильні туристичні бренди, але в цифровій комунікації для них важливо не лише рекламувати столиці чи найвідоміші міста, а й просувати регіональні маршрути, менші міста й альтернативні дестинації.

Соціальні мережі змінили характер туристичної комунікації. Турист більше не є лише споживачем інформації, а стає її виробником. Фото, відео, відгуки, рейтинги, короткі рекомендації та особисті історії впливають на репутацію дестинації не менше, ніж офіційна реклама. Це створює нові

можливості для країн Центрально-Східної Європи, але й нові ризики. Негативний досвід комунікації, мовні бар'єри, неповага до культурних особливостей або слабка сервісна реакція можуть швидко поширюватися онлайн і впливати на імідж дестинації.

Крос-культурна компетентність персоналу стає одним із ключових показників якості туристичного обслуговування. Вона включає знання мов, розуміння культурних відмінностей, здатність уникати конфліктів, повагу до релігійних і харчових потреб, уміння працювати з туристами різного віку, походження й мотивації. У практичному вимірі це означає, що працівники туристичного бізнесу мають бути готовими до різних моделей поведінки: одні туристи очікують формального сервісу, інші – неформального спілкування; одні прагнуть детального історичного пояснення, інші – короткої практичної інформації; одні подорожують з рекреаційною метою, інші – з меморіальною або родинно-історичною.

Для країн Центрально-Східної Європи важливою проблемою залишається подолання стереотипів. Частина іноземних туристів досі сприймає регіон через узагальнені образи постсоціалістичного простору, дешевої дестинації, «колишнього Сходу» або території, близької до війни. Якісна крос-культурна комунікація дозволяє змінювати ці уявлення, демонструючи сучасність, безпеку, культурну складність, європейську інтегрованість і туристичну якість регіону. У цьому сенсі туристичний бізнес виконує не лише економічну, а й репутаційну функцію.

Важливим аспектом є комунікація між туристами та місцевими громадами. Успішний туризм неможливий без прийняття туристів місцевим населенням. Якщо громади сприймають туризм як джерело доходу, розвитку інфраструктури, збереження спадщини та культурного обміну, туристичний досвід стає якіснішим. Якщо ж туризм призводить до перевантаження, зростання цін, шуму, втрати локальної автентичності або конфліктів у міському просторі, виникає напруження. Це особливо актуально для Праги, Кракова, Будапешта, Таллінна та Риги, де масовий туризм може концентруватися в історичних центрах.

Тому крос-культурна комунікація має бути двосторонньою. Вона повинна не лише адаптувати місцеву культуру до туриста, а й пояснювати туристові правила поваги до місцевого середовища. Це стосується поведінки в сакральних об'єктах, меморіальних місцях, історичних кварталах, природоохоронних територіях, ресторанах, громадському транспорті та житлових районах. У цьому контексті важливими є інформаційні кампанії, туристичні кодекси поведінки, зрозумілі вказівники, цифрові поради та робота гідів.

У постковідний період крос-культурні комунікації набули ще більшого значення. Туристи стали уважнішими до питань безпеки, гігієни, гнучкості бронювання, медичної доступності та передбачуваності подорожі. Після початку українсько-російської війни до цього додалося питання геополітичної безпеки. Туристичний бізнес країн Центрально-Східної Європи змушений комунікувати не лише привабливість, а й стабільність, безпечність і відкритість. Це особливо важливо для Польщі, Румунії, Словаччини, Угорщини та Балтійських країн.

Отже, крос-культурні комунікації в туристичному бізнесі Центрально-Східної Європи є системним чинником розвитку міжнародного туризму. Вони забезпечують якісну взаємодію між туристами, бізнесом і місцевими громадами; підвищують рівень сервісу; допомагають інтерпретувати складну культурну спадщину; сприяють подоланню стереотипів; підтримують цифровий імідж DESTINACIЙ і формують довіру до регіону. Для досліджуваних країн це особливо важливо, оскільки їхня туристична привабливість ґрунтується не лише на пам'ятках, а на багатшаровій культурній історії, яка потребує професійного, етичного й багатомовного пояснення.

4.3. Крос-культурні комунікації в умовах постковідних змін і українсько-російської війни

Крос-культурні комунікації в міжнародному туризмі країн Центрально-Східної Європи після 2020 р. розвиваються в умовах послідовного накладання двох масштабних криз – пандемії COVID-19 та українсько-російської війни.

Пандемія змінила уявлення туристів про безпеку, мобільність, довіру, санітарні стандарти й організацію подорожей. Повномасштабна війна Росії проти України після 2022 р. додала до цих змін воєнно-політичний, гуманітарний та етичний вимір. Унаслідок цього туристична комунікація в Литві, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині та Румунії стала не лише інструментом просування туристичного продукту, а й засобом пояснення безпеки, стабільності, солідарності, культурної ідентичності та регіональної відповідальності.

У доковідний період комунікація в міжнародному туризмі переважно зосереджувалася на привабливості DESTINACIЙ, доступності маршрутів, ціні, культурній спадщині, подіях і сервісі. Після пандемії цього стало недостатньо. Туристи почали очікувати від DESTINACIЙ чіткої інформації про правила в'їзду, санітарні вимоги, можливість скасування бронювання, медичну інфраструктуру, страхування, безпечність транспорту та умови перебування. Тобто комунікація стала більш прагматичною, оперативною та кризово орієнтованою. Для країн Центрально-Східної Європи це означало необхідність швидко адаптувати туристичні портали, інформаційні кампанії, готельні сервіси, екскурсійні програми та роботу туристичних інформаційних центрів до нових очікувань іноземних туристів.

Після 2022 р. безпековий зміст туристичної комунікації ще більше ускладнився. Війна в Україні сформувала нову систему сприйняття Центрально-Східної Європи, особливо для туристів із віддалених ринків, які не завжди чітко розрізняють просторову відстань між Україною, Польщею, країнами Балтії, Чехією, Угорщиною чи Румунією. Частина потенційних туристів могла сприймати регіон як наближений до зони воєнного ризику, навіть якщо досліджувані країни залишалися безпечними для подорожей. Тому туристична комунікація стала виконувати функцію корекції уявлень: вона мала пояснювати, що країни Центрально-Східної Європи є стабільними, інтегрованими в ЄС і НАТО, відкритими для туристів і здатними забезпечити якісний туристичний досвід.

Особливо актуальним це стало для Польщі, Румунії, Словаччини та Угорщини, які безпосередньо пов'язані з українським прикордонним простором. З одного боку, їхня близькість до України створювала додаткові безпекові запитання з боку туристів. З іншого – вона підкреслювала їхню роль як країн солідарності, гуманітарної підтримки, транзиту та європейської відповідальності. Для Польщі це мало особливе значення, оскільки вона стала головним західним коридором для українців, гуманітарної допомоги, журналістів, дипломатичних місій і волонтерських переміщень. У такій ситуації туристичний бізнес мав комунікувати подвійний образ: країни як безпечної туристичної дестинації та водночас простору підтримки України.

Для Литви, Латвії та Естонії головним стало подолання безпеково-іміджевих стереотипів, пов'язаних із близькістю до Росії та Білорусі. Балтійські країни змушені були активніше наголошувати на своїй європейській інтегрованості, цифровій модерності, стабільності, безпечності й культурній унікальності. У цьому контексті крос-культурна комунікація працює не лише з туристичним продуктом, а й з геополітичним образом регіону. Вона має пояснювати, що Балтія – це не периферія небезпеки, а сучасний, безпечний і культурно насичений простір Європи.

Важливою функцією крос-культурної комунікації стало подолання стереотипів щодо Центрально-Східної Європи. У міжнародному туристичному сприйнятті регіон інколи редукується до образів «постсоціалістичного простору», «дешевої Європи», «східного кордону ЄС» або території, близької до війни. Такі уявлення спрощують реальну культурну складність Литви, Латвії, Естонії, Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини та Румунії. Туристична комунікація повинна натомість показувати регіон як простір історичної багатосторонності, культурної спадщини, міської якості, природно-рекреаційного потенціалу, гастрономічної різноманітності, цифрових інновацій і європейської солідарності.

Постковідні зміни також посилили значення довіри між туристом і дестинацією. Довіра формується через зрозумілу інформацію, стабільні правила,

прозорі умови бронювання, якісний сервіс, багатомовність, швидку реакцію на запити та відповідальну поведінку бізнесу. Якщо до пандемії турист міг приймати рішення переважно на основі привабливості маршруту, то після 2020 р. він дедалі більше оцінює здатність дестинації гарантувати передбачуваність і безпеку. Саме тому комунікація в туризмі стала більш чутливою до кризових ризиків.

Окремим виміром є туристична комунікація в умовах гуманітарної мобільності та вимушених переміщень. Після початку повномасштабної війни мільйони українців перетнули кордони з Польщею, Румунією, Словаччиною, Угорщиною та іншими країнами Європи. Ці переміщення не є туризмом у класичному значенні, однак вони вплинули на інфраструктуру гостинності, транспорт, короткотермінове розміщення, міські сервіси й міжкультурні контакти. Готелі, хостели, апартаменти, транспортні компанії, волонтерські центри та місцеві громади опинилися в ситуації, коли туристична інфраструктура частково виконувала гуманітарні функції.

У таких умовах крос-культурна комунікація набуває соціальної ваги. Вона спрямована не лише на обслуговування туриста, а й на підтримку людей, які перебувають у стані вимушеного переміщення. Це вимагає емпатії, мовної доступності, чіткої інформації, поваги до травматичного досвіду та здатності уникати дискримінаційних практик. Для туристичного бізнесу це стало серйозним випробуванням, оскільки він мав поєднувати комерційну діяльність із соціальною відповідальністю.

Україна стала важливим чинником переосмислення регіональної ідентичності Центрально-Східної Європи. Війна показала, що регіон має спільний досвід історичної вразливості, боротьби за незалежність, протидії імперському тиску, збереження мови, культури та політичної суб'єктності. Для туристичної комунікації це означає появу нового наративу: Центрально-Східна Європа може позиціонуватися не лише як простір пам'яток і міст, а як регіон історичної стійкості, солідарності та європейської відповідальності. У цьому

сенсі Україна впливає на спосіб, у який Польща, країни Балтії, Чехія, Словаччина, Угорщина та Румунія пояснюють власне місце в Європі.

Водночас цей процес потребує обережності. Туризм не повинен комерціалізувати війну або перетворювати людську трагедію на атракцію. Натомість можливим є розвиток етичного, освітнього, меморіального, волонтерського й експертного туризму, який ґрунтується на повазі, солідарності та розумінні історичного контексту. У перспективі після завершення активної фази війни такі форми туризму можуть відігравати важливу роль у міжнародній комунікації України та всього регіону Центрально-Східної Європи.

Солідарність стала однією з нових комунікаційних категорій міжнародного туризму. Вона проявляється у підтримці українців, благодійних ініціативах, волонтерських подорожах, культурних заходах, інформаційних кампаніях, виставках, фестивалях і тематичних маршрутах, пов'язаних із пам'яттю, свободою та європейськими цінностями. Для туристичного бізнесу це означає, що частина туристичного продукту може набувати не лише рекреаційного, а й ціннісного змісту.

Крос-культурні комунікації в умовах війни також змінюють роль місцевих громад. Громади стають не пасивним фоном для туристичної діяльності, а активними учасниками міжкультурного діалогу. Саме вони приймають туристів, переселенців, волонтерів, журналістів, учасників міжнародних подій і формують реальний досвід перебування в країні. Тому якість комунікації на локальному рівні – у містах, прикордонних громадах, музеях, закладах харчування, транспортних вузлах – має велике значення для іміджу країни загалом.

Цифрова комунікація в цих умовах стала особливо важливою. Офіційні туристичні сайти, соціальні мережі, онлайн-карти, платформи бронювання, відгуки й новинні ресурси формують уявлення про безпечність і відкритість дестинації. Якщо інформація є неповною, застарілою або суперечливою, це знижує довіру туриста. Якщо ж вона чітка, багатомовна, актуальна й культурно чутлива, вона підтримує туристичну привабливість навіть у складних умовах.

Отже, крос-культурні комунікації в умовах постковідних змін і українсько-російської війни стали одним із ключових механізмів адаптації міжнародного туризму Центрально-Східної Європи. Вони забезпечують пояснення безпеки, подолання стереотипів, підтримку довіри, гуманітарну чутливість, етичну інтерпретацію пам'яті та формування нового образу регіону. Для досліджуваних країн це означає, що конкурентоспроможність туристичного бізнесу дедалі більше залежить не лише від ресурсів чи інфраструктури, а від здатності професійно, відповідально й багатомовно комунікувати з міжнародною аудиторією в умовах кризової реальності.

Висновки до розділу 4

У четвертому розділі обґрунтовано, що крос-культурні комунікації є важливим чинником розвитку міжнародного туризму в країнах Центрально-Східної Європи. Культурна різноманітність регіону, представлена балтійським, центральноєвропейським, карпатським, дунайським і частково балканським компонентами, формує основу його туристичної привабливості. Вона проявляється через історико-культурну спадщину, міські ландшафти, сакральні об'єкти, етнічну й мовну мозаїку, гастрономію, фестивалі, культурні маршрути та меморіальні простори.

Встановлено, що туристичний бізнес країн регіону дедалі більше залежить від якості комунікації між туристами, місцевими громадами та представниками індустрії гостинності. Особливу роль відіграють гіді, туроператори, готельний і ресторанний бізнес, цифрові платформи, соціальні мережі та багатомовні туристичні сервіси. Саме вони забезпечують інтерпретацію складної культурної спадщини й формують позитивний досвід іноземного туриста.

Показано, що в умовах постковідних змін і українсько-російської війни крос-культурні комунікації набули додаткового значення. Вони сприяють подоланню стереотипів щодо Центрально-Східної Європи, поясненню безпеки

регіону, підтримці довіри, гуманітарній чутливості та формуванню образу регіону як простору солідарності, пам'яті й європейської відповідальності. Отже, крос-культурна комунікація виступає не допоміжним, а стратегічним ресурсом розвитку міжнародного туризму.

Висновки

У магістерській роботі досліджено міжнародні туристичні потоки в країнах Центрально-Східної Європи в ковідний та постковідний період. У межах дослідження регіон розглянуто не за формальною регіоналізацією ВТО/UN Tourism, а як аналітичну групу країн, що включає Литву, Латвію, Естонію, Польщу, Чехію, Словаччину, Угорщину та Румунію. Такий підхід дав змогу врахувати не лише статистичну динаміку міжнародних туристичних прибуттів і ночівель, а й просторові, безпекові, логістичні, культурні та комунікаційні чинники розвитку туризму в умовах сучасних криз.

У першому розділі узагальнено теоретико-методичні засади дослідження міжнародних туристичних потоків. Встановлено, що міжнародний туризм є складною просторово-економічною системою, яка залежить від рівня мобільності населення, транспортної доступності, політичної стабільності, туристичної інфраструктури, культурної привабливості та міжнародного іміджу дестинацій. Обґрунтовано, що Центрально-Східна Європа є не лише географічним, а й історико-культурним регіоном, сформованим під впливом різних цивілізаційних, політичних і соціально-економічних процесів. Саме тому аналіз туристичних потоків у цьому просторі потребує поєднання статистичного, просторового, історико-культурного та комунікаційного підходів.

У другому розділі проаналізовано динаміку міжнародного туризму в країнах регіону в доковідний, ковідний і ранній постковідний періоди. Виявлено, що до 2020 р. більшість досліджуваних країн демонстрували стабільне зростання міжнародних туристичних прибуттів, особливо Польща, Чехія, Угорщина та країни Балтії. Основними центрами тяжіння виступали великі міста, культурно-історичні столиці, курортні території, природно-рекреаційні райони та транскордонні маршрути. Прага, Будапешт, Краків, Варшава, Вільнюс, Рига, Таллінн, Братислава й Бухарест виконували роль ключових вузлів міжнародної туристичної мобільності.

Пандемія COVID-19 спричинила різке скорочення міжнародних туристичних потоків, обмеження авіаційного й наземного сполучення, падіння завантаженості готельного сектору, зменшення кількості ночівель і тимчасову переорієнтацію туристичного бізнесу на внутрішній та регіональний попит. Найбільш вразливими виявилися дестинації, залежні від міжнародної авіаційної мобільності, масового міського туризму та короткотермінових city-break поїздок. Водночас країни з диверсифікованим туристичним продуктом, розвиненим внутрішнім ринком і природно-рекреаційними ресурсами продемонстрували вищу адаптивність.

У третьому розділі встановлено, що постковідне відновлення міжнародного туризму в Центрально-Східній Європі відбувалося нерівномірно. Польща, Чехія та Угорщина мали відносно сильніші позиції завдяки впізнаваним туристичним брендам, розвиненій інфраструктурі та поліцентричній структурі туристичного простору. Балтійські країни, Словаччина й Румунія відновлювалися повільніше або більш диференційовано, що було пов'язано з компактністю ринків, залежністю від окремих сегментів попиту, транспортними обмеженнями та безпеково-іміджевими чинниками.

Встановлено, що після 2022 р. міжнародний туризм у регіоні почав функціонувати в умовах нової безпекової реальності. Для туристів дедалі важливішими стали стабільність, передбачуваність, логістична доступність, можливість гнучкого бронювання, якість інформації та відчуття безпеки. Водночас значна частина ризиків мала не лише фактичний, а й перцептивний характер, оскільки окремі іноземні туристи сприймали Центрально-Східну Європу як простір, наближений до війни. Це актуалізувало потребу в якісній туристичній комунікації та просуванні образу регіону як безпечного, стабільного й відкритого для подорожей.

У четвертому розділі обґрунтовано роль крос-культурних комунікацій у розвитку міжнародного туризму країн Центрально-Східної Європи. Доведено, що культурна різноманітність регіону є важливою основою його туристичної привабливості. Вона проявляється через балтійський, центральноєвропейський,

карпатський, дунайський і частково балканський компоненти, історико-культурну спадщину, сакральні об'єкти, етнічну й мовну мозаїку, гастрономію, фестивалі, культурні маршрути та меморіальні простори.

З'ясовано, що крос-культурні комунікації в туристичному бізнесі забезпечують якісну взаємодію між туристами, місцевими громадами, гідами, туроператорами, готельним і ресторанним бізнесом. Вони сприяють інтерпретації складної культурної спадщини, подоланню стереотипів, підвищенню якості сервісу, формуванню довіри та позитивного туристичного досвіду. У постковідних і воєнних умовах їхнє значення зросло, оскільки туристична комунікація стала інструментом пояснення безпеки, гуманітарної чутливості, солідарності та європейської відповідальності.

Отже, міжнародні туристичні потоки в Центральній-Східній Європі в ковідний і постковідний період зазнали не лише кількісного скорочення та подальшого відновлення, а й глибокої структурної трансформації. Сучасна модель розвитку туризму в регіоні ґрунтується на безпеці, гнучкості, диверсифікації туристичного продукту, цифровізації, внутрішньорегіональній мобільності, культурній автентичності та ефективній крос-культурній комунікації. Конкурентоспроможність країн Центрально-Східної Європи дедалі більше залежить не лише від обсягів туристичних прибуттів, а від здатності формувати стійкий, якісний, безпечний і просторово збалансований туристичний продукт.

Список використаних джерел

1. Адамський Л. Центрально-Східна Європа. Як термін змінив мапу. Режим електронного доступу: <https://novapolshcha.pl/article/centralno-skhidna-yeuropa-yak-termin-zminiv-mapu/>
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
3. 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>.
4. Кузишин А.В., Поплавська І.В., Кравець С.В., Мединська О.Я., Задворний С.І. Уніфікація чи унізація Європи та українські перспективи. Місце України в європейському просторі: геопросторові риси та європейська уніфікація: матеріали всеукраїнського семінару, присвяченого Дню Європи – 2021 (18 травня 2021 р.). / за ред. К. Мезенцева, А. Кузишина, С. Запотоцького. Тернопіль: Вектор, 2021. с. 29-34.
5. 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.
6. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
7. Кузишин А.В. Вплив українсько-російської війни на організацію міжнародного туристичного бізнесу в країнах Центрально-Східної Європи. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2025. № 1 (58). С. 102–110.
8. 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.
9. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
10. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 661 с.
11. Масляк П.О. Рекреаційна географія. Київ: Знання, 2008. 343 с.

12. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агєєв Я.В. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір. 2024. № 189, 2024. С. 349-354.
13. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії. Одеса: Астропринт, 2009. 544 с.
14. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. 444 с.
15. Ashworth G.J., Tunbridge J.E. The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City. 2nd ed. Amsterdam: Pergamon, 2000. 333 p.
16. Boniface B., Cooper C., Cooper R. Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism. 7th ed. London: Routledge, 2016. 730 p.
17. Cohen E. Contemporary Tourism: Diversity and Change. Bingley: Emerald Group Publishing, 2004. 392 p.
18. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. 5th ed. Harlow: Pearson Education, 2012. 704 p.
19. European Commission. Transition Pathway for Tourism. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2022. 56 p.
20. European Travel Commission. European Tourism 2025: Trends & Prospects. Quarterly Report Q1/2025. Brussels: European Travel Commission, 2025. Режим доступу: European Travel Commission.
21. European Travel Commission. European Tourism 2025: Trends & Prospects. Quarterly Report Q2/2025. Brussels: European Travel Commission, 2025. Режим доступу: European Travel Commission.
22. Eurostat. Record Number of Tourism Nights in 2024 in the EU. Luxembourg: Eurostat, 2025. Режим доступу: Eurostat.
23. Eurostat. Tourism Statistics – Nights Spent at Tourist Accommodation Establishments. Luxembourg: Eurostat, 2025. Режим доступу: Eurostat Statistics Explained.
24. Hall C.M., Page S.J. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. 4th ed. London; New York: Routledge, 2014. 470 p.
25. Hofstede G., Hofstede G.J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, 2010. 576 p.
26. Holloway J.C., Humphreys C. The Business of Tourism. 11th ed. London: SAGE Publications, 2019. 616 p.
27. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. 353 p. DOI: 10.1787/80885d8b-en. Режим доступу: OECD.
28. International Country Risk Guide. [Дата звернення: 28.09.2024] <https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/>

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

30. 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.

31. 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>

32. <https://journals.openedition.org/viatourism/7095>

33. <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>

34. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

35. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_tnw/default/table?lang=en&category=tour.tour_dem.tour_dem_tn