

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту

Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

Ревенко Богдан Ігорович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

УДК 338.48

## МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

### РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ ПІД ЧАС ВІЙНИ

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС-МЕНЕДЖМЕНТ

(назва освітньої програми)

242 «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»

(шифр і назва спеціальності)

Ревенко Б.І.

(підпис, ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

Науковий керівник С.В.Качала  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

канд. геол. наук, доцент Я. С. Коробейникова

(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Рецензент

канд. геол. наук, доцент Я. С. Коробейникова

(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**

Інститут \_\_\_\_\_ Економіки та менеджменту \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_ Туризму, рекреації та регіонального розвитку \_\_\_\_\_  
Освітній рівень \_\_\_\_\_ Магістр \_\_\_\_\_  
Спеціальність \_\_\_\_\_ ТУМ-24-1 \_\_\_\_\_ Туристичний бізнес-менеджмент \_\_\_\_\_

(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
зав.каф. ГРР  
доцент Коробейникова Я.С.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025р

**ЗАВДАННЯ  
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Ревенко Богдан Ігорович  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Рекреаційний туризм під час війни

затверджена наказом ректора університету від “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_

2. Термін здачі студентом закінченого роботи 03.12.2025 року \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи: Статистичні матеріали щодо стану туристичної інфраструктури в Україні та Карпатському регіоні під час воєнного стану, аналітичні звіти Державного агентства розвитку туризму України, дані щодо інвестиційної привабливості регіону, інформація про попит на рекреаційні послуги та особливості відпочинку внутрішніх туристів, відомості про функціонування рекреаційних маршрутів і санаторно-курортних закладів, міжнародні джерела з досвіду розвитку туризму у періоди воєнних конфліктів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити).

Розділ 1. теоретичні аспекти рекреаційного туризму в умовах війни.

Розділ 2. аналітичний огляд рекреаційного туризму в карпатському регіоні під час війни.

Розділ 3. рекомендації щодо розвитку рекреаційного туризму в карпатському регіоні під час війни.

Розділ 4. оцінка економічної ефективності запропонованого маршруту.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень). Таблиця 1.2 Функції рекреаційного туризму та їх зміст, Таблиця 1.3 Класифікація рекреаційного туризму, Таблиця 2.1 Надходження туристичного збору за областями, Таблиця 2.2 Узагальнені результати онлайн-опитування щодо подорожей Україною в умовах воєнного стану, Таблиця 2.3 – Характеристика рекреаційного потенціалу в Карпатах, Таблиця 3.1 Класифікація проблем розвитку рекреаційного туризму під час війни, Таблиця 3.2, Таблиця 3.3, Таблиця 3.4 Перспективи розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні, Таблиця 3.5 Стратегічні напрями розвитку рекреаційного туризму Карпатського регіону, Таблиця 3.9 Очікуваний вплив міжнародної підтримки на розвиток рекреаційного туризму Карпат, Таблиця 4.1 Підсумок змінних витрат.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання Прийняв
1	Качала С.В.		
2	Качала С.В.		
3	Качала С.В.		
4	Сімків Л.Є.		
Нормо-контроль	Побігун О.В.		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Написання першого теоретичного розділу	28.09.2025	
2.	Написання другого аналітичного розділу	15.10.2025	
3.	Написання третього рекомендаційного розділу	30.10.2025	
4.	Написання четвертого розрахункового розділу	16.11.2025	
5.	Підготовка вступу, висновків, оформлення літератури	25.11.2025	
6.	Узгодження економічної частини	04.12.2025	
7.	Оформлення роботи	11.12.2025	
8.	Подача роботи на кафедру	15.12.2025	

Студент \_\_\_\_\_ (підпис)      Ревенко Б.І. \_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)  
 Керівник роботи \_\_\_\_\_ (підпис)      Качала С.В. \_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню рекреаційного туризму в умовах війни та визначенню його ролі у відновленні фізичного і психоемоційного стану населення. У роботі розкрито зміст рекреаційного туризму, проаналізовано його значення для підтримки психологічної стійкості, соціальної адаптації та відновлення життєвих ресурсів людини в умовах воєнних викликів. Окрему увагу приділено міжнародному досвіду держав, що проходили через збройні конфлікти, що дозволило сформуванню підґрунтя для адаптації корисних практик в українських реаліях.

На основі аналітичного огляду сучасного стану українського туристичного ринку визначено тенденції розвитку рекреаційного туризму, акцент зроблено на Карпатському регіоні як території, що поєднує природні та оздоровчі ресурси, культурну спадщину і відносно безпечні умови. Проведено оцінку інфраструктури, розглянуто потреби внутрішніх туристів у період війни, визначено актуальні напрями розвитку, пов'язані з відновленням психоемоційного здоров'я, сімейним і природним туризмом, та формуванням нових туристичних продуктів, орієнтованих на тишу, природу та відчуття безпеки.

Практичний результат роботи полягає у розробці маршруту рекреаційного туризму в Карпатському регіоні з описом його змісту, тривалості, організаційних умов та розрахунком економічної ефективності. Запропонований маршрут спрямований на підтримку внутрішніх туристів, включно з військовими, ветеранами, переселенцями та сім'ями, що потребують психологічного перепочинку й фізичного відновлення. Робота відзначається акцентом на реабілітаційному значенні рекреаційних подорожей у воєнний період.

Ключові слова: рекреаційний туризм, війна, відновлення, Карпати, внутрішній туризм, психоемоційне здоров'я, туристичний маршрут.

## **ABSTRACT**

The qualification paper examines recreational tourism during wartime and its importance for restoring physical and emotional well-being. The research highlights the essence of recreational tourism and its role in supporting psychological resilience, social adaptation, and recovery of human energy resources under conditions of military stress and uncertainty. International cases of countries that experienced armed conflicts were analyzed to identify relevant practices that can be applied in Ukraine.

The study provides an overview of current trends in the Ukrainian tourism sector, with a particular focus on the Carpathian region as an area combining natural, healing, cultural, and relatively safe environments. Infrastructure characteristics, current needs of domestic travelers, and factors influencing travel decisions during wartime were examined. The research identifies priority directions of development, including nature-based tourism, family-oriented practices, and therapeutic travel formats designed to offer peace, safety, and emotional relief.

The practical outcome of the thesis is the development of a recreational tourist route in the Carpathian region, including its structure, itinerary, organizational conditions, and assessment of financial feasibility. The proposed route is intended for domestic tourists, including military personnel, veterans, internally displaced families, and individuals seeking emotional and physical recovery. The work emphasizes the restorative and social value of recreational travel under wartime conditions.

**Keywords:** recreational tourism, war, recovery, Carpathians, domestic tourism, emotional health, tourist route.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ</b> .....	10
1.1. Поняття та сутність рекреаційного туризму.....	10
1.2. Роль туризму у відновленні фізичних та моральних ресурсів під час війни..	17
1.3. Міжнародний досвід розвитку рекреаційного туризму у воєнний та післявоєнний періоди.....	23
1.4. Особливості організації рекреаційного туризму під час війни.....	30
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ</b> .....	37
2.1. Особливості розвитку рекреаційного туризму в Україні.....	37
2.2. Потенціал Карпатського регіону для розвитку рекреаційного туризму.....	49
2.3. Сучасний стан туристичної інфраструктури та рекреаційних послуг під час воєнного стану.....	56
2.4. SWOT-аналіз розвитку рекреаційного туризму в умовах війни.....	61
<b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ</b> .....	64
3.1. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму під час війни...	64
3.2. Пріоритетні напрямки розвитку рекреаційного туризму.....	71
3.3. Розробка концепції та програми туристичного маршруту.....	78
<b>РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАПРОПОНОВАНОГО МАРШРУТУ</b> .....	84
4.1. Витрати та собівартість рекреаційного туру в умовах воєнного стану.....	84
4.2. Аналіз фінансової ефективності туру з урахуванням витрат і доходів.....	87
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	94
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	97
<b>ДОДАТКИ</b> .....	106

## ВСТУП

Рекреаційний туризм є важливим складником туристичної галузі, що виконує не лише економічну, а й соціальну, культурну та оздоровчу функції. У мирний час він сприяє відновленню фізичних та психологічних ресурсів людини, формує позитивний імідж країни, забезпечує зайнятість населення та стимулює розвиток регіонів. Однак у період воєнних дій туристична сфера зазнає кардинальних змін: знижується кількість іноземних туристів, ускладнюється транспортна логістика, підвищується рівень небезпеки для відвідувачів, а окремі території стають тимчасово недоступними. Попри це, саме рекреаційний туризм у сучасних умовах набуває нового значення, стаючи інструментом підтримки ментального здоров'я населення, засобом адаптації внутрішньо переміщених осіб та ветеранів, а також важливим чинником соціально-економічної стабілізації регіонів, що залишаються у відносній безпеці.

З початком повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України туристична індустрія опинилася у надзвичайно складному становищі. За даними Державного агентства розвитку туризму України, у перший рік війни понад 70% об'єктів туристичної інфраструктури зазнали скорочення діяльності або тимчасового закриття. Зменшився внутрішній попит на традиційні туристичні послуги, а міжнародний туризм фактично зупинився. Водночас у західних регіонах країни, зокрема у Карпатському макрорегіоні, спостерігалось зростання попиту на рекреаційні та оздоровчі послуги серед внутрішніх туристів, що було зумовлено необхідністю відпочинку в умовах стресу та пошуком безпечних місць для проживання. Це підтверджує, що навіть у період воєнного стану туризм не втрачає своєї актуальності, а набуває нових форм та функцій, орієнтованих на потреби населення у відновленні та реабілітації.

Рекреаційний туризм у сучасних умовах розглядається не лише як елемент дозвілля, а передусім як засіб збереження та зміцнення здоров'я нації. Тривале перебування у стані підвищеної тривожності, переживання втрат, вимушене переселення, відсутність стабільності — усе це призводить до серйозних

психологічних проблем, таких як посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), депресії та інші розлади психоемоційного стану. За даними Міністерства охорони здоров'я України, близько 30% громадян, які безпосередньо постраждали від війни, потребують психологічної допомоги. Рекреаційний туризм, що включає відпочинок у природних ландшафтах, санаторно-курортне лікування, участь у культурних та духовних заходах, має потужний потенціал для зниження рівня стресу, відновлення емоційної рівноваги та зміцнення внутрішніх ресурсів людини.

Особливе значення у цьому контексті має Карпатський регіон, який є одним із найперспективніших центрів розвитку рекреаційного туризму в Україні. Він характеризується унікальним поєднанням природних багатств — гірських масивів, мінеральних джерел, лісових масивів, чистого повітря — та багатой культурної спадщини. Західні області України, на відміну від територій, що зазнають активних бойових дій, залишаються відносно безпечними для організації туристичних маршрутів. Це дає змогу створювати умови для оздоровлення та психологічного відновлення населення, особливо внутрішньо переміщених осіб, сімей військовослужбовців та ветеранів.

В умовах воєнного стану змінюються пріоритети у розвитку рекреаційного туризму. На перший план виходить безпека туристів, організація заходів, спрямованих на збереження психоемоційного здоров'я та формування стійкості до стресу. Туристичні маршрути повинні враховувати не лише природно-географічні та культурні ресурси, а й питання інфраструктури, логістики, наявності укриттів та системи оповіщення про небезпеку. Крім того, важливим завданням є підготовка персоналу до роботи в умовах війни, включаючи знання з домедичної допомоги, кризової комунікації та психологічної підтримки відвідувачів.

**Актуальність дослідження теми** обумовлюється низкою важливих чинників, які поєднують соціальні, економічні, безпекові та науково-практичні аспекти. З соціально-психологічної точки зору, сучасна ситуація створює зростаючу потребу населення у відновленні внутрішніх ресурсів, зниженні рівня стресу та підтримці психологічного благополуччя в умовах постійної загрози та невизначеності. Економічний аспект проявляється у необхідності підтримки регіональних економік

через розвиток внутрішнього туризму, створення нових робочих місць, стимулювання малого та середнього бізнесу та залучення інвестицій у відносно безпечні регіони країни. Безпековий аспект полягає у розробці та впровадженні нових моделей організації туризму, які враховують ризики воєнного стану, забезпечують фізичну та психологічну безпеку туристів і дозволяють адаптувати маршрути до змінної ситуації на місцях. Науково-практичний аспект визначається відсутністю достатньої кількості досліджень, що комплексно розглядають функціонування рекреаційного туризму у кризових умовах, оцінюють його ефективність та потенціал розвитку, а також формують рекомендації для туроператорів і органів влади. Таким чином, вивчення рекреаційного туризму під час війни є актуальним як для підтримки психоемоційного стану населення, так і для забезпечення економічної стабільності та безпеки туристичних проектів у кризових умовах.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження особливостей розвитку рекреаційного туризму в Україні (зокрема в Карпатському регіоні) під час воєнного стану та розробка практичних рекомендацій щодо формування туристичних маршрутів, орієнтованих на психологічне та фізичне відновлення населення.

Для досягнення поставленої мети у роботі передбачено вирішення таких **завдань**:

- Визначити поняття та сутність рекреаційного туризму, проаналізувати роль туризму у відновленні фізичних та моральних ресурсів населення під час воєнних дій;

- Дослідити міжнародний досвід рекреаційного туризму у воєнний та післявоєнний періоди;

- Проаналізувати особливості розвитку рекреаційного туризму в Україні та оцінити потенціал Карпатського регіону для розвитку рекреаційного туризму, охарактеризувати сучасний стан туристичної інфраструктури та рекреаційних послуг під час воєнного стану;

- Визначити пріоритетні напрямки розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні, розробити концепцію та програму туристичного маршруту та

оцінити економічну ефективність запропонованого маршруту з урахуванням витрат і доходів.

**Об'єктом дослідження** є процес організації та функціонування рекреаційного туризму в Україні в умовах воєнного стану.

**Предметом дослідження** виступають особливості формування та реалізації рекреаційних туристичних маршрутів, орієнтованих на психологічну та фізичну реабілітацію населення у період війни.

**Наукова новизна роботи** полягає у розробці комплексного підходу до організації рекреаційного туризму в умовах війни, який враховує не лише природно-географічні та економічні ресурси, а й психологічні та безпекові аспекти.

**Практичне значення дослідження** полягає у можливості використання отриманих результатів для розвитку внутрішнього туризму, створення безпечних маршрутів у Карпатському регіоні та розробки державних і регіональних програм з підтримки населення через механізми рекреації.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 1.1. Поняття та сутність рекреаційного туризму

Туристична галузь є однією з найбільш динамічних та швидко зростаючих сфер світової економіки. У сучасних умовах розвитку суспільства туризм поступово стає важливим чинником соціально-економічного зростання держави, забезпечує створення робочих місць, підвищує рівень добробуту населення та сприяє розвитку інфраструктури. Саме тому уряди багатьох країн розробляють стратегії стимулювання туристичної діяльності, приділяючи значну увагу її вдосконаленню та популяризації. З розвитком цієї сфери відбувається її ускладнення, розширюється спектр видів і підвидів туризму, з'являються нові напрямки та форми організації туристичних послуг, що потребує створення сучасних систем управління та чіткої термінології [1].

У науковій літературі все частіше зустрічається поняття «рекреаційний туризм», проте його визначення вимагає розмежування двох базових категорій – «туризм» та «рекреація». Розуміння співвідношення цих понять є необхідним для чіткого окреслення сутності рекреаційного туризму та його функцій у сучасному суспільстві. Туризм у загальному розумінні – це тимчасове переміщення людей за межі постійного місця проживання у вільний від роботи час із різною метою: пізнавальною, оздоровчою, розважальною, культурною чи іншою. Він передбачає зміну місця перебування та включає комплекс заходів, спрямованих на задоволення фізичних, духовних і соціальних потреб людини. Туристи, переміщуючись у нове середовище, взаємодіють із культурою та природою певного регіону, що робить туризм важливим інструментом міжкультурного обміну та збереження культурної спадщини. Натомість рекреація є ширшим поняттям і охоплює всі види діяльності, пов'язані з відновленням фізичних та духовних сил людини, виснажених у процесі трудової діяльності. Це може включати як активні форми дозвілля – спорт, подорожі, прогулянки, так і пасивні – відпочинок удома, сон, релаксацію.

Відповідно, туризм виступає лише однією зі складових рекреаційної діяльності, що відрізняється від інших форм необхідністю зміни локації [2].

Спільною характеристикою туризму та відпочинку є їхній тісний зв'язок із релаксацією, оздоровленням та відновленням життєвих ресурсів людини. Однак між цими поняттями існує принципова різниця. Відпочинок може відбуватися без зміни місця перебування – наприклад, лежання на дивані після напруженого робочого дня чи спокійне проведення вихідного вдома також є способом відновлення сил. Туризм, на відміну від звичайного відпочинку, обов'язково передбачає переміщення людини у нову місцевість, що надає їй нових вражень та емоційного досвіду. Рекреаційний туризм поєднує обидві ці складові – відпочинок та подорож. Він передбачає, що людина виїжджає за межі постійного місця проживання з метою зміни середовища, оздоровлення, отримання нових емоцій та вражень. Такі поїздки можуть бути як короткостроковими (вихідні дні, свята), так і довгостроковими (відпустка, санаторно-курортне лікування) [3].

Варто зазначити, що більшість туристичних поїздок у сучасному світі мають рекреаційний характер, оскільки основною метою людей є саме відновлення фізичних та психологічних ресурсів, позбавлення від стресу та рутини, покращення стану здоров'я. Наприклад, поїздка на море, відвідування гірськолижного курорту чи участь у культурно-розважальних заходах у іншому місті – усе це різновиди рекреаційного туризму. Подорожі, які спрямовані на відпочинок, релаксацію та задоволення, у науковій літературі часто називають рекреаційними подорожами. У цьому випадку головна мета туриста полягає не в роботі чи навчанні, а у відновленні сил і зміцненні здоров'я. Досить поширеною формою рекреаційного туризму є розважальний туризм, де пріоритет надається отриманню позитивних емоцій та насолоди від різних видів дозвілля [4].

Поняття рекреації або оздоровлення охоплює всі види відпочинку, спрямовані на відновлення фізичних, психічних та соціальних сил людини, включаючи санаторно-курортне лікування. Рекреація сьогодні не лише допомагає людині відновитися, а й виступає важливою складовою економіки та туристичної сфери. Український ринок рекреації, як і світовий, зазнав серйозних потрясінь через

пандемію COVID-19. Введення «локдауну» у 2020 році різко обмежило міжнародні подорожі та роботу рекреаційних закладів. За даними UNWTO, у 2020 році понад 88 % міжнародних поїздок українців були скасовані. У 2021 році ситуація залишалася складною: туристичний потік становив близько 3 млн поїздок проти 13,7 млн у 2019 році. Водночас це спричинило бум внутрішнього туризму — українські курорти користувалися великим попитом, особливо влітку 2021 року, хоча очікувався поступовий спад після піку сезону [5].

Сучасне розуміння рекреації значно відрізняється від первісного: це вже не просто відпочинок або розвага. Вчені, зокрема Кифяк В. Ф., розглядають рекреацію як індивідуальну діяльність у формі циклів певної тривалості, а також як діяльність рекреаційних підприємств, які надають послуги людям і водночас отримують прибуток. До рекреаційних сфер відносять відпочинок, розваги, туризм, санаторно-курортні послуги, культурні заходи, соціальні програми та охорону природи [1].

До кінця ХХ століття рекреація набула нових відтінків. Люди стали більше цінувати активний, насичений відпочинок — пригоди, спорт, культурно-пізнавальні подорожі. Туристи прагнуть не просто розслабитися, а отримати яскраві емоції і максимально урізноманітнити своє дозвілля. У відповідь організатори турів та рекреаційних програм впроваджують нові підходи, створюють унікальні пропозиції та шукають способи відрізнитися від конкурентів [6].

У науковій літературі та практичній діяльності рекреаційний туризм трактується по-різному залежно від цілей дослідження та підходу науковців. Це поняття охоплює широкий спектр явищ, що пов'язані з організацією відпочинку, відновленням фізичного, емоційного та психологічного стану людини шляхом подорожей і зміни звичного середовища. Розмаїття визначень зумовлене міждисциплінарним характером цього виду туризму, оскільки він одночасно включає елементи економіки, соціології, психології, медицини та культурології.

Аналіз поглядів українських і зарубіжних науковців дозволяє глибше зрозуміти сутність цього поняття та виділити спільні риси й відмінності у трактуванні, що представлено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Порівняння визначень рекреаційного туризму

№	Автор / організація	Ключові елементи визначення	Основна мета рекреаційного туризму	Особливості підходу
1	Худавердієва В. [7]	Збереження і відновлення фізичного та психічного здоров'я людини, використання природних та культурних ресурсів	Відновлення здоров'я та сил людини	Акцент на оздоровчій та профілактичній функції туризму
2	Воронкова Т., Пritуленко А. [8]	Подорож з метою відпочинку, лікування та оздоровлення; гармонізація фізичного, емоційного та соціального стану	Відпочинок, самореалізація, соціальна адаптація	Туризм як засіб психологічного балансу та розвитку особистості
3	Бойко В.О. [9]	Рекреація розглядається як сфера та спосіб витрачання вільного часу, незалежно від мети відновлення сил	Організація дозвілля та вільного часу	Ширший погляд – не обов'язково пов'язаний з оздоровленням
4	Гурська І. С., Герасимів З. М. [10]	Туризм, орієнтований на релаксацію, відпочинок, оздоровлення; вивчення впливу попиту на середовище	Релаксація, гармонізація фізичного та емоційного стану	Аналізує соціально-економічні та екологічні наслідки
5	UNWTO (Світова туристична організація) [11]	Подорож і перебування поза звичайним середовищем не більше одного року з метою дозвілля, відпочинку та інших потреб	Відпочинок, пізнання, розваги	Офіційне міжнародне визначення, універсальне для всіх країн
6	McKenzie, F. [12]	Рекреація – будь-яка діяльність у вільний від роботи час для задоволення; туризм – передбачає переміщення з цією метою	Задоволення та відпочинок	Чітке розмежування понять «туризм» та «рекреація»

Джерело: складено автором на основі аналізу літературних джере [7-12]

Порівняння визначень рекреаційного туризму свідчить, що всі дослідники визнають його важливу роль у відновленні життєвих сил людини та підвищенні якості життя. Спільним є акцент на відпочинку, оздоровленні та зміні середовища, а також використанні природних і культурних ресурсів для задоволення потреб туристів. Водночас відмінності полягають у розстановці пріоритетів: українські науковці здебільшого підкреслюють лікувально-оздоровчий аспект та соціальну значущість цього виду туризму, тоді як міжнародні організації та зарубіжні дослідники розглядають рекреаційний туризм у ширшому контексті, як частину системи туризму та рекреації загалом. Таким чином, сучасне розуміння рекреаційного туризму поєднує фізичне та психоемоційне відновлення людини,

культурне пізнання та розвиток особистості, що робить його одним із ключових чинників сталого розвитку суспільства та економіки.

Проаналізувавши визначення поняття різними науковцями можна сформулювати власне визначення: рекреаційний туризм – це організована діяльність, що передбачає тимчасове переміщення людини за межі постійного місця проживання з метою відпочинку, відновлення фізичного та психоемоційного стану, гармонізації соціальних і культурних потреб шляхом використання природних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів певної території.

Рекреаційний туризм виконує багатофункціональну роль, що проявляється у трьох основних напрямках – соціальному, економічному та культурному. Кожен із них має власний зміст, механізми реалізації та вплив на суспільство.

Соціальна функція рекреаційного туризму спрямована на людину та її добробут. Вона допомагає знизити стрес, відновити сили, підтримати фізичне та психоемоційне здоров'я. Подорожі дають змогу змінити обстановку, перепочити від повсякденних навантажень, повернути ясність мислення та емоційну рівновагу. Важливим є і соціальний вимір: подорожують сім'ї, друзі, формуються нові зв'язки, посилюється згуртованість спільнот. Реалізація цієї функції охоплює доступні рекреаційні простори, масові оздоровчі події та програми підтримки різних груп населення. Разом з тим залишається проблема сезонності, нерівного доступу та навантаження на інфраструктуру, що вимагає грамотного планування і розвитку доступних рекреаційних послуг [13].

Економічна функція полягає у створенні робочих місць, зростанні місцевих бюджетів, активізації малого бізнесу та залученні інвестицій. Туризм підтримує готелі, транспорт, громадське харчування, культурні об'єкти, виробництво товарів і послуг, формуючи помітний мультиплікативний ефект для регіональної економіки. Культурна функція пов'язана із збереженням історичної спадщини, традицій, ремесел та місцевої ідентичності. Рекреаційні подорожі стимулюють реставрацію пам'яток, роботу музеїв, розвиток фестивалів і культурних маршрутів. Туристи долучаються до локальних історій та культурних практик, що сприяє міжкультурному діалогу й підтримці автентичності територій [13].

Екологічна функція спрямована на збереження природи та формування екологічної свідомості. Рекреаційний туризм стимулює розвиток екологічних маршрутів, підтримку природних територій, інвестиції у природоохоронні ініціативи. Освітні програми та екоактивності формують відповідальне ставлення до довкілля. Виховна та освітня функція проявляється у неформальному навчанні, розширенні світогляду, зміцненні комунікативних та соціальних навичок. Подорожі стимулюють пізнавальний інтерес, відповідальність і повагу до різних культур та людей. Рекреаційно-оздоровча функція є змістовним ядром рекреаційного туризму. Вона забезпечує відновлення фізичних та психологічних ресурсів, профілактику захворювань, зміцнення здоров'я та зниження емоційного виснаження. Саме ця функція пояснює потребу людини у регулярному відпочинку та якісних рекреаційних послугах [14].

Згрупуємо функції рекреаційного туризму в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Функції рекреаційного туризму та їх зміст

Функція	Зміст та прояви
Соціальна	Поліпшення якості життя, зміцнення здоров'я, формування здорового способу життя, соціальна інтеграція.
Економічна	Створення робочих місць, розвиток бізнесу та інфраструктури, зростання бюджетних надходжень, інвестиційна привабливість.
Культурна	Збереження та популяризація культурної спадщини, розвиток міжкультурного діалогу, формування національної ідентичності.
Екологічна	Раціональне використання природних ресурсів, збереження довкілля, розвиток еко-туризму.
Виховна та освітня	Розвиток світогляду, патріотизму, цінностей здорового способу життя, підвищення знань про природу та культуру.
Рекреаційно-оздоровча	Відновлення фізичного та психоемоційного стану людини, профілактика захворювань, підвищення працездатності.

Джерело: складено автором на основі [13-14]

Отже, рекреаційний туризм є багатофункціональним явищем, яке інтегрує соціальні, економічні, культурні, екологічні та виховні аспекти. Він не лише забезпечує відновлення сил та здоров'я людини, а й сприяє економічному зростанню, розвитку культурної спадщини, підвищенню екологічної свідомості та формуванню відповідального ставлення до довкілля.

Комплексний підхід до реалізації функцій рекреаційного туризму є необхідною умовою його сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі України на світовому ринку.

У таблиці 1.3. буде розглянута класифікація рекреаційного туризму, яка включає різні критерії: об'єкти відпочинку та рекреації, форму організації, мотивацію туристів, тривалість подорожі та умови пересування.

Таблиця 1.3 – Класифікація рекреаційного туризму

Критерій класифікації	Підтип / форма	Характеристика	Приклади / конкретизація
Об'єкти відпочинку та рекреації	Природний туризм	Використання природних ресурсів для відпочинку та оздоровлення	Екотуризм, пляжний, гірськолижний, водний туризм
	Культурно-історичний туризм	Відвідування культурних та історичних об'єктів	Музеї, архітектурні комплекси, фестивалі
	Спортивно-оздоровчий туризм	Активна фізична діяльність та санаторно-курортні заходи	Фітнес-туризм, велотуризм, пішохідний, санаторії
	Тематичний туризм	Відпочинок за специфічними інтересами	Гастрономічний, винний, релігійний, анімаційний
Форма організації	Індивідуальний туризм	Турист самостійно планує поїздки	Самостійні подорожі, особисті маршрути
	Груповий туризм	Туристична поїздка організована для групи	Туроператорські тури, шкільні та корпоративні поїздки
	Організований рекреаційний туризм	Повний пакет послуг, передбачені всі аспекти відпочинку	Пакетні тури, круїзи, все включено
Мотивація туристів	Оздоровча	Туристи прагнуть покращити фізичне та психічне здоров'я	Санаторії, спа-процедури, оздоровчі табори
	Пізнавальна	Туристи прагнуть здобути нові знання	Екскурсії, науково-пізнавальні тури, музеї
	Активна	Туристи обирають фізичну активність	Спортивні тури, пригодницький, гірський, водний туризм
	Розважальна	Туристи шукають розваги та культурне дозвілля	Тематичні парки, фестивалі, концерти
Тривалість подорожі	Короткостроковий	1–3 дні	Ододенні екскурсії, вихідні тури
	Середньостроковий	4–10 днів	Курортні та оздоровчі тури
	Довгостроковий	Понад 10 днів	Експедиційний туризм, тривалі курортні програми
Умови пересування та середовище	Наземний	Переміщення по суші	Автомобільні, велосипедні, піші тури
	Водний	Переміщення водоймами	Круїзи, катамарани, байдарки
	Повітряний	Використання авіації або легких літальних засобів	Авіаційний туризм, парапланеризм
	Гірський / екстремальний	Туризм у складних природних умовах	Альпінізм, спелеотуризм, каякінг

Джерело: складено автором на основі [15]

Рекреаційний включає різні види діяльності, які класифікуються за об'єктами відпочинку та рекреації – природний, культурно-історичний, спортивно-оздоровчий та тематичний туризм; за формою організації – індивідуальний, груповий та організований рекреаційний туризм; за мотивацією туристів – оздоровчий, пізнавальний, активний та розважальний туризм; за тривалістю подорожі – короткостроковий, середньостроковий та довгостроковий туризм; а також за умовами пересування та середовищем – наземний, водний, повітряний і гірський чи екстремальний туризм.

## **1.2. Роль туризму у відновленні фізичних та моральних ресурсів під час війни**

Туризм завжди був важливим елементом соціально-економічного життя, адже його вплив на економіку, культуру та психо-фізичний стан людей важко переоцінити. Особливо значимою є роль туризму в періоди криз, зокрема під час воєнних дій, коли соціальні й економічні процеси перебувають у стані турбулентності. У такі часи туристична індустрія стає не лише джерелом економічного відновлення, а й важливим інструментом для відновлення фізичних та моральних ресурсів населення. Туризм за своєю природою орієнтований на зміну обстановки, відпочинок, розслаблення та активні види діяльності, що можуть мати значний позитивний вплив на фізичний і моральний стан людини. І, хоча воєнний час створює додаткові обмеження для туризму, він, водночас, відкриває нові можливості для відновлення та соціальної інтеграції через внутрішній туризм, санаторії, культурні ініціативи та інші форми активного відпочинку [16].

Під час воєнних дій цивільне населення та військовослужбовці зазнають величезного фізичного і морального виснаження. Стрес, травми, депресії, психічні розлади, пов'язані з пережитими подіями, є невід'ємною частиною таких періодів. Водночас важливою складовою адаптації до нових умов є відновлення ресурсів – як фізичних, так і психоемоційних. В цьому контексті туризм виступає одним із дієвих інструментів реабілітації та підтримки на всіх етапах кризи. В умовах воєнних дій, коли населення переживає стреси, втрати та фізичне виснаження, відновлення

фізичних ресурсів набуває особливої важливості. Туризм може стати одним з найбільш ефективних способів для відновлення фізичних сил, оскільки він зазвичай включає активний відпочинок, який позитивно впливає на фізичне здоров'я. Це можуть бути не лише традиційні екскурсії, але й різноманітні види активного туризму, такі як піші походи, велосипедні маршрути, водні види спорту або навіть медичний туризм. Під час військових дій часто зростає рівень стресу, що має негативний вплив на фізичний стан людини. Активний відпочинок сприяє покращенню фізичного здоров'я через розвиток витривалості, зміцнення серцево-судинної системи, поліпшення координації та гнучкості [17].

Активний туризм – це різноманітні форми відпочинку, що включають пішохідні маршрути, велосипедні подорожі, спортивний туризм або навіть екстрим-туризм. Згідно з численними дослідженнями, фізична активність сприяє виведенню токсинів з організму, покращує циркуляцію крові, підтримує роботу серцево-судинної системи та загалом зміцнює здоров'я. Медичний туризм є ще однією важливою складовою, особливо для людей, які потребують специфічного фізичного відновлення. Відвідування спеціалізованих санаторіїв, де пропонуються програми для реабілітації після травм або стресових розладів, значно полегшує процес одужання. Для військовослужбовців, які перенесли бойові травми, терапевтичні та оздоровчі тури можуть стати вирішальними у відновленні їхньої працездатності. Природні ресурси, як от гірські курорти, термальні джерела, морські узбережжя, надають можливість для відновлення здоров'я через природні фактори, що сприяють терапевтичному ефекту. Наприклад, курорти на базі термальних вод або грязьових процедур відомі своєю ефективністю при реабілітації після фізичних травм або стресів [18].

З точки зору фізіології, відновлення після сильного емоційного та фізичного стресу можливе лише за умови відновлення балансу між напругою та релаксацією. Туризм дає можливість «випустити пару» через фізичні вправи або відпочинок на природі, що сприяє нормалізації рівня кортизолу гормону стресу – в організмі. Однак фізичне відновлення потребує не тільки регулярної фізичної активності, а й релаксації, що можливо досягти через термальні курорти, спа-процедури та інші

методи відновлення, які є частиною туристичних послуг. Війна приносить не лише фізичні, а й глибокі моральні травми. Психологічні наслідки бойових дій можуть проявлятися у вигляді посттравматичного стресового розладу (ПТСР), депресії, тривожних розладів, соціальної ізоляції та зниження якості життя. У цих умовах туризм може виконувати роль психоемоційного відновлення, дозволяючи людям відірватися від повсякденної реальності війни та знову знайти внутрішню рівновагу [19].

Туризм є ефективним інструментом морального відновлення, оскільки він дозволяє людям отримати можливість перезавантажитися, втекти від стресових ситуацій і знайти спокій у нових обставинах. Дослідження в психології показують, що зміна обстановки, навіть на короткий період, має значний позитивний вплив на емоційний стан людини. Це може бути подорож до безпечного регіону, де немає військових дій, або просто відвідування природних ландшафтів, які дають людині можливість відновити свої моральні сили [20].

Особливу роль відіграє туризм у процесі соціалізації та спільного відпочинку. Війна часто призводить до соціальної ізоляції, втрати зв'язку з родиною та друзями, що може мати важкі наслідки для психічного здоров'я. Туристичні заходи, що передбачають участь в групах або родинний відпочинок, дозволяють людині відновити соціальні зв'язки, підтримати моральний стан та отримати позитивний емоційний досвід, що особливо важливо в умовах стресу. Окрім того, туристична індустрія має потужний терапевтичний потенціал завдяки розмаїттю активностей, які знижують рівень стресу і сприяють розвитку психологічної стійкості. Це можуть бути заняття йогою, медитація, лікувальна фізкультура, а також традиційні форми відпочинку, такі як відвідування культурних пам'яток або спостереження за природою [21].

В умовах воєнного часу інфраструктура туристичних об'єктів, курортів, природних парків може стати важливою складовою економічного відновлення. Важливим аспектом є не тільки те, що туризм допомагає фізично відновити сили, але й те, що він здатен підтримувати соціальну стабільність. Оскільки війна часто супроводжується економічними труднощами, зростання популярності внутрішнього

туризму та відновлення туристичної інфраструктури можуть стати потужним стимулом для місцевих економік, сприяючи створенню нових робочих місць та розвитку малого бізнесу. Додатково, відновлення туристичних маршрутів та культурних об'єктів після війни може бути символом відновлення національної ідентичності та надії на краще майбутнє. Це є важливим елементом морального відновлення, оскільки зміцнює відчуття приналежності до спільноти та відновлює довіру до державних і соціальних інститутів. Туризм у таких умовах може стати не лише економічним, але й культурним процесом, що допомагає згуртувати націю. Підтримка культурних ініціатив, розвиток внутрішнього туризму і заохочення до участі в культурних заходах сприяють підвищенню морального духу нації, допомагаючи людям знайти сили для подолання складних життєвих обставин [22].

Окрім фізичного і морального відновлення, туризм може мати важливе психотерапевтичне значення. Психологи відзначають, що зміна обстановки під час війни може бути важливим кроком до психоемоційного відновлення. Сучасні терапевтичні методики, такі як екотерапія (лікування через взаємодію з природою) та арт-терапія (використання творчості для зняття стресу), активно використовуються в контексті туризму для зменшення симптомів стресу, тривожних розладів і депресії. Не менш важливим є аспект психологічного відновлення в умовах війни. Моральна травма від пережитого, посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), депресія, тривожні розлади — це лише частина проблем, з якими стикаються люди після активних бойових дій. У цих умовах туризм виконує важливу роль у відновленні психо-емоційного стану, адже він пропонує можливість «втекти» від стресових ситуацій, змінити оточення, знайти нові сенси у повсякденному житті. Психологи давно звертають увагу на важливість зміни середовища для відновлення емоційного балансу. Психотерапевтичний туризм, зокрема екотерапія та арт-терапія, включають в себе активні методи відпочинку, що використовуються для лікування та відновлення. Терапевтичні програми, що включають заняття йогою, медитацією, а також відпочинок у природних умовах, мають високий ефект у знятті стресу і розвитку внутрішньої гармонії [23].

Завдяки можливості подорожувати до безпечних регіонів, спостерігати за

природою, відвідувати культурні заходи, люди можуть поступово відновлювати свої моральні сили. Туризм є тимчасовим відступом від постійної напруги, який дозволяє перезавантажити психіку, знизити рівень тривоги, повернути відчуття контролю над власним життям. Одним із ефективних методів відновлення є кліматотерапія, яка використовує природні кліматичні умови для зміцнення здоров'я і нормалізації нервової системи. Її дія залежить від таких умов, як висота місцевості над рівнем моря, близькість до водойм, температура та вологість повітря, сонячне випромінювання, циркуляція повітряних мас і атмосферний тиск. Серед напрямків кліматотерапії виділяють геліотерапію, аеротерапію та таласотерапію. Геліотерапія сприяє виробленню вітаміну D, покращує обмінні процеси і підвищує енергетичний потенціал організму. Аеротерапія забезпечує насичення киснем, що важливо для нормальної роботи серцево-судинної та нервової системи. Таласотерапія передбачає використання морської води, водоростей і морської гязі, що допомагає зміцнити імунітет, зменшити м'язове напруження і поліпшити загальний стан здоров'я [24].

Плануючи оздоровчі поїздки під час війни, необхідно враховувати фізичні особливості води та повітря. Наприклад, морська вода прогрівається повільніше за сушу, тому навесні купання може бути небезпечним для організму, тоді як восени вода зберігає тепло довше, що створює комфортні умови для процедур і відпочинку. Вибір сезону та регіону впливає на ефективність рекреаційних заходів і допомагає уникнути додаткового фізичного і психоемоційного стресу [25].

Велику роль у відновленні морального стану відіграє ландшафтотерапія, заснована на впливі природних ландшафтів на психіку. Перебування серед мальовничих гір, лісів або водойм нормалізує роботу нервової системи, покращує настрій, сон та апетит, знижує рівень тривожності і допомагає відновити внутрішню гармонію. Рекреаційні методи також включають використання бальнеологічних ресурсів, де застосовуються лікувальні мінеральні води для зовнішнього та внутрішнього оздоровлення організму. Популярним методом є грязелікування, що передбачає аплікації лікувальних грязей різного походження, які нормалізують кровообіг, зменшують запальні процеси та покращують опірність організму. Термальні води, підземні джерела з температурою понад 20 °С, використовуються

для купелей, ванн і процедур, що забезпечують розслаблення м'язів, стимуляцію метаболізму та загальне оздоровлення [26].

У країнах, які постраждали від військових дій, створення умов для відновлення психічного здоров'я за допомогою туризму стало пріоритетом. Наприклад, в післявоєнних країнах Європи активно розвивається концепція «туризму для психічного здоров'я», де люди з ПТСР або іншими психологічними проблемами можуть пройти терапевтичний курс через участь у спеціально розроблених туристичних програмах. У часи воєнних дій внутрішній туризм може стати основою для відновлення соціальної згуртованості та підтримки національного духу. Війна часто призводить до розриву зв'язків між людьми, порушення звичних соціальних норм. Однак відновлення внутрішнього туризму дозволяє не лише підтримати місцеві економіки, але й сприяє створенню нових соціальних зв'язків, що є важливим аспектом психосоціальної реабілітації. Групові подорожі, спільні активності, участь у культурних та історичних турах — все це сприяє колективній реабілітації. Туризм стає майданчиком для спільної підтримки, зміцнення міжособистісних стосунків, а також для нагадування про національну ідентичність та культурні цінності, що є надзвичайно важливим у післявоєнний період [27].

Отже, роль туризму у відновленні фізичних та моральних ресурсів під час воєнних дій є безумовно великою. Туризм виступає не тільки як економічний інструмент, а й як важливий механізм для відновлення психо-фізичного стану особистості, зміцнення соціальних зв'язків і стабілізації морального клімату в суспільстві. Завдяки можливості втекти від повсякденного стресу, змістовно провести час, а також відновити сили через активний відпочинок і культурні заходи, туризм сприяє комплексному відновленню на всіх рівнях: фізичному, емоційному і соціальному. Війна завжди залишає глибокий слід в серцях людей, але завдяки туризму можна поступово відновлювати внутрішній баланс і знайти шлях до психологічного та фізичного зцілення. Таким чином, туризм у воєнний час – це не просто засіб відпочинку, а важливий механізм для фізичного та морального відновлення. Через поєднання активного відпочинку, культурних ініціатив,

медичних програм та соціальної інтеграції, туризм може бути потужним інструментом, що сприяє відновленню і реабілітації як окремих осіб, так і суспільства в цілому.

### **1.3. Міжнародний досвід розвитку рекреаційного туризму у воєнний та післявоєнний періоди**

Туристична галузь надзвичайно чутлива до війн та збройних конфліктів. Наявність безпеки та стабільності є ключовою передумовою для подорожей, тож під час війни офіційно туристичні потоки часто припиняються [28]. Разом із тим у деяких країнах застосовувалися нетрадиційні рішення, щоб підтримати курортну інфраструктуру навіть у кризу. Після завершення бойових дій відновлення туризму розглядається як потужний важіль економічного зростання і соціальної реабілітації [29]. Світовий досвід показує, що успіхи досягаються комплексом заходів: будівництвом та ремонтом готелів, маркетинговими кампаніями, зміною іміджу та розвитком «м'яких» форм туризму (у тому числі історичного чи тематичного), що стимулюють повернення відвідувачів. Одним з показових результатів є те, що туризм може бути використаний задля примирення та психологічної допомоги постраждалим спільнотам [29, 30].

У сучасній історії Ізраїлю війни безпосередньо впливали на туристичний сектор. Наприклад, після нападу 7 жовтня 2023 р. туризм було практично паралізовано: внутрішні та іноземні мандрівники в країні зникли. Водночас уряд швидко перевів готелі на екстрені потреби, облаштувавши в них житло для десятків тисяч внутрішньо переміщених осіб. За даними Мінтуризму, близько 90 000 евакуйованих були розміщені у 50 000 готельних номерів уже на початку війни. Готелі отримували компенсацію від держави (загалом понад 3 млрд шекелів), а переміщеним громадянам виплачувалися добові допомоги (200 шекелів на дорослого) для покриття альтернативного житла. Такий підхід поєднував турінфраструктуру з гуманітарною місією – готелі залишалися функціональними, хоча і не приймали туристів [28].

Після деескалації конфлікту увагу знову було звернено на відновлення

туристичного сектору. Міністр туризму Ізраїлю затвердив програму реабілітації: капіталовкладення 175 млн шекелів ( $\approx 45$  млн USD) підуть на ремонт і модернізацію готельних комплексів, а ще 10 млн на заохочення внутрішнього туризму. Фокус зроблено на оновленні інфраструктури (готелів та курортів) і популяризації відпочинку для ізраїльтян. Як зазначено у звіті посольства: «планом передбачена реставрація/модернізація наявного готельного фонду, а також сильна промоція внутрішнього туризму як унікального гостьового досвіду». Такий підхід поєднує економічне відновлення з психологічним компонентом, оскільки відпочинок і подорожі стимулюють відчуття нормальності та знімають стрес [31].

Під час Югославських війн 1991–1995 рр. туризм у Хорватії фактично зупинився. Наприклад, до війни країна приймала близько 10 млн відвідувачів на рік, а вже під час бойових дій турпотік різко впав практично до нуля. Відомі туристичні центри (Дубровник, Спліт, Рієка) були під обстрілами, а безпечних маршрутів для масових екскурсій не було. Втім, навіть в умовах припинення регулярного відпочинку спільноти намагалися зберегти інфраструктуру – наприклад, міжнародні волонтери та гуманітарні організації ремонтували прикордонні мости та колії, щоб полегшити евакуацію населення [32].

Після війни Хорватія активно взялася за ребрендинг. Країна мусила «перепродати» свій образ як спокійного та безпечного туристичного раю далеко від конфлікту. Як відзначає дослідження, післявоєнна промоція робила акцент на «європейськості» та позиціювала Хорватію «островом спокою, відокремленим від тривожних Балкан» [33]. Для цього було організовано кілька рекламних кампаній: зокрема, влада проводила прес-тури та ознайомчі візити журналістів до постраждалих регіонів. Наприклад, у вересні 1993 р. до Дубровника запросили 15 зарубіжних репортерів, щоб показати, що місто у збереженому стані і безпечно для туристів. Як прокоментувала представниця туристичної агенції, «не всі прибережні курорти зруйновані, і ніхто не повинен боятися їх відвідувати» [32]. Одночасно Хорватське агентство з туризму ліквідувало згадки про нещодавню війну в своїх рекламних матеріалах, щоб дистанціювати бренд від конфлікту. Завдяки цим зусиллям, до середини 90-х відновили роботу більшість готелів Адриатичного

узбережжя, а колишні туристи поступово почали повертатися. Економічний ефект був відчутний: туризм знову став одним з рушіїв ВВП, як і до війни [33].

У Боснії і Герцеговині війна 1992–1995 рр. спричинила важкі руйнування та зупинку туризму. Післявоєнне відновлення почалося значно пізніше, ніж у Хорватії. Проте з часом Сараєво і інші міста перетворилися на символи «туризму війни та миру». У місті відкривали меморіали та музеї (на зразок Сефід-Бригади чи музею оборони Сараєва), які привабили відвідувачів зі всього світу. Дослідження показують, що реконструкція культурної спадщини (завдяки донорській допомозі та приватним інвестиціям) та розвиток «туризму пам'яті» стали важливими чинниками поступового зростання туристичного потоку. Зокрема, Сараєвський фонд відновлення (заснований у 2000 р. за Женевською угодою) інвестував у реставрацію ключових будівель (згорілу Національну бібліотеку “Вієчниця”, мечеті, катедру тощо), а іноземні гранти допомагали будувати нові готелі та атракції. Ці зусилля «змінити ландшафт» міста: сьогодні Сараєво є найпопулярнішим туристичним центром країни і позиціонує себе як місце зцілення та діалогу [34].

Важливим було й психологічне значення туризму для місцевих. Згідно з польсько-турецьким дослідженням 2023 р., спілкування сараєвців з іноземними гостями розглядається як спосіб «поділитися своєю історією» і поступово опрацювати травми війни. Учасники інтерв'ю вказували, що громада охоче приймає туристів, використовуючи цей канал як терапію відчуженості та ворожнечі. Крім того, повернення частини діаспори на батьківщину поживило культурне життя і створило передумови для малих підприємств в туризмі [34]. Усі ці ініціативи сприяли економічному відродженню: ресторани, готелі і сувенірні крамниці в Сараєво та Мостарі успішно наповнилися клієнтами, а місцеві жителі отримали нові робочі місця та джерела доходу.

Сербія також потерпала від наслідків війн 1990-х (включно із Косовським конфліктом), проте її досвід відновлення туризму був менш документований. Під час бойових дій 1990-х туризм в країні майже припинився через міжнародні санкції та безпекову ситуацію. У післявоєнний період Сербія частково відновила туристичні об'єкти за рахунок фондів ЄС та міжнародних партнерів. Великі інвестиції були

спрямовані на відновлення культурних пам'яток (наприклад, середньовічних монастирів і музеїв) та розвиток «зеленого» туризму (гірські курорти, санаторії). Хоча Сербія не має прикладу повністю «масштабного перезапуску» туризму на кшталт Хорватії чи Боснії, окремі проекти – як реконструкція Белградської фортеці, відкриття меморіалів (наприклад, Сребрениця на території Боснії) – свідчать про зусилля держави і громад підтримати галузь. Це дало змогу поступово повернути внутрішні мандрівки та залучити туристів із регіону [34].

Після короткої війни з росією в серпні 2008 р. Грузія зіткнулася з різким падінням туристичного потоку – нащадок до 2008 р. кількість іноземних відвідувачів зменшилась майже на чверть. Влада відповіла проактивно, вклавши кошти в стимули для туризму. 2 млн ларі (~1,2 млн USD) були виділені на рекламні кампанії й поліпшення інфраструктури. Замість масових теле- чи радіореклам, уряд використав соціальні мережі (Flickr, YouTube, ВКонтакті) для промоції Грузії як безпечного напрямку. Також зроблено ставку на культурні і спортивні заходи: до річниці війни в Батумі провели концерт рок-гурту та виставку ескізів Пабло Пікассо, щоб підкреслити «будь-що інше, крім теми війни». У тих же цілях грузини встановили прямі вебкамери на пляжах та вулицях Батумі – щоб потенційні гості могли власними очима побачити, що післявоєнного спустошення немає. Важливим напрямом стало розширення внутрішніх туристичних маршрутів. Грузія зробила акцент на гірських регіонах (Сванетія, Тушетія) та унікальних природних об'єктах, пропонуючи «комбо з моря і гір». За підтримки USAID у Сванетії за 270 тис. USD відкрили три готелі, інтернет-кафе, побудували англомовні вказівники та громадські вбиральні в Местії. Аналогічно у Тушетії створили туристичний центр на узвишші Омало (на урочистому відкритті був присутній президент Грузії). Поступове відкриття такої базової інфраструктури (вбиралень біля пам'яток, кемпінгів, інформаційних пунктів) стрімко підвищило комфорт подорожей і зібрало позитивні відгуки в соцмережах. Загалом, хоча відновлення відбувалося повільно, кількість туристів у віддалені регіони зросла (чутки про безпеку надіслали додому навіть декілька російських мандрівників) [35]. Це демонструє: поєднання рекламної

гнучкості й реальних інвестицій у інфраструктуру допомогли Грузії утримати привабливість попри недавній конфлікт.

Післявоєнний досвід Західної Європи дає багато уроків про відновлення туризму. Наприклад, у Франції туризм від початку визнавали пріоритетом для економіки: у кінці 1940-х цей сектор вже був найбільшим джерелом валюти для країни. За підтримки Маршаллового плану французькі та американські чиновники активно залучали іноземних гостей (особливо американців). Як писав історик, «план Маршалла зробив приваблення американських туристів та їхніх доларів головною метою французького туризму». Для цього створювалися спеціальні заходи: зокрема, у 1950 р. у Парижі заснували Всесвітній салон туризму (Salon du Tourisme) для підготовки готельєрів і презентації країни зарубіжним відвідувачам. Уряди підкреслювали й культурні вигоди подорожей: сенатор Вільям Фулбрайт закликав використовувати туризм «для розвінчання бар'єрів невігластва і упереджень між колишніми союзниками». Ці зусилля справді дали результат: до середини 1950-х Франція приймала сотні тисяч американських туристів щороку, що суттєво підживило її відбудову [29].

В Італії відновлення туризму також пов'язували з Маршалловим планом і внутрішньою координацією. Наприклад, вже в 1947–1948 рр. відбувся Національний конгрес з туризму в Генуї, де представники влади та бізнесу закликали об'єднати зусилля для «реанімації подорожей». Того ж року уряд Де Гаспері створив Держкомітет з питань туризму, а за кілька років інвестував у будівництво нових готельних об'єктів і доріг, що сполучали курорти. Дослідники зауважують, що «ліплення туристичних каналів стало ціллю США під час Маршаллового плану» – підтримка подорожей не лише дозволяла «заробити» валюту союзникам, але й «експортувати образи американського процвітання» до Європи [29]. Таким чином, масовий туризм в Італії («курортну революцію» 1950–60-х) забезпечували дешеві авіарейси, пакетні тури і вивчений досвід західних країн.

У Німеччині післявоєнна економічна бум-період (Wirtschaftswunder) супроводжувався різким зростанням індустрії відпочинку. Дослідження показують, що саме пакетні тури та робота туроператорів стали рушієм туристичного буму в

Західній Німеччині 1950–60-х років. Поїздки автобусами і чартерними рейсами відкрили закордонний відпочинок для широкого класу громадян. Німеччина, яка до війни не була масовим курортним напрямом, зуміла створити для себе позитивний імідж «туристичної нації» завдяки цій моделі. За схожим зразком діяли й сусідні держави Західної Європи, використовуючи туризм як двигун економічного відродження та побудови мирних міжнародних зв'язків [29].

У всіх розглянутих прикладах застосовувалися схожі підходи для підтримки туризму в умовах війни та відразу після неї. Серед найпоширеніших заходів були:

- Перенаправлення інфраструктури на потреби оборони та допомоги: готелі і курорти використовувалися як центри евакуації і лікування (Ізраїль, Балкани у 90-х), а пізніше поверталися до нормальної роботи. У воєнний час влада створювала «ситуаційні кімнати» чи штаби для координації такої допомоги (Ізраїль встановив співпрацю між Мінтуризму та Асоціацією готелів, щоб у лічені дні розмістити десятки тисяч людей) [31].

- Прискорена реставрація об'єктів: урядові фонди й іноземні донори вкладалися у відбудову пошкоджених готелів, історичних споруд і туристичної інфраструктури. У Сараєво за рахунок міжнародних грантів відновлено десятки пам'яток (включно з відбудованою Нацбібліотекою і храмами), а в Ізраїлі після війни заплановано модернізувати всі готельні комплекси [31]. Також будувалися нові туристичні об'єкти: наприклад, у Грузії за USAID відкрито готелі та вбиральні в гірському регіоні Сванетія, а після війни в Сараєві звели нові готелі та торгові центри, щоб урізноманітнити відпочинок гостей [35].

Зміна туристичного продукту і маркетинг: країни змінювали спілкування з аудиторією. Часто рекламували «позитивні» аспекти (природа, культура, гастрономія) і уникаючи згадок про конфлікт. Так Хорватія після війни зробила ставку на образ «європейського курорту» [36], Франція – активно рекламувала країну в США [29], а Грузія – просувала музичні й мистецькі події в Батумі, які відволікали увагу від річниці війни [37]. У багатьох випадках готували місцеве населення до прийому туристів: у Франції намагалися ознайомити громадян з «мовою туриста» і навіть роздавали США «пам'ятки поведінки» для

відпочивальників, а в Ізраїлі готельєри перейшли на нові стандарти обслуговування, щоб краще відповідати запитам гостей уже після завершення гострого конфлікту.

Соціальні та іміджеві кампанії: уряди використовували туризм для відновлення довіри. Так, Франція підкреслювала туризм як «інструмент миру» [29], а в Хорватії та Боснії організовували публічні заходи з іноземцями – культурні фестивалі, спортивні змагання, лекційні тури – щоб показати відчуття безпеки і дружності. Успішним прикладом є організація освітніх і пам'ятних поїздок між колишніми ворогами [30]. Такі методи принесли реальні результати. Наприклад, перетворення туристичної пропозиції в Сараєві на тему війни підвищило відвідуваність міста. А в Ізраїлі вже через кілька місяців після найгарячішої фази війни більшість евакуйованих покинули готелі і розпочали відпустки в безпечних регіонах – за що держава відшкодовувала людям до 20 000 шекелів на сім'ю [34].

Відновлення туризму сприяє важливим соціально-економічним ефектам у постконфліктних регіонах. Економічно це означає нові робочі місця, податкові надходження і стимул для суміжних галузей (ресторанів, транспорту, крафтових виробів). Наприклад, післявоєнне відновлення туризму в Хорватії дало змогу повернути доходи, які країна отримувала до конфлікту (більше ніж 4 млрд \$ щорічно). У Боснії гості, зауважили дослідники, почали вкладати кошти в місцевий бізнес (кемпінги, приватні готелі) по мірі стабілізації ситуації [32].

З погляду громад, підтримка туризму має і психологічний ефект. Залучення туристів відновлює відчуття нормальності, повертає людям робочі місця та пошану до їхньої історії. У Сараєво місцеві відзначали, що зустріч із відвідувачами допомогла пережити травму війни, адже можна було «нарешті поділитися своєю історією» та відчути підтримку світу [32]. Аналогічно, в Ізраїлі служба міністерства туризму ставила завдання не лише відновити економіку, але й дати відчути громадянам, що вони «бажані як гості» – тому й було заплановано грант для внутрішніх туристів на суму до 10 000 шекелів на сім'ю [31]. Таким чином туризм стає формою соціальної інтеграції: він об'єднує громади навколо процесу відродження і сприяє зняттю ворожнечі та відчуження.

На основі проведеного дослідження узагальнимо основні «рецепти успіху» міжнародного повоєнного відновлення рекреаційного туризму в додатку А.

Підсумовуючи, міжнародна практика свідчить, що туризм у воєнний та післявоєнний періоди потребує гнучких, часто нестандартних рішень. Комбіноване використання державної підтримки, зовнішніх інвестицій, комплексних реабілітаційних програм та ефективних іміджевих кампаній дозволяє не лише зберегти індустрію в кризу, але й зробити її рушієм довгострокового відновлення. Як показують кейси Ізраїлю, країн Балкан, Грузії та Західної Європи, туризм може стати інструментом економічного підйому і соціальної стабілізації навіть після найтяжчих конфліктів. При цьому успіх забезпечують широка залученість місцевих громад до проектів (щоб розвиток був інклюзивним) та орієнтація на «туризм миру» – тобто на ті форми відпочинку, що сприяють порозумінню між колишніми ворогами.

#### **1.4. Особливості організації рекреаційного туризму під час війни**

У складних умовах війни туризм не припиняє свою діяльність, хоча, звісно, він зберігається лише в межах доступних для подорожей регіонів. Подорожі в природні зони, до історичних пам'яток, на туристичні локації, а також у гори, ліси й до водойм — це популярні види відпочинку серед громадян України навіть в період конфлікту. Втім, ці подорожі можливі лише в тих районах, де безпека громадян може бути забезпечена, а місцеві органи влади дозволяють відвідування. Водночас очевидним є те, що війна створює значні загрози для туристів, адже будь-яка поїздка може супроводжуватись певними ризиками. Незважаючи на це, необхідність відновлення психологічного стану, зняття стресу та відпочинку у природі залишається важливим аспектом, який неможливо ігнорувати в умовах війни. Важливо відзначити, що війна створює надзвичайно складні умови для організації туризму, зокрема рекреаційного. Однак, незважаючи на високі ризики, рекреаційний туризм продовжує існувати в обмежених формах навіть під час військових дій. В даному контексті особливості організації туризму в умовах війни вимагають нових

підходів до управління безпекою, а також гнучкості в адаптації туристичних послуг до постійно змінюваних обставин [38].

Один із основних аспектів, що визначає особливості організації рекреаційного туризму під час війни, це зміни у безпековій ситуації. У таких умовах перше, на що слід звернути увагу, це постійно змінювана географія безпечних територій. Війна, зокрема активні бойові дії, зміщують зони потенційної небезпеки, розширюють або, навпаки, скорочують доступні для відпочинку території. Визначення безпечних зон для туристів стає завданням, яке потребує не лише врахування бойових дій, але й інших факторів, таких як мінна небезпека, екологічні наслідки (наприклад, забруднення навколишнього середовища), а також доступ до критично важливої інфраструктури. Крім того, наявність прикордонних зон, стратегічних об'єктів та військових об'єктів, що можуть бути під атакою або ж мають підвищену військову важливість, ускладнює організацію туристичних маршрутів. Такими зонами стають, зокрема, близько до лінії фронту території, а також території, що зазнали тимчасової окупації [39].

Порушення безпеки на рівні державних кордонів також є суттєвим чинником. В умовах війни уряди, військові адміністрації, місцеві органи влади та правоохоронні органи змушені запроваджувати нові заходи контролю за пересуванням громадян, включаючи обмеження на переміщення в окремих районах, особливо в прикордонних і прифронтових зонах. Туризм в Україні може функціонувати лише в тих регіонах, де немає активних бойових дій, а також на територіях, які не були окуповані або не знаходяться під мінною загрозою. Варто зазначити, що зони, на яких не проводяться військові операції, можуть бути порівняно безпечними для відпочинку, однак навіть у таких районах існує потреба враховувати можливі загрози. У більшості випадків безпечними для туристів є західні області країни, однак і там слід бути обережними, оскільки навіть на відносно мирних територіях можуть бути локальні загрози. Для прикладу, обстріли і вибухи можуть відбуватись на територіях, які раніше не мали значного військового навантаження. Більш того, регіони, які знаходяться поруч зі стратегічними об'єктами або прикордонними зонами, також можуть бути небезпечними [40]. Не

існує повністю безпечних територій для відпочинку в Україні на даний момент. Кожен регіон має свої специфічні загрози, які потребують особливої уваги і обережності з боку туристів. Відвідувачам слід ознайомлюватися з обмеженнями щодо конкретних територій та об'єктів, враховуючи локальні специфіки безпеки. Поряд з цим, місцеві органи влади, військові, рятувальники, а також поліція займаються забезпеченням громадського порядку та безпеки туристичних маршрутів. Вони також виступають у ролі інформаторів для туристів, надаючи детальні рекомендації щодо можливості відвідування певних локацій, обмежень на маршрути та безпеки гірських і лісових походів [41].

З огляду на поточну ситуацію, органи місцевої влади й державні структури відповідальні за контроль за станом безпеки на туристичних маршрутах. Окремо слід звернути увагу на ряд обмежень, пов'язаних із відвідуванням певних об'єктів та територій. Так, заборона на сплави, походи та екскурсії поблизу об'єктів критичної інфраструктури, військових і стратегічних об'єктів є однією з основних. Додатково, значні обмеження стосуються масових заходів, таких як фестивалі та концерти, а також деяких лісових і гірських маршрутів та водойм. Крім того, туристи повинні враховувати специфічні обмеження, що діють на рівні комендантської години в різних населених пунктах, і мати на увазі, що частина об'єктів може бути тимчасово закрита для відвідування через підвищений рівень загрози. Таким чином, плануючи подорож, важливо ретельно вивчити графік роботи об'єктів, що знаходяться на маршруті, а також обмеження, пов'язані з їх відвідуванням [42].

Інфраструктура є ще одним важливим елементом, що визначає можливості для розвитку рекреаційного туризму під час війни. Військові дії зазвичай призводять до значних пошкоджень інфраструктури, включаючи транспортні шляхи, готелі, туристичні об'єкти та рекреаційні зони, що, в свою чергу, обмежує можливості для організації подорожей. В умовах обмеженої інфраструктури важливо, щоб логістика туристичних подорожей була чітко налагоджена. Зокрема, вкрай важливим є забезпечення альтернативних маршрутів і транспортних шляхів у разі пошкодження основних доріг, залізничних ліній чи аеропортів. Це, в свою чергу, потребує від туроператорів гнучкості та готовності до миттєвої адаптації маршрутів, а також

співпраці з місцевими органами влади та службами цивільної оборони для забезпечення безпеки пересування туристів. Туристичні об'єкти, які залишаються відкритими, повинні відповідати новим вимогам безпеки. Готелі, пансіонати, кемпінги та інші місця тимчасового проживання туристів повинні мати укриття від обстрілів, зокрема бомбосховища. Окремі туристичні маршрути можуть бути адаптовані до потреб безпеки: розміщення укриттів на шляху подорожі, надання туристам інформації про безпечні місця та можливість швидко евакуюватися в разі загрози [43].

Війна має серйозний вплив на психологічний стан громадян, зокрема на тих, хто планує або вже здійснює подорожі. Психологічні навантаження, стрес і тривожність є невід'ємною частиною війни, і тому рекреаційний туризм в умовах війни повинен враховувати ці чинники. Необхідно, щоб туристичні послуги забезпечували емоційний комфорт відпочивальників, особливо в зонах, де рівень безпеки є змінним. У цьому контексті важливу роль відіграють як самі туристичні оператори, так і місцеві органи влади. Перше завдання полягає в тому, щоб організувати тури таким чином, щоб забезпечити психологічний комфорт туристів, а також можливість швидкого реагування на зміни в ситуації. Для цього можна ввести додаткові інструменти, як-то екскурсії з психологічним супроводом, групові заходи, що дозволяють відпочити від стресу, а також інші методи, які сприятимуть підтримці емоційного здоров'я [44].

Незважаючи на складні умови, відповідальність за безпеку туристів лежить не тільки на самих відпочивальниках, але й на органах місцевої влади, військовій адміністрації та туристичних компаніях. У разі виникнення загрози, туристичні оператори зобов'язані своєчасно інформувати про можливі небезпеки, а також забезпечувати належні умови для безпечного перебування туристів на маршрутах. Важливим аспектом є також наявність укриттів та бомбосховищ на маршруті подорожі, що повинно бути передбачено під час планування туристичних програм. Туроператори, в свою чергу, повинні формувати маршрути таким чином, щоб забезпечити доступ до укриттів, а також враховувати потенційні ризики, пов'язані з військовими діями та комендантською годиною. Туристи також повинні

враховувати обмеження на переміщення та дотримуватися всіх правил безпеки, враховуючи наявні рекомендації та заборони, встановлені органами влади [44].

Одним із найбільших викликів є адаптація туристичних послуг і програм до умов війни. Це вимагає переосмислення традиційних підходів до організації туризму та запровадження нових механізмів для забезпечення безпеки та комфорту туристів. Туроператори повинні враховувати всі обмеження, що виникають внаслідок війни. Це стосується як вибору туристичних маршрутів, так і організації дозвілля. Наприклад, популярні серед туристів природні зони (ліси, гірські маршрути) можуть бути вражені військовими діями або забруднені, що обмежує доступ до таких територій. У зв'язку з цим, туроператори мають бути готовими до швидкої адаптації своїх програм, пропонуючи альтернативні маршрути, які відповідають новим умовам безпеки. Особливо важливим є підвищення кваліфікації персоналу туристичних компаній, зокрема гідів та інструкторів. Вони повинні не лише володіти знаннями з безпеки та першої допомоги, а й бути готовими до змін у безпековій ситуації. Це включає навчання для забезпечення психологічної підтримки туристів, інструктажі щодо евакуації та швидких дій у разі виникнення небезпеки [45].

Отже, організація рекреаційного туризму під час війни вимагає від усіх учасників процесу – від органів влади до туроператорів та самих туристів – високої готовності до змін, гнучкості та ефективної комунікації. Ситуація війни накладає суворі обмеження на можливості для розвитку традиційного туризму, але це не означає його повного припинення. Навпаки, війна надає нові можливості для переосмислення туристичних послуг, впровадження інноваційних підходів до безпеки та адаптації до змінюваних умов. Безпека туристів, врахування психологічних аспектів, оптимізація інфраструктури

Логістика є однією з основних складових у сфері організації рекреаційного туризму в мирний час, але під час війни вона стає ще більш критичною через зміни в безпековій ситуації, обмеження доступу до інфраструктури, ризику для життя та здоров'я туристів. Організація туризму під час війни вимагає комплексного підходу до логістики, що охоплює не лише транспортні маршрути, але й усі аспекти

забезпечення безпеки, адаптації до непередбачуваних обставин та ефективного управління потоками туристів. Один із найважливіших елементів логістики в рекреаційному туризмі - це транспорт, який забезпечує мобільність туристів між різними локаціями, а також доставку товарів і послуг до туристичних об'єктів. В умовах війни транспортна інфраструктура часто стає нестабільною через кілька факторів. Військові дії можуть пошкодити дороги, залізничні лінії, аеропорти, мости та інші важливі елементи транспортної мережі. Тому планування туристичних маршрутів потребує постійного моніторингу стану транспортних засобів і шляхів. Можуть виникнути ситуації, коли певні дороги або залізничні лінії тимчасово або постійно недоступні для використання. В умовах війни можуть бути введені обмеження на пересування, зокрема у прифронтових зонах, районах з підвищеним рівнем небезпеки або біля стратегічних об'єктів. Це може призвести до закриття частини транспортних маршрутів або змін у графіках перевезень, що ускладнює доступ до деяких туристичних локацій. Через небезпеку обстрілів чи диверсій, транспорт може стати мішенню для атак. Тому необхідно організовувати маршрути таким чином, щоб уникати найбільш небезпечних зон. Крім того, транспортні засоби повинні бути оснащені засобами для захисту або бути адаптованими [46].

Одним із головних факторів, що визначають можливості для розвитку рекреаційного туризму в умовах війни, є стан транспортної інфраструктури. Військові дії безпосередньо порушують нормальне функціонування транспортних систем: зруйновані дороги, пошкоджені залізничні колії, закриті аеропорти та залізничні станції, обмежений доступ до портів. Це створює серйозні труднощі для організації подорожей як для туристів, так і для туроператорів, адже транспортування людей і вантажів є критично важливим етапом у наданні туристичних послуг. Для збереження функціональності транспортної системи необхідно швидко відновлювати пошкоджені об'єкти інфраструктури, переорієнтовувати транспортні маршрути та застосовувати альтернативні засоби перевезення. Наприклад, у разі пошкодження основних доріг для автобусних перевезень, туроператори можуть використовувати малогабаритні транспортні засоби або організовувати перевезення через сусідні регіони з розширеними

маршрутам. Ще одним важливим аспектом є перевезення туристів в умовах війни, коли існує загроза обстрілів або активних бойових дій. В таких умовах туроператори мають надавати туристам альтернативні маршрути, які проходять через більш безпечні території. Для забезпечення безпеки транспортування також необхідно взаємодіяти з місцевими органами влади та військовими адміністраціями для отримання дозволів на проходження певними ділянками [47]. У зв'язку з підвищеними ризиками, безпека стає основним пріоритетом у логістичному плануванні туристичних поїздок під час війни. Організація рекреаційного туризму потребує розробки спеціальних маршрутів, що враховують ризики військових дій, мінної небезпеки та можливість виникнення стихійних лих. Основним завданням стає не тільки забезпечення фізичної безпеки туристів під час їхнього пересування, а й оперативне реагування на непередбачувані ситуації, такі як обстріли або евакуація з небезпечних зон. Логістична складова включає аспекти (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Логістична складова організації туризму у воєнному стані

Аспект	Опис	Додаткові зауваження
Маршрути з урахуванням мінної небезпеки	Рекреаційні маршрути повинні бути розроблені таким чином, щоб уникати мінованих територій або місць, де є ймовірність вибухів.	Потрібна тісна співпраця з військовими та розвідкою для отримання актуальних даних про безпечні шляхи.
Забезпечення укриттів і безпечних місць	На всіх етапах подорожі повинні бути передбачені укриття для туристів на випадок обстрілу або інших загроз.	Маршрути повинні включати шляхи до місць для укриттів (бомбосховища, укриття від обстрілу).
Забезпечення безпечних точок збору	Для групових подорожей слід встановлювати точки збору, де туристи можуть зібратися для евакуації чи відновлення зв'язку з організаторами.	Це може бути організовано як на початку маршруту, так і в проміжних точках, для забезпечення оперативного реагування.

Джерело: складено автором на основі [44]

Аналіз логістичної складової організації туризму в умовах воєнного стану демонструє, що безпечна та ефективна реалізація маршрутів потребує комплексного підходу. Планування маршрутів має враховувати мінну небезпеку та потенційні загрози вибухів, що вимагає тісної співпраці з військовими та розвідкою для отримання актуальної інформації. Забезпечення укриттів і безпечних місць на всіх етапах подорожі дозволяє гарантувати фізичну безпеку туристів, а організація безпечних точок збору сприяє оперативному реагуванню у кризових ситуаціях.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

### 2.1. Особливості розвитку рекреаційного туризму в Україні

Початок повномасштабної війни спричинив різке падіння рекреаційного туризму в Україні. За 2022 рік кількість іноземних туристів впала у десятки разів: лише у Києві до початку вторгнення (січень–лютий 2022) відвідало місто  $\approx 98$  тис. іноземців (у 2021 було 1,02 млн). Туристичні збори у 2022 році в Києві зменшилися удвічі (38,8 млн грн у 2022 проти 76 млн грн у 2021). Внутрішній туризм теж зазнав шоку: наприклад, у Києві 2022 року зафіксовано лише 172 тис. внутрішніх туристів проти 2,1 млн у 2021 [49]. Галузь опинилася в «сплячому режимі»: зупинився масовий в'їзний туризм, виїзний туристичний обіг теж різко впав [50]. Водночас у перші місяці війни спостерігався запит на поїздки всередині країни: опитування показало, що понад 45% українців з початку війни хоча б раз подорожували Україною з туристичною метою. За словами керівника ДАРТ, внутрішній туризм став «основою, на якій тримається галузь», а подорожі сприймаються багатьма як спосіб підтримати економіку країни під час війни [51].

Після часткової стабілізації ситуації обсяги туризму почали поступово відновлюватися. За даними ДПСУ, в 2023 році Україну відвідало майже 2,5 млн іноземців – переважно з сусідніх країн (Молдови, Румунії, Польщі). Проте майже всі вони їхали в Україну з приватними чи діловими цілями, а не за рекреацією (лише 0,06% іноземців відмічали «туристичну» мету подорожі) [52]. Водночас свідченнями поступового пожвавлення внутрішніх подорожей є динаміка податкових надходжень від туризму: у 2023 році галузь сплатила до бюджету 2,049 млрд грн туристичних зборів – на 3,2% більше, ніж 2022-го (зростання пояснюють психоемоційним відновленням населення та інтересом до власної культури). Проте до довоєнного 2021 року ця сума все ще дещо менша (тоді перевищувала 2,2 млрд). Більше 63% усіх надходжень забезпечили готелі та інші засоби розміщення ( $\approx 1,3$  млрд грн) [50]; майже стільки ж – інші місця відпочинку (садиби, кемпінги). Натиснення на локальну інфраструктуру видно й у регіональних показниках:

Львівська область побила рекорд туристичного збору (46,0 млн грн у 2023 р. проти 23,08 млн у 2021 і 41,43 млн у 2022) [53].

Середній готельний фонд поступово відновлює завантаження – за перше півріччя 2024 року доходи готелів зросли до 809 млн грн (проти 665 млн у 2021). За даними онлайн-букінгів, кількість бронювань для відпочинку в Україні у 2024 році вперше перевищила доковідний рівень 2019 року [54]. Опитування споживачів показують: станом на вересень 2023 року ~26% українців подорожували 1–2 рази, 12% – 3–5 разів і 7% – більше 5 разів за півтора року війни [51]. Таким чином, статистика і опитування свідчать про поступове пожвавлення попиту – переважно за рахунок внутрішніх мандрівок, хоч масштаби залишаються значно меншими за доповенні показники.

У період війни поведінка українських туристів зазнала суттєвих змін. Опитування DART/Forbes виявило, що літній період залишається провідним сезоном (48% поїздок припадає на літо) [51], а мотивації подорожей часто пов'язані з підтримкою економіки: 21% респондентів подорожували, «щоб підтримати місцевий бізнес», водночас  $\approx 21\%$  взагалі уникають подорожей через відчуття небезпеки. Значно зросла роль так званого «солідарного туризму», коли поїдки свідомо вибирають для допомоги громадам чи військовим (іноземні делегації й волонтери, наприклад, потребують послуг трансферу, проживання, харчування) [50].

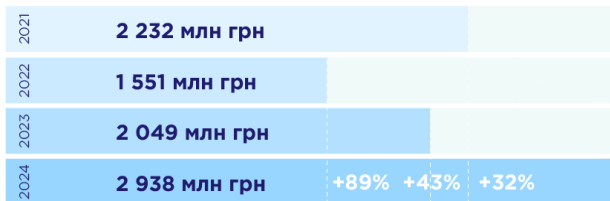
Основними об'єктами попиту серед внутрішніх туристів стали безпечні регіони і типи відпочинку без ризику: канікули у Карпатах, історико-культурні маршрути Західної України, активні тури (гірські походи, велосипеди) та релаксація в спа-курортах. Опитування вказує на такі переваги (відсоток тих, хто обирає даний вид туру): міський туризм (екскурсії, піші прогулянки) – 54%, відвідання історичних музеїв/замків – 28%, пляжний відпочинок – 23%, подієвий/фестивальний туризм – 23%, гастрономічний туризм – 22%, екстрим/активний (гірськолижний, вело) – 16%, екотуризм – 11%, релакс-/оздоровчий туризм – 9% [51].

Зміни попиту також спостерігаються у виборі напрямів. Карпати, Львівщина, Закарпаття залишаються найпопулярнішими: наприклад, за 2,5 місяці літа 2025 р. через залізничні станції у Карпатах проїхали десятки тисяч туристів (Яремче – 54

тис., Буковель – 52,5 тис., Ворохта – 39 тис., Трускавець – 37,5 тис.). Стабільний попит зберігається на спа-курорти: у 2025 році Трускавець зібрав ≈5 млн грн туристичного збору (Східниця – 3,5 млн) [55]. У Львівській області за 2023 рік рекордний туристичний збір (46,0 млн грн) пояснюють саме великим припливом внутрішніх туристів, у тому числі переселенців [53]. Найбільш відвідуваними місцями Львівщини стали історико-культурний заповідник «Тустань» (понад 180 тис. відвідувачів 2023 року) і міста-курорти (Трускавець, Східниця, Львів) [56]. Із поширенням потреби у відпочинку та реабілітації зростає популярність оздоровчого туризму у санаторіях та природних зонах: медичні курорти Морщина, Хустської Лори, агротуризм у західному регіоні також користуються попитом (хоча точні дані потребують подальших досліджень).

За даними Державного агентства розвитку туризму, туристична галузь України поступово відновлює надходження після спаду 2022 року. Державне агентство розвитку туризму підрахувало, скільки державний бюджет країни отримав податків від сфери туризму за 2022-2024 рр. (рис. 2.1.)

### ПОДАТКИ ЗА 2024 РІК



#### КІЛЬКІСТЬ ПЛАТНИКІВ

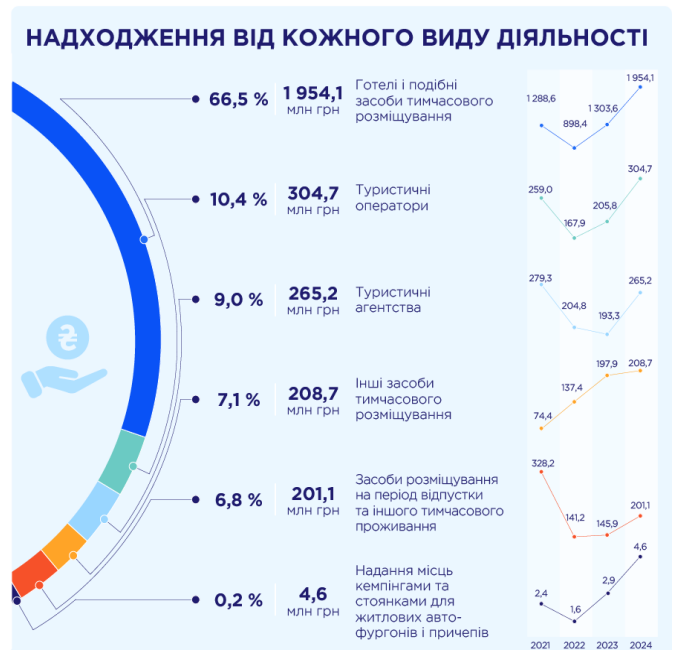
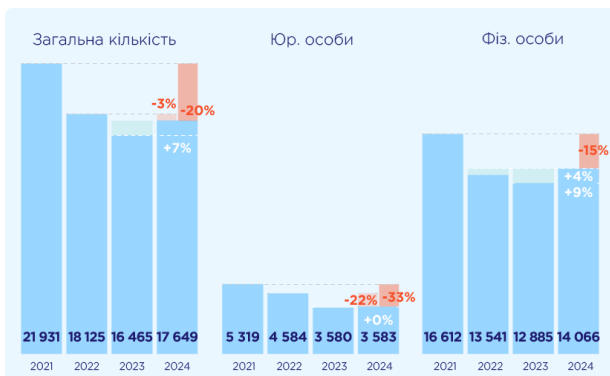


Рис. 2.1. Туристичний збір та податкові надходження від туризму

Джерело: складено автором на основі [57]

Дані, оприлюднені ДАРТ, демонструють помітну еволюцію туристичної сфери України у 2021–2024 роках. Після різкого спаду у 2022 році, коли податкові надходження від галузі скоротилися майже на третину, сектор поступово відновився: у 2023 році темпи зросли, а 2024-го доходи вже перевищили довоєнні показники приблизно на третину. Найшвидше відновилися готелі, які знову виступили головним драйвером, забезпечивши понад дві третини надходжень. Значний приріст показали туроператори, тоді як турагентства відновлювалися повільніше. Бази відпочинку та дитячі табори залишаються серед найбільш вразливих сегментів і ще не повернулися до рівнів 2021 року. Натомість активно зростає сектор альтернативних форматів розміщення: приватні оселі, апартаменти та кемпінгові майданчики, що відображає зміщення споживчих пріоритетів у бік гнучкості та індивідуальності відпочинку.

Кількість платників у галузі скоротилась, особливо серед юридичних осіб, що вказує на високу чутливість малого та середнього бізнесу до воєнних ризиків. Часткове відновлення у 2024 році натякає на повернення підприємців на ринок, але масштаб втрат залишається відчутним. При цьому зростання доходів пояснюється не лише збільшенням туристичної активності, а й адаптацією операторів, зміною попиту на користь внутрішніх поїздок і впливом цінових факторів.

Отримана динаміка підтверджує здатність туристичної сфери до відновлення в умовах кризи, однак підкреслює нерівномірність цього процесу. Найбільший потенціал демонструють готелі та приватний сектор розміщення, тоді як дитячі центри й частина інфраструктури потребують підтримки. Подальший розвиток галузі залежить від стійкості бізнесу, доступу до фінансування, безпекової ситуації й активних регіональних та державних програм підтримки. Туризм сьогодні виступає не лише економічним індикатором, а й відображенням здатності країни адаптуватися, відновлюватися й формувати нові споживчі практики у реаліях воєнного часу.

Рисунок 2.2. відображає зміну туристичного збору в Україні та регіональну структуру його надходжень у 2021–2024 роках, показуючи кризовий спад у перший

рік війни й подальше впевнене відновлення галузі завдяки внутрішньому туризму та зміщенню попиту в бік безпечніших регіонів.

## ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЗА 2024 РІК

ДАРТ



Рис. 2.2. Динаміка туристичного збору

Джерело: [57]

Дані на рисунку показують, як відновлювався туристичний сектор України за 2021–2024 роки через призму надходжень туристичного збору та регіональної структури цих коштів. Видно плавний, але впевнений рух від різкого падіння у 2022 році до суттєвого зростання у 2024-му. У грошовому вимірі динаміка виглядає так: з 235,5 млн грн у 2021 році надходження впали до 178,9 млн грн у 2022-му, що можна пояснити початком війни, скороченням внутрішніх поїздок і зупинкою значної частини туристичної інфраструктури. Уже в 2023 році збір піднявся до 222,6 млн грн, а у 2024-му сягнув 273,1 млн грн, тобто перевищив довоєнний результат. Зростання на +16 % порівняно з попереднім роком і понад +52 % від мінімуму 2022 року свідчить про поступове відновлення попиту, стабілізацію ситуації в частині регіонів та зміцнення внутрішнього туризму.

Регіональна структура теж зазнала помітних змін. До війни найбільша частка припадала на північ і захід, а центр та південь мали менший внесок, тоді як схід відігравав незначну роль. У 2022 році відбулася очевидна переорієнтація

туристичних потоків: частка заходу зросла до 51 %, тоді як інші регіони просіли. Це логічно, адже захід став найбільш безпечним напрямом для подорожей і релокації бізнесу. У 2023 році структура дещо вирівнялася, а у 2024-му знову бачимо домінування заходу, хоча спостерігається поступове розширення активності у центрі та півдні. Питома вага сходу залишається мінімальною, що відповідає воєнній ситуації. Така конфігурація демонструє зміну туристичних звичок: люди більше подорожують у межах країни, обираючи безпечні та вже знайомі напрямки. Водночас зростання у центральних областях говорить про поступове відновлення ділових поїздок, внутрішньої мобільності та цікавості до міст поза традиційними курортними зонами.

Отже, показники підтверджують стійкість українського туристичного ринку та його здатність адаптуватися. Після шоку 2022 року галузь не просто повернулася до довоєнних значень, а й перевищила їх, спираючись на внутрішній туризм, комфорт та безпеку, розвиток сервісів у західних регіонах і перекцент на короткі подорожі. Для подальшого зміцнення потенціалу важливо розширювати пропозиції в центральних і південних областях, інвестувати в сервіси, а також підтримувати підприємців, які працюють із туристичним потоком навіть у складних умовах.

Найбільші надходження туристичного збору в 2023–2024 роках зафіксовані у Києві та провідних туристичних областях. Як видно з таблиці 2,1 усі зазначені регіони показали зростання турзбору за період 2023-2024 рр. (порівняно з попередніми роками), крім деякого тимчасового спаду у 2023 році в окремих областях.

Таблиця 2.1 – Надходження туристичного збору за областями

Регіон	2023 (млн грн)	2024 (млн грн)
м. Київ	30.378	49.182
Львівська область	46.085	47.108
Івано-Франківська область	20.408	33.099
Закарпатська область	22.161	23.093
Одеська область	8.648	14.518
Київська область	10.858	15.883

Джерело: складено автором на основі [57]

Таблиця демонструє виразне поживлення туристичної активності у 2024 році в більшості представлених регіонів, що свідчить про поступове зміцнення внутрішнього туризму та адаптацію ринку до умов воєнного часу. Найпомітніший приріст спостерігається у місті Києві: надходження зросли з 30,378 млн грн до 49,182 млн грн, що фактично означає відновлення ролі столиці як важливого ділового та культурного центру, привабливого як для внутрішніх, так і для іноземних відвідувачів. Львівська область зберігає позиції абсолютного лідера за сумою збору (47,108 млн грн), а незначний приріст порівняно з минулим роком пояснюється тим, що регіон уже працював на високому стартовому рівні, і його ринок є більш сформованим та стабільним. Івано-Франківська область демонструє найбільш динамічне зростання серед західних регіонів: з 20,408 млн грн до 33,099 млн грн, що свідчить про підвищений попит на гірський відпочинок, активні види туризму та рекреацію в природних умовах. Закарпатська область також зростає, але більш виважено, з 22,161 млн грн до 23,093 млн грн, що підтверджує стабільний інтерес туристів до санаторно-курортного та природного відпочинку.

Одеська область, попри значні безпекові виклики, додає понад 68 % порівняно з 2023 роком (з 8,648 млн грн до 14,518 млн грн), що свідчить про часткове відновлення рекреаційної активності на морському узбережжі та повернення туристичного потоку після найбільш критичного періоду. Київська область також демонструє впевнене зростання з 10,858 млн грн до 15,883 млн грн, що може бути результатом популяризації заміського відпочинку, збільшення кількості коротких поїздок вихідного дня та розвитку інфраструктури у приміській зоні.

Таким чином, представлені дані підтверджують стійкість туристичного сектору, посилення ролі внутрішнього туризму. Одночасно видно, що темп відновлення є неоднорідним і залежить від специфіки регіону, наявності безпечних маршрутів, інфраструктури та туристичної привабливості.

Головними перешкодами для відновлення рекреаційного туризму стали фактори безпеки, логістики та інфраструктури. Продовжує діяти часткова заборона на відпочинок уздовж Азовського і Чорного морів: наприклад, на Миколаївщині офіційно заборонено відвідувати узбережжя від Коблевого до Очаківського мису

(купання, риболовлю та водні розваги) через мінну небезпеку та обстріли [58]. Окрім цього, обмежені екскурсії до зон критичної інфраструктури і прикордоння з РФ/Білоруссю [59]. Ускладнюють подорожі також регулярні повітряні тривоги, знеструмлення та відсутність стабільних транспортних сполучень (місцями пошкоджені дороги та мости). Кадрові та ресурсні проблеми. Через мобілізацію та переселення бракує кваліфікованого персоналу у готелях і турагентствах; інфраструктура в прифронтових областях зазнала руйнувань або перепрофілювання (гостиниці перетворені на укриття чи госпіталі). Логістика. Залишаються обмеження на авіасполучення (до 2023–24 рр. воєнний стан фактично закрив авіапростір). Усе це ускладнює як внутрішні, так і міжнародні подорожі. Перелічені чинники разом створюють «вади росту» галузі, які гальмують її розвиток попри наростаючий попит. Незважаючи на труднощі, деякі регіони демонструють успішні практики популяризації рекреаційного туризму. Карпатський регіон. Активний розвиток притаманний лижно-туристичному кластеру: лише влітку 2025 року Буковель та навколишні села прийняли понад 52 тис. туристів, Яремче – 54 тис., Ворохту – 39 тис., Трускавець – 37,5 тис. Карпатські громади отримують значні суми туристичного збору: за перші 7 місяців 2025 року Львівщина зібрала >33 млн грн, Івано-Франківщина – 27 млн, Закарпаття – 15 млн. Найбільше сплачують «туристичний податок» курорти: Паляниця (Буковель) – 19 млн грн, Трускавець – 5 млн, Східниця – 3,5 млн, Яремче – 3 млн [58]. Львівщина. У 2023 році області вдалося не лише подвоїти збори порівняно з 2021, а й залучити сотні тисяч гостей до історико-культурних об'єктів: «Тустань», «Домажир», «Сколівські Бескиди», музеї Львова й Оперний театр стабільно в лідерах відвідуваності (навіть попри зливові руйнування доріг у Тустані) [56]. Міська влада Львова впроваджує соціально-культурні програми (наприклад, «Місто лікує» для реабілітації захисників). Південь та Центр. Навіть у регіонах, близьких до фронту, знаходять нішеві рішення: наприклад, Миколаївщина робить акцент на екскурсіях до нацпарку «Бузький Гард» і каньйонів Південного Бугу (пляжний туризм залишився під заборонаю) [58]. У Полтавській області відкрито 33 пляжі (включно з 10 у Кременчуці та 6 у Полтаві). Аналогічні «параметричні» списки безпечних зон відпочинку створюють також у

Хмельницькій (21 пляж) й інших областях [57]. Ці приклади свідчать: навіть за обмеженого доступу туристів регіони просувають локальні продукти відпочинку, використовуючи природні та культурні ресурси безпечних територій.

Рекреаційний туризм відіграє важливу соціально-економічну роль у воєнний час. По-перше, подорожі сприяють психоемоційному відновленню населення: за словами голови ДАРТ, після «дуже стресового 2022 року» людям був потрібен психологічний «перезавантажувач», і подорожі саме такими є – вони надихають, допомагають зростити почуття національної ідентичності та пізнати власну історію. По-друге, туризм підтримує місцеві економіки: кожен відпочивальник інвестує у послуги харчування, проживання, розваг, створюючи додаткові робочі місця. Згідно з опитуванням U-Report,  $\approx 21\%$  українців свідомо подорожували “заради підтримки економіки України”. Такі поїздки генерують податкові надходження (із них більшу частку сплачують саме легальні готелі та гостьові будинки) і стимулюють попит на товари та послуги [50]. За оцінкою ДАРТ, у першому півріччі 2024 року галузь уже перерахувала понад 1,25 млрд грн податків – на 25% більше від передвоєнного рівня 2021 року [54]. Таким чином, рекреаційний туризм забезпечує зайнятість у сфері HoReCa та роздрібній торгівлі на локальному рівні. Крім того, розвиток «солідарного туризму» (свідомі поїздки на підтримку громад) сприяє фінансуванню волонтерських і культурних ініціатив [50].

Приблизно до 2025 року закладено основу для повоєнного відновлення туризму, тому подальша політика відомства і місцевих органів влади зорієнтована на стратегічну трансформацію галузі. Зокрема, ДАРТ наголошує на громадах як носіях унікальних туристичних продуктів: кожен регіон «має неймовірну природу, спадщину, гастрономію – потрібно лише «правильно упакувати» це для подорожувальників». Держагентство вже працює над «мапою маршрутів пам'яті» – мережевим проектом, що об'єднає воєнні пам'ятки по всій Україні, аби розвивати патріотичний історичний туризм. На міжнародному рівні Україна відіграє дедалі активнішу роль: у 2023–2024 роках ми вперше очолили Європейську комісію Всесвітньої туристичної організації ООН, що відкрило доступ до експертних обмінів та інвестицій у відновлення туристичної інфраструктури. Як відзначила

очільниця ДАРТ, закладено «міцний фундамент» для майбутнього маркетингу України як туристичного напрямку, щоб після війни не лише відновити галузь, а й ефективно її реформувати [60]. У рамках національних стратегій уже реалізують спеціальні ініціативи: наприклад, до 2030 року Україна має стати безбар'єрною для маломобільних туристів – у цьому контексті створюється «Мапа безбар'єрності» для готелів і закладів туризму [57]. Упродовж наступних років очікується подальше зосередження на внутрішньому туризмі (розвиток екокластерів, вело- та агротуризму, «зелений» туризм), промоції регіональних брендів, цифровізації послуг і детінізації галузі. У планах – відновлення та розбудова курортів і пам'яток на деокупованих територіях (ураховуючи Держстратегію сталого розвитку і «План відновлення України»). З урахуванням цих заходів та трендів, експерти прогнозують, що до кінця 2020-х рекреаційний туризм перетвориться на важливий чинник соціальної стабільності й економічного зростання в умовах відбудови країни [50].

Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ) було проведене онлайн-опитування щодо подорожей Україною в умовах воєнного стану. Опитування проведене ДАРТ дає змогу виокремити декілька практично значущих тенденцій і в той же час демонструє низку методологічних обмежень, які слід враховувати при інтерпретації даних. Узагальнені результати опитування надаються в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Узагальнені результати опитування проведене онлайн-опитування щодо подорожей Україною в умовах воєнного стану

Питання	Результати (у %)
Частота поїздок після 24.02.2022	54,7 – не подорожували; 26,0 – 1–2 рази; 12,0 – 3–5 разів; 7,3 – більше 5
Сезонність подорожей	47,6 – літо; 43,2 – без сезонності; решта – інші пори року
Чинники вибору сезону	56,3 – відпустка/канікули; 21,8 – ціна; 21,8 – погода
Тип відпочинку	54,0 – піші прогулянки/місто; 28,4 – культурний туризм; 23,1 – пляжний відпочинок
Критерії вибору місця	51,5 – природа; 45,7 – ціна; 27,2 – безпека
Основні перешкоди	57,4 – небезпека; 24,4 – недоступність морських курортів; 23,2 – фінансові труднощі; 9,8 – нестача інформації
Ставлення до подорожей під час війни	20,7 – уникають через небезпеку; 21,1 – подорожують для підтримки країни; 23,2 – не подорожують через матеріальні труднощі; 23,4 – ставлення не змінилося

Джерело: складено автором на основі [61]

По-перше, розподіл за частотою поїздок після 24 лютого 2022 року показує, що більшість респондентів не здійснювали жодної поїздки (54,7 %), тоді як 45,3 % виїжджали хоча б один раз (26,0 % — 1–2 рази; 12,0 % — 3–5 разів; 7,3 % — більше ніж 5 разів); ця нерівномірність вказує на те, що внутрішній попит на подорожі під час воєнного стану є фрагментованим і зорієнтованим швидше на епізодичні, аніж на регулярні поїздки. Сезонні уподобання концентруються влітку (47,6 %), проте 43,2 % не зазначили вираженої сезонності, що свідчить про наявність двох значущих груп — тих, хто зберігає традиційну сезонну поведінку, і тих, чия поведінка стала менш сезонною. При виборі сезону домінує чинник відпустки/канікул (56,3 %), тоді як ціна та погодні умови мають подібну вагу (по 21,8 %), і варто зауважити, що для респондентів було дозволено вибрати кілька варіантів, що підтверджується сумою відсотків, більшим за 100 %, — це важливо врахувати при інтерпретації перехресних залежностей.

Щодо переваг за типом відпочинку, найпоширенішим є піші прогулянки та дослідження міського середовища (54,0 %), далі ідуть культурний туризм (28,4 %) та відпочинок на пляжі (23,1 %). Така картина вказує на зміщення попиту в бік низьконебезпечних і локальних форм відпочинку (пішохідні маршрути, міські екскурсії, культурні події) при одночасному зниженому інтересі до більш інфраструктурно-чутливих або регіонально обмежених варіантів (морські курорти), що узгоджується з тим, що 24,4 % респондентів назвали втрачену доступність до морських курортів однією з перешкод. Критерії вибору місця підкреслюють пріоритет природи (51,5 %) і цінової доступності (45,7 %), тоді як безпека вказана як чинник вибору лише у 27,2 % випадків, але одночасно є найпоширенішою перешкодою для подорожей (57,4 %), тобто безпека виступає радше як бар'єр, ніж як активний мотиваційний маркер для обрання напрямку.

Ставлення до подорожей під час воєнного стану демонструє виражену гетерогенність: приблизно однакова частка респондентів уникає подорожей через небезпеку (20,7 %) і продовжує подорожувати з метою економічної підтримки країни (21,1 %); ще 23,2 % не подорожують через матеріальні труднощі, а 23,4 % стверджують, що їхнє ставлення не змінилося — така диференціація свідчить про

наявність щонайменше трьох сегментів поведінки: економічно обмежені, безпеково орієнтовані і мотивовані патріотично/підтримкою локальної економіки. Інформаційні джерела, якими користуються респонденти, — інтернет (63,3 %) і соціальні мережі (48,9 %) — значно переважають традиційні ЗМІ (6,6 %) та інформацію від місцевих жителів (5,7 %), що має прямі маркетингові наслідки: цифрові канали — основна площина для досягнення потенційних туристів, але при цьому 9,8 % зазначили нестачу інформації про функціонування послуг як перешкоду, тобто існує розрив між наявністю цифрових каналів і доступністю конкретної, перевіреної інформації про сервісну інфраструктуру.

Методологічно важливо підкреслити обмеження: у тексті не наведено розмір вибірки та її демографічний склад (вік, регіон проживання, статус переміщення, рівень доходу), відсутні відомості про спосіб залучення респондентів і про те, чи застосовувалося вагування підсумків; це робить неможливим оцінити представництво вибірки і точність відсоткових оцінок (інтервали довіри, статистична значущість). Також присутні потенційні джерела спотворення: селекція (онлайн-опитування охоплює тих, хто має доступ до інтернету і готовий відповідати), самообраність (self-selection) і пам'яткова похибка при згадуванні поїздок за тривалий період. Окремо варто врахувати можливий соціально бажаний відбір відповідей у частині мотивів (наприклад, «підтримати країну»).

З практичної точки зору, для суб'єктів туристичного ринку та органів місцевої влади з цих даних випливають конкретні рекомендації. По-перше, розвиток і промоція безпечних, низькоінтенсивних форм відпочинку (пішохідні маршрути, культурні екскурсії, локальні гастро- і екопрограми) відповідає наявним уподобанням та знижує бар'єри, пов'язані із безпекою й ціною. По-друге, улітку слід очікувати підвищений попит, тож має сенс концентрувати рекламні кампанії та пакети послуг саме на літню періодизацію. По-третє, оскільки інтернет і соціальні мережі — основні джерела інформації, важливо інвестувати в якісний цифровий контент із актуальною інформацією про роботу готелів, транспорт, заходи, а також верифікацією безпекових умов і логістики. По-четверте, для стимулювання подорожей корисні фінансові механізми: гнучкі тарифи, пакети «економ» і місцеві

ініціативи підтримки малих операторів, бо фінансові перешкоди вказані дуже часто. Отже, опитування вказує, що попит на внутрішні подорожі під час війни існує, але обмежений — домінують питання безпеки й економії, а інформаційне забезпечення через цифрові канали є критично важливим для відновлення і підтримки внутрішнього туризму.

## **2.2. Потенціал Карпатського регіону для розвитку рекреаційного туризму**

Українські Карпати вирізняються багатством природно-географічних ресурсів, що формують високий рекреаційний потенціал. Гірські хребти Чорногори, Сколівських Бескидів, Горган тощо створюють своєрідний альпійський пейзаж із високогірними полонинами, перевалами і заповідними масивами. Природний ландшафт доповнюють численні гірські річки (Прут, Чорний Черемош, Тересля, Тернопілька та ін.), озера та джерела мінеральних вод. Карпатський клімат поєднує помірно-континентальні й гірсько-континентальні риси: зимами тут достатньо снігу для гірськолижного відпочинку, а влітку – помірно теплі умови для походів і оздоровлення. У регіоні наявні унікальні природоохоронні території: національні парки («Синевир», «Верховинський», «Гуцульщина», «Північне Поділля» тощо), біосферні заповідники, заказники. Буquet гірських та лісових екосистем включає також об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО – праліси буку. Сприятлива географічна позиція та багаті мінерально-термальні води визначені офіційно як пріоритети розвитку туризму в регіоні [62]. Зокрема, Закарпатська облдержадміністрація підкреслює, що природно-ресурсний потенціал краю, клімат і оздоровчі ресурси є ключовими складовими туристичної привабливості [62]. Таким чином, карпатські гірські масиви, «лісовий клімат» з чистим повітрям та численні лікувальні фактори створюють органічну основу для рекреаційного туризму у західних областях України.

За даними регіональних програм і звітів, мережева складова інфраструктури у карпатських областях швидко зростає (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Характеристика рекреаційного потенціалу в Карпатах

Категорія	Характеристики / зміни	Значення для розвитку туризму
Природно-географічні ресурси	Гірські хребти (Чорногора, Сколівські Бескиди, Горгани) з перевалами й полонинами; річки (Прут, Черемош тощо); озера; джерела мінеральних вод	Дає великий спектр тематичних маршрутів — гірських, водних, оздоровчих
Кліматичні умови	Поєднання помірно-континентального та гірсько-континентального клімату; взимку достатньо снігу, влітку — помірні температури	Сприятливі умови для зимового та літнього відпочинку
Природоохоронні території	Національні парки (Синевир, Верховинський, Сколівські Бескиди тощо); біосферні заповідники; праліси бука (ЮНЕСКО)	Захищені території додають туристичної привабливості, проте потребують охоронного режиму
Культурно-історичний потенціал	Народні традиції (гуцульські, бойківські, лемківські), дерев'яні церкви, народні ремесла, етнофестивали	Формування етнотуристичних маршрутів, культурних програм
	Присутність національних меншин (угорці, румуни, поляки)	Додає мультикультурної привабливості — можливість тематичних маршрутових програм
	Ініціативи «зеленого туризму», кластери сільських господарств (наприклад, «Дорога смаку»)	Залучення місцевих громад, розширення туристичної пропозиції в селах
Динаміка туристичних потоків	Івано-Франківщина: 2,3 млн туристів у 2022, та ≈2,5 млн у 2023–2024 роках	Показник стабілізації та зростання внутрішнього туризму
	Закарпаття: у 2023 році ≈1,2–1,3 млн туристів (зростання понад удвічі)	Відновлення привабливості регіону
	НПП «Синевир»: 186 тис. відвідувачів у 2023 — рекорд	Централізація популярності природних парків
	Львівщина: >2,5 млн туристів у 2024 році	Великий попит, значна роль регіону в туристичній системі
Фінансовий та бюджетний аспект	Івано-Франківщина: туристичний збір зріс з 17,9 млн ₴ (2022) до 20,4 (2023) і 33,1 млн ₴ (2024)	Значне поживлення інвестицій і зборів
	Львівщина: з 41,430 млн ₴ (2022) → 46,085 (2023) → 47,108 (2024)	Стабільне зростання доходів з туризму
	Закарпаття: десятки мільйонів ₴ щороку; 22,1 млн ₴ за перше півріччя 2025 (+78 %)	Активне нарощування туристичного збору та бюджетних надходжень
Типи та форми туризму	Гірськолижний туризм — курорти Буковель, Драгобрат, Славське, Плай тощо	Центральна роль зимового туризму
	Оздоровчий / курортний туризм — мінеральні води (Трускавець, Поляна, Східниця)	Комбіновані програми «курорт + природа»
	Сільський, зелений, етнотуризм — сільські садиби, гастрономія, ремесла	Диверсифікація туристичної пропозиції
	Пішохідний, велотуризм — марковані маршрути, «Закарпатський байк-трейл», «Коло історії»	Активні види туризму для літнього сезону
Проблеми та обмеження	Дорожня інфраструктура: складні рельєфні ділянки, дефіцит якісних доріг, затори в пікові сезони	Ускладнення логістики, зниження привабливості віддалених районів
	Сезонність — нерівний туристичний потік між сезонами	Потрібні рішення для низького сезону
	Екологічне навантаження на заповідні території через збільшення відвідуваності	Потрібні механізми контролю та екологічного менеджменту
	Юридичні обмеження: суворі стандарти у заповідних зонах, ризики незаконного будівництва	Складність інвестицій в визначених зонах
	Безпекова ситуація та обмеження пересування (чергування, контроль)	Вплив на комфорт туристичних маршрутів

Джерело: складено автором на основі [62]

Так, у Закарпатській області до 2023 року з 511 до 705 зріс загальний обсяг закладів тимчасового розміщення (готелів, приватних садиб, кемпінгів тощо). Це забезпечує одночасне розміщення близько 30 тисяч гостей. В області також нараховується близько 500 сільських садиб (фермерських та приватних домогосподарств), готових приймати туристів і організовувати місцеві екскурсії. Івано-Франківська область за кількістю закладів готельного типу та котеджного розміщення також лідирує серед гірських регіонів: тут діють десятки курортних комплексів (в Яремче, Косові, Верховині, Долині), сотні міні-готелів і садиб, а також мережа дитячих оздоровниць. Львівська область, що включає хребет Горган, має низку санаторіїв (найбільше – у Трускавці, Моршині, Східниці) та понад 120 закладів розміщення в гірській зоні, серед яких популярні готелі в Славському й Волосянці. Карпатський регіон багатий на культурно-історичну спадщину: давні гуцульські, бойківські, лемківські та румунські традиції, сакральні пам'ятки (дерев'яні церкви Карпат, народні ремесла, музеї). Відродження етнічних фестивалів, музики, кухні і ремесел забезпечує основу для етно-туризму й фольклорних маршрутів. У регіоні проживають національні меншини – угорці на Закарпатті, румуни у Чернівцях, польська меншина у Львівській області, що додає мультикультурний шар до туристичного продукту. Влада та громадські організації підтримують «кластери» сільських туристичних господарств (наприклад «Дорога смаку» Прикарпаття) та ініціативи господарів «зеленого туризму», що сприяє зайнятості населення. Реалізація проєктів на кшталт «Невдома: мандруй незвіданим Прикарпаттям» (ІФ ОДА) демонструє увагу до промоції локальних культурно-туристичних ресурсів. У цьому контексті важливим є збільшення робочих місць у сфері гостинності: розвиток готелів, садиб і курортних комплексів дає додаткове працевлаштування в гірських територіях, сприяючи соціально-економічному розвитку громад [62].

Статистика останніх років підтверджує швидке відновлення та зростання внутрішнього туризму у Карпатах. За офіційними даними, Івано-Франківщина приймає до 2,3–2,5 мільйона відвідувачів на рік. Зокрема, 2022 року на Прикарпатті побувало приблизно 2,3 млн туристів, а в 2023 та 2024 роках – по 2,5 млн [63, 64]. У

Закарпатській області, за оцінками урядовців, кількість туристів за 2023 рік сягнула близько 1,2–1,3 млн (зросла більш ніж у 2 рази проти 2022-го), враховуючи значні потоки в національні парки та туристичні центри. Зокрема, НПП «Синевир» відвідали понад 186 тис. туристів у 2023 році, що стало рекордом; усі нацпарки Закарпаття загалом прийняли 218 920 відвідувачів (понад 51 % зростання порівняно з 2022 роком) [65]. Львівщина теж демонструє високі показники: у 2024 році сюди з'їхалося понад 2,5 млн мандрівників (з урахуванням гірських і курортних локацій Львівської області). Зауважимо також динаміку фінансового збору: туристичний збір та податки від туристичної діяльності різко зростають. Наприклад, на Івано-Франківщині туристичний збір зріс з 17,9 млн ₪ у 2022 році до 20,4 млн у 2023 і 33,1 млн у 2024 [64]. Аналогічно, Львівщина зафіксувала рекорд: 41,430 млн ₪ у 2022-му, 46,085 млн у 2023 і 47,1 млн у 2024 [66]. У Закарпатті місцеві бюджети отримали від туристичного збору десятки мільйонів щорічно (значну частку забезпечують популярні громади Великого Березного, Міжгір'я, Косина тощо). За даними ДПС, Закарпатська область увійшла в трійку лідерів за приростом туристичного збору у 2025 році: 22,1 млн ₪ за перше півріччя 2025 (плюс 78% до минулого року) [64]. Таким чином фінансова статистика відображає відновлення внутрішнього турпотoku і активне зростання гірських курортів у поствоєнний період.

У Карпатах активно розвиваються різні види відпочинку, які пов'язані з гірським середовищем та місцевою культурою. Гірськолижний туризм традиційно домінує в зими: регіон має найбільші гірськолижні курорти України (Буковель, Драгобрат, Славське, Плай, Красія, Пилипець тощо). Тут облаштовано сотні кілометрів трас різної складності й десятки підйомників, що приваблюють як досвідчених лижників, так і сім'ї з дітьми. На Прикарпатті, Закарпатті і Львівщині за останні роки запустили нові підйомники та готельні комплекси, а також розвивають маломасштабні «гірськолижні кемпи» – невеликі бугельні курорти для початківців. Оздоровчий (курортний) туризм значущий у зимовий і весняно-осінній сезони: у Трускавці, Полянці, Східниці, Тернополі обслуговують лижі й СПА, а також мінеральні води. Регіональна програма Закарпаття виокремлює джерела мінеральних і термальних вод і санаторно-курортне лікування серед ключових

оздоровчих ресурсів. Сільський зелений туризм (агро- й етнотворчість) розвивається завдяки мережі садиб: протягом 2021–2023 в Закарпатті зріс запит на перебування у селах (близько 500 садиб зареєстровано, об'єднаних в асоціації) [62]. Туристи відвідують гостинні курортні села Яблуниця, Поляна, Кваси, Верховина, Космач тощо, пізнають місцеві ремесла й гастрономію. Пішохідний туризм стає дедалі популярнішим у теплий сезон: тут прокладено десятки маркованих маршрутів. Завдяки проектам влади промарковані стежки ведуть на полонини (бескиди й Горгани), до водоспадів (Малі Кузьминці) та гірських вершин (Синяк, Негровець). Східні Карпати (Покуття, Покутсько-Буковинські гори) пропонують гірські походи різної протяжності, в тому числі шляхом Довбуша і полониною Рівна. Велотуризм у Карпатах також набирає обертів: у 2023 році відкрито першу частину «Закарпатського байк-трейлу» (55 км) для гірських вело мандрівок [62], триває облаштування веломаршруту «Коло історії» біля Івано-Франківська та мережі маршрутів «Роверове Покуття» [67]. Екотуризм і рекреаційна геологія представлені відвідуванням карпатських національних природних парків (екотрекінги, орнітологічні спостереження) і відпочинком у лісових масивах. Етнотуризм передбачає знайомство з гуцульською й бойківською культурою: відвідини дерев'яних церков, народних музеїв (напр., Музей гуцульського побуту в Косові), фестивалів (Гуцульська ріплянка тощо). Таким чином, в регіоні реалізовано практично всі форми туризму – від спортивного (гірськолижного, вело, піших походів) до оздоровчого, аграрно-рекреаційного, ділового й етнографічного [62].

Незважаючи на високі перспективи, розвиток туризму в Карпатах стримує низка проблем. Транспортування: гірський рельєф ускладнює дорожню інфраструктуру. Основні автошляхи (наприклад, Н-09/Н-10 на Івано-Франківщині, М-06/М-19 через Галичину, М-26 на Закарпатті) мають ділянки зі складним рельєфом і інтенсивним трафіком, часто недостатньо якісне дорожнє покриття. В умовах пікового навантаження (сезонні підйоми й спуски туристів) спостерігаються затори та ризики, особливо в міжсезоння й за складної погоди. Сезонність: турпотік у Карпатах дуже нерівномірний за сезонами: зима приваблює гірськолижників, літо – піших туристів і велосипедистів, весна/осінь – охочих до оздоровлення на

курортах. Це створює періоди «провалів» навесні або восени, коли зазвичай знижується завантаження готелів і надходження туристичного збору. Вирішення проблеми має враховувати розвиток малосезонних форм відпочинку (СПА-вікенди, фестивальні тури, конференційний туризм тощо). Екологічне навантаження: стрімке зростання відвідуваності природних об'єктів (нацпарків, заповідників) посилює екологічний тиск. Так, за рік (2022→2023) кількість туристичних візитів до заповідних територій Закарпаття зросла більш ніж удвічі [62], що потребує удосконалення природоохоронних механізмів, контролю сміття й ерозійних процесів. Багато туристичних маршрутів нині прокладені без повного екологічного оцінювання, що несе ризик спустошення рідкісних екосистем та порушення заповідних режимів. Юридичні обмеження: низка земель і лісів розташована на територіях із обмеженим режимом (наприклад, Національний парк «Синевир», Карпатський біосферний заповідник). Законодавство передбачає суворі вимоги до будівництва та господарювання в охоронюваних зонах, що іноді ускладнює приватні інвестиції. Крім того, питання незаконного будівництва в гірській зоні й сірого сектору у сфері готельного бізнесу та спорту також створюють перешкоди для прозорого розвитку галузі. Військовий стан та безпекова ситуація з 2022 року додають ще один виклик: обмеження на пересування в горах (чергування рятувальників, контроль), які, хоча й необхідні, можуть зменшувати комфортабельність подорожей [68].

У відповідь на перераховані проблеми влада та громадськість реалізують спеціальні ініціативи. На рівні держави діє «Стратегія розвитку туризму на період до 2026 року» та програми Міністерства туризму. Адаптація до міжнародних угод – одне з завдань: після ратифікації в 2017 році Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про Карпати Україна почала гармонізувати норми охорони природи з туристичною діяльністю. На місцевому рівні в кожній області діють регіональні програми. Наприклад, Закарпатська ОВА затвердила Програму розвитку туризму на 2024–2026 роки, де передбачено бюджетні кошти на просвітництво, маркування маршрутів та інформаційні центри [62]. У Івано-Франківській області

працює регіональна програма 2022–2026 рр., що підтримує проекти від реконструкції інфраструктури до просування туристичних брендів.

Реалізуються численні проекти, здебільшого на умовах співфінансування чи грантів. Наприклад, коштом Українського культурного фонду у 2025 році модернізують Косівський музей гуцульського побуту та розробляють віртуальні екскурсії по етнорегіону Бойківщина [64]. Європейські ініціативи також працюють на розвиток Карпат: проєкт APENA 3 за підтримки ЄС розробив стратегію адаптації Івано-Франківщини до зміни клімату [67]. У межах транснаціонального співробітництва Interreg NEXT «Польща–Україна» успішно стартував проєкт «Карпатські вузькоколійки» – відновлення та популяризація історичних залізниць між Польщею та Україною [67]. На місцевому рівні відбуваються маломасштабні ініціативи: встановлені оглядові майданчики (Буковець на Верховинщині), нові туристичні інформаційні центри та гостинні кластери. Громадські організації («Асоціація готельєрів і садиб Яремчанщини», «Туристична асоціація «Гуцулія» в Косові) тісно співпрацюють з ОДА та бізнесом для стандартизації послуг. Важливим є також розвиток доступного туризму: у карпатських нацпарках облаштовують безбар'єрні маршрути, а курортним закладам пропонується стандарт «Доступність для всіх» згідно з державними вимогами [67].

Таким чином, українські Карпати мають потенціал для стійкого розвитку рекреаційного туризму. За умови комплексного підходу регіон може стати одним із лідерів внутрішнього туризму в країні. Із зростанням мобільності населення і поступовим відновленням міжнародних подорожей після пандемії та війни очікується подальше зростання відвідуваності. Сукупність державних та регіональних програм уже заклала основу: наприклад, бюджетне фінансування на програмні заходи (маркування, інформаційні кампанії) у 2023–2024 рр. лише в Івано-Франківщині сягало сотень мільйонів гривень [67].

### **2.3. Сучасний стан туристичної інфраструктури та рекреаційних послуг під час воєнного стану**

Повномасштабне вторгнення росії та запроваджений воєнний стан радикально змінили функціонування туристичної сфери. Міжнародні авіарейси та закордонні подорожі фактично припинилися, кордони залишаються закритими. Одночасно українці можуть подорожувати всередині країни, але з урахуванням безпекових обмежень: військові адміністрації визначають, які регіони та локації безпечні для відвідування, діють комендантська година, заборонені масові заходи та екскурсії поблизу критичних об'єктів. Наприклад, у західних областях дозволяються піші походи (на Львівщині – навіть у ліси, але без автотранспорту), натомість у регіонах на сході чи біля кордону з РФ/Білоруссю пересування суворо обмежено або заборонено [69].

Дані про фінансові надходження в туристичному секторі під час війни свідчать про переорієнтацію галузі на внутрішній ринок. ДАРТ повідомляє, що у 2023 році загальні надходження податків від туристичної сфери зросли на 32% порівняно з 2022 роком. Із 1,303 млрд грн надходжень від «готельної» частини це майже вдвічі перевищує суму 2022 року. Очільниця ДАРТ підкреслила, що «туристична галузь України адаптувалася під непрості реалії воєнного стану» завдяки зростанню внутрішнього туризму, особливо у центральних та західних регіонах. За даними опитування ДАРТ, понад 45% українців від початку вторгнення здійснювали подорожі всередині країни. Тож хоча іноземних туристів наразі майже немає, сектор тримає оборону за рахунок активізації внутрішніх подорожей і перерозподілу турпотоків у безпечніші регіони [51, 69]

Карпати – один із найпопулярніших туристичних регіонів України – мали добре розвинуту інфраструктуру ще до війни. За даними експертів, кількість готелів і садиб зеленого туризму тут майже подвоїлася з 2014 року [65]. У воєнний час регіон залишився в радіусі дії внутрішнього туризму й лишається найбільш безпечним для відпочинку. Це відобразилося на показниках: в Закарпатській області за 2023 рік місцеві бюджети отримали 22,161 млн грн туристичного збору (на 13,8% більше, ніж 2022). Із січня по квітень 2025 року Закарпаття зібрало вже 7,830 млн

грн (плюс 33,7% до аналогічного періоду 2024) [65]. У Львівській області турзбір у 2023-му досяг рекордних >46 млн грн [66] у Івано-Франківській – понад 20,4 млн грн (ріст на 13,7% до 2022) [55] У Чернівецькій області за 2023 рік надійшло 3,32 млн грн (плюс 37,6%) [71]

Надходження свідчать про ключові «точки тяжіння» в Карпатах: найбільше заплатили Поляницька громада (Буковель) — ~10,93 млн грн, Яремчанська – 4,20 млн, Ворохтянська – 1,32 млн [55]. Схожі тенденції в Закарпатті: село Поляна (с. Поляна на Перечинщині) традиційно лідирує за обсягом збору (в 2025 р. – понад 1,69 млн грн за 4 міс.) [65], також високі суми в Ужгороді, Косоні, Ясіні, Барвінкуві, Довгому тощо.

Інфраструктура працює у змішаному режимі. Спочатку війни багато закладів приймали біженців і волонтерів, що забезпечило 100% завантаженість у перші місяці. Надалі показники наповнення варіювали: у квітні–червні 2022 карпатські об'єкти були зайняті ~60–70%, а в піку літа деякі санаторії заповнені лише на третину. З початком повномасштабної інвазії деякі готелі були адаптовані під прихисток, санаторії розгортали перший прийом біженців. Але взимку та весною 2023 року до них знову почав відновлюватися звичайний туристичний потік (переважно внутрішній). Готельєри та санаторії навмисно утримують лояльні ціни (близько 300–700 грн/добу за місце), аби не втрачати ринок [72].

Незважаючи на війну, сформовано нові формати відпочинку. Зростає попит на оздоровчі програми: популярні курорти Трускавець, Поляна, Східниця, Закарпаття (тут є мінеральні джерела і санаторії). Туристів приваблює гірськолижний відпочинок (Буковель, Пилипець, Синяк тощо), а також піші і веломаршрути Карпат. З огляду на безпеку зросла вага сімейних «днівних» поїздок у межах регіону та локальних екскурсій. Частина готелів пропонує спеціальні програми релаксу та психологічної підтримки (йога, SPA, медитації), щоб компенсувати стрес війни [73, 74].

Таким чином, незважаючи на втрати на фронті, туристична мережа Карпат активно використовується: наявні готелі, санаторії, садиби і маршрути продовжують обслуговувати внутрішніх гостей. При цьому місцева влада стимулює розвиток

туризму: у 2023 р. на Львівщині реалізовували регіональні проєкти, удосконалювали привабливість локацій (Тустань, замки, стежки тощо) [66]. В умовах війни Карпати залишаються відносно «островом стабільності» для відпочинку, що підтверджується зростанням відрахувань від туризму [55].

Воєнні дії докорінно змінили мотивації подорожей. За опитуваннями ДАРТ, тепер внутрішній туризм є основою галузі: понад 45% українців з початку повномасштабної війни мандрували всередині країни у туристичних цілях [51]. Зазвичай подорожують влітку (48% опитаних), часто поєднуючи відпочинок зі зміцненням економіки країни [51]. Близько половини туристів обирають міські і піші прогулянки (56%), відвідування історичних пам'яток (28%), пляжний відпочинок (23%) та фестивалі (23%). Якщо з довоєнних напрямів найбільше втратили Азовське та Чорноморське узбережжя, то Карпати і західні міста (Львів, Кам'янець, Ужгород) нині на висоті: саме їх «відкривають» для себе внутрішні туристи [51].

Окремою динамікою є релокація бізнесу на західні території. За оцінками керівництва Закарпатської ОВА, від початку повномасштабної війни на Закарпаття переїхали понад 350 підприємств із зони бойових дій та окупованих територій (переважно в Ужгородську, Берегівську та Мукачівську громади). Місцева влада прогнозує, що цей потік продовжуватиметься навіть після завершення війни. Переїзд бізнесу (як малих ФОП, так і великих компаній) забезпечує новий «хвіст» попиту на послуги, у тому числі на сектор гостинності. Новоприбулі працівники та родини потребують проживання, харчування і дозвілля, що підсилює зайнятість готелів, садиб та клубів [50].

Важливим напрямом стає оздоровчий і психологічний туризм. Багато українців їдуть у Карпати та бальнеологічні курорти за умиротворенням та реабілітацією після стресу воєнних подій. Популярні «лікувальні» напрямки – лікувальні озера Закарпаття (Синевир), мінеральні води Трускавця та Моршина, екотуристичні маршрути Карпатських гір і лісів. Хоч прямих статистичних даних мало, але візит до санаторіїв та СПА-центрів у західних регіонах у 2023–2025 рр.

помітно зріс. Учасники ринку відзначають, що люди прагнуть “перезавантажитися”, тому послуги релаксу, масажу, психологічні програми зараз на вагу золота [50].

У відповідь на загрози всередині країни туристичні об’єкти змінили організацію роботи. Державні рекомендації з безпеки підкреслюють, що готелі й турмаршрути повинні інтегрувати укриття. Туроператори та екскурсоводи тепер складають маршрути з урахуванням локацій бомбосховищ і шляхи евакуації [57]. У кожному регіоні влада доводить до населення, які туристичні зони та пляжі дозволені, а які – закриті з міркувань безпеки [57].

Готельний сектор пройшов технічну переоснащеність. За оцінками дослідників, до переліку мінімальних вимог для готелів увійшли: наявність укриття для гостей, автономне енергозабезпечення, резервуари води чи свердловина на випадок обстрілів, альтернативні види опалення (незалежні від газу), гарантований зв’язок та система оповіщення. Багато закладів повністю відповідають цим стандартам (на карті позначені зеленим), інші – з обмеженим ресурсом (жовтий/блакитний статус) [75]. Таким чином формується «карта безпечності» туристичних об’єктів. У готелях облаштовано укриття-бомбосховища із запасом питної води, медикаментів і їжі, встановлено системи аварійного освітлення.

Працівники готелів і пансіонатів пройшли інструктажі з дій на випадок тривоги, а також доводять інформацію до відпочивальників. Окрім того, численні готелі фактично виконують функції прихистків: вони безкоштовно розміщують внутрішньо переміщених осіб, бійців ЗСУ та волонтерів, організують для них харчування (гарячі обіди) і допомогу [75].

Також зросла пропозиція коворкінгів і гібридних робочих просторів у готелях (уніфіковані номери «для роботи + відпочинку»), що дає можливість підприємцям і віддаленим працівникам залишатися продуктивними навіть під час відключень електрики [75].

Основні зміни, виклики та адаптаційні заходи сучасного стану розвитку туризму у Карпатському регіоні представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Туризм у Карпатському регіоні України в умовах війни: ключові зміни, виклики та адаптаційні заходи (2022–2025)

Категорія	Опис / Показники
1. Загальна ситуація	Закриття кордонів, припинення міжнародного туризму, акцент на внутрішньому туризмі; обмеження пересування (комендантська година, обмежений доступ до лісів, заборона на масові заходи).
2. Безпекові умови	Карпати залишаються найбезпечнішим регіоном для туризму; туристичні об'єкти мають укриття, евакуаційні маршрути, аварійне забезпечення.
3. Туристичний потік	>45% українців подорожували всередині країни з початку війни (ДАРТ); особлива активність влітку, перевага пішим прогулянкам, локальним екскурсіям.
4. Фінансові показники (туристичний збір)	- Закарпаття: 22,161 млн грн (2023), +33,7% за 4 міс. 2025 - Львівщина: >46 млн грн (2023) - Івано-Франківщина: >20,4 млн грн (2023) - Чернівці: 3,32 млн грн (2023), +37,6%
5. Основні «точки тяжіння»	- Поляницька громада (Буковель): ~10,93 млн грн - Яремче: 4,2 млн грн - Ворохта: 1,32 млн грн - Поляна (Закарпаття): 1,69 млн грн (за 4 міс. 2025)
6. Інфраструктурна адаптація	Перехід на гібридне функціонування: прийом біженців і туристів; готелі зі СПА, релакс-програмами, коворкінгами. Утримання лояльних цін (300–700 грн/доба).
7. Нові формати відпочинку	Попит на: – оздоровлення (Трускавець, Поляна, Східниця); – гірськолижні тури (Буковель, Пилипець); – веломаршрути; – психологічне перезавантаження (SPA, йога, медитації).
8. Рекреаційна інфраструктура	Заклади пристосовано до вимог безпеки: укриття, автономна електрика, водопостачання, опалення, системи оповіщення. Деякі виконують функції прихистків.
9. Поведінкові зміни туристів	Короткі поїздки, локальні маршрути, відпочинок у межах області, перевага сімейного і денного туризму. Менше екскурсій поблизу критичних об'єктів.
10. Відновлення бізнесу	Понад 350 компаній релоковано на Закарпаття. Формується новий попит на готелі, садиби, послуги дозвілля.
11. Адаптація туроператорів	Маршрути будуються з урахуванням безпеки (наявність сховищ, безпечних зон). Формуються туристичні «карти безпечності».
12. Стан галузі	Туризм тримається завдяки внутрішньому попиту. Локальна влада підтримує розвиток (покращення локацій, просування брендів, інвестиції в інфраструктуру).
13. Соціальний вплив	Туризм забезпечує працевлаштування переселенців, розвиток місцевої економіки, збереження культурного потенціалу регіону.
14. Психологічний ефект	Високий попит на тури з елементами реабілітації та психологічної допомоги – відповідає на потреби воєнного часу.

Джерело: складено автором на основі [50-75]

Отже, адаптація до воєнних умов відбулася швидко: інфраструктура почала функціонувати за новими правилами безпеки та динаміки попиту. Гостям вже при заселенні пояснюють маршрут до сховища та правила поведінки при повітряній тривозі. На входах встановлено покажчики до укриттів, в номерах проведено радіо-/сиренне оповіщення. Завдяки цим заходам навіть під час частих повітряних тривог

туризм у безпечних регіонах залишається «приховано відкритим» і може підтримувати економіку місцевих громад.

#### **2.4. SWOT аналіз розвитку рекреаційного туризму в умовах війни**

Розвиток рекреаційного туризму під час воєнного конфлікту є складним і багатогранним процесом, який визначається численними чинниками, серед яких безпекова ситуація, економічна стабільність, стан інфраструктури, а також зміни в споживчих звичках населення. Україна, яка з початку 2022 року переживає повномасштабний воєнний конфлікт, стикається з серйозними викликами в галузі туризму. Одним із способів глибокого розуміння потенціалу розвитку рекреаційного туризму є застосування SWOT-аналізу, що дозволяє об'єктивно оцінити як сильні, так і слабкі сторони, можливості та загрози, які існують для галузі в умовах війни. Завдяки SWOT-аналізу можна здійснити оцінку різних аспектів розвитку туризму, що дозволить виявити потенціал для адаптації, а також розробити стратегії для подолання існуючих проблем.

Для кращого сприйняття результатів SWOT-аналізу було надано оцінки кожному фактору, де: 1 = дуже слабкий вплив, 2 = слабкий вплив, 3 = помірний вплив, 4 = сильний вплив, 5 = дуже сильний вплив. Розвиток рекреаційного туризму в Україні в умовах воєнного конфлікту характеризується одночасною наявністю сильних сторін, слабких сторін, можливостей та загроз. Серед сильних сторін варто виділити зростаючий попит на внутрішній туризм. Через небезпеку поїздок у прифронтові регіони українці віддають перевагу подорожам у західні та центральні області, де ситуація відносно стабільна. Це дозволяє підтримувати локальні підприємства, залучати туристів у невеликі населені пункти та стимулювати розвиток сільського та еко-туризму. Важливим фактором є наявність природних та культурних ресурсів, які залишаються доступними і можуть слугувати основою для організації рекреаційних маршрутів, відвідування історичних пам'яток та активного відпочинку на природі. Додатково сильним фактором є локальні ініціативи з організації подорожей та волонтерських турів, які не лише забезпечують зайнятість у сфері туризму, а й зміцнюють соціальні зв'язки та підтримку місцевих громад.

Таблиця 2.5 – SWOT-аналіз розвитку рекреаційного туризму в Україні під час війни

Категорія	Показники	Оцінка (1–5)	Пояснення
Сильні сторони (Strengths)	Попит на внутрішній туризм; наявність природних та культурних ресурсів; локальні ініціативи з відновлення туризму	4	Попит на безпечні подорожі у західні та центральні регіони зростає. Природні ресурси (ліси, гори, озера) залишаються доступними, що сприяє розвитку локальних турів.
	Високий потенціал для еко- та агротуризму	4	В умовах війни люди шукають безпечні й екологічні маршрути, що стимулює розвиток невеликих готелів і сільських садиб.
Слабкі сторони (Weaknesses)	Руйнування туристичної інфраструктури	5	Дороги, готелі, туристичні об'єкти у прифронтових зонах пошкоджені або зруйновані, що обмежує можливості для повноцінного туризму.
	Недостатнє фінансування відновлення	4	Брак ресурсів і фінансової підтримки держави та інвесторів уповільнює реконструкцію туристичних об'єктів.
Можливості (Opportunities)	Розвиток внутрішнього туризму	5	Зростання попиту на безпечні туристичні напрямки у межах країни; залучення місцевих туристів та створення нових маршрутів.
	Підтримка міжнародних організацій	4	Гранти та фінансування від міжнародних організацій на відновлення культурної спадщини та інфраструктури.
	Використання цифрових технологій	3	Онлайн-платформи для бронювання, VR-тури, промоційні кампанії можуть стимулювати туризм навіть в умовах обмеженої мобільності.
Загрози (Threats)	Продовження воєнних дій	5	Постійна загроза безпеці туристів, закриття кордонів та окуповані території обмежують розвиток галузі.
	Зменшення міжнародного тур потоку	4	Багато туристів із-за кордону відмовляються від поїздок до країни через ризики.
	Дестабілізація економіки	4	Інфляція та зниження доходів населення зменшують платоспроможність туристів.

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Серед слабких сторін рекреаційного туризму виділяються насамперед руйнування туристичної інфраструктури. Дороги, готелі, туристичні об'єкти у прифронтових зонах значною мірою пошкоджені або зруйновані, що обмежує доступ туристів і знижує якість обслуговування. Додатково негативно впливає недостатнє фінансування відновлення туристичних об'єктів та сервісів. Через брак державних ресурсів та обмежену інвестиційну активність відновлення інфраструктури проходить повільно, що утримує рівень розвитку галузі нижче

потенційного. Це створює додаткові ризики для підприємців і знижує привабливість туристичних маршрутів для відвідувачів.

Серед можливостей варто зазначити перспективу розвитку внутрішнього туризму, що є логічною відповіддю на обмеження міжнародних поїздок. Зростання попиту на безпечні маршрути, еко-туризм та сільські садиби відкриває нові ринки для локальних підприємств і сприяє диверсифікації туристичних продуктів. Крім того, підтримка міжнародних організацій у вигляді грантів та фінансування для відновлення культурної спадщини та туристичної інфраструктури створює додаткові ресурси для розвитку галузі. Використання цифрових технологій також надає нові можливості. Онлайн-платформи для бронювання, віртуальні тури та промоційні кампанії дозволяють залучати туристів навіть у складних умовах, коли фізичні подорожі обмежені, а також формувати позитивний імідж країни на міжнародному рівні. Серед загроз рекреаційного туризму першочерговою є безпека туристів, пов'язана з продовженням воєнних дій. Наявність активних бойових дій у деяких регіонах робить подорожі небезпечними та змушує закривати певні маршрути. Додатково загрожує зменшення міжнародного потоку туристів через закриття кордонів і побоювання іноземних громадян щодо безпеки. Це безпосередньо впливає на доходи сектору та обмежує іноземні інвестиції. Крім того, дестабілізація економіки країни через інфляцію, зниження доходів населення та скорочення державних і приватних інвестицій у туризм зменшує платоспроможність туристів і обмежує фінансові ресурси для розвитку галузі.

Таким чином, SWOT-аналіз показує, що рекреаційний туризм в Україні перебуває у складних умовах, але має потенціал для розвитку завдяки природним ресурсам, внутрішньому попиту та міжнародній підтримці. Разом із тим слабкі сторони та загрози вимагають стратегічного управління, планування безпечних маршрутів, цифровізації сервісів та активного залучення фінансових ресурсів для відновлення інфраструктури.

Також, для більш повного аналізу розвитку рекреаційного туризму в умовах воєнного конфлікту та факторів впливу на нього було проведено PEST-аналіз (додаток Б).

## РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

### 3.1. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму під час війни

Воєнні дії призвели до зниження туристичного попиту, руйнування інфраструктури, зміни ринкової структури, а також до масштабних екологічних та соціальних наслідків. Водночас відновлення рекреаційного туризму має стратегічне значення для України, адже він здатен відіграти важливу роль у процесах психологічної реабілітації населення, інтеграції внутрішньо переміщених осіб, розвитку регіонів та післявоєнного економічного зростання.

В умовах воєнного стану основні проблеми можна систематизувати у шість основних груп, що наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Класифікація проблем розвитку рекреаційного туризму Карпатського регіону під час війни

№	Група проблем	Основні прояви	Наслідки для регіону
1	Безпечкові	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повітряні тривоги та ризик ракетних ударів;</li> <li>• Відсутність системи інформування туристів про рівень безпеки;</li> <li>• Нерівномірний розподіл туристів по регіонах, концентрація в «умовно безпечних» зонах.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Скасування бронювань іноземними туристами;</li> <li>• Нестабільність туристичного потоку;</li> <li>• Обмежене залучення іноземних інвестицій.</li> </ul>
2	Інфраструктурні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Перевантаження готелів та санаторіїв через розміщення ВПО;</li> <li>• Руйнування доріг та мостів у високогірних районах;</li> <li>• Недостатня кількість сучасних транспортних засобів;</li> <li>• Проблеми з комунікаціями (вода, електроенергія, інтернет).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Погіршення умов для відпочинку;</li> <li>• Зниження якості послуг;</li> <li>• Втрата конкурентоспроможності на ринку.</li> </ul>
3	Фінансово-інвестиційні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зменшення державного та приватного фінансування;</li> <li>• Скорочення кредитування бізнесу;</li> <li>• Підвищені страхові ризики для інвесторів;</li> <li>• Призупинення великих проєктів будівництва курортів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність модернізації туристичних об'єктів;</li> <li>• Відтік капіталу з регіону;</li> <li>• Зниження привабливості Карпат для інвесторів.</li> </ul>
4	Соціально-кадрові	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мобілізація персоналу та відтік кадрів за кордон;</li> <li>• Зростання навантаження на залишений персонал;</li> <li>• Відсутність системи підготовки нових кадрів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дефіцит кваліфікованих працівників;</li> <li>• Погіршення якості сервісу;</li> <li>• Зниження задоволеності туристів.</li> </ul>
5	Екологічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Незаконна вирубка лісів через зростання потреб</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Погіршення екологічного стану</li> </ul>

		у деревині; • Перевантаження туристичних маршрутів через неконтрольоване відвідування; • Забруднення річок та водойм через стихійні поселення ВПО.	території; • Зниження привабливості для еко-туристів; • Довгострокові втрати природного потенціалу.
6	Маркетингові та інформаційні	• Відсутність міжнародної реклами безпечних зон; • Переважання негативного інформаційного фону про Україну; • Недостатня координація між туроператорами та владою.	• Втрата іноземних туристів; • Невикористаний потенціал внутрішнього туризму; • Зниження доходів від міжнародного туризму.

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Аналіз наведених даних дозволяє виявити системні проблеми, що суттєво впливають на розвиток рекреаційного туризму в Карпатах у період воєнного стану. Усі групи проблем взаємопов'язані, а їхній вплив формує складну кризову ситуацію, яка перешкоджає стабільному функціонуванню туристичної сфери. Безпекові проблеми займають провідну позицію серед інших факторів, оскільки вони визначають базовий рівень привабливості регіону. Хоча Карпати залишаються відносно безпечним регіоном, наявність повітряних тривог та ризик ракетних ударів створюють постійне відчуття небезпеки, що відлякує іноземних туристів. Відсутність централізованої системи інформування про безпеку ускладнює планування подорожей, а нерівномірний розподіл туристичних потоків концентрує навантаження у кількох зонах, що створює додаткові інфраструктурні проблеми.

Інфраструктурні проблеми стали особливо відчутними через масове розміщення внутрішньо переміщених осіб (ВПО) у санаторіях, готелях та приватних садибах. Це призводить до перевантаження рекреаційної інфраструктури та зниження доступності послуг для туристів. Руйнування доріг та мостів у гірських районах погіршує транспортну логістику та підвищує аварійність, а нестача комунікацій (водо-, енергопостачання, інтернет) знижує комфорт перебування в регіоні та гальмує розвиток сучасних форм туризму. Фінансово-інвестиційні проблеми мають стратегічне значення, оскільки вони визначають перспективи відновлення та модернізації галузі. Зменшення державного фінансування та скорочення приватних інвестицій пов'язані з високим рівнем ризиків та підвищеними страховими тарифами. Це призводить до призупинення великих

проектів, відсутності модернізації туристичних об'єктів і загального падіння інвестиційної привабливості регіону. Внаслідок цього Карпати втрачають позиції на внутрішньому і міжнародному туристичному ринку. Соціально-кадрові проблеми поглиблюють кризу у сфері послуг. Відтік кваліфікованих кадрів за кордон та мобілізація частини працівників призвели до дефіциту спеціалістів у готельно-ресторанному бізнесі та сфері оздоровчого туризму. Водночас відсутність сучасної системи підготовки кадрів не дозволяє оперативно заповнити ці вакансії. Це безпосередньо впливає на якість сервісу та рівень задоволеності туристів, що може призвести до втрати постійних клієнтів та зниження конкурентоспроможності регіону. Екологічні проблеми мають довгострокові негативні наслідки. Неконтрольоване відвідування туристичних маршрутів та незаконна вирубка лісів у зв'язку зі зростанням попиту на деревину призводять до погіршення екологічного стану території. Додатковим фактором є забруднення річок і водойм стихійними поселеннями ВПО. Це знижує привабливість регіону для еко-туристів та створює ризики втрати природного потенціалу Карпат у майбутньому.

Маркетингові та інформаційні проблеми мають опосередкований, але суттєвий вплив на розвиток галузі. Через негативний міжнародний інформаційний фон та відсутність активної промоції безпечних туристичних зон Карпати втрачають іноземних відвідувачів. Недостатня координація між туроператорами та місцевою владою не дозволяє сформувавши єдину стратегію просування регіону, що веде до зниження доходів від міжнародного туризму та невикористання потенціалу внутрішнього ринку.

Для визначення пріоритетності вирішення проблем застосовано бальну систему оцінювання за трьома критеріями (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Оцінка проблем розвитку рекреаційного туризму в Карпатах

№	Група проблем	Масштаб впливу	Терміновість реагування	Довгостроковий ефект	Сумарний бал
1	Безпечові	4	5	5	14
2	Інфраструктурні	5	4	5	14
3	Фінансово-інвестиційні	4	4	4	12
4	Соціально-кадрові	4	3	4	11
5	Екологічні	3	3	4	10
6	Маркетингові та інформаційні	3	3	3	9

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Найбільш критичними проблемами є безпекові та інфраструктурні, кожна з яких отримала по 14 балів. Безпекові проблеми мають максимальну терміновість реагування (5 балів), оскільки загроза ракетних ударів та відсутність системи оперативного інформування туристів безпосередньо впливають на довіру як внутрішніх, так і іноземних відвідувачів. Без вирішення питань безпеки розвиток туризму неможливий. Інфраструктурні проблеми є не менш важливими, адже руйнування транспортних шляхів та перевантаження рекреаційних закладів через розміщення ВПО обмежують можливості для надання якісних послуг, що знижує конкурентоспроможність регіону. Фінансово-інвестиційні проблеми отримали 12 балів, що свідчить про їх значний вплив на розвиток туризму. Високий рівень ризиків та недостатнє фінансування призводять до замороження інвестиційних проєктів та гальмують модернізацію курортів і готелів. Це ускладнює підготовку регіону до післявоєнного відновлення. Соціально-кадрові проблеми оцінено у 11 балів. Відтік кадрів через мобілізацію та міграцію призводить до дефіциту кваліфікованих працівників у готельно-ресторанному бізнесі та сфері оздоровлення. Водночас відсутність системи підготовки та перепідготовки персоналу не дозволяє швидко компенсувати ці втрати. Екологічні проблеми мають 10 балів, що вказує на їхній середній рівень критичності. Проте вони створюють довгострокові ризики: деградація природних ресурсів, незаконна вирубка лісів та забруднення водою можуть значно знизити потенціал Карпат як екологічно привабливого регіону в майбутньому. Маркетингові та інформаційні проблеми отримали 9 балів, що є найнижчим показником у рейтингу. Попри це, вони мають важливе значення у перспективі: негативний інформаційний фон та відсутність міжнародної промоції стримують відновлення туристичних потоків, зокрема іноземних.

Отже, результати дослідження демонструють, що першочергових заходів потребують безпекові та інфраструктурні проблеми, оскільки їх вирішення є базовою умовою для подальшого розвитку туризму. Без стабілізації ситуації в цих сферах інші напрями залишатимуться у кризовому стані. На другому рівні пріоритетності – фінансово-інвестиційні та соціально-кадрові проблеми, які визначають здатність регіону відновлюватися та нарощувати туристичний

потенціал. Екологічні та маркетингово-інформаційні проблеми, попри нижчий сумарний бал, мають стратегічне значення для збереження природних ресурсів та формування позитивного іміджу Карпатського регіону у післявоєнний період.

Попри складну безпекову та економічну ситуацію, у Карпатському регіоні зберігаються умови для подальшого розвитку туристичної сфери. Виділяють кілька груп позитивних чинників (табл. 3.3.).

Таблиця 3.3 – Чинники, що сприяють розвитку рекреаційного туризму Карпатського регіону під час війни

№	Фактор	Характеристика	Приклади / Прояви
1	Природно-рекреаційний потенціал	Карпати мають унікальні природні ресурси, що залишаються привабливими навіть у період війни та створюють основу для розвитку різних видів туризму.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Мінеральні води та бальнеологічні ресурси (Трускавець, Моршин, Східниця)</li> <li>- Гірські ландшафти для зимового та літнього відпочинку (Буковель, Славське, Драгобрат)</li> <li>- Національні парки та заповідники («Синевир», Карпатський біосферний заповідник)</li> <li>- Помірний клімат для цілорічного туризму</li> </ul>
2	Відносна безпека регіону	Західні області України, зокрема Карпатський регіон, не є зоною активних бойових дій, що дозволяє організовувати внутрішні туристичні потоки та приймати ВПО. Хоча існує загроза ракетних ударів, система оповіщення знижує ризики.	Створення безпечних маршрутів для туристів, розміщення внутрішньо переміщених осіб у санаторіях та готелях регіону.
3	Соціальний попит на оздоровлення та реабілітацію	Зростає потреба населення у фізичному та психологічному відновленні через наслідки війни, що стимулює розвиток спеціалізованих оздоровчих програм.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Програми реабілітації для військових та їхніх сімей</li> <li>- Психологічна підтримка ВПО</li> <li>- Оздоровлення дітей, які постраждали від війни</li> </ul>
4	Розвиток внутрішнього туризму	Через ускладнений виїзд за кордон та небезпеку подорожей за межі України зростає попит на внутрішні туристичні продукти, що сприяє активізації регіонального туризму.	- Нові туристичні маршрути, які поєднують оздоровлення, активний відпочинок і культурне пізнання

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Дані, наведені у таблиці 3.3, свідчать про наявність у Карпатському регіоні значних можливостей для розвитку рекреаційного туризму навіть у період війни. Розглянуті фактори формують комплексне підґрунтя для формування туристичних стратегій, які здатні забезпечити як короткострокові, так і довгострокові результати для економіки та соціальної сфери регіону. Карпати володіють одним із

найбагатших у країні ресурсних комплексів для рекреаційного туризму. Наявність лікувальних мінеральних вод у Трускавці, Моршині та Східниці формує основу для розвитку бальнеологічного та оздоровчого туризму, що є надзвичайно важливим у період війни, коли зростає попит на відновлення здоров'я населення. Гірські ландшафти забезпечують можливість цілорічного активного відпочинку, включно з гірськолижним туризмом у зимовий період та пішохідним, велосипедним і водним туризмом улітку. Важливим чинником є також наявність національних парків та заповідників, які зберігають біорізноманіття та створюють умови для розвитку еко-туризму. Помірний клімат Карпат дозволяє рівномірно розподіляти туристичні потоки впродовж року, що мінімізує сезонні коливання доходів. Таким чином, природний потенціал виступає стабільною основою для розвитку туризму навіть у кризових умовах, забезпечуючи привабливість регіону для внутрішніх і зовнішніх туристів. Хоча Карпати не є зоною активних бойових дій, загроза ракетних ударів та повітряних тривог зберігається, що потребує системного підходу до безпеки туристів. Відносно безпечна ситуація в регіоні сприяє збільшенню внутрішнього турпотoku, у тому числі за рахунок внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які знаходять у Карпатах тимчасовий прихисток та можливість відновлення здоров'я. Водночас це створює додаткове навантаження на рекреаційну та транспортну інфраструктуру, що потребує модернізації та державної підтримки. Цей фактор також впливає на міжнародний імідж України.

За умови забезпечення високого рівня безпеки та інформування туристів, Карпати можуть стати першою територією, яку відвідуватимуть іноземні туристи після завершення активних бойових дій. Війна призвела до масового зростання психологічного та фізичного виснаження населення, що зумовлює стрімке зростання попиту на реабілітаційні послуги. Карпатський регіон має унікальні можливості для створення реабілітаційних програм для військових, їхніх сімей, внутрішньо переміщених осіб та дітей, які зазнали травматичних подій. Поєднання природних ресурсів та сучасних медико-оздоровчих технологій дозволяє регіону виконувати важливу соціальну функцію, яка виходить за межі економічної вигоди. Цей напрям може стати стратегічною конкурентною перевагою регіону на внутрішньому та

міжнародному рівнях у післявоєнний період. Через обмеження виїзду за кордон та небезпеку подорожей у країни, що межують з Україною, зростає попит на внутрішні туристичні продукти. Карпати стають головним напрямком для українських туристів завдяки своїй доступності та різноманітності туристичних пропозицій. Це створює економічні можливості для малого та середнього бізнесу, стимулює розвиток інфраструктури та підвищує зайнятість населення. Проте без належного маркетингового просування та державної підтримки є ризик нерівномірного розвитку територій та перевантаження найпопулярніших курортів.

Таблиця 3.4 – Перспективи розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні

№	Складова потенціалу	Конкретні ресурси та приклади	Роль у розвитку туризму під час війни	Можливі напрями розвитку
1	Лікувально-оздоровчі ресурси	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Мінеральні джерела: <i>Трускавець, Моршин, Східниця</i>;</li> <li>- Грязелікувальні центри;</li> <li>- Санаторії з фізіотерапією та психологічною підтримкою.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Реабілітація військовослужбовців та ветеранів;</li> <li>- Оздоровлення ВПО та дітей, які постраждали від війни;</li> <li>- Зниження рівня стресу населення.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створення спеціалізованих пакетів послуг (7–10 днів);</li> <li>- Впровадження державних програм компенсації витрат;</li> <li>- Модернізація обладнання через державно-приватне партнерство.</li> </ul>
2	Природно-ландшафтний потенціал	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Гірські ландшафти: <i>Буковель, Драгобрат, Славське</i>;</li> <li>- Національні парки: «Синевир», «Сколівські Бескиди», «Верховинський», Карпатський біосферний заповідник;</li> <li>- Чисте повітря, помірний клімат.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Цілорічний туризм (зимовий, літній, міжсезонний);</li> <li>- Психологічна реабілітація через спілкування з природою;</li> <li>- Формування сімейних та еко-маршрутів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток екотуризму та екоосвітніх програм;</li> <li>- Організація маршрутів безпечними зонами;</li> <li>- Підтримка активного відпочинку (трекінг, велотури, гірськоколийний спорт).</li> </ul>
3	Мережа малих готелів та приватних садиб	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Агротуристичні садиби, малі готелі та хостели;</li> <li>- Локальні ініціативи з розміщення туристів та ВПО.</li> </ul> <p>Збережено понад 60% об'єктів у 2024 р.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Прийом туристів і внутрішньо переміщених осіб;</li> <li>- Можливість швидкої адаптації під нові послуги;</li> <li>- Стимулювання місцевої економіки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток форматів «тихого туризму», digital detox;</li> <li>- Мережа сімейних центрів реабілітації;</li> <li>- Інтеграція з місцевими фермерами та виробниками.</li> </ul>
4	Соціальний капітал і громадські ініціативи	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Волонтерські рухи;</li> <li>- Грантові проекти з відновлення туристичної інфраструктури;</li> <li>- Центри психологічної підтримки (понад 15 створено у 2023 р.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Швидке реагування на потреби регіону;</li> <li>- Підтримка ВПО та ветеранів;</li> <li>- Популяризація етнокультури.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розширення волонтерських проектів;</li> <li>- Розвиток етнотуризму та культурних фестивалів;</li> <li>- Залучення міжнародних грантів для розвитку громади.</li> </ul>
5	Взаємодія ресурсів	Поєднання природних, інфраструктурних та соціальних ресурсів у єдину систему.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Підвищення стійкості туристичної галузі;</li> <li>- Створення комплексного туристичного продукту, орієнтованого на реабілітацію та оздоровлення.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Впровадження системного менеджменту розвитку туризму;</li> <li>- Розробка державних програм регіональної підтримки;</li> <li>- Формування конкурентного бренду Карпат.</li> </ul>

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Карпати мають багаторівневий потенціал, який дозволяє забезпечити не лише класичний відпочинок, а й реалізацію соціально значущих програм у період війни. Особливу роль відіграють лікувально-оздоровчі ресурси та природно-ландшафтна база, що створюють основу для відновлення фізичного та психологічного стану населення. Мережа малих готелів та садиб забезпечує гнучкість і здатність швидко адаптуватися до потреб туристів та ВПО. Активність місцевих громад та волонтерських організацій підсилює економічну та соціальну стійкість регіону.

Отже, Карпатський регіон зберігає значні перспективи розвитку навіть в умовах війни. Його ефективна реалізація можлива за умови інтеграції природних ресурсів, інфраструктурних можливостей та громадських ініціатив у єдину систему розвитку. Пріоритетом має стати створення спеціалізованих програм реабілітації, розвиток еко- та сімейного туризму, а також формування нового туристичного бренду Карпат як центру безпечного та оздоровчого відпочинку.

### **3.2. Пріоритетні напрямки розвитку рекреаційного туризму**

Для забезпечення сталого розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні під час війни та в післявоєнний період доцільно реалізовувати комплекс заходів за такими напрямками (табл. 3.5.). Аналіз стратегічних напрямів розвитку рекреаційного туризму Карпатського регіону свідчить про комплексний підхід до забезпечення сталого розвитку галузі навіть у складних умовах війни та в післявоєнний період. Основну увагу приділено шести взаємопов'язаним напрямкам, що охоплюють безпеку туристів, модернізацію інфраструктури, створення спеціалізованих туристичних продуктів, розвиток кадрового потенціалу, екологічну стабілізацію та маркетингове просування. Розвиток безпечного туризму є пріоритетним, оскільки рівень безпеки безпосередньо впливає на привабливість регіону для внутрішніх та потенційно іноземних туристів. Створення централізованої системи інформування, облаштування укриттів у готелях і санаторіях, розробка маршрутів з мінімальним ризиком та підготовка персоналу до дій у надзвичайних ситуаціях забезпечують стабільність туристичних потоків і підвищують довіру до регіону. Відновлення та модернізація інфраструктури сприяє

підвищенню доступності та якості туристичних послуг. Ремонт доріг і мостів у гірських районах, модернізація санаторно-курортних комплексів із застосуванням енергоефективних технологій, розвиток цифрової інфраструктури та стимулювання приватного сектору через пільгове кредитування створюють умови для економічного зростання та залучення інвестицій.

Таблиця 3.5 – Стратегічні напрями розвитку рекреаційного туризму Карпатського регіону

№	Стратегічний напрям	Основні заходи
1	Розвиток безпечного туризму	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення централізованої системи інформування туристів про безпекову ситуацію;</li> <li>• Облаштування укриттів у готелях, санаторіях та туристичних комплексах;</li> <li>• Розроблення маршрутів, які виключають території з підвищеним ризиком;</li> <li>• Проведення тренінгів для персоналу закладів щодо дій у надзвичайних ситуаціях.</li> </ul>
2	Відновлення та модернізація інфраструктури	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ремонт та реконструкція доріг і мостів у гірських районах за підтримки державних та міжнародних програм;</li> <li>• Модернізація санаторно-курортних комплексів із впровадженням енергоефективних технологій;</li> <li>• Розширення цифрової інфраструктури (інтернет, мобільний зв'язок) у віддалених районах;</li> <li>• Пільгове кредитування приватного сектору розміщення для стимулювання розвитку.</li> </ul>
3	Формування спеціалізованих туристичних продуктів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробка програм оздоровлення та реабілітації для військових та цивільних осіб, які постраждали від війни;</li> <li>• Створення сімейних туристичних пакетів з елементами активного відпочинку;</li> <li>• Розвиток еко-туризму та агротуризму для внутрішнього ринку;</li> <li>• Запровадження турів культурної спадщини для популяризації історії та традицій Карпат.</li> </ul>
4	Підвищення кадрового потенціалу	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курси перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників сфери туризму;</li> <li>• Співпраця з закладами освіти для підготовки спеціалістів у сфері рекреації;</li> <li>• Створення мотиваційних програм для повернення кадрів, які виїхали за кордон.</li> </ul>
5	Екологічна стабілізація регіону	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контроль за вирубкою лісів та охороною природоохоронних територій;</li> <li>• Розвиток системи екологічного моніторингу та рекультивації територій з антропогенним навантаженням;</li> <li>• Популяризація екологічно відповідального туризму;</li> <li>• Залучення місцевого населення та громадських організацій до охорони довкілля.</li> </ul>
6	Маркетинг та просування туристичного продукту	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розроблення єдиної маркетингової стратегії просування Карпат на внутрішньому та зовнішньому ринках;</li> <li>• Створення бренду Карпат як регіону безпечного та оздоровчого туризму;</li> <li>• Використання цифрових платформ для залучення молодшої аудиторії;</li> <li>• Співпраця з міжнародними туристичними організаціями для відновлення іноземного турпотоку.</li> </ul>

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Формування спеціалізованих туристичних продуктів дозволяє задовольнити зростаючий попит на оздоровлення та психологічну реабілітацію населення. Реабілітаційні програми для військових та цивільних осіб, сімейні туристичні

пакети, еко- та агротуризм, а також тури культурної спадщини сприяють диференціації туристичних пропозицій і підвищують привабливість регіону як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів у майбутньому. Підвищення кадрового потенціалу через курси перепідготовки, співпрацю з освітніми закладами та мотиваційні програми для повернення фахівців, які виїхали за кордон, дозволяє забезпечити стабільність надання якісних послуг та підвищує конкурентоспроможність регіону. Екологічна стабілізація, включаючи контроль за вирубкою лісів, розвиток систем моніторингу та рекультивації територій, популяризацію відповідального туризму та залучення громадськості, забезпечує збереження природних ресурсів, що є основою рекреаційного потенціалу Карпат. Маркетинг та просування туристичного продукту через розробку єдиної стратегії, створення бренду регіону, активне використання цифрових платформ та співпрацю з міжнародними туристичними організаціями дозволяє відновлювати іноземні туристичні потоки, залучати молодшу аудиторію та підвищувати економічну ефективність туризму.

Прогноз розвитку рекреаційного туризму у Карпатському регіоні під час війни та у післявоєнний період дозволяє оцінити можливі зміни у туристичній сфері та приймати конкретні управлінські рішення. Оцінка за різними сценаріями допомагає передбачити реальні ризики, обсяги туристичних потоків та стан інфраструктури, а також визначити пріоритети для державних та приватних інвестицій (табл. 3.6.)

Таблиця 3.6 – Прогноз розвитку за сценаріями

Сценарій	Характеристика	Прогнозовані результати
Оптимістичний	Завершення активних бойових дій протягом 1 року, підтримка міжнародних організацій, інвестиції у відновлення інфраструктури.	Розвиток внутрішнього туризму на 25–30%, відновлення іноземного туризму до 60% довоєнного рівня.
Базовий	Збереження поточного стану, повільна інтеграція міжнародних програм підтримки.	Зростання внутрішнього туризму на 10–15%, поступове відновлення інфраструктури.
Песимістичний	Продовження активних бойових дій понад 2 роки, відсутність фінансування та зростання еміграції кадрів.	Зниження туристичних потоків на 20–30%, деградація рекреаційної інфраструктури.

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

За оптимістичним сценарієм, якщо активні бойові дії завершаться протягом року, держава та міжнародні організації нададуть фінансову підтримку, а

інфраструктура буде відновлена, внутрішній туризм зросте на 25–30%, а іноземний відновить до 60% довоєнного рівня. Це дозволить регіону швидко повернути туристичну привабливість, залучити інвесторів і модернізувати санаторно-курортні заклади та готелі. За базовим сценарієм, якщо бойові дії збережуться на поточному рівні, а міжнародна підтримка буде повільною, внутрішній туризм зросте лише на 10–15%, а відновлення інфраструктури буде повільним. Це обмежить доходи від туризму, створить проблеми для малого та середнього бізнесу, і Карпати не зможуть швидко компенсувати втрати довоєнного періоду. За песимістичним сценарієм, якщо війна триватиме понад два роки, фінансування не буде надходити, а кадри масово виїжджатимуть за кордон, туристичні потоки впадуть на 20–30%, а інфраструктура деградує. Це призведе до масового закриття санаторіїв, готелів і туристичних комплексів, зменшення доходів місцевого населення та руйнування рекреаційного потенціалу Карпат. Отже, Карпатський туризм прямо залежить від безпеки, фінансової підтримки та стану інфраструктури. У кращому випадку регіон може швидко відновитися і стати привабливим для внутрішніх і частково іноземних туристів. У середньому сценарії розвиток буде обмеженим і потребуватиме державної підтримки та інвестицій. У гіршому випадку очікується суттєве падіння туристичних потоків і руйнування інфраструктури, що потребує термінових заходів щодо збереження кадрів і природного потенціалу. Конкретні дії мають включати забезпечення безпеки, відновлення доріг і готелів, підтримку малого та середнього бізнесу та створення реабілітаційних програм для населення.

Розвиток рекреаційного туризму Карпатського регіону в умовах війни вимагає системного підходу, що передбачає чітке планування, узгодження дій між державними структурами, бізнесом та громадським сектором. В умовах нестабільності особливу роль відіграють швидкі управлінські рішення, прозора система фінансування та залучення міжнародних донорів. Практична дорожня карта дозволяє визначити послідовність етапів розвитку, встановити відповідальних суб'єктів та прогнозовані результати (табл. 3.7). Запропонована дорожня карта відображає поетапний підхід до розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні під час війни та в перші роки після завершення активних бойових дій.

Таблиця 3.7 – Дорожня карта реалізації пріоритетів розвитку рекреаційного туризму (перші 24 місяці)

Етап	Термін	Основні дії	Відповідальні
Етап А. Створення базових умов безпеки та гуманітарної підтримки	0–6 місяців	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Організація системи безпечних туристичних маршрутів із інтерактивним GPS-супроводом;</li> <li>- Запуск мобільних медичних пунктів та тимчасових гуртожитків для туристів і ВПО;</li> <li>- Створення гарячої лінії та мобільного застосунку для інформування про безпечні зони;</li> <li>- Впровадження пільгових умов для внутрішніх туристів (знижки, пільгові кредити для садиб).</li> </ul>	Обласні державні адміністрації (ОДА); Міністерство економіки; Місцева влада; Громадські організації; Волонтерські центри
Етап Б. Модернізація інфраструктури та підготовка кадрів	6–12 місяців	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пілотне оновлення дорожньої інфраструктури на головних туристичних напрямках;</li> <li>- Впровадження цифрових систем бронювання та онлайн-картування туристичних об'єктів;</li> <li>- Курси перепідготовки персоналу для роботи з ветеранами, ВПО та туристами з особливими потребами;</li> <li>- Створення центрів «тихого відпочинку» для психологічної реабілітації.</li> </ul>	Місцеві громади; Туроператори та турагенції; Заклади професійної освіти; Міжнародні донори та фонди
Етап В. Масштабування та підготовка до відновлення міжнародного туризму	12–24 місяці	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Комплексна модернізація санаторно-курортних комплексів (Трускавець, Моршин, Східниця);</li> <li>- Запуск екологічних проєктів: утилізація відходів, розвиток еко-маршрутів;</li> <li>- Розробка бренду «Безпечні Карпати» для внутрішнього та зовнішнього ринку;</li> <li>- Проведення маркетингової кампанії на всеукраїнському рівні та в країнах ЄС;</li> <li>- Підготовка регіону до відновлення прийому іноземних туристів після завершення війни.</li> </ul>	Державні програми; Міжнародні банки розвитку; Асоціації туроператорів; Міністерство культури та інформаційної політики; Туристичні кластери
Етап Г. Стійкий розвиток та інтеграція у міжнародний туристичний ринок	24–36 місяців	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Впровадження державно-приватного партнерства для сталого розвитку;</li> <li>- залучення міжнародних інвестицій у сферу рекреаційного туризму;</li> <li>- Розвиток етнотуризму та гастрономічних маршрутів;</li> <li>- Інтеграція Карпат у систему європейських туристичних маршрутів (наприклад, Alpine Pearls).</li> </ul>	Міністерство економіки; Міжнародні туристичні асоціації; Місцеві громади; Приватний бізнес

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

На першому етапі пріоритетним є створення безпечних умов перебування туристів, організація гуманітарної підтримки та запуск інформування про безпечні маршрути. Без цього неможливе подальше розширення турпотoku та залучення інвестицій. Другий етап передбачає модернізацію інфраструктури та кадрову підготовку, що забезпечує основу для підвищення якості послуг. Особливий акцент робиться на цифровізації та створенні зручних сервісів для бронювання й планування відпочинку. Третій етап зосереджується на масштабуванні, модернізації

санаторно-курортної бази та створенні потужного маркетингового бренду регіону. Важливою складовою є екологічні проекти, які підвищують стійкість регіону та відповідають європейським стандартам. Четвертий етап виходить за межі відновлення внутрішнього туризму та спрямований на інтеграцію Карпат у міжнародний туристичний ринок, що дозволить підвищити валютні надходження та створити нові робочі місця.

Залучення міжнародних партнерів є досить важливим для розвитку рекреаційного туризму в Карпатах, оскільки забезпечує доступ до фінансових ресурсів, технологій та знань, необхідних для модернізації інфраструктури, підготовки кадрів, екологічного захисту та просування регіону на міжнародному туристичному ринку. Співпраця дозволяє впроваджувати європейські стандарти управління туристичною діяльністю, забезпечує стійкість туристичної галузі під час воєнного конфлікту та прискорює післявоєнне відновлення.

Таблиця 3.8 – Основні форми міжнародної підтримки

Форма міжнародної підтримки	Зміст та напрямки підтримки
Фінансова підтримка ЄС	- Надання грантів та кредитів для модернізації туристичної та транспортної інфраструктури.
	- Підготовка та перепідготовка кадрів у сфері туризму відповідно до європейських стандартів.
	- Створення безпечних та сучасних туристичних об'єктів, які відповідають міжнародним нормам.
Проекти Світового банку та ПРООН	- Фінансування заходів із екологічної стабілізації та відновлення природних територій.
	- Розвиток місцевих громад через підтримку малого та середнього бізнесу у сфері туризму.
	- Запровадження систем управління туристичними потоками та природними ресурсами.
Гранти міжнародних туристичних асоціацій	- Просування Карпатського регіону на міжнародному ринку після завершення активних бойових дій.
	- Формування бренду регіону як безпечного та оздоровчого туристичного напрямку.
	- Підтримка маркетингових кампаній для залучення іноземних туристів і розвитку внутрішнього туризму.

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Міжнародна підтримка розвитку рекреаційного туризму в умовах війни має кілька основних форм, спрямованих на відновлення та розвиток інфраструктури, екологічну стабільність, а також на просування безпечних туристичних

напрямоків. Фінансова підтримка Європейського Союзу є важливою для модернізації туристичної інфраструктури та розвитку кадрового потенціалу в Україні. Програми підготовки кадрів дозволяють відповідати європейським стандартам, що збільшує конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Створення безпечних туристичних об'єктів допомагає залучати іноземних туристів, що важливо для відновлення сектору. Проекти Світового банку та ПРООН зосереджені на екологічних ініціативах та підтримці місцевих громад через розвиток малого і середнього бізнесу. Це дозволяє стимулювати економіку регіонів та відновлювати природні території, що має довгострокові вигоди для туризму. Гранти міжнародних туристичних асоціацій грають важливу роль у просуванні українських регіонів, таких як Карпати, на міжнародній арені. Вони допомагають формувати бренди безпечних та оздоровчих напрямків і проводити маркетингові кампанії для залучення як іноземних, так і внутрішніх туристів. Таблиця 3.9 надає аналіз очікуваних ефектів від співпраці з основними міжнародними партнерами, такими як Європейський Союз, Світовий банк, ПРООН та міжнародні туристичні асоціації.

Таблиця 3.9 – Очікуваний вплив міжнародної підтримки на розвиток рекреаційного туризму Карпат

№	Організація	Економічний ефект	Соціальний ефект	Екологічний ефект
1	ЄС	- Збільшення інвестицій у готельний та санаторний сектор - Створення нових робочих місць - Модернізація інфраструктури	- Підвищення кваліфікації персоналу - Створення системи навчання та перепідготовки	- Впровадження енергоефективних технологій - Зниження негативного впливу на довкілля
2	Світовий банк	- Фінансування розвитку місцевого бізнесу та інфраструктури - Підтримка інноваційних проектів	- Підтримка місцевих громад - Створення програм для внутрішньо переміщених осіб	- Відновлення лісових масивів та природоохоронних територій - Контроль за забрудненням водою
3	ПРООН	- Підтримка малих та середніх туристичних підприємств - Залучення грантів для розвитку туризму	- Реабілітація постраждалих від війни - Психологічна та фізична підтримка населення	- Впровадження систем екологічного моніторингу - Рекultyвація територій з антропогенним навантаженням
4	Міжнародні туристичні асоціації	- Збільшення міжнародного туристичного потоку - Залучення іноземних інвестицій	- Створення можливостей для зайнятості молоді - Підвищення якості туристичних послуг	- Просування екологічно відповідального туризму - Стимулювання охорони природних ресурсів через брендинг

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Отже, міжнародна підтримка має мультиплікативний ефект: вона одночасно стимулює економіку, покращує соціальні умови та сприяє збереженню довкілля. ЄС забезпечує інвестиції та модернізацію інфраструктури, Світовий банк і ПРООН орієнтовані на розвиток місцевих громад та екологічну стабілізацію, а міжнародні туристичні асоціації допомагають просувати регіон на світовому ринку. Спільна робота цих партнерів дозволяє формувати сучасну, безпечну та екологічно відповідальну туристичну індустрію, що здатна швидко відновлюватися після війни та відповідати європейським стандартам якості.

### **3.3. Розробка концепції та програми туристичного маршруту**

В умовах воєнного стану, коли більшість населення України перебуває в стані психологічної напруги та емоційного виснаження, рекреаційний туризм набуває особливого значення. Він виконує не лише функцію відпочинку, але й стає інструментом відновлення психоемоційного балансу, фізичного оздоровлення та соціальної адаптації. Карпати, як один з найбезпечніших регіонів країни, мають унікальний потенціал для створення туристичних маршрутів, спрямованих на досягнення душевного спокою та внутрішньої гармонії.

Метою даного маршруту є формування безпечного, насиченого та водночас спокійного туристичного продукту, який допоможе людям зняти стрес, отримати підтримку та відчути зв'язок із природою, культурою та традиціями Карпатського краю. Назва маршруту: «Шлях до душевного спокою: 14 днів у гармонії з Карпатами». Цільова аудиторія:

- військовослужбовці, що перебувають у відпустці або проходять реабілітацію;
- внутрішньо переміщені особи;
- сім'ї з дітьми, які постраждали від війни;
- люди з підвищеним рівнем стресу, які потребують відновлення психологічного стану.

Головна ідея - поєднання відпочинку на природі, оздоровчих процедур,

духовних практик та культурного пізнання регіону з акцентом на безпеку та комфорт.

Пріоритети маршруту:

- безпечні зони, віддалені від потенційних ризиків;
- екологічно чисті території;
- адаптація програми для людей із різним рівнем фізичної підготовки;
- психологічна підтримка та групові заняття з фахівцями.

Запропонований маршрут передбачає відвідування низки унікальних локацій Карпатського регіону, кожна з яких має свою рекреаційну, культурну та психологічну цінність. Вибір цих місць зумовлений їхнім потенціалом у відновленні фізичного здоров'я, стабілізації психоемоційного стану та створенні відчуття безпеки в умовах воєнного стану. Усі локації поєднують природні ресурси, культурні надбання та сучасну інфраструктуру, що робить їх придатними для комплексної реалізації програм оздоровлення та реабілітації населення (табл. 3.9.).

Таблиця 3.9 – Основні локації маршруту

Локація	Особливості	Причини включення
Трускавець	Один із найвідоміших курортів України з унікальними бальнеологічними ресурсами. Місто славиться своїми мінеральними водами, серед яких «Нафтуся», «Марія» та «Софія», які використовуються для лікування шлунково-кишкових та ендокринних захворювань. У місті розташовані сучасні санаторії, центри спа-терапії, басейни, соляні печери та зали ароматерапії. Атмосфера міста спокійна, без великого транспортного навантаження, що створює сприятливі умови для релаксації та медитації.	Фізичне відновлення організму, покращення обмінних процесів та детоксикація. Створення безпечного простору для людей, що потребують відновлення після психологічних та фізичних перевантажень.
Східниця	Невелике гірське селище з понад 30 мінеральними джерелами різного складу та лікувальними властивостями. Місцеві санаторії спеціалізуються на програмах відновлення для людей після стресових ситуацій та фізичних травм. Східниця має сучасні медичні центри з кваліфікованими фахівцями та інфраструктурою для реабілітації військових і цивільних осіб. Мальовнича гірська місцевість сприяє відчуттю безпеки та спокою.	Реабілітація та відновлення людей, які постраждали від наслідків війни. Східниця є ідеальним місцем для поєднання лікування з психологічною підтримкою та екологічно чистим середовищем.
Славське	Популярний туристичний центр для активного відпочинку в горах. Тут є велика кількість піших та велосипедних маршрутів, канатні дороги, а в зимовий період — лижні спуски. Природа навколо Славського сприяє проведенню занять з дихальної гімнастики та медитацій на відкритому повітрі. Для туристів доступні індивідуальні програми фізичної активності під керівництвом інструкторів.	Зниження рівня стресу через фізичні навантаження та відновлення емоційної рівноваги за рахунок взаємодії з природою.
Національний природний парк	Одна з найцінніших природоохоронних територій Карпат з легендарним озером Синевир, яке вважається «перлиною» регіону. Парк має екологічні стежки, лісові маршрути та	Забезпечення психологічного відновлення через безпосередній контакт з

«Синевир»	спеціальні зони для реабілітаційних занять на свіжому повітрі. Природна тиша, чисте повітря та унікальна флора і фауна створюють атмосферу гармонії та душевного відновлення.	природою, подолання тривожності та відчуття внутрішньої стабільності.
Косів	Відомий центр народних промыслів та традиційної карпатської культури. Місто славиться гончарством, різьбленням по дереву, ткацтвом та вишивкою. Тут працюють арт-студії та майстерні, де туристи можуть не лише спостерігати за роботою майстрів, а й брати участь у творчих процесах. Косівський базар — це справжня культурна пам'ятка, де можна зануритися в атмосферу автентичності.	Творча активність як елемент арт-терапії, що сприяє психологічному розвантаженню та розвитку нових навичок.
Яремче	Відомий туристичний центр з поєднанням природних та культурних об'єктів. Основною візитівкою є водоспад Пробій та містечко сувенірів. У місті є безпечні еко-стежки, невеликі готелі та приватні садиби, що створюють атмосферу домашнього затишку.	Завершальний етап маршруту — поєднання пізнавальних вражень та оздоровчого ефекту, формування позитивних емоцій перед поверненням додому.

Джерело: складено автором

Аналіз представлених локацій засвідчує, що Карпатський регіон володіє різноманітним потенціалом для розвитку рекреаційного туризму під час війни. Кожне місце виконує окрему функцію – від бальнеологічного лікування (Трускавець, Східниця) і фізичної активності (Славське), до психологічного розвантаження через природу (Синевир), культурної терапії (Косів) та гармонійного завершення маршруту (Яремче). У сукупності вони формують цілісну систему відновлення, що поєднує оздоровчі, психологічні та культурні складові. Такий підхід дозволяє не лише підтримати внутрішній туризм у кризових умовах, а й зробити його інструментом суспільної стійкості та гуманітарної підтримки населення.

Програма маршруту представлена в табл. 3.10.

Таблиця 3.10 – Програма маршруту на 14 днів

День	Основні заходи	Конкретні атракції	Безпекові елементи	Очікуваний ефект
День 1 – 2 Трускавець	Прибуття, поселення. Ознайомча екскурсія курортом. Консультація лікаря. Вечірня прогулянка.	Санаторій «Карпати», бювет мінеральних вод, курортний парк.	Інструктаж із правил поведінки у випадку тривоги, позначення укриттів біля готелів і парку, мобільний чат-бот підтримки.	Поступова адаптація, формування відчуття безпеки.
День 3 – 4 Трускавець	Мінеральні води, гідро- й ароматерапія, соляні кімнати. Медитації та дихальні	СПА-центр «Мед-Палас», соляна печера «Кристал»,	Наявність генератора та укриття в санаторії, забезпечення «тривожними наборами»	Фізичне відновлення, зменшення тривожності.

	практики.	музей Біласа.	(вода, аптечка).	
День 5 – 6 Східниця	Знайомство з мінеральними джерелами, лікувальні процедури. Групова психологічна сесія. Вечір у СПА.	Джерело «Нафтуся №10», музей «Східницькі Карпати».	Супровід групи інструктором, відпрацьований маршрут до найближчих укриттів, забезпечення зв'язку через радіостанції.	Відновлення психоемоційного стану, відчуття стабільності.
День 7 – 8 Славське	Легкий гірський маршрут, дихальні вправи. Медитація на природі. Вечір біля вогнища.	Гора Тростян, етно-хата-музей «Гражда», дегустація сиру.	GPS-трекінг групи, супровід рятувальників ДСНС, визначені «пункти безпеки» в горах.	Відновлення енергії, згуртованість групи.
День 9 – 10 НПП «Синевир»	Прогулянка до озера, арт-терапія. Вечірня екостежка.	Озеро Синевир, Центр реабілітації ведмедів, музей «Лісу і сплаву».	Сповідання через мобільний додаток «Повітряна тривога», облаштовані укриття в зоні парку, супровід гіда-інструктора.	Гармонізація внутрішнього стану, контакт із природою.
День 11 – 12 Косів	Майстер-класи з ремесел, відвідування базару. Дегустація кухні. Арт-терапія ввечері.	Косівський базар, музей народного мистецтва Гуцульщини, гончарня.	Партнерство з місцевими громадами щодо укриттів у навчальних закладах, попередні тренінги з психологічної самопомогі.	Творча активність, культурна терапія, відчуття підтримки.
День 13 – 14 Яремче	Екостежка з гідом, водоспад Пробій, сувенірний ринок. Завершальна групова зустріч.	Водоспад Пробій, ринок сувенірів, музей Карпатського нацпарку.	Інструктаж з евакуаційних маршрутів, медичний супровід під час прогулянок, підведення підсумків із психологом.	Закріплення позитивних результатів, готовність повернутися у повсякденне життя.

Джерело: складено автором

Запропонована програма маршруту в Карпатському регіоні поєднує оздоровчі, психологічні та культурні елементи з чітко визначеними механізмами безпеки, що є принципово важливим в умовах воєнного стану. Усі локації маршруту – від Трускавця до Яремче – мають не лише унікальні рекреаційні ресурси, а й реальні інфраструктурні можливості для їх використання. Додавання конкретних атракцій робить маршрут практичним і привабливим для внутрішніх туристів, а впровадження системи супроводу, укриттів і медичного забезпечення гарантує відчуття захищеності. Таким чином, маршрут може стати ефективним інструментом відновлення фізичного та психоемоційного стану населення, сприяти формуванню культури безпечних подорожей та закласти основу для розвитку рекреаційного туризму навіть у надзвичайних умовах.

Програма побудована таким чином, щоб поступово переходити від фізичного

відновлення (Трускавець, Східниця) до психологічного та духовного балансу (Синевир, Косів, Яремче). Кожен день має свою мету:

- Перші дні — очищення організму, стабілізація фізичного стану.
- Середина маршруту — активний рух і природна медитація для вивільнення емоцій.
- Завершення туру — творчість і пізнання культурних традицій, що дає відчуття внутрішнього розвитку та надії.

В умовах воєнного стану безпека туристів є найважливішим завданням. Програма маршруту передбачає:

- використання мобільного додатку для оперативного інформування про повітряні тривоги та маршрути евакуації;
- облаштування укриттів у санаторіях та готелях;
- наявність кваліфікованого персоналу з навичками надання першої допомоги;
- тісну співпрацю з місцевими органами влади та службами ДСНС;
- вибір безпечних транспортних шляхів та маршрутів у гірських районах.

Реалізація рекреаційного маршруту у Карпатському регіоні під час воєнного стану передбачає не лише організацію відпочинку, а й досягнення комплексного впливу на суспільство, економіку, культуру та довкілля. В умовах зростання психологічного навантаження на громадян та потреби у відновленні ресурсів країни важливо акцентувати увагу на результатах, які матиме впровадження такої програми. Очікувані ефекти охоплюють соціальну стабілізацію, підтримку місцевих громад, екологічну збалансованість та збереження культурної ідентичності (табл. 3.11). Очікувані результати маршруту свідчать, що його реалізація стане важливим інструментом відновлення психологічної рівноваги населення, сприятиме розвитку економіки Карпатського регіону та посиленню національної ідентичності. Поєднання соціального, економічного, культурного, екологічного та освітнього ефектів забезпечить багаторівневий вплив, що є особливо важливим в умовах воєнного стану, коли суспільство потребує не лише матеріальної, а й духовної та емоційної підтримки. Реалізація такого маршруту має потенціал стати стабілізуючим фактором для Карпатського регіону в умовах воєнного стану.

Таблиця 3.11– Очікувані результати реалізації маршруту

Напрямок ефекту	Результат
Соціальний	Зниження рівня стресу серед учасників; створення середовища психологічної підтримки для військових та цивільних осіб; розвиток комунікативних навичок у групах; формування відчуття єдності та спільності.
Економічний	Залучення фінансових ресурсів у регіон через розвиток внутрішнього туризму; підтримка малого бізнесу (садиби, кафе, гіді, транспортні послуги); створення нових робочих місць у сфері гостинності; стимулювання інвестицій у місцеву інфраструктуру.
Культурний	Популяризація карпатських традицій та ремесел серед туристів; відродження зацікавленості у фольклорі, народних промислах, гастрономічних особливостях регіону; інтеграція місцевих майстрів у туристичні програми.
Екологічний	Розвиток екологічно відповідального туризму; збереження природних ресурсів через контрольовані маршрути; впровадження принципів «зеленого туризму»; підвищення рівня екологічної освіти туристів.
Психологічний	Створення умов для внутрішньої гармонії та душевного відновлення; зниження симптомів тривожності та втоми; формування навичок релаксації через практики, пов'язані з природою.
Освітній	Підвищення обізнаності учасників щодо культурної та природної спадщини Карпат; розвиток навичок екоорієнтованої поведінки; формування нових знань у сфері історії, етнографії та природничих наук.

Джерело: складено автором

У короткостроковій перспективі – це можливість забезпечити відпочинок і психологічну підтримку для внутрішніх туристів, створити нові робочі місця та підвищити доходи місцевих громад. У середньостроковій перспективі — маршрут може бути адаптований для іноземних туристів після завершення активних бойових дій, що сприятиме інтеграції Карпатського регіону у міжнародну туристичну систему. У довгостроковій перспективі – створення мережі подібних маршрутів стане частиною стратегії відновлення національної туристичної галузі та формування іміджу Карпат як центру оздоровчого та рекреаційного туризму.

## РОЗДІЛ 4. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАПРОПОНОВАНОГО МАРШРУТУ

### 4.1. Витрати та собівартість рекреаційного туру в умовах воєнного стану

Собівартість туру формується з урахуванням змінних витрат, які залежать від кількості туристів, та фіксованих витрат, що залишаються майже незмінними незалежно від обсягів групи. У науковому аналізі визначення структурованих витрат дозволяє:

- оцінити економічну ефективність проекту;
- сформулювати реалістичну ціну пакету для цільової аудиторії;
- планувати фінансові ризики у разі коливання попиту або зміни безпекової ситуації.

Для нашого туру 14 днів у Карпатах витрати умовно розділені на такі категорії:

- Змінні витрати – безпосередньо пов'язані з обслуговуванням одного туриста.
- Фіксовані витрати – адміністративні, організаційні та інфраструктурні витрати, що розподіляються на групу туристів.

Змінні витрати визначають собівартість конкретного туриста та включають наступні елементи.

1. Проживання є базовою складовою собівартості. Для нашого маршруту обрана інфраструктура санаторно-курортного типу та готелі 3–4 зірки. Витрати включають:

- Номер зі зручностями (стандартний двомісний) на 14 ночей:  $1\ 000\ \text{UAH/ніч} \times 14\ \text{ночей} = 14\ 000\ \text{UAH}$

У вартість включено користування СПА-центром, басейнами та додатковими послугами готелю. Тур передбачає триразове харчування + легкі перекуси під час екскурсій:

Сніданок:  $200\ \text{UAH} \times 14\ \text{днів} = 2\ 800\ \text{UAH}$

Обід:  $300\ \text{UAH} \times 14\ \text{днів} = 4\ 200\ \text{UAH}$

Вечеря:  $300\ \text{UAH} \times 14\ \text{днів} = 4\ 200\ \text{UAH}$

Загальні витрати на харчування = 8 400 UAH/турист.

До уваги взято середню вартість страв у санаторіях та місцевих ресторанах.

Транспорт включає:

- Переїзди між локаціями (Трускавець → Східниця → Славське → Синевир →

Косів → Яремче) на мікроавтобусі: 3 000 UAH/турист

- Страхування транспортних засобів та пальне враховані у загальній сумі.

До собівартості включено вхідні квитки та послуги гідів:

- Музеї (Біласа, Східницькі Карпати, Гражда, Лісу і сплаву, Карпатський нацпарк) ≈ 1 200 UAH

- Центри реабілітації та майстер-класи ≈ 1 300 UAH

- Разом на екскурсії/атракції = 2 500 UAH.

Тур має рекреаційно-оздоровчий та психологічний складник:

- Консультації лікаря, супровід медичного персоналу: 500 UAH

- Інструктори з гірських маршрутів і дихальних практик: 1 000 UAH

- Арт- та психотерапевти: 1 500 UAH

Разом = 3 000 UAH/турист.

В умовах воєнного стану критично важливими є заходи безпеки:

- Медичне страхування туриста на 14 днів: 500 UAH

- «Тривожний набір» (вода, аптечка, світловідбивачі, свистки): 200 UAH

- Організація укриттів, мобільний супровід: 800 UAH

Разом = 1 500 UAH.

Таблиця 4.1 – Підсумок змінних витрат

Стаття витрат	UAH/турист
Проживання	14 000
Харчування	8 400
Транспорт	3 000
Екскурсії та атракції	2 500
Послуги фахівців	3 000
Безпека та страхування	1 500
Разом змінні витрати	32 400

Джерело: складено автором

Ця сума формує мінімальну собівартість обслуговування одного туриста. Вона є основою для подальшого визначення цінової політики та фінансової ефективності.

Фіксовані витрати пов'язані з організаційною діяльністю туроператора і включають адміністративні та інші витрати (табл. 4.2).

Таблиця 4.2 – Фіксовані витрати туристичного проекту на рік

Категорія витрат	Стаття витрат	Сума, грн/рік
Адміністративні витрати	Зарплата менеджменту та адміністрації (4–5 осіб)	720 000
	Офісні витрати (оренда, комунальні послуги, інтернет, обладнання)	180 000
Маркетинг і просування туру	Реклама у соцмережах, туристичних порталах	150 000
	Виготовлення інформаційних матеріалів, буклетів	50 000
Інфраструктура та ліцензії	Ліцензії, сертифікації, страхування туроператора	100 000
<b>Разом фіксовані витрати</b>		<b>1 200 000</b>

Джерело: складено автором

Фіксовані витрати туристичного проекту формують основу бюджету та включають адміністративні витрати, маркетингові заходи та обов'язкові витрати на ліцензії й страхування. Сумарно вони складають 1 200 000 грн. на рік і є необхідними для забезпечення стабільного функціонування туроператора та реалізації програми маршруту в умовах воєнного стану.

Собівартість туру на одного туриста включає:

Собівартість = Змінні витрати + Фіксовані витрати / Кількість туристів на рік

При прогнозованих 480 туристах/рік:

FC на туриста =  $1200000 / 480 = 2500$  грн.

Тоді повна собівартість туру:

$32400 + 2500 = 34900$  грн.

Вартість продажу пакета — 39 000 грн. → маржа на туриста  $\approx 4\ 100$  грн.

Особливості формування витрат у воєнний час представлені в додатку В.

У воєнний час собівартість туристичного маршруту зростає через додаткові витрати на безпеку, адаптивність та непередбачувані коливання цін. Формування бюджету з резервним фондом дозволяє забезпечити фізичну та психологічну безпеку туристів і стабільну реалізацію програми навіть у кризових умовах.

Отже, основну частину змінних витрат формує проживання та харчування

( $\approx 70\%$ ), що узгоджується з міжнародними стандартами туризму. Витрати на безпеку та фахівців складають 13% від змінних витрат, що відображає специфіку воєнного часу. Фіксовані витрати розподіляються на туристів і прямо впливають на поріг беззбитковості; при оптимальній завантаженості тур залишається прибутковим.

#### **4.2. Економічна ефективність рекреаційного туру в умовах воєнного стану**

Економічна ефективність туристичного проекту визначається здатністю маршруту генерувати прибуток при оптимальному використанні ресурсів, забезпечуючи відновлення фізичного та психоемоційного стану туристів. У воєнний час ключовим аспектом є не лише фінансова доцільність, але й соціальна цінність туру, яка включає психологічну стабілізацію населення та підтримку місцевої економіки. Оцінка економічної ефективності туристичного маршруту передбачає аналіз доходів, витрат та прибутковості проекту. У воєнний час особливу увагу приділяють управлінню фінансовими ризиками, формуванню резервного фонду та оптимізації собівартості туру. Для об'єктивного аналізу використані ключові показники: валовий дохід, повна собівартість, прибуток, маржинальна прибутковість та рентабельність.

Валовий дохід відображає загальну виручку туроператора за реалізацію туру і розраховується як добуток ціни пакета на прогнозовану кількість туристів:

$$\text{Валовий дохід} = \text{Ціна пакета} \times \text{Кількість туристів}$$

У нашому випадку прогнозується 480 туристів, а ціна пакета становить 39 000 гривень. Тобто:

$$39\,000 \times 480 = 18\,720\,000$$

Валовий дохід у 18,72 млн гривень забезпечує достатній ресурс для покриття змінних і фіксованих витрат та формування прибутку.

Повна собівартість показує сумарні витрати на організацію та реалізацію туру і включає змінні витрати на одного туриста та пропорційну частку фіксованих витрат на туриста. Розраховується за формулою:

$$\text{Повна собівартість} = \text{Змінні витрати} + (\text{Фіксовані витрати} / \text{Кількість туристів})$$

Для нашого туру змінні витрати на одного туриста складають 32 400 гривень, а частка фіксованих витрат на одного туриста — 2 500 гривень. Тобто повна собівартість одного туриста дорівнює:

$$34\,900 = 32\,400 + 2\,500$$

Повна собівартість на рік визначається як добуток повної собівартості одного туриста на кількість туристів:

$$16\,752\,000 = 34\,900 \times 480$$

Цей показник дозволяє оцінити мінімальну ціну пакета для безбитковості та забезпечує фінансову стабільність туроператора.

Прибуток проекту визначається як різниця між валовим доходом і повною собівартістю туру:

$$\text{Прибуток} = \text{Валовий дохід} - \text{Повна собівартість}$$

Підставляючи наші дані:

$$1\,968\,000 = 18\,720\,000 - 16\,752\,000$$

Прибуток майже 2 млн гривень свідчить про достатню рентабельність туру і фінансову стійкість проекту.

Маржинальна прибутковість показує, який обсяг доходу залишається після покриття змінних витрат, і розраховується як:

$$\text{Маржинальний прибуток} = \text{Ціна пакета} - \text{Змінні витрати}$$

У нашому проекті:

$$4\,100 = 39\,000 - 32\,400$$

Маржинальний коефіцієнт визначається як відношення маржинального прибутку до ціни пакета у відсотках:

$$\text{Маржинальний коефіцієнт} = (\text{Маржинальний прибуток} / \text{Ціна пакета}) \times 100\%$$

$$4\,100 / 39\,000 \times 100\% \approx 10,5\%$$

Цей показник показує, скільки прибутку залишається на покриття фіксованих витрат та формування прибутку на кожного туриста.

Рентабельність визначається як відношення прибутку до повної собівартості туру:

$$\text{Рентабельність} = (\text{Прибуток} / \text{Повна собівартість}) \times 100\%$$

Підставляючи наші дані:

$$11,7\% = (1\,968\,000 / 16\,752\,000) \times 100\%$$

Це свідчить про стабільний фінансовий результат і ефективність проекту.

ROI (Return on Investment) показує ефективність вкладення коштів у фіксовані витрати:

$$ROI = (\text{Прибуток} / \text{Фіксовані витрати}) \times 100\%$$

Підставляючи дані:

$$164\% = (1\,968\,000 / 1\,200\,000) \times 100\%$$

Це означає, що кожна гривня, вкладена у адміністративні та інфраструктурні витрати, приносить понад 1,5 гривні прибутку.

Поріг беззбитковості показує мінімальну кількість туристів, необхідну для покриття всіх витрат туру:

$$BE = \text{Фіксовані витрати} / (\text{Ціна пакета} - \text{Змінні витрати})$$

Підставляючи дані:

$$182 \text{ туристи} = 1\,200\,000 / (39\,000 - 32\,400)$$

Це означає, що тур окупає витрати вже при 182 туристах, що значно менше прогнозованої кількості у 480 осіб, що підтверджує низький фінансовий ризик проекту.

Занесемо в таблицю 4.3. отримані розрахунки.

Маршрут «Шлях до душевного спокою: спокою» демонструє високу фінансову привабливість проекту. Валовий дохід у 18,72 млн. грн. забезпечує повне покриття змінних та фіксованих витрат, а прибуток до оподаткування майже 2 млн. грн. свідчить про достатню рентабельність і фінансову стійкість. Маржинальний прибуток на одного туриста дозволяє покривати фіксовані витрати та формувати прибуток навіть при частковій завантаженості групи, а маржинальний коефіцієнт 10,5% демонструє наявність фінансового резерву. Рентабельність 11,7% підтверджує ефективність вкладених ресурсів, а ROI 164% свідчить про високий рівень окупності фіксованих витрат. Поріг беззбитковості – 182 туристи – значно нижчий за прогнозовану кількість учасників (480 осіб), що гарантує низький

фінансовий ризик навіть у воєнний час. Загалом, проект є економічно життєздатним, прибутковим і забезпечує стабільність туроператора.

Таблиця 4.3 – Оцінка економічної ефективності туру «Шлях до душевного спокою»

<b>Показник</b>	<b>Значення</b>	<b>Примітка</b>
Прогнозована кількість туристів	480 осіб	Очікувана річна завантаженість
Ціна пакета	39 000 грн.	Вартість одного туристичного пакета
Валовий дохід на рік	18 720 000 грн	Загальна виручка туроператора
Змінні витрати на туриста	32 400 грн	Включає проживання, харчування, транспорт, екскурсії, послуги фахівців, безпеку
Фіксовані витрати на туриста	2 500 грн	Пропорційна частка адміністративних, маркетингових та інфраструктурних витрат
Повна собівартість туру на туриста	34 900 грн	Мінімальна ціна пакета для беззбитковості
Повна собівартість на рік	16 752 000 грн	Сумарні витрати на реалізацію туру
Прибуток до оподаткування	1 968 000 грн	Фінансова вигода туроператора
Маржинальний прибуток/турист	4 100 грн	Внесок кожного туриста у покриття фіксованих витрат та прибутку
Маржинальний коефіцієнт	10,5%	Частка прибутку після покриття змінних витрат
Рентабельність	11,7%	Відсоток прибутку від повної собівартості
ROI (окупність інвестицій у фіксовані витрати)	164%	Ефективність використання адміністративних та інфраструктурних інвестицій
Поріг беззбитковості	182 туристи	Мінімальна кількість туристів для покриття всіх витрат

Джерело: складено автором

Аналіз показників економічної ефективності туру «Шлях до душевного спокою» запропонований тур «Шлях до душевного спокою» є економічно ефективним проектом, забезпечує стабільний прибуток туроператора, гарантує окупність інвестицій та досягнення соціально значущого рекреаційного ефекту в умовах воєнного стану.

Для оцінки фінансової стабільності проекту використовуються три підходи: ідентифікація ключових ризиків, аналіз їхнього впливу на собівартість та прибуток, а також побудова оптимістичного та песимістичного сценаріїв.

Таблиця 4.4 – Основні ризики реалізації туру

Категорія ризику	Опис	Можливий вплив на фінанси	Заходи з мінімізації
<b>Безпека туристів</b>	Активні бойові дії, обстріли, терористичні загрози	Потреба в додаткових витратах на укриття, супровід, страхування (+10–20 % змінних витрат)	Використання мобільних систем сповіщення, супровід груп спеціалістами, навчання персоналу
<b>Коливання попиту</b>	Сезонна нестабільність, зміна настроїв туристів, страх подорожей	Можливе зменшення кількості туристів → зниження валового доходу та прибутку	Рекламні кампанії, гнучкі умови бронювання, акції та знижки
<b>Зростання витрат</b>	Паливо, продукти, транспорт, проживання	Збільшення змінних витрат на 5–15 %	Резервний фонд у бюджеті, попередні домовленості з постачальниками, контроль логістики
<b>Логістика та адаптивність маршруту</b>	Зміна локацій через небезпеку або закриття об'єктів	Додаткові транспортні витрати, зміни бронювань, організація альтернативних атракцій (+5 % змінних витрат)	Планування альтернативних маршрутів, страхові договори, гнучка програма туру

Джерело: складено автором

Аналіз ризиків показує, що основними факторами, які впливають на фінансову стабільність туру, є безпека туристів, коливання попиту, зростання витрат та необхідність адаптивності маршруту. Безпека потребує додаткових витрат на супровід, укриття та страхування, що збільшує змінні витрати на 10–20 %. Коливання попиту може знизити кількість туристів і, як наслідок, валовий дохід та прибуток, тоді як непередбачуване зростання цін на паливо, продукти та проживання збільшує собівартість на 5–15 %. Адаптивність маршруту вимагає резервних коштів для додаткового транспорту та організації альтернативних атракцій (+5 % змінних витрат).

Побудова оптимістичного та песимістичного сценаріїв дозволяє оцінити фінансовий потенціал проекту та його стійкість до ризиків. У оптимістичному сценарії при завантаженості 480 туристів тур демонструє високу рентабельність і прибутковість, забезпечує покриття всіх витрат та фінансовий резерв. У песимістичному сценарії при 350 туристах прибуток знижується або стає

мінімальним, що підкреслює необхідність резервного фонду, гнучкої цінової політики та ретельного планування логістики.

Отже, тур «Шлях до душевного спокою» є фінансово ефективним за умови дотримання заходів мінімізації ризиків, включення резервних коштів та адаптивного управління програмою, що дозволяє зберегти стабільність проекту навіть у кризових умовах воєнного стану.

Аналіз фінансових сценаріїв туру «Шлях до душевного спокою» дозволяє оцінити економічну ефективність проекту та його стійкість до ризиків, пов'язаних із воєнним станом та коливаннями попиту (додаток В). Основним фактором, що впливає на фінансові показники, є кількість туристів. У оптимістичному сценарії передбачена максимальна завантаженість туру — 480 осіб на рік, що відповідає плановим прогнозам туроператора. Така кількість туристів дозволяє повністю покрити фіксовані витрати, сформувати прибуток та забезпечити фінансову стійкість проекту. У песимістичному сценарії очікувана кількість туристів знижується до 350 осіб, що становить приблизно 73 % від планової групи. Це зменшення може бути спричинене низьким попитом через воєнні ризики, логістичні обмеження або сезонну нестабільність, і безпосередньо впливає на валовий дохід та рентабельність туру.

Валовий дохід визначається як добуток ціни пакета на кількість туристів. У оптимістичному сценарії він становить 18 720 000 грн. на рік, що забезпечує достатній фінансовий ресурс для покриття змінних та фіксованих витрат і формування прибутку. У песимістичному сценарії валовий дохід знижується до 13 650 000 грн., тобто падає на 27 %, що суттєво зменшує фінансовий резерв для покриття фіксованих витрат і може призвести до збитковості проекту.

Змінні витрати на одного туриста у оптимістичному сценарії становлять 32 400 грн. Вони включають проживання, харчування, транспорт, екскурсії, послуги фахівців та заходи безпеки. У песимістичному сценарії змінні витрати підвищуються до 35 640 грн. на туриста через необхідність додаткових заходів безпеки, зростання цін на транспорт та харчування. Це підвищення витрат значно

впливає на фінансовий результат, зменшуючи маржинальний прибуток та підвищуючи ризики збитковості.

Фіксовані витрати проекту залишаються незмінними у абсолютному вимірі — 1 200 000 грн. на рік. Однак при меншій кількості туристів їхня частка на одного учасника зростає: у оптимістичному сценарії на туриста припадає 2 500 грн., а у песимістичному — 3 429 грн. Це збільшення фіксованих витрат на одного туриста при недостатньому завантаженні суттєво підвищує повну собівартість туру і може призвести до фінансових збитків. Повна собівартість на туриста у оптимістичному сценарії становить 34 900 грн, а на рік — 16 752 000 грн. У песимістичному сценарії собівартість на туриста зростає до 39 069 грн., при цьому загальні витрати на рік складають 13 674 000 грн. Зростання собівартості на одного туриста у песимістичному сценарії перевищує ціну пакета, що свідчить про ризик збитковості проекту при низькому попиті.

Прибуток у оптимістичному сценарії становить 1 968 000 грн., що підтверджує економічну ефективність туру, забезпечує фінансову стійкість та резерв на непередбачені витрати. У песимістичному сценарії очікується збиток у розмірі 24 000 грн., що демонструє високий рівень ризику при недовиконанні плану щодо кількості туристів. Маржинальна прибутковість у оптимістичному сценарії становить 4 100 грн. на туриста, або 10,5 % від ціни пакета, що дозволяє покривати фіксовані витрати та формувати прибуток. У песимістичному сценарії маржинальний прибуток зменшується до 3 360 грн., а маржинальний коефіцієнт падає до 9,4 %, що знижує фінансовий резерв для покриття непередбачених витрат.

Таким чином, аналіз таблиці свідчить, що тур «Шлях до душевного спокою» є високоефективним у разі оптимістичного сценарію, коли очікувана кількість туристів забезпечує покриття всіх витрат і формування прибутку. Однак у песимістичному сценарії проект стає критично залежним від попиту: навіть незначне зниження числа туристів або підвищення змінних витрат може призвести до збитковості. Це підкреслює необхідність включення резервного фонду, ретельного планування логістики та гнучкої цінової політики для зниження фінансових ризиків у воєнний час.

## ВИСНОВКИ

Проаналізовано наукові підходи до трактування рекреаційного туризму та уточнено його зміст як виду подорожей, що поєднує відпочинок, оздоровлення, відновлення фізичних і психоемоційних ресурсів, соціальну взаємодію та культурний розвиток особистості. Показано, що рекреаційний туризм виконує економічну, соціальну й оздоровчу функції, а в умовах війни набуває додаткового значення для підтримки психологічної стійкості населення й відновлення життєвих сил людини. Досліджено роль рекреаційного туризму у відновленні фізичних та моральних ресурсів населення під час воєнних дій. Обґрунтовано, що участь у рекреаційних поїздках сприяє зниженню рівня тривоги й емоційного виснаження, покращує сон і працездатність, зміцнює соціальні зв'язки, допомагає зменшити наслідки травматичного досвіду та може розглядатися як елемент комплексної реабілітації людей, які живуть у умовах тривалого воєнного стресу.

Досліджено міжнародний досвід організації рекреаційного туризму у воєнні та післявоєнні періоди на прикладі Ізраїлю, країн Балкан, Грузії, держав Західної Європи. Узагальнено, що ефективне відновлення туристичної галузі забезпечує поєднання державної підтримки, зовнішніх інвестицій, реабілітаційних програм, іміджевих кампаній і орієнтації на «туризм миру», який сприяє примиренню, зниженню напруження та підтримці постраждалих спільнот. Показано, що зазначені практики дають змогу використовувати туризм як інструмент економічного відродження, соціальної стабілізації та довгострокового розвитку територій після завершення бойових дій.

Проаналізовано особливості розвитку рекреаційного туризму в Україні під час повномасштабної війни. Встановлено, що відбувається переорієнтація на внутрішній туризм, зміна географії подорожей у бік безпечніших регіонів, скорочення потоку іноземних туристів, посилення ролі місцевих ініціатив і цифрових каналів просування. Підкреслено, що попит на рекреаційні поїздки зберігається, але залежить від рівня безпеки, доходів населення, транспортної доступності та якості інформаційного супроводу пропозиції. Проаналізовано та оцінено потенціал

Карпатського регіону для розвитку рекреаційного туризму. Показано, що поєднання багатих природних ресурсів, лікувальних і кліматичних факторів, культурної спадщини, розгалуженої мережі закладів розміщення та порівняно стабільної безпекової ситуації створює передумови для стійкого зростання внутрішнього рекреаційного туризму. Наголошено, що розвиток туристичних кластерів, інформаційних центрів, безбар'єрних маршрутів, а також реалізація державних та регіональних програм підтримки посилюють конкурентні переваги Карпат і дають змогу розглядати регіон як простір оздоровлення та реабілітації у воєнний і післявоєнний періоди. Охарактеризовано сучасний стан туристичної інфраструктури та рекреаційних послуг Карпатського регіону під час воєнного стану. Виявлено, що, попри зниження платоспроможного попиту й навантаження на інфраструктуру через розміщення внутрішньо переміщених осіб, триває модернізація окремих готельних комплексів, розвиток садиб сільського туризму, удосконалення транспортної та сервісної інфраструктури. Узагальнені результати опитувань свідчать про перевагу безпечних, відносно недорогих, короткострокових подорожей з орієнтацією на природу, оздоровлення та сімейний відпочинок, а також про вирішальну роль онлайн-каналів для інформування про послуги, умови безпеки та логістику поїздок.

Запропоновано пріоритетні напрямки розвитку рекреаційного туризму в Карпатському регіоні з урахуванням результатів SWOT-аналізу та виявлених проблем воєнного часу. Сформульовано потребу посилення безпекових компонентів туристичного продукту, розвитку природоорієнтованих і сімейних форм відпочинку, впровадження програм реабілітаційного та терапевтичного туризму для військових, ветеранів та внутрішньо переміщених осіб, підтримки малих місцевих операторів і розширення цифрового маркетингу. Обґрунтовано, що реалізація цих напрямів дає змогу одночасно зміцнювати психоемоційне здоров'я населення, стимулювати місцеву економіку, підвищувати зайнятість і формувати привабливий образ Карпат на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Розроблено концепцію та програму рекреаційного туристичного маршруту «Шлях до душевного спокою: 14 днів у гармонії з Карпатами», орієнтованого на внутрішніх туристів, зокрема військовослужбовців у відпустці, ветеранів, внутрішньо переміщені родини й осіб із

підвищеним рівнем стресу. Структура маршруту передбачає поєднання перебування на природі, оздоровчих процедур, дихальних і духовних практик, культурно-пізнавальних заходів, групових занять з фахівцями та різних форматів психологічної підтримки, що доповнюються продуманими рішеннями у сфері безпеки й медичного страхування. Показано, що запропонована програма спрямована на відновлення фізичного й психоемоційного стану учасників, активізацію внутрішнього туризму та ширше використання ресурсів Карпатського регіону. Оцінено економічну ефективність запропонованого маршруту з урахуванням структури витрат і прогнозованих доходів. Проаналізовано змінні та фіксовані витрати, визначено повну собівартість туру на одного туриста, валовий дохід, прибуток, маржинальний дохід, рентабельність, поріг беззбитковості та показник окупності інвестицій. Розрахунки показали, що за прогнозованої кількості 480 туристів на рік проєкт забезпечує валовий дохід 18 720 000 грн, прибуток до оподаткування 1 968 000 грн, рентабельність 11,7% та показник ROI 164%, а поріг беззбитковості становить 182 туристи, що свідчить про фінансову доцільність маршруту навіть з урахуванням додаткових витрат на безпеку й адаптацію до воєнних ризиків. Наголошено, що частина витрат цілеспрямовано спрямована на забезпечення безпеки та психоемоційної підтримки, тому економічний ефект поєднується із соціальним результатом у вигляді підтримки місцевого бізнесу, створення робочих місць і розширення можливостей для реабілітації населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : 2008. 344 с.
2. Любіцева О. О. Країни – лідери туризму. Київ : вид. «Альфа-ПК», 2019. 382 с. 10.
3. Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с.
4. Талалай В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Інновації та науковий потенціал світу: Міжнар. наук.-практ. конф. Вінниця. 2016. С. 18–20.
5. Кукліна Т., Цвілий С., Журавльова С. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії // *Підприємництво та інновації*. – 2022. – № 8. – С. 45–52. URL: [https://market-infr.od.ua/journals/2023/72\\_2023/35.pdf](https://market-infr.od.ua/journals/2023/72_2023/35.pdf) (дата звернення: 15.10.2025).
6. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
7. Худавердієва В. Глобальні виклики сьогодення для туристично-рекреаційної сфери України. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022р.) – К.: ТОВ «Геопринт», 2022. С. 17-20 URL: [https://drive.google.com/file/d/1ZrsGyuY7U5Mb\\_22hrYtP5dWpdyYWmza7/view](https://drive.google.com/file/d/1ZrsGyuY7U5Mb_22hrYtP5dWpdyYWmza7/view) (дата звернення: 15.10.2025).
8. Воронкова Т., Придуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/85.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf). (дата звернення: 15.10.2025).
9. Бойко В.О. Екологічний туризм як складова зеленої економіки. *Ефективна економіка*. 2021. №4. С. 15-22.
10. Гурська І. С., Герасимів З. М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92.

11. UNWTO. *Tourism and Conflict: Guidelines for Resilience and Recovery*. Madrid: World Tourism Organization, 2010. – 76 p.
12. McKenzie, F. *Tourism as a Tool for Post-Conflict Economic Recovery*. UNWTO Reports. Madrid: UNWTO, 2012. – 134 с.
13. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 28-1. С. 115–118. URL: [http://bses.in.ua/journals/2018/26\\_1\\_2018/24.pdf](http://bses.in.ua/journals/2018/26_1_2018/24.pdf) (дата звернення: 15.10.2025).
14. Бойко В. О. Розвиток зеленого туризму у південному регіоні. *Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції : у 2 ч. (12–13 лютого 2020 р.)*. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 65–68.
15. Матвійчук Л.Ю. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.*
16. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. *Сталий розвиток туризму та відпочинку: поточні проблеми та перспективи для України*. Луцьк: Вежа-Друк, 2022. 189 с.
17. Бойко В., Далевська Н. *Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. Управління змінами та інновації*. 2022. №3. С. 5–10.
18. *Управління розвитком туристичної інфраструктури : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка, О. О. Охріменка*. Київ : ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2018. 384 с.
19. Білецька В. В. та ін. *Туристична інфраструктура регіонів України: проблеми та шляхи вирішення : монографія*. Львів : ЛДУФК, 2021. 264 с.
20. Іванов С.В. *Економічне відновлення і розвиток країн після збройних конфліктів та воєн: невтрачені можливості для України. Економіка України*, 2019, No1, с.75-89.
21. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Випуск № 41., 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 15.10.2025).

- 22.Бойко В.О., Далевська Н.М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. Вип. 3. 2022. С. 5–10. URL: <https://doi.org/10.32782/CMI/2022-3-1> (дата звернення: 15.10.2025).
- 23.Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4> (дата звернення: 15.10.2025).
- 24.Гритчук Г.В. «PSY-туризм» як комплекс психології та туризму. *Науковий журнал «ЛОГОΣ. Мистецтво наукової думки»*. 2019. № 4. С. 12–16.
- 25.Бейдик О. О., Топалова О. І. Адаптивний туризм: передумови та перспективи розвитку, лідери духу і волі. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 402 с.
- 26.Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління. URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (дата звернення: 15.10.2025).
- 27.Зарубіна А.В., Сіра Е.О., Демчук Л.І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. 45 с.
- 28.The Media Line. Israel’s tourism industry remains strong, as hotels pivot from hosting evacuees to domestic vacationers. URL: <https://themedialine.org/by-region/israels-tourism-industry-remains-strong-as-hotels-pivot-from-hosting-evacuees-to-domestic-vacationers/#:~:text=“Tourism%20stopped%20completely%20at%20the,”> (дата звернення: 15.10.2025).
- 29.McKenzie B. A. Creating a Tourist’s Paradise: The Marshall Plan and France, 1948 to 1952. *French Politics, Culture and Society*. 2003. Vol. 21, No 1, pp. 35-54. URL: <https://mural.maynoothuniversity.ie/id/eprint/7056/1/BM-Tourists-paradise.pdf> (дата звернення: 15.10.2025).
- 30.Mambo Mseto. *Youth as Peace Ambassadors Can Chart Kenya’s Future for Tourism*. URL: <https://mambomseto.co.ke/youth-as-peace-ambassadors-can-chart-kenyas-future-for-tourism/#:~:text=the%20smouldering%20ashes%20of%20World,direct%20communication%20and%20shared%20understanding> (дата звернення: 15.10.2025).

31. Embassy of Israel Kyiv. Israel's Tourism Industry Is Recovering Thanks to a Rehabilitation Plan. URL: <https://new.embassies.gov.il/ukraine/en/news/israels-tourism-industry-recovering-thanks-rehabilitation-plan#:~:text=The%20plan%20includes%20175%20million,country%20and%20support%20local%20businesses> (дата звернення: 15.10.2025).
32. Los Angeles Times. "Dubrovnik Press Tour After the Siege". URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1993-09-12-tr-34244-story.html#:~:text=This%20also%20is%20the%20first,ships%20between%20Athens%20and%20Venice> (дата звернення: 15.10.2025).
33. Skelin Horvat A. Personal and Cultural Memories in War Tourism. *SIC Journal*. 2013. Vol. 3 (№ 2). URL: <https://www.sic-journal.org/Article/Index/198> (дата звернення: 15.10.2025).
34. Zivali T. A Battle of Memory and Image: War Tourism as Reconstruction Strategy in Sarajevo. *UOU Scientific Journal*. 2023. № 5(17). С. 200–213. DOI: <https://doi.org/10.14198/UOU.2023.5.17> (дата звернення: 15.10.2025).
35. Eurasianet. *Georgia Bets on Mountains and Toilets for Post-War Tourism Comeback*. 24.07.2009. URL: <https://eurasianet.org/georgia-bets-on-mountains-and-toilets-for-post-war-tourism-comeback#:~:text=In%20Svaneti%2C%20a%20region%20known,in%20the%20regional%20seat%2C%20Mestia> (дата звернення: 15.10.2025).
36. Horvat A. *Personal and Cultural Memories in War Tourism*. *SIC Journal*. 2013. Vol. 1(2). С. 55-75. URL: <https://www.sic-journal.org/Article/Index/198> (дата звернення: 15.10.2025).
37. Eurasianet. *Georgia Bets on Mountains and Toilets for Post-War Tourism Comeback*. Автор: Giorgi Lomsadze. (24.07.2009). URL: <https://eurasianet.org/georgia-bets-on-mountains-and-toilets-for-post-war-tourism-comeback#:~:text=That%20means%20emphasizing%20anything%20other> (дата звернення: 15.10.2025).
38. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. URL:

- <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484> (дата звернення: 15.10.2025).
39. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку / Олена Барсукова // «Українська правда. Життя». URL: <https://life.pravda.com.ua/travel/2022/06/20/249177/> (дата звернення: 15.10.2025).
40. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Випуск 62. С. 178–196.
41. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337
42. Костинець Ю. В., Костинець В. В., Шевченко О. О. Розвиток туризму України в умовах війни // Екологія і наука. – 2023. – № 3. – С. 51–57. URL: <https://eco-science.net/wp-content/uploads/2023/03/3.23.topic-Iuliia-V.-Kostynets-Valeriia-V.-Kostynets-Oleh-O.-Shevchenko-51-57.pdf> (дата звернення: 15.10.2025).
43. Мамчин М., Демко М., Михаць С. Дослідження впливу військового стану на туристичну діяльність в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. Вип. 66. С. 58. URL: <https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/194> (дата звернення: 15.10.2025).
44. Курепін В.М., Іваненко В.С. Туризм під час воєнного стану: організація безпечного відпочинку. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики» (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2024. 342 с.
45. Чернишова Д., Шуляр Д. Вплив воєнних дій на туристсько-рекреаційний потенціал України. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. К.: ТОВ «Геопринт», 2022. С.
46. Малюта Л., Королюк С. Війна як причина зміни туристичного потенціалу України: аналіз сучасного стану // *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 85. С. 124–132.

47. Матвійчук Л., Лепкий М., Смаль Б. Конкуентоздатність індустрії туризму Волинського регіону в умовах війни. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково- 12 практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022р.) – К.: ТОВ «Геопринт», 2022. С. 20-23
48. Потійчук В., Ціпошук С. Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні. Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 11 листопада 2022р.) – К.: ТОВ «Геопринт», 2022. С. 53-56
49. Київська міська державна адміністрація. «На початку 2022 року Київ відвідали близько 100 тисяч іноземних туристів: найбільше — з Ізраїлю, Туреччини та Німеччини». Київ : КМДА, URL: [https://kyivcity.gov.ua/news/na\\_pochatku\\_2022\\_roku\\_kiv\\_vidvidali\\_blizko\\_100\\_tisyach\\_inozemnikh\\_turistiv\\_naybilshe\\_z\\_izraly\\_u\\_turechchini\\_ta\\_nimechchini](https://kyivcity.gov.ua/news/na_pochatku_2022_roku_kiv_vidvidali_blizko_100_tisyach_inozemnikh_turistiv_naybilshe_z_izraly_u_turechchini_ta_nimechchini) (дата звернення: 18.10.2025).
50. Укрінформ. «Основні результати діяльності Державного агентства розвитку туризму в 2023 році». 07.02.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3821292-osnovni-rezultati-dialnosti-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-v-2023-roci.html> (дата звернення: 15.10.2025).
51. Forbes Ukraine. «Внутрішній туризм. З початку війни понад 45 % українців подорожували країною». 08.09.2023. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyini-ponad-45-ukraintsiv-podorozhuvali-krainoyu-08092023-15885> (дата звернення: 15.10.2025).
52. Аналітичний портал *Skilky-Skilky*. Дані про перетин кордону іноземними громадянами України у I півріччі 2023 року. URL: <https://skilky-skilky.info/u-i-pivrichchi-v-ukrainu-v-ikhalo-7-6-tysiachi-rosiian> (дата звернення: 15.10.2025).
53. Аналітичний портал *IZAHID*. «Туристичний збір на Львівщині у 2023 році встановив новий рекорд». URL: <https://1zahid.com/info/turystychnyj-zbir-na-lvivshhyni-u-2023-rotsi-vstanovyv-novyj-rekord/#:~:text=Сума%20туристичного%20збору%20в%20минулому> (дата звернення: 15.10.2025).
54. Visit Ukraine in the future: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future->

- [ukrainski-goteli-vgaryacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku](#) (дата звернення: 15.10.2025).
55. Івано-Франківська обласна державна адміністрація. *Магніт українського туризму: Карпати знову в лідерах відпочинку*. URL: <https://www.if.gov.ua/news/mahnit-ukrainskoho-turyzmu-karpaty-znovu-v-liderakh-vidpochynku> (дата звернення: 15.10.2025).
56. Суспільне Львів. «У 2023 році на Львівщині сума туристичного збору склала понад 46 млн грн: які локації відвідували найчастіше». URL: <https://www.suspilne.media/lviv/665290-u-2023-roci-na-lvivsini-suma-turisticnogo-zboru-sklala-ponad-46-mln-grn-aki-lokacii-vidviduvali-najcastise/#:~:text=Найпопулярнішим%20серед%20туристів%20місцем%20на,к аж> (дата звернення: 15.10.2025).
57. Державне агентство розвитку туризму України. «У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн». URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turisticzna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhet-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення: 15.10.2025).
58. Суспільне Миколаїв. «Літній сезон 2025 року: добірка безпечних місць для відпочинку на Миколаївщині». URL: <https://suspilne.media/mykolaiv/1056481-litnij-sezon-2025-roku-dobirka-bezpecnih-misc-dlia-vidpochinku-na-mikolaivsini/#:~:text=Під%20час%20воєнного%20стану%20на,від%2030%20травня%202023%20року> (дата звернення: 15.10.2025).
59. Державне агентство розвитку туризму України. «У яких регіонах України можна відпочити біля водойм». URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/v-yakih-regionah-ukrayini-mozhna-vidpochiti-bilya-vodoym#:~:text=Наразі%20через%20війну%20узбережжя%20Азовського,екск> (дата звернення: 15.10.2025)
60. RBC-Україна. «Унікальні локації та місця пам'яті: куди подорожувати в Україні». URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/unikalni-lokatsiyi-ta-mistsya-pamyati-k-1707400198.html> (дата звернення: 15.10.2025).

61. Дослідження внутрішнього туристичного ринку. URL: [https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220\\_дослідження\\_внутрішнього\\_туристичного\\_ринку.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d678b18d7e19e32c3389/6672a6a3197929f942840220_дослідження_внутрішнього_туристичного_ринку.pdf) (дата звернення: 13.10.2025).
62. Управління туризму та курортів Закарпатської обласної державної адміністрації – обласної військової адміністрації. *Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2024–2026 роки*. Ужгород: Закарпатська ОВА, 2023. URL: <https://zaktour.gov.ua/wp-content/uploads/2024/02/prohrama-2023-2026.docx.pdf> (дата звернення: 15.10.2025).
63. Суспільне Івано-Франківськ. «З яких областей України туристи найчастіше відвідують Франківщину». URL: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/1118738-z-akih-oblastej-ukraini-turisti-najcastise-vidviduut-frankivsinu> (дата звернення: 15.10.2025).
64. Аналітичний портал *Firtka*. «Туризм в Івано-Франківській області: стале зростання на тлі воєнних викликів». 16.09.2025. URL: <https://firtka.if.ua/blog/view/turizm-v-ivano-frankivskii-oblasti-stale-zrostannia-na-tli-voienikh-viklikiv> (дата звернення: 15.10.2025).
65. Управління туризму та курортів Закарпатської обласної державної адміністрації – обласної військової адміністрації. «У 2023 році національні природні парки Закарпаття за...» URL: <https://zaktour.gov.ua/u-2023-rotsi-natsionalni-pryrodni-parky-za> (дата звернення: 15.10.2025)
66. Львівська обласна військова адміністрація. «Туристичний збір на Львівщині у 2024 році встановив новий рекорд». URL: <https://loda.gov.ua/news/125939> (дата звернення: 15.10.2025)
67. IFTourism. «На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2024 році». URL: <https://iftourism.com/news/article/na-prykarpatti-pidbyly-pidsumky-rozvytku-turyzmu-v-2024-roci> (дата звернення: 15.10.2025).
68. Морохович В. С., Лендел М. А., Морохович Б. В. Розвиток туризму Закарпатської області як складової туристичної галузі України. *Herald of Lviv*

- University of Trade and Economics Economic sciences*. 2020. № 60. С. 12–17.  
URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2020-60-02> (дата звернення: 10.10.2025).
69. Державне агентство розвитку туризму України. «Подорожі під час війни: яких правил безпеки варто дотримуватись». URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/podorozhi-pid-chas-viyeni-yakih-pravil-bezpeki-varto-dotrimuvatis> (дата звернення: 15.10.2025).
70. Як виглядає туризм під час війни. URL: [https://zaxid.net/statti\\_tag50974](https://zaxid.net/statti_tag50974) (дата звернення: 15.10.2025).
71. Чернівецька обласна військова адміністрація. Буковина отримала понад 3 млн грн туристичного збору у 2023 році. URL: <https://bukoda.gov.ua/storage/app/uploads/public/659/514/d77/659514d77a6e6544099297.pdf> (дата звернення: 30.09.2025).
72. Ukrinform. Релокація бізнесу на Закарпаття продовжиться навіть після війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3946688-relokacia-biznesu-na-zakarpatta-prodovzitsa-navit-pisla-vijni-nacalnik-ova.html> (дата звернення: 30.09.2025).
73. Закарпатська обласна державна адміністрація. Туристичний збір у 2023 році: Закарпаття сплатило понад 22 млн грн. URL: [zaktour.gov.ua](https://zaktour.gov.ua) (дата звернення: 30.09.2025).
74. Закарпатська обласна державна адміністрація. У 2025 році за перші 4 міс. Закарпаття сплатило 7,830 млн грн турзбору. URL: [zaktour.gov.ua](https://zaktour.gov.ua) (дата звернення: 30.09.2025).
75. Марусей Т. В. Особливості функціонування готелів в Україні в умовах воєнного стану. *Агросвіт*. 2023. № 12. С. 37–42.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Рецепти успіху міжнародного повоєнного відновлення рекреаційного туризму

Аспект	Опис	Приклад країни	Деталі та додаткові пояснення
Координація зусиль держави і бізнесу	Тісна співпраця уряду, готельєрів і туроператорів для ефективного реагування на ситуацію після конфлікту, зокрема для організації кризового управління. Заснування «ситуаційних кімнат» при асоціаціях готелів, тренінги для персоналу, організація прес-турів.	Ізраїль, Франція	У Франції та Ізраїлі уряд активно співпрацює з приватним сектором, щоб відновити довіру до туристичних напрямків після конфліктів або терористичних атак. Наприклад, ситуаційні кімнати дозволяють ефективно координувати дії між державними структурами та приватними підприємствами під час криз. Прес-тури допомагають представникам медіа поширювати позитивну інформацію про безпеку туристичних об'єктів.
Фокус на позитивному іміджі	Створення і реалізація промо-кампаній, що акцентують на відновленій безпеці, мирній атмосфері і привабливих туристичних локаціях, з метою відновлення довіри і привабливості країни для туристів. Стратегія «відриву від минулого» для демонстрації країни як стабільного і безпечного місця для подорожей.	Хорватія, Грузія	Після війни Хорватія сфокусувалася на відновленні свого іміджу як безпечної країни, використовуючи промо-кампанії, що позиціонували країну як «оазу безпеки». Грузія застосувала схожу стратегію в своїх соцмережах та рекламі, акцентуючи на своїх мальовничих пейзажах та туристичних об'єктах без згадок про конфлікти. Це допомогло країнам повернути туристичний потік, незважаючи на складні історичні обставини.
Міжнародна підтримка	Залучення донорів і міжнародних фінансових установ для реалізації відновлення туристичної інфраструктури, підтримки місцевих економік та відновлення культурної спадщини. Це включає фінансування відновлення туристичних атракцій, пам'яток, доріг, а також меморіальних комплексів, що стали частинами туристичних маршрутів.	Боснія і Герцеговина, Грузія	Програми, які підтримуються міжнародними донорами, як-от USAID або Світовий банк, сприяють відновленню інфраструктури після війни, зокрема фінансуючи реконструкцію меморіальних комплексів, таких як Меморіал Сребрениці в Боснії, який став важливим туристичним об'єктом, символізуючи мир і примирення. Міжнародна допомога є важливим інструментом для відновлення і модернізації інфраструктури в постконфліктних країнах.
Освітні та культурні програми	Туризм використовується не лише як економічний інструмент, а й як інструмент «м'якої сили» для примирення, взаєморозуміння та культурного обміну між народами, що раніше були ворогами. Туристичні поїздки організовуються для молоді з різних країн, щоб за допомогою взаємних візитів і культурних програм підтримувати мирні відносини.	Франція (історія з Жаном Барро)	Один із класичних прикладів — ініціатива французького вчителя Жана Барро, який організував поїздки французьких учнів до Німеччини після Другої світової війни, щоб сприяти взаєморозумінню між молодими людьми обох націй. Ця програма згодом переросла в Федерацію молодіжних туристичних організацій (FIUTO), яка сприяла міжнародному миру через культурний обмін та туристичні програми.

Джерело: складено автором

## Додаток Б

Таблиця Б.1. PEST-аналіз розвитку рекреаційного туризму

Категорія	Фактор	Оцінка (1–5)	Пояснення
Політичні фактори (Political)	Військові дії та безпека	5	Основний фактор ризику; обмежує доступ туристів до багатьох регіонів.
	Державна політика щодо туризму	3	Часткова підтримка, але більшість ресурсів спрямована на оборону.
	Міжнародна політична підтримка	4	Гранти і програми від ООН, ЮНЕСКО, ЄС сприяють відновленню інфраструктури.
	Регуляторні обмеження	4	Заборона пересування у небезпечних зонах, обмеження авіа- та залізничного сполучення.
Економічні фактори (Economic)	Скорочення доходів населення	5	Інфляція та зниження купівельної спроможності обмежують туристичний попит.
	Зменшення інвестицій	4	Приватні та державні інвестиції у розвиток туризму знижуються через війну.
	Внутрішній туризм	4	Попит на безпечні подорожі всередині країни створює нові можливості.
	Міжнародна фінансова підтримка	3	Гранти та кредити від міжнародних організацій компенсують частину втрат.
Соціальні фактори (Social)	Попит на безпечний відпочинок	5	Люди обирають безпечні регіони та еко-туризм, підвищується внутрішній попит.
	Внутрішня міграція	4	Переміщення населення впливає на популярність певних туристичних напрямків.
	Психологічні потреби	4	Відпочинок важливий для відновлення фізичних і моральних ресурсів.
	Громадські ініціативи	3	Волонтерські тури та локальні проєкти підтримують соціальну активність.
Технологічні фактори (Technological)	Цифровізація туризму	4	Онлайн-бронювання, мобільні додатки, платформи допомагають планувати безпечні подорожі.
	Віртуальні тури	3	VR та онлайн-екскурсії дозволяють залучати туристів, коли фізичні поїздки обмежені.
	Інформаційні технології безпеки	4	Системи моніторингу та мобільні додатки повідомляють про небезпечні зони.
	Соціальні мережі та промоція	3	Використання соцмереж для популяризації безпечних маршрутів і локальних послуг.

Джерело: складено автором

## Додаток В

Таблиця В.1 Можливі сценарії фінансово результати від запропонованого маршруту

Показник	Оптимістичний сценарій	Песимістичний сценарій
Кількість туристів	480	350
Ціна пакета, грн.	39 000	39 000
Валовий дохід, грн.	18 720 000	13 650 000
Змінні витрати на туриста, грн.	32 400	35 640
Фіксовані витрати на туриста, грн.	2 500	3 429
Повна собівартість на туриста, грн.	34 900	39 069
Повна собівартість на рік, грн.	16 752 000	13 674 000
Прибуток/збиток, грн.	1 968 000	-24 000
Рентабельність	11,7 %	-0,2 %
ROI	164 %	-2 %

Джерело: складено автором