

РЕКРЕАЦІЙНА ГЕОГРАФІЯ І ТУРИЗМ

УДК 338.48

DOI:<https://doi.org/10.25128/2519-4577.25.1.10>

Андрій КУЗИШИН

ВПЛИВ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКОЇ ВІЙНИ НА ОРГАНІЗАЦІЮ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ
В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ

Розглянуто основні тенденції, характерні для міжнародного туристичного бізнесу країн Центрально-Східної Європи, зокрема в контексті туристичних доходів і потоків. Окремо проаналізовано, як ці тенденції взаємодіють з постпандемічними процесами, а також наскільки вплинула українсько-російська війна на туристичні ринки цих країн. Велика увага приділена порівнянню показників індустрії гостинності, логістики та формуванню регіональних туристичних політик.

Триваюча війна між Україною та Росією значно змінила міжнародний туристичний ландшафт Центрально-Східної Європи. Раніше популярний туристичний регіон, що виконував функції транзитної зони, зазнав серйозних змін у туристичних потоках, зміні сприйняття безпеки та в організації міжнародного туристичного бізнесу.

Війна також призвела до зміни стратегічних пріоритетів у туристичному секторі. Підвищена увага до кризового управління, оцінки ризиків і диверсифікації цільових ринків стала важливою частиною стратегії багатьох туристичних компаній. Крім того, значно активізувалася співпраця з державними органами для забезпечення безпеки подорожей та відновлення іміджу регіону як безпечного і гостинного туристичного напрямку.

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

Abstract:

Andrii KUZYSHYN. THE IMPACT OF THE UKRAINIAN-RUSSIAN WAR ON THE ORGANIZATION OF INTERNATIONAL TOURISM BUSINESS IN CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES

Traditionally, military upheavals are a barrier to the development of tourism as a sector of economic activity. This publication is dedicated to analyzing the still unexplored results of the impact of the war in Ukraine on the development of international tourism business in Central and Eastern European countries. It is noted that there are many examples showing that political risks in recent years have caused significant harm to international tourism. The article justifies the idea that political instability has a long-term nature and plays a key role in shaping international tourism strategies. A comparative study of political risks at the country and regional levels for tourism provides deeper and more comprehensive conclusions for existing research. The regulatory role of state policy in the tourism industry has been recognized by scholars, most of whom empirically studied the impact of state policy on tourism development. It is noted that the region under study differs from the methodology used by UNWTO and covers countries located to the west of Ukraine's territory (Lithuania, Latvia, Estonia, Poland, Slovakia, the Czech Republic, Hungary, Romania).

For the preparation of the publication, statistical analysis methods and analytical generalization were used. The factual basis consisted of statistical data from national tourism organizations of the studied countries, the UNWTO website, and Eurostat. The article analyzes key trends inherent in the international tourism business of Central and Eastern European countries, related to tourism revenues and tourist flows, how they correlate with post-COVID processes, and how the Ukrainian-Russian war has adjusted the tourism markets of these states. Emphasis is placed on comparing indicators of the hospitality industry, logistics, and the formation of regional tourism policies.

The ongoing Ukrainian-Russian war has significantly impacted the international tourism industry in Central and Eastern European countries. The region, which previously served as a transit zone and a popular tourist destination, has undergone significant changes in tourist flows, security perceptions, and the organization of international tourism business.

The war has changed the strategic priorities of tourism business stakeholders. There is an increased focus on crisis management, risk assessment, and diversification of target markets. Many tourism companies have intensified cooperation with government agencies to ensure safe travel conditions and to restore the region's image as a secure and welcoming tourist destination.

Keywords: international tourism business, international tourist flows, Central and Eastern European countries, hospitality industry, tourism logistics, employment in tourism.

Постановка науково-практичної проблеми, актуальність і новизна дослідження. Після адаптації міжнародного туристичного бізнесу країн Центрально-Східної Європи до умов ковідного та постковідного характеру

(2020-2022 рр.), ці держави зазнали впливу українсько-російської війни, яка своїми впливами вийшла далеко за межі національного простору України. Це вже породило зміни в низці напрямків господарювання. Ми ж хотіли зупи-

нитися на емпіричному аналізі впливу війни на туристичний бізнес з позиції міжнародних туристичних оцінок в межах переважно Центрально-Східноєвропейського простору.

Роль туризму для країн Центрально-Східної Європи є важливою. Це підтверджується тим, що серед всіх галузей туризм за обсягами доходу займає третє-п'яте місце у економіці країни даного регіону. Саме туризм дає поштовх до розвитку різноманітних елементів інфраструктури, включаючи підприємства торгівлі. Він надає багато робочих місць та можливостей для заробітку, створює умови для функціонування компаній у галузях, що співпрацюють зі сферою туризму. Такі тези підкреслюють місце, яке займає ця галузь в національного господарському комплексі кожної із держав. Але водночас слід говорити про те, як війна в Україні відображається на світовому туризмі. Нажаль, це яскравий приклад впливу політичних ризиків на туристичну сферу країни та регіону загалом.

В своєму диверсифікованому форматі політичні ризики в останні роки завдали серйозної шкоди міжнародному туризму. Спираючись на теорію планування поведінки, Зоу та ін. (2021) стверджували, що у випадку, якщо туристи відчують політичний ризик, вони безпосередньо змінюють свої туристичні рішення або навіть відмовляються від своїх планів подорожі [11]. Політичні ризики суттєво впливають на туристичну галузь, викликаючи різке зниження кількості прибуттів та формування песимістичних настроїв серед потенційних мандрівників. Це, своєю чергою, призводить до зменшення загальних витрат на туризм. З огляду на глобальний характер туристичних потоків, навіть локальні політичні потрясіння можуть мати тривалий вплив через особливості попереднього планування подорожей. У результаті відбувається зміна географії туристичних маршрутів, а розвиток туризму в окремих країнах і регіонах коригується відповідно до нових реалій. Політична нестабільність, як правило, має довготривалий характер і відіграє ключову роль у формуванні стратегій міжнародного туризму.

Наразі науковці єдині в думці, що політичні ризики негативно впливають на індустрію туризму. Вже сьогодні є досить підтверджених фактів, що тероризм і політичне насильство завдали серйозної шкоди туристичній галузі України, Тунісу, Єгипту, Ізраїлю, Шрі-Ланки, Фіджі та інших держав, які пережили революційні (на відміну від еволюційних) потрясіння у формі військових дій, збройних конфліктів, тероризму та інших мілітарно-асоціальних процесів. Очільник Всесвітньої туристичної органі-

зації Зураб Пололікашвілі говорить, що «війна, що триває в Україні, та інфляція негативно позначаються на туристичній галузі, яка оговтується від руйнівного впливу пандемії COVID-19» [4]. За даними сайту цієї організації, серед країн, які найбільше постраждали внаслідок військових дій в Україні в 2022 р. (у порівнянні з 2019 р.), це Республіка Молдова з падінням кількості рейсів на 69 %, Словенія (-42 %), Латвія (-38 %) та Фінляндія (-36 %). Це не повний перелік, який виразно підкреслює масштабність впливу війни на туристичну сферу. Щоправда, до 2024 р., як свідчать дані ЮНВТО та сайтів більшості національних туристичних організацій регіону Центрально-Східної Європи (), більшість країн зуміли адаптуватися, а в деяких випадках, – навіть вийти на вищі рівні функціонування туристичного бізнесу, ніж на довоєнний, для України, період або на період доко-

відний.

Індикативною базою оцінки політичних ризиків в туризмі може бути Міжнародний довідник з ризиків країн (*International Country Risk Guide* (ICRG)), який всебічно оцінює вплив ризиків на туризм і розширює граничний зміст управління політичними ризиками в туризмі [8]. Поточний індекс політичного ризику, включаючи традиційні та нетрадиційні типи, опублікований ICRG, зазвичай точніше відображає рівень регіональних політичних ризиків та представляє нові ідеї для дослідження політичних ризиків в туризмі. Варто також зазначити, що поточні дослідження політичних ризиків та туризму в основному зосереджені на підтвердженні взаємозв'язку між цими двома залежностями, але їм бракує інноваційного погляду на неоднорідність та механізми. Для країн з різними рівнями доходів і регіонів також існують відмінності в здатності їхньої туристичної індустрії протистояти політичним ризикам. Таким чином, порівняльне дослідження політичних ризиків країни та регіону для туризму забезпечує більш глибокі та вичерпні висновки для існуючих досліджень. Регулююча роль державної політики в індустрії туризму була визнана вченими, більшість з яких емпірично вивчали вплив державної політики на розвиток туризму, щоправда не завжди її розкриваючи саме з позиції управління ризиками в туризмі. Вивчення цього механізму пом'якшення також досягло розвитку та інновацій на основі існуючих досліджень.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. Актуальність проблеми дослідження пов'язана з переконливим фактом, що українсько-російська війна утвердилась як явище не локальне, а глобальне. Вона знайшла свій

відголос в найрізноманітніших сферах людської життєдіяльності. В наших попередніх дослідженнях [6] ми вже звертали увагу на згортання ділової активності на території країни-агресора багатьма знаковими світовими кампаніями, які не зважали на економічні втрати та ризики, припинили публічну співпрацю з москвою.

Дане дослідження акцентує увагу на змінах в організації міжнародного туристичного бізнесу країн Центрально-Східної Європи, які, переважно межують з Україною, як території бойових дій та безпосередньо відчують вплив такого сусідства. Суттєвий інтерес до даної проблеми в різних векторах досліджень свідчить про актуальність проблеми загалом та пошук алгоритмів та шляхів щодо вдосконалення організації туристичної сфери цих країн на фоні мілітарного простору.

Тут слід виділити дослідження, що стосуються особливостей функціонування міжнародного туристичного бізнесу в межах України, як країни Центрально-Східної Європи, та згаданого регіону загалом.

Вітчизняних наукових розвідок щодо трансформації міжнародного туризму та туристичного бізнесу є досить багато, що природньо, зважаючи на необхідність пошуку шляхів адаптації та трансформації туристичного ринку держави до нових умов. В статті О. Моргулець, О. Шевченко, Я. Агеєва розкрито особливості ключових аспектів адаптації, безпеки, маркетингу та стратегічного управління туристичною діяльністю в умовах геополітичної нестабільності та пошук ефективних інструментів для виживання і подальшого розвитку українських туристичних компаній в умовах військового конфлікту [7].

Серед досліджень Центрально-Східної Європи в сфері туризму на сучасному етапі варто виділити роботу румунських науковців (З.Пріпоас, А.-Г. Туртуреану, Д.-К. Шин, А.-О. Матич, К.-М. Крецу, К.-Г. Петраску, К.-Г. Сирбу, Е.Ш. Марінеску), які роблять акцент на конкурентоспроможності туризму на прикладі країн згаданого регіону. Вони проаналізувати взаємозв'язок між туризмом і національним добробутом з позиції туристичного бізнесу. Завдяки такому дослідженню можна державним і місцевим органам самоврядування вжити необхідних заходів для підвищення конкретної конкурентоспроможності на міжнародному ринку [10]. В дослідженні А. Кузишина та І. Поплавської на емпіричному рівні представлено аналіз первинних наслідків українсько-російської війни для туристичної галузі країн Центральної та Східної Європи, де на статис-

тичному матеріалі ЮНВТО здійснено аналіз сучасних тенденцій, властивих для міжнародного туризму, окреслено можливі сценарії розвитку міжнародного туризму в умовах активної агресії та за її наслідками для означеного регіону[4].

Виклад основного матеріалу. Наголошено, що визначений в нашому дослідженні простір «Центрально-Східна Європа» не відповідає тій методології, яку пропонує ЮНВТО, яка акцентує увагу насамперед на аналізі туристичних потоків та туристичних доходів, пов'язаних з міжнародним туризмом.

Термін «Центрально-Східна Європа» був введений у вжиток в 1950-х рр. польським дослідником Оскаром Галецьким [1] і в певній мірі слід наголошувати на політичній заангажованості цього простору (в значній мірі це було обумовлено формуванням на території держав Центральної та Східної Європи т. зв. «соціалістичного табору»). Хоча такий поділ ігнорував важливі особливості регіону, як-от християнство західного обряду, міцні зв'язки з іншими країнами латинського культурного кола, потужний вплив німецької культури та досвід багатостітнічності, доповнений доволі позитивною пам'яттю про останні десятиліття монархії Габсбургів [1]. Тому варто відзначити політичну та історичну єдність даної території, яка тривалі століття, від часів Литовського-Руської держави до імперії Габсбургів, мала схильність до співіснування, мирної колаборації та соціально-економічної співпраці.

Принагідно зазначимо, що в 90-х роках ХХ ст. термін «Центрально-Східна Європа» популяризувало багато польських учених, як-от професор Єльського університету Пйотр Вандич і професор Єжи Ключовський, засновник товариства, а потім Інституту Центрально-Східної Європи в Любліні, що проводив впродовж наступного чверть століття дослідження цього регіону. У доробку колективу професора Є. Ключовського, зокрема, переклад кількома мовами історії Центрально-Східної Європи, а також величезна мережа контактів, що сприяла інтеграції українських та білоруських науковців у інтелектуальний простір Польщі та інших країн регіону. Приємно, що культурні, політичні та ментальні відмінності, які відрізняють ці країни від росії, значною мірою базуються на інтелектуальних концепціях, створених О. Галецьким та його послідовниками [1].

В нашому дослідженні просторові межі Центрально-Східної Європи визначені країнами, що знаходяться переважно західніше України (Литва, Латвія, Естонія, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія), які здебільшого

підтримують добросусідську політику в різних сферах стосовно нашої держави і водночас активні в туристичній сфері.

Від доковідного періоду (2019 р.) до тепер в цих країнах спостерігаються неоднозначні тенденції в розвитку міжнародного туристичного бізнесу. І це слід пов'язати не лише з безпосередніми проявами міжнародної туристичної активності (туристичні прибуття та ту-

ристичні доходи), а й з формуванням туристичного бізнесу, зважаючи на реалії впливу війни в Україні.

Як свідчать дані таблиці 1, беззаперечним лідером за туристичними прибуттями та доходами в означеному регіоні є Польща. Хоча всі країни позиціонують туризм як галузь господарства, що формує бюджет цих країн.

Таблиця 1

Показники міжнародних туристичних прибуттів (млн.) та доходів (млрд. дол.) в розрізі країн Центрально-Східної Європи*

Країна	2019		2020		2021		2022		2023	
	Туристичні прибуття	Туристичні доходи	Туристичні прибуття	Туристичні доходи	Туристичні прибуття	Туристичні доходи	Туристичні прибуття	Туристичні доходи	Туристичні прибуття	Туристичні доходи
Естонія	3,3	1,7	1,0	0,6	0,8	0,6	2,2	1,2	2,4	1,5
Латвія	1,9	1,0	0,6	0,8	0,5	0,7	...	1,2	...	1,5
Литва	2,9	1,5	0,9	0,6	0,9	0,6	2,1	1,2	2,4	1,8
Румунія	2,6	3,6	0,4	1,4	0,9	3,3	1,7	4,7	2,1	5,0
Словаччина	5,6	3,2		1,3		1,1		1,4		1,6
Польща	21,2	14,0	8,4	8,2	9,7	9,1	16,0	14,4	19,0	15,0
Угорщина	16,9	7,3	7,4	3,2	7,9	4,2	12,6	5,6	12,9	8,0
Чехія	14,7	7,3	4,0	3,6	3,8	3,1	10,2	5,6	...	7,9

* за даними UNWTO [13]

Водночас цікавими для організації міжнародного туристичного бізнесу будуть показники, які дозволяють співставити витратність населення цих країн на міжнародні туристичні поїздки, що засвідчують його можливість до

організованого відпочинку. Беручи 2019 р. як базовий (доковідний) для порівняння, слід відзначити, що не всі держави регіону однаково формували туристичний бізнес впродовж п'ятилітнього періоду (2019-2024 рр.) (таблиця 2).

Таблиця 2

Витрати на міжнародний туризм в розрізі країн Центрально-Східної Європи*

Країна	2024		2023		2022		2021		2020	
	Витрати, млрд.дол	Порівняння, до 2019 р., %	Витрати, млрд.дол	Порівняння, до 2019 р., %	Витрати, млрд.дол	Порівняння, до 2019 р., %	Витрати, млрд.дол	Порівняння, до 2019 р., %	Витрати, млрд.дол	Порівняння, до 2019 р., %
Естонія	1,5	0	1,3	-10		-20		-58		-62
Латвія	1,4	+98	1,3	+77		+45		-6		-27
Литва	1,9	+45	1,7	+24	1,2	-5	0,6	-60	0,5	-62
Румунія	10,4	+74	9,4	+56	8,1	+34	5,2	-13	3,1	-48
Словаччина	2,6	+4	2,3	-7	2,2	-8	1,5	-46	1,4	-46
Польща	9,7	+18	9,7	+18	7,6	-5	5,7	-38	5,3	-42
Угорщина	3,9	+79	3,7	+64	2,4	+12	1,5	-45	1,2	-55
Чехія	8,8	+51	7,5	+23		-14		-48		-42

* за даними UNWTO [13]

2020-2021 рр. стали для країн регіону періодом стабілізації та відновлення втрачених позицій в міжнародному туризмі. В наступні роки більшість країн Центрально-Східної Європи (окрім Естонії та Словаччини в 2023 р.) продемонстрували показники витрат на міжнародні туристичні поїздки вищі, ніж в 2019 р. І

тут варто наголосити, що в цьому однозначно є заслуга як населення цих країн, яка активізувалося в сфері міжнародного туризму, але є частка і українських туристів, які вимушено були переорієнтовані на туристичні агентства, аеропорти цих держав та формували позитивні показники в системі їх міжнародних туристич-

них витрат (адже ідентифікували свої поїздки з країною-відправлення саме з цих держав).

Розглянемо покомпонентно складові міжнародного туристичного бізнесу в розрізі країн Центрально-Східної Європи.

Одним з ключових елементів в організації міжнародного туристичного бізнесу слід визначити функціонування системи закладів розміщення. Зосередим увагу на ключових рисах їх функціонування в розрізі країн досліджуваного регіону.

За останнє десятиліття готельна індустрія в Польщі переживала постійне зростання, з ще більш багатообіцяючими перспективами на майбутнє. В 2024 році ринок досяг 2,1 млрд євро, позиціонує його як найбільший у Центрально-Східній Європі за доходами. Це значне розширення означає потенціал для суттєвого повернення інвестицій. Крім того, кількість готелів продемонструвала значне зростання, що призвело до збільшення доступності варіантів розміщення. Незважаючи на виклики, пов'язані з пандемією, готельний ринок Польщі демонструє позитивний тренд інвестицій і попиту на житло. Наприклад, у 2023 році кількість ночей, проведених у готелях, зросла на понад 103 % порівняно з 2020 роком.

Варшава, столиця Польщі, може похизуватися найбільшим готельним ринком країни, пропонуючи понад 5000 номерів, що суттєво більше, ніж наступний популярний напрямок – Краків. Інші популярні міста для готелів у Польщі включають Гданськ, Вроцлав і Познань. У Варшаві багато 3-х зіркових готелів, які обслуговують різноманітних мандрівників, від бюджетних туристів до тих, хто мандрує з діловою метою. Проте кількість 4- та 5-ти зіркових готелів зростає, щоб спровоковано тенденцією зростання попиту на розкішне житло. У 2023 році рівень заповнюваності готелів Варшави досяг 68 %, що свідчить про високий попит на тимчасові помешкання. Готелі столиці Польщі також перевершили інші з точки зору прибутку на доступний номер, демонструючи за цим показником перевищення на 32 % порівняно з м.Познанню та на 6,1 % вище, ніж у прибережних місцях у районі Триміста (Гданськ, Сопот, Гдиня).

У 2023 році в Польщі було загалом 2581 готель, більшість із яких були 3-х зірковими. Уповільнення, спричинене пандемією, не завадило понад 36 мільйонам туристів (внутрішнім та міжнародним) скористатися готельними послугами країни, що свідчить про двовідсоткове зростання порівняно з рівнем до пандемії. Примітно, що польський готельний ринок переважно формується готельними мережами, серед

яких лідирує мережа *Accor*, яка здійснювала загальне координування 91 готелем у 2022 році. Для порівняння – *Polski Holding Hotelowy* (Польський готельний холдінг) керує вдвічі меншою кількістю готелів, ніж *Accor*.

Незважаючи на виклики, пов'язані з інфляцією, зростаючими витратами на обслуговування та заробітними платами, готельна індустрія Польщі готова до зростання, що стимулюється збільшенням кількості іноземних відвідувачів, збільшенням попиту на внутрішньому ринку та перспективними інвестиційними витратами. Відновлення значною мірою залежатиме від підвищеного інтересу як з боку індивідуальних, так і корпоративних клієнтів.

Протягом 2020 року через спалах коронавірусу (COVID-19) рівень заповнюваності готелів Румунії впав. Чистий рівень заповнюваності готельних номерів знизився більш ніж на третину до 27 %. У наступні роки (2021-2023 рр.) рівень заповнюваності коливався в межах 40 %. Однак у 2024 році, заповнюваність готельних номерів знову знизилась до 27,56 %. Ці коливання демонструють певну невизначеність в організації готельного господарства країни та потребі розробки стратегії розвитку готельної індустрії країни, яка мала б об'єднати ключових гравців цього національного ринку.

З моменту спалаху коронавірусу в 2020 році індустрія гостинності в Румунії втратила майже десять тисяч співробітників. Незважаючи на важливість і внесок індустрії гостинності в економіку країни, люди, які працюють у готелях і ресторанах Румунії, мали найнижчий середній чистий заробіток у 2020 року. Середня чиста місячна зарплата в індустрії гостинності Румунії коливалася в межах 1200-1800 румунських леїв (250-350 євро), що є нижчим від середнього показника в країні.

У 2024 році кількість закладів розміщення у Чехії досягла 1004 одиниць. Порівняно з минулим роком їх кількість дещо зменшилася.

З 2007 по 2024 рік у Чехії зросла кількість номерів у готелях та подібних установах. У 2024 році в готелях Чехії було приблизно понад 216 000 номерів.

Кількість ночівель у закладах розміщення в Чехії коливалася протягом оцінюваного періоду. Зрозуміло, що через вплив пандемії COVID-19 відбулося значне падіння ночівель. Але вже в 2023 році в чеських готелях було проведено близько 55,84 мільйона ночей, що є помітним зростанням порівняно з попереднім роком.

Рівень заповненості ліжко-місць у готелях у спостережуваний період коливався. Якщо у 2012 році цей показник становив 34,8 %, то у

2019 році було зайнято приблизно 50,9 % ліжко-місць у готелях країни. Проте у 2020 та 2021 роках частка зайнятих ліжко-місць зменшилася через пандемію COVID-19 та наступні обмеження на поїздки. У 2023 році заповненість ліжко-місць становила 37,2 %.

Готельна індустрія Словаччини обраховується 1750 закладами, переважно 3-и та 4-и зірковими готелями. У 2023 р. відвідуваність таких закладів на 36 %. Середня завантаженість готелів складає 55-60 % і вона відзначається піковим зростанням в зимовий сезон і під час фестивалів заходів в регіонах країни. Насамперед готелі приймають гостей з Чехії, Польщі, Угорщини, Німеччини та Австрії. Середня тривалість перебування: 2–3 дні.

Серед ключових тенденцій розвитку готельного бізнесу Словаччини слід відзначити його інтенсивне зростання в районі Татр, інвестування в SPA-курорти, державна та приватна підтримка в оновленні готельної інфраструктури, загальне зростання потоку туристів, цифровізація послуг (мобільні застосунки, безконтактна реєстрація, онлайн-бронювання) та акцент на екологічності готелів (еко-готелі, зелені сертифікати (EU Ecolabel, Green Key)).

Готельна індустрія країн Балтії є частиною туристичного сектору, який активно розвивається завдяки зручному географічному розташуванню – між Скандинавією, Центральною та Східною Європою, привабливим цінам у порівнянні з країнами Західної Європи, активному розвитку IT, бізнес-туризму та культурного туризму.

Загальна кількість закладів розміщення в межах країн Балтії складає 3400 одиниць (з яких 1300 розташовується в Литві). Середня завантаженість готельних номерів складає 60-70 % (найвища – в Латвії).

Основними тенденціями цієї індустрії в країнах Балтії є зростання кількості бутик- та еко-готелів, інвестиції у digital-технології (смарт-системи, мобільні додатки), зростання цін на готельні послуги через інфляцію та попит та попит на MICE-туризм (конференції, форуми).

Важливою частиною функціонування закладів гостинності з позиції міжнародного туристичного бізнесу є співставлення показників інвестування в цю сферу. За даними Євростату, обсяг прямих іноземних інвестицій у готельний і ресторанний сектор у країнах Центрально-Східної Європи (зокрема Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Румунія) у 2022 році перевищив 4,5 млрд євро, що на 17% більше, ніж у 2019 році (допандемічний період). Лідерами за обсягом інвестицій стали Польща (понад 1,8

млрд євро) та Чехія (понад 900 млн євро).

У період 2020–2023 років в регіоні спостерігалось зростання частки міжнародних готельних брендів у загальній структурі готельного ринку – з 28% у 2019 році до 36% у 2023 році. Найактивніше розвивалися мережі у сегменті бюджетних і середньоцінових готелів, орієнтованих на внутрішній і транскордонний туризм.

Згідно з даними Національного банку Угорщини, у 2021–2022 роках понад 30% усіх нових об'єктів у готельному секторі Будапешта фінансувалися за рахунок прямих іноземних інвестицій, переважно з країн ЄС, а також Об'єднаних Арабських Еміратів та Туреччини.

Особливої уваги заслуговує інвестиційна динаміка у контексті післявоєнних і кризових умов. Попри геополітичну нестабільність, країни регіону намагаються залучити інвесторів через державні стимули: податкові пільги, грантові програми розвитку туризму (наприклад, у Румунії – HoReCa Investment Grant Program) та публічно-приватні партнерства.

Незважаючи на виклики, система гостинності країн Центральної та Східної Європи поступово трансформується в більш стійку, диверсифіковану та інноваційну, що свідчить про її здатність адаптуватися до нових реалій.

Ще один важливий блок функціонування міжнародного туристичного бізнесу є послуги логістичного спрямування, насамперед – перевезення туристів. Як і в більшості туристично-зорієнтованих країн світу, лідируючу роль відводять авіап перевезенням.

Авіаційний ринок у Центрально-Східній Європі розвинений слабо, порівняно з Європою загалом. І хоча західний ринок, здається, вже насичений цією галуззю, у регіоні Центральної та Східної Європи все ще є багато простору та можливостей для зростання цього сегменту ринку перевезень. Подальше зростання пасажиропотоку на авіаринку Центральної та Східної Європи зупинив спалах пандемії коронавірусу у 2020 році. У цей період попит на міжнародні та місцеві рейси практично не існував. Перевізникам і аеропортам знадобиться багато років, щоб відновити свої позиції на ринку до пандемії. Війна в Україні вимушила переорієнтовувати як логістичну складову (перепрокладення маршрутів в обхід території бойових дій, а також територій країни-агресора – росії, що спричинило як фінансові, так і часові незручності для туристів). Відсутність можливості використання повітряного транспорту в Україні активізувала потоки пасажирів тих держав Центрально-Східної Європи, які мають безпосередній кордон з нашою державою (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), але й позитивно

відзначилась на інших державах цього простору Європи.

Регіон Центрально-Східної Європи практично не має провідних авіакомпаній на європейському ринку (до цього статусу активно прагне польська авіакомпанія *LOT* та угорський лаукост *WizzAir*, що досить жорстко конкурують з більш потужними лаукостами та авіакомпаніями Європи та світу). Протягом багатьох років *Lufthansa* була європейським та регіональним лідером за перевезеннями пасажирів. Водночас, в останні роки за кількістю перевезених пасажирів лідером в регіоні є ірландська бюджетна авіакомпанія *Ryanair*. З цього випливає, що на авіаринку Центральної та Східної Європи домінують перевізники з-за меж регіону. В післяковідний період суттєво активізувалась роль вже згаданого угорського авіаперевізника *WizzAir* і традиційного польського перевізника *LOT*. Водночас спостерігається збільшення пропозиції існуючих авіакомпаній і поява нових, таких як *Flydubai* та *SkyUp*. Однозначно, цей регіон є джерелом пасажирів у своїх хабах для західноєвропейських гравців.

Найбільші аеропорти Центральної та Східної Європи знаходяться у Варшаві, Празі, Будапешті та Бухаресті.

На загальному фоні вигідно вирізняється є аеропорт Варшави. У 2019 році польський аеропорт імені Шопена обслужив майже 19 млн пасажирів (для порівняння – в «ковідні» 2020 та 2021 рр. цей показник зменшився до 5,5 та 6 млн пасажирів відповідно). До 2024 р. цей показник підвищився до 11 млн пасажирів (від 50 млн міжнародних пасажироперевезень в Польщі загалом). Очікується, що у 2035 році варшавський аеропорт обслужить понад 34 мільйони пасажирів.

Серед інших аеропортів країни слід відзначити аеропорти Гданська (6,7 млн пасажирів, +12 % пасажиропотоків відносно 2023 р.), Катовіц (6,4 млн пасажирів, +14 % пасажиропотоків відносно 2023 р.), Вроцлава (4,5 млн пасажирів) та Лодзя (0,5 млн пасажирів). Мега-проектом країни є будівництво неподалік Варшави аеропорту «Солідарність», який стане найбільшим хабом у Центральній та Східній Європі, обслуговуючи 45 мільйонів пасажирів на рік на першому етапі роботи.

Міжнародний туристичний бізнес тісно пов'язаний з міжнародним співробітництвом та інвестуванням, як на регіональному, так і на глобальному рівні. Транскордонний туризм та міжнародне співробітництво взаємопов'язані, оскільки вони передбачають співпрацю в економічних, культурних, екологічних та безпекових аспектах для створення сприятливого та

сталого середовища для туризму через національні кордони. Країни Центрально-Східної Європи активно формують регіональну систему міжнародного співробітництва у сфері туризму, розглядаючи цю галузь як важливий чинник економічного зростання, регіональної інтеграції та міжкультурного діалогу. Особливої актуальності набуває транснаціональне партнерство, спрямоване на спільне просування туристичних маршрутів, розвиток екологічного та культурного туризму, а також обмін досвідом у сфері сталого розвитку.

Інституційне співробітництво з Європейським Союзом, а також участь у таких програмах, як *Interreg*, *COSME*, або *Horizon Europe*, сприяє реалізації спільних туристичних проєктів і зміцненню туристичний бізнес на національному та міжнародному рівні. Активно залучаються інвестиції у готельний бізнес, транспортну логістику, цифрові сервіси для туристів, а також у розвиток людського капіталу через освітні програми.

Іноземні інвестори виявляють інтерес до регіону завдяки його культурному багатству, зростаючому попиту на регіональні подорожі та покращенню інвестиційного клімату. Зокрема, Польща, Чехія та Угорщина демонструють успішні приклади залучення капіталу в туристичний сектор, включаючи будівництво міжнародних готельних мереж і модернізацію туристичних об'єктів.

У той же час, країни регіону стикаються з викликами, пов'язаними з безпекою, політичною нестабільністю в сусідніх державах і наслідками війни в Україні. Це вимагає посиленої координації між державами, адаптації до нових умов і переорієнтації стратегій розвитку туризму на більш стійкі та безпечні моделі.

Всі згадані компоненти національного туристичного бізнесу формують міжнародну систему як регіонального так і світового характеру. В цьому відношенні варто згадати ще показники зайнятості в сфері туризму та частки ВВП, який створюється в цих країнах з туристичній сфері (рис. 1). Представлені дані виступають яскравими маркерами ролі туризму як в цих країнах, так і в регіоні загалом.

В даному випадку варто звернути увагу не лише на абсолютні показники щодо зайнятості в сфері туризму, а й на частку, яку займають ці працівники в структурі зайнятого населення згаданих країн. З такої позиції варто відзначити Латвію, Румунію та Угорщину, де показник зайнятих в туристичній сфері перевищує 7 % від числа працюючого населення, в той час як в Польщі цей показник складає лише 1,5 %. Ймовірно, ці показники можуть бути

вищими, зважаючи на інтенсивність розвитку туризму в цих країнах, яка часто перевищує

пересічноєвропейські показники.

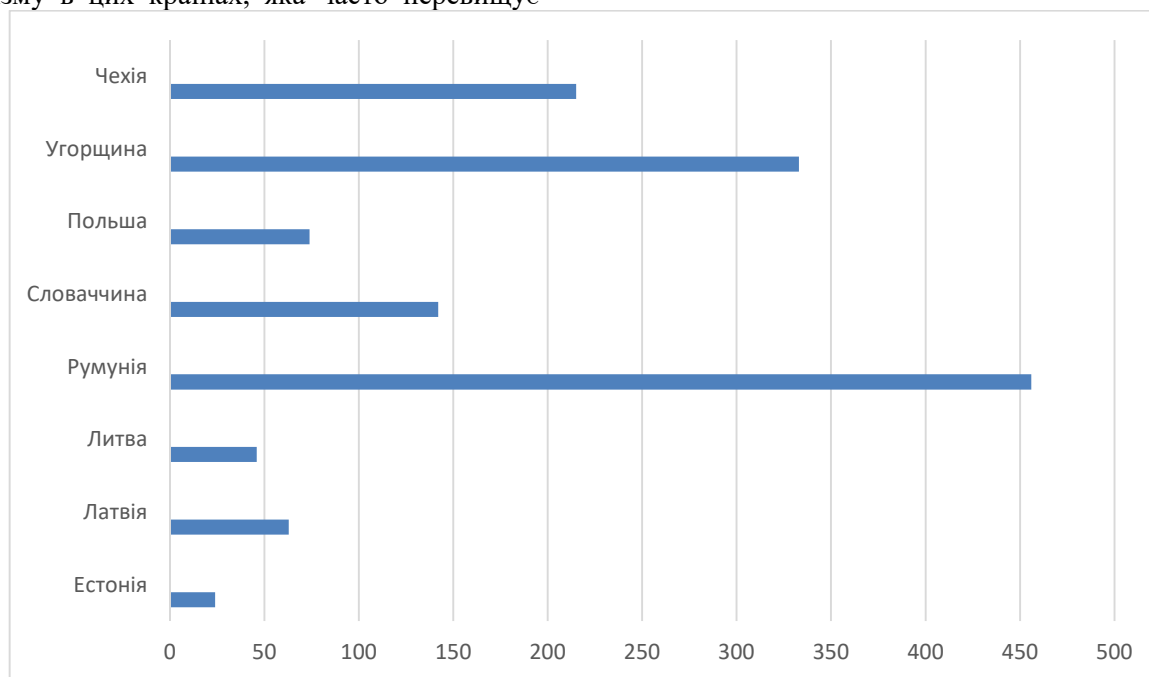


Рис. 1. Зайнятість в туристичній сфері країн Центрально-Східної Європи, тис. осіб

Щодо частки ВВП, створеної в туристичній сфері, варто відзначити дещо зміщені тенденції. Найвищою вона є в Естонії (5,4 %), близькою до неї є Угорщина (5,1 %) та Латвія (4,8 %). Умовно проміжну групу формують Румунія (3,0 %) та Словаччина (2,8 %). І мінімальні показники демонструють Литва (1,7 %), Чехія (1,5 %) та Польща (1,2 %). Однозначно, що потенційні можливості цих країн є вищими та частка ВВП від туризму може бути ще вищою, хоча й слід наголосити, що в частому випадку ці національні показники перевищують пересічно світові, які обраховує UNWTO (3 %).

Висновки та перспективи використання результатів дослідження. Міжнародний туристичний бізнес є важливою складовою господарства країн Центрально-Східної Європи. Його роль змінилась в результаті всесвітньої пандемії, а також зазнала змін під впливом війни в Україні, яка вийшла своїм впливом за національні межі.

Триваюча українсько-російська війна суттєво вплинула на міжнародну туристичну індустрію в країнах Центрально-Східної Європи. Регіон, який раніше слугував як транзитна

зона та популярний туристичний напрямок, зазнав серйозних змін у потоках туристів, сприйнятті безпеки та організації міжнародного туристичного бізнесу.

Туристичні компанії були змушені адаптуватися до зростання геополітичної нестабільності, обмежень на кордонах та змін у вподобаннях мандрівників. Такі країни, як Польща, Словаччина, Угорщина та Румунія – сусіди України – зазнали змін у туристичній інфраструктурі: від акценту на відпочинок до надання гуманітарної допомоги та підтримки біженців. Водночас довгострокове планування подорожей до регіону зменшилося через занепокоєння щодо безпеки, що негативно вплинуло на кількість міжнародних туристів і загальний економічний стан.

Крім того, війна змінила стратегічні пріоритети суб'єктів туристичного бізнесу. Зросла увага до кризового управління, оцінки ризиків та диверсифікації цільових ринків. Багато туристичних компаній активізували співпрацю з державними органами для забезпечення безпечних умов подорожей і відновлення іміджу регіону як безпечного та привітного туристичного напрямку.

Література:

1. Адамський Л. Центрально-Східна Європа. Як термін змінив мапу. Режим електронного доступу: <https://novapolshcha.pl/article/centralno-skhidna-yevropa-yak-termin-zminiv-mapu/>
2. Каганов Ю.О. Центрально-Східна Європа як історичний регіон: зміст та еволюція концепції. *Zaporizhzhia Historical Review*, 1(19), 333-341. Retrieved from <https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1600>.
3. Кузишин А.В., 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.

4. 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.
5. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
6. Кузишин А.В. Сучасні детермінанти геополітичного простору України: національний та європейський аспект. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: СМП «Тайп», 2022. № 1 (52). С. 102-112. <https://doi.org/10.25128/2519-4577.22.1.13>
7. Моргулець О.Б., Шевченко О.О., Агеев Я.В. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір. 2024. № 189, 2024. С. 349-354.
8. International Country Risk Guide. [Дата звернення: 28.09.2024] <https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/>
9. Bertram M. Gordon. Warfare and tourism – Paris in World War II. Annals of Tourism Research. 1998. 25(3):616-638.
10. Rodica Pripoea & Anca-Gabriela Turtureanu & George-Cristian Schin & Andreea-Elena Matic & Carmen-Mihaela Crețu & Cristina-Gabriela Pătrașcu & Carmen-Gabriela Sirbu & 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.
11. 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>
12. <https://journals.openedition.org/viatourism/7095>
13. <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>
14. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
15. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_tnw/default/table?lang=en&category=tour.tour_dem.tour_dem_tn

References:

1. Adamskyi L. Tsentralno-Skhidna Yevropa. Yak termin zminyv mapu. Rezhym elektronnoho dostupu: <https://novapolshcha.pl/article/centralno-skhidna-yevropa-yak-termin-zminiv-mapu/>
2. Kahanov Yu.O. Tsentralno-Skhidna Yevropa yak istorychnyi rehion: zmist ta evoliutsiia kontseptsii. Zaporizhzhia Historical Review, 1(19), 333-341. Retrieved from <https://istznu.org/index.php/journal/article/view/1600>.
3. Kuzyshyn A.V., Poplavska I.V., Kravets S.V., Medynska O.Ia., Zadvornyi S.I. Unifikatsiia chy unizatsiia Yevropy ta ukrainski perspektyvy. Mistse Ukrainy v yevropeiskomu prostori: heoprostorovi rysy ta yevropeiska unifikatsiia: materialy vseukrainskoho seminaru, prysviachenoho Dniu Yevropy – 2021 (18 travnia 2021 r.). / za red. K. Mezentsseva, A. Kuzyshyna, S. Zapototskoho. Ternopil: Vektor, 2021. s. 29-34.
4. Kuzyshyn A.V., Poplavska I.V. Zminy v mizhnarodnykh turystychnykh potokakh pid vplyvom vymushenoї militaryzatsii Tsentralno-Skhidnoi Yevropy. Industriia hostynnosti: stan, tendentsii rozvytku ta perspektyvy haluzi v umovakh viiny : zbirnyk prats Mizhnarodnoho nauково-praktychnoho forumu (m. Lviv, 19–21 kvitnia 2023 r.) / [vidp. red.: prof. O.I. Moroz]. Lviv: «Kamula», 2023. S. 10-16.
5. Kuzyshyn A.V. Mizhnarodnyi turystychnyi biznes: Navchalne vydannia. Ternopil: TNPU imeni V. Hnatiuka, 2019. 146 s.
6. Kuzyshyn A.V. Suchasni determinanty heopolitychnoho prostoru Ukrainy: natsionalnyi ta yevropeyskyi aspekt. Naukovi zapysky TNPU. Serii: Heohrafiia. Ternopil: SMP «Tayp», 2022. № 1 (52). S. 102-112. <https://doi.org/10.25128/2519-4577.22.1.13>
7. Morhulets O.B., Shevchenko O.O., Aheiev Ya.V. Turystychnyi biznes Ukrainy v umovakh heopolitychnoi nestabilnosti: stratehii rozvytku. Ekonomichnyi prostir. 2024. № 189, 2024. S. 349-354.
8. International Country Risk Guide. [Data zvernennia: 28.09.2024] <https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/>
9. Bertram M. Gordon. Warfare and tourism – Paris in World War II. Annals of Tourism Research. 1998. 25(3):616-638.
10. Rodica Pripoea & Anca-Gabriela Turtureanu & George-Cristian Schin & Andreea-Elena Matic & Carmen-Mihaela Crețu & Cristina-Gabriela Pătrașcu & Carmen-Gabriela Sirbu & 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.
11. 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>
12. <https://journals.openedition.org/viatourism/7095>
13. <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>
14. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
15. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_tnw/default/table?lang=en&category=tour.tour_dem.tour_dem_tn

Надійшла до редакції 26.03.2025р.