

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Природничо-економічний факультет  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**Кваліфікаційна робота бакалавра  
на тему:**

**«РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ»**

Виконав: здобувач вищої освіти  
першого (бакалаврського) рівня вищої  
освіти, Т1-В21 групи  
спеціальності: 242 Туризм  
за ОПП «Туризм»  
денної форми навчання  
**Роман АНТИМЕНЮК**

Науковий керівник:  
кандидат географічних наук, старший  
викладач кафедри туризму та готельно-  
ресторанної справи  
**Інна КОВТУНИК**

Рецензент:

Кам'янець-Подільський  
2025 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	7
1.1. Сутність та класифікація туристичних ресурсів регіону.....	7
1.2. Особливості туристичної привабливості Карпат.....	13
1.3. Історичні етапи розвитку туризму в Карпатах.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	21
2.1. Туристичний потенціал Карпатського регіону до повномасштабної війни.....	21
2.2. Вплив воєнних дій на туристичну галузь Карпат.....	25
2.3. Нові тенденції у туристичних практиках: внутрішній, зелений та етнотуризм.....	29
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТАХ ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ ВОЄННИХ ДІЙ.....	34
3.1. Основні виклики та проблеми відновлення туристичної галузі.....	34
3.2. Можливості для розвитку: роль громади, бізнесу та влади.....	40
3.3. Стратегічні напрямки сталого розвитку туризму в Карпатському регіоні.....	49
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Карпатський регіон є одним із найпривабливіших туристичних напрямків України завдяки унікальному поєднанню природних ресурсів, етнокультурної спадщини та сприятливих кліматичних умов. Розвиток туризму в цьому регіоні має велике значення для соціально-економічного зростання територій, створення робочих місць, підтримки місцевого бізнесу та збереження культурних традицій. У сучасних умовах зростання популярності внутрішнього туризму Карпати відіграють важливу роль у задоволенні туристичних потреб українців.

В умовах воєнного стану, коли закордонні подорожі стали менш доступними, а безпека набуває особливого значення, Карпатський регіон отримав новий імпульс до розвитку. Попит на екологічно безпечні та культурно насичені туристичні маршрути зростає, що відкриває нові можливості для регіонального туризму. Разом із тим, виникає потреба у вдосконаленні інфраструктури, адаптації послуг до нових умов, розширенні форм туризму (зокрема, еко-, етно-, активного туризму), а також у формуванні стратегії сталого розвитку галузі.

Дослідження розвитку туризму в Карпатах є надзвичайно актуальним з огляду на потребу у відновленні економіки регіону та зміцненні національного туристичного потенціалу. Вивчення сучасного стану, тенденцій та перспектив цієї галузі дозволяє визначити ефективні підходи до її підтримки, адаптації до кризових умов і формування стратегії відновлення після війни. Саме тому дана тема є актуальною як у теоретичному, так і в практичному аспектах.

**Зв'язок роботи з науковим програмами, планами, темами.** Дипломна робота бакалавра виконана у контексті тематики, яку розробляє кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

**Мета роботи** – дослідити сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Карпатського регіону України в умовах воєнного стану, а також обґрунтування напрямів її подальшого відновлення та сталого зростання.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- проаналізувати теоретичні підходи до розвитку туризму та класифікації туристичних ресурсів у регіональному контексті;
- визначити основні природні, культурні та соціально-економічні чинники, що формують туристичний потенціал Карпатського регіону;
- дослідити вплив повномасштабної війни на туристичну сферу Карпат, виявити ключові проблеми та виклики;
- розглянути нові тенденції в розвитку туризму, зокрема внутрішній, екологічний, етнографічний та воєнний туризм;
- оцінити роль місцевих громад, державних програм і приватного бізнесу у підтримці туристичної діяльності в регіоні;
- запропонувати рекомендації щодо перспективних напрямів розвитку туризму в Карпатському регіоні в післявоєнний період.

**Об'єкт даного дослідження** – процес розвитку туристичної галузі в регіональному контексті, зокрема в умовах соціально-економічних та воєнних викликів.

**Предмет дослідження** – сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в Карпатському регіоні України з урахуванням впливу зовнішніх кризових факторів.

**Методи та методологія дослідження.** У процесі написання було використано низку загальнонаукових методів пізнання, що дозволили всебічно розкрити досліджувану тему. Зокрема, застосовано методи аналізу і синтезу для вивчення теоретичних засад розвитку туризму та опрацювання інформаційних джерел, що стосуються стану і тенденцій у туристичній сфері. Системний підхід дав змогу розглядати туристичну галузь Карпатського

регіону як цілісну систему з внутрішніми зв'язками та зовнішніми впливами. Для оцінки динаміки туристичних потоків, а також економічних показників, пов'язаних із функціонуванням туристичного сектору, використовувався статистичний аналіз. Порівняльний метод застосовано з метою зіставлення досвіду окремих регіонів України та інших країн у сфері туризму, особливо в умовах кризових явищ, які впливають на галузь. Також у роботі використано метод прогнозування, що дозволив окреслити потенційні перспективи розвитку туризму в Карпатському регіоні з урахуванням наявних ресурсів, сучасних викликів і тенденцій. Такий комплекс методів забезпечив глибоке, структуроване й обґрунтоване дослідження проблематики.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у можливості їх застосування в діяльності органів місцевого самоврядування, регіональних туристичних організацій та підприємців для розробки стратегій розвитку туризму в Карпатському регіоні, зокрема в умовах воєнного стану та у післявоєнний період. Запропоновані у роботі напрями відновлення та стимулювання туристичної діяльності сприятимуть підвищенню ефективності управління туристичними ресурсами, активізації внутрішнього туризму та зростанню туристичної привабливості регіону. Крім того, окремі положення та аналітичні матеріали дослідження можуть бути використані у навчальному процесі закладів вищої освіти під час вивчення дисциплін, що стосуються туризму, регіональної економіки, географії та сталого розвитку.:

**Елементи наукової новизни** роботи полягають у тому, що вперше в контексті сучасних умов воєнного стану проаналізовано особливості функціонування туристичної галузі Карпатського регіону з урахуванням нових соціально-економічних викликів та загроз. У дослідженні виявлено та систематизовано ключові тенденції трансформації туристичних потоків, зокрема посилення інтересу до внутрішнього, екологічного та етнотуризму як альтернативи традиційним видам туризму. Запропоновано практичні рекомендації щодо удосконалення регіональної туристичної політики, спрямованої на адаптацію до кризових умов і забезпечення сталого розвитку

туризму в післявоєнний період. Крім того, обґрунтовано важливість інтеграції місцевих громад, державних структур і приватного сектору у процеси відновлення та просування туристичного потенціалу Карпатського регіону.

**Апробація результатів дослідження** здійсненна шляхом обговорення її основних положень на попередньому захисті на кафедрі туризму та готельно-ресторанної справи, а також через виголошення її окремих положень на студентській науковій конференції навесні 2025 р.

**Публікації.** Окремі тези та напрацювання дипломної роботи були сформульовані у статті «Розвиток туризму в Карпатському регіоні: сучасні тенденції та перспективи», поданій до друку за матеріалами зазначеної вище конференції.

**Структура роботи** визначена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 57 сторінках. Загальний обсяг роботи – 64 сторінки. Список використаних джерел налічує 53 позиції.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

### 1.1. Сутність та класифікація туристичних ресурсів регіону.

У сучасних умовах 2025 року туристичні ресурси Карпатського регіону мають визначальне значення для формування конкурентоспроможного та адаптивного туристичного продукту, який відповідає викликам повоєнного відновлення України. Туризм дедалі більше сприймається не лише як галузь розваг, а як стратегічна сфера, що сприяє регіональному розвитку, створенню робочих місць, збереженню культурної спадщини та інтеграції територіальних громад у національний і міжнародний туристичний простір.

Під туристичними ресурсами розуміється сукупність природних, історико-культурних, соціально-економічних та матеріально-технічних передумов, які створюють основу для організації туристичної діяльності, а також задоволення духовних, пізнавальних, естетичних, рекреаційних і оздоровчих потреб мандрівників. Ці ресурси можуть бути як об'єктами прямого споживання (наприклад, природні ландшафти, культурні пам'ятки, рекреаційні комплекси), так і елементами, що опосередковано забезпечують комфорт, доступність і якість туристичних послуг (інфраструктура, логістика, сервіс, інформаційні технології тощо).

З огляду на це, туристичні ресурси Карпатського регіону поділяються на кілька основних груп:

1. Природні ресурси – до них належать географічні, кліматичні, гідрологічні, біологічні та геоморфологічні компоненти довкілля. Карпати вирізняються мальовничими гірськими масивами, густими лісами, численними річками й водоспадами, унікальними мінеральними джерелами, заповідними територіями (зокрема національними природними парками та об'єктами природоохоронного фонду). Клімат регіону сприяє розвитку як літнього, так і зимового туризму (гірськолижні курорти, піші маршрути, рекреація на свіжому повітрі).

2. Історико-культурні ресурси – охоплюють об'єкти культурної спадщини, традиційні ремесла, архітектурні пам'ятки, сакральні споруди, музеї, фестивалі, фольклорні традиції тощо. Особливу цінність становлять дерев'яні церкви, які включені до списку Світової спадщини ЮНЕСКО, а також збережені етнографічні традиції місцевих спільнот (гуцулів, бойків, лемків). Ці ресурси формують унікальну культурну ідентичність регіону та приваблюють туристів, зацікавлених в автентичному досвіді.

3. Соціально-економічні ресурси – включають людський капітал (наявність кадрів у сфері туризму, місцевих гідів, майстрів народного мистецтва), рівень розвитку туристичної інфраструктури (дороги, готелі, садиби зеленого туризму, ресторани), логістику та інформаційну підтримку (туристичні центри, мобільні додатки, онлайн-сервіси), а також підприємницький потенціал громад. Ця категорія ресурсів є динамічною, залежною від рівня інвестицій, програм підтримки малого бізнесу та взаємодії між державними й приватними структурами.

У сучасній практиці також виділяють інтегровані ресурси, до яких належать території, що поєднують кілька типів ресурсів, наприклад курортні зони, рекреаційні комплекси або туристичні кластери, де природні й культурні фактори взаємодіють із розвиненою інфраструктурою та сервісом. Такі зони мають найвищу привабливість для туристів і потенціал для сталого розвитку. Отже, класифікація туристичних ресурсів регіону дозволяє краще зрозуміти, які елементи потребують збереження, вдосконалення або інвестування. Уміння ефективно поєднувати природну унікальність, культурну спадщину та сучасні послуги є основою для формування конкурентоспроможного туристичного продукту Карпат. Це, своєю чергою, відкриває нові можливості для регіонального розвитку, інтеграції в європейський туристичний простір та підвищення якості життя місцевого населення [40].

Охарактеризуємо кожен групу ресурсів окремо.

Природні туристичні ресурси Карпатського регіону становлять фундамент для розвитку більшості видів туризму – рекреаційного, оздоровчого, активного, пізнавального та екологічного. Вони є основною привабою території, що формує перше враження в туристів і створює умови для відпочинку, оздоровлення, духовного та естетичного задоволення.

Ландшафтне різноманіття регіону вирізняється поєднанням гірських масивів, полонин, долин, ущелин і лісових територій. Карпатські гори охоплюють хребти Горгани, Чорногору, Свидовець, Сколівські Бескиди тощо, де висоти коливаються в межах від 600 до понад 2000 м (найвища вершина – Говерла, 2061 м). Таке геоморфологічне різноманіття створює ідеальні умови для гірськолижного, пішохідного, велосипедного туризму, альпінізму та спортивного орієнтування.

Кліматичні умови Карпатського регіону є помірно-континентальними, з теплим літом і сніжною зимою, що дає змогу розвивати цілорічний туризм. Влітку популярні активні види дозвілля (екскурсії, походи, сплави, кемпінг), а взимку – гірськолижні курорти (Буковель, Драгобрат, Славське та ін.).

Гідрологічні ресурси представлені численними річками (Прут, Черемош, Тиса, Стрий, Лімниця), озерами (Синевир, Солотвинські озера), водоспадами (Шипіт, Пробій, Манявський) і, що важливо, мінеральними та термальними джерелами (Свалява, Поляна, Шаян, Косино). Вони мають оздоровчі властивості та є основою для розвитку бальнеологічного туризму і функціонування санаторно-курортних закладів.

Біологічне різноманіття регіону включає рідкісні види флори й фауни, багато з яких занесені до Червоної книги України. Регіон має значну лісистість (до 60% території), представлену хвойними та листяними лісами, що забезпечують чисте повітря та сприяють екологічному оздоровленню. Карпати також є домом для унікальних природоохоронних територій – біосферного заповідника (Карпатський БЗ), понад 200 об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема національних природних парків («Синевир», «Гуцульщина», «Верховинський», «Ужанський», «Сколівські Бескиди») [29].

У контексті сучасних тенденцій розвитку туризму, природні ресурси Карпат також активно залучаються для екологічного та етнотуризму, який передбачає поєднання пізнання природи з дбайливим ставленням до довкілля, проживанням у сільській місцевості, знайомством із традиційним способом життя. У цьому контексті особливого значення набувають незаймані куточки природи, маршрути з мінімальним втручанням людини, «slow travel» та сталий туризм.

Отже, природні ресурси Карпатського регіону мають унікальне ландшафтне, кліматичне та біоекологічне поєднання, що дає змогу розвивати різноманітні форми туризму на основі природної автентики. Вони формують не лише матеріальну, а й емоційно-естетичну основу туристичного досвіду, що є ключовим у формуванні позитивного іміджу Карпат як екологічно привабливого туристичного регіону.

Історико-культурні ресурси Карпат є важливою складовою туристичної привабливості регіону, оскільки поєднують у собі глибину історичних процесів, архітектурну унікальність, етнокультурну самобутність та духовну спадщину. Ці ресурси створюють змістовне підґрунтя для пізнавального, культурного, релігійного, етнографічного та фестивального туризму, зростання попиту на які спостерігається в умовах переорієнтації туристичних пріоритетів на внутрішній ринок та локальну ідентичність.

Археологічна та історична спадщина Карпат охоплює численні пам'ятки від доби неоліту до сучасності. Тут зосереджено залишки давніх поселень, фортець, оборонних укріплень (наприклад, Ужгородський замок, Мукачівський замок «Паланок», руїни Тустані), які становлять інтерес як для професійних істориків, так і для широкого кола туристів.

Архітектурно-культурна спадщина в регіоні вирізняється великою кількістю традиційних дерев'яних церков, дзвіниць і сільських садиб, збудованих у характерному гуцульському, бойківському та лемківському стилях. Частина з них (наприклад, церкви в с. Ясіня, Ужку, Маткові та ін.)

включена до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, що підвищує міжнародну туристичну привабливість регіону [30].

Релігійно-культурні об'єкти, як-от монастирі (Манявський скит, Крехівський монастир, Мукачівський монастир), паломницькі місця, каплиці та хрести-обереги, також формують значну частину духовної туристичної пропозиції Карпат. Щороку вони приваблюють тисячі прочан і туристів, зацікавлених у духовному туризмі та споглядальному відпочинку.

Особливо важливою складовою є етнокультурна спадщина, яка представлена унікальною культурою карпатських субетносів – гуцулів, бойків, лемків. Їхні традиції виявляються у народному будівництві, декоративно-прикладному мистецтві (ткацтві, різьбленні, гончарстві), народній музиці, обрядах та святкуваннях. Популярності набувають етнографічні маршрути, майстер-класи, гастрономічні тури, музеї народного побуту та ремесел (наприклад, Музей гуцульщини в Коломиї, «Дідова аптека» у Криворівні, Музей лемківської культури в Зимній Воді).

Фестивальний туризм активно розвивається в останні роки, орієнтуючись на відродження автентичних свят, гастрономічних традицій, фольклору. Серед найвідоміших заходів – фестиваль «Гуцульська бринзя», «На Івана, на Купала», «Лемківська ватра», «Смаковиця по-ужгородськи» тощо. Вони не лише сприяють популяризації культури, а й стимулюють місцеву економіку через залучення підприємців, фермерів, майстрів народної творчості [29].

Таким чином, історико-культурні ресурси Карпатського регіону – це не просто фон для туризму, а ключовий чинник збереження і трансляції місцевої ідентичності, що має особливу цінність у період переосмислення національної спадщини та пошуку стійких форм розвитку територій. Їхній потенціал потребує системного підходу до збереження, промоції та інтеграції в сучасну туристичну інфраструктуру, особливо в умовах воєнного та післявоєнного часу.

Соціально-економічні ресурси відіграють важливу роль у забезпеченні функціонування туристичної галузі, оскільки створюють організаційно-інфраструктурне, кадрове, інформаційне та сервісне підґрунтя для розвитку туризму. У контексті Карпатського регіону ці ресурси мають специфіку, зумовлену географічними умовами, соціальною структурою населення, рівнем розвитку місцевих громад та впливом зовнішніх чинників – зокрема, повномасштабної війни з росією.

Інфраструктурні ресурси включають у себе систему матеріальних об'єктів, необхідних для прийому туристів: транспортні магістралі, готельно-ресторанна мережа, заклади харчування, рекреаційні комплекси, пункти прокату спорядження, лікувально-оздоровчі установи тощо. У Карпатах сформована значна кількість гірськолижних курортів (Буковель, Драгобрат, Славське, Плай), рекреаційних зон, садиб зеленого туризму та мініготелів. Разом із тим, інфраструктура є нерівномірно розвиненою – відсутність якісних доріг у віддалених гірських районах, проблеми з водопостачанням, енергозабезпеченням і цифровим покриттям залишаються викликами для сталого розвитку туризму.

Людський капітал регіону – ще один вагомий елемент соціально-економічного потенціалу. Населення Карпат має традиції гостинності, ведення родинного бізнесу, ремісництва та сільського господарства. Зростає кількість людей, задіяних у туристичній сфері як підприємців, гідів, інструкторів, власників садиб. Особливо активною є молодь, яка залучається до волонтерських і стартап-ініціатив у сфері туризму, працює над проєктами креативної економіки, брендування, цифрових сервісів.

У регіоні діють туристичні асоціації, громадські організації, кластери, які об'єднують учасників ринку для реалізації спільних ініціатив. Показовими є проєкти на кшталт «Travel Karpaty», «Цифрове село», а також регіональні стратегії, розроблені за підтримки ДАРТ, місцевих ОВА та міжнародних донорів (USAID, GIZ тощо). Водночас багато туристичних

проектів реалізуються без системної координації, що знижує ефективність інвестицій і просування [27].

Хоча Карпатський регіон належить до відносно депресивних в економічному сенсі, туризм тут виступає важливою складовою місцевого розвитку – джерелом доходів для домогосподарств, бюджетоутворюючим фактором для територіальних громад. В умовах війни туризм став одним із небагатьох секторів, що зберіг життєздатність, зазнав адаптивної трансформації та в окремих випадках навіть зростання. Проте сектор досі відчуває обмежений доступ до кредитування, нестачу довгострокових інвестицій і залежність від сезонності.

Поширення цифрових технологій, соціальних мереж і платформ онлайн-бронювання значно змінює картину просування туристичних послуг у регіоні. Зростає популярність мобільних додатків, інтерактивних карт, віртуальних турів, блогерського контенту. Водночас не всі підприємці та громади мають навички ефективного використання цифрових каналів комунікації, що актуалізує потребу в навчальних програмах і цифровій трансформації туризму.

У сукупності соціально-економічні ресурси Карпат створюють фундамент для розбудови стійкої туристичної економіки. Їхнє ефективне використання та розвиток у післявоєнний період залежатиме від координації зусиль держави, бізнесу, громад та міжнародних партнерів із урахуванням інклюзивності, інноваційності та орієнтації на сталий розвиток.

## **1.2. Особливості туристичної привабливості Карпат.**

Карпатський регіон у 2025 році зберігає позиції одного з найпривабливіших туристичних напрямків України, навіть попри складні наслідки війни. Його привабливість базується на унікальному поєднанні природних умов, етнокультурної самобутності та порівняно розвиненої інфраструктури. До особливостей, що формують туристичну привабливість Карпат, відносять насамперед кліматичні умови (помірно-континентальний

клімат, чисте гірське повітря), мальовничі гірські ландшафти, густу мережу лісів, водоспадів і річок. Такі природні ресурси сприяють розвитку круглорічного туризму: взимку регіон приваблює лижників і сноубордистів (курорти Буковель, Драгобрат, Славське), а влітку – шанувальників гірських походів, велосипедних маршрутів, кемпінгу. Водночас, у 2025 році активно розвивається так званий «лікувально-відновлювальний туризм» у Закарпатті, де функціонують десятки санаторіїв, зокрема в Сваляві, Полянні та Берегові, які використовують мінеральні води та термальні джерела [32].

Крім природних факторів, важливу роль у туристичній привабливості регіону відіграє культурна спадщина та етнографічна автентика. Карпати є домом для різних етнічних груп – гуцулів, бойків, лемків, кожна з яких має власні традиції, ремесла, архітектурні стилі, одяг і обряди. У 2025 році активно проводяться культурні фестивалі (зокрема, «Гуцульська бриндзя», «Берлибаський банош», «На Івана, на Купала»), які залучають як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Популярність здобуває і гастрономічний туризм – дегустаційні тури по сироварнях, медових господарствах, пекарнях і виноробнях. Також важливим фактором привабливості стала гостинність місцевого населення та широке впровадження елементів *slow tourism*, що особливо актуально для сучасного європейського туриста, який шукає тишу, спокій та автентичність. Станом на 2025 рік, попит на екологічно чисті локації в гірських громадах Івано-Франківської, Закарпатської, Чернівецької та Львівської областей значно перевищує довоєнні показники, що свідчить про поступове перетворення Карпат на флагманський туристичний регіон України [24].

Сезонність туризму в регіоні є однією з ключових характеристик туристичної діяльності в Карпатах. Завдяки унікальним природно-кліматичним умовам регіон забезпечує майже повноцінний чотирисезонний туризм. Зимовий сезон (грудень – березень) традиційно асоціюється з гірськолижним відпочинком: найпопулярнішими залишаються курорти Буковель, Драгобрат, Плай, Мигово, які у 2024 – 2025 роках попри воєнні

ризика демонстрували високу заповненість (на рівні 70 – 80% у пік сезону). Весна та осінь приваблюють шанувальників трекінгу, фототурів, екоекскурсій та пізнавального туризму. Влітку ж, особливо у червні – серпні, фокус зміщується на активний відпочинок: рафтинг на Черемоші, велотури, сходження на Говерлу, кемпінги, оздоровлення в рекреаційних зонах Закарпаття. Проте актуальними залишаються виклики, пов'язані з нерівномірним туристичним потоком: зимовий сезон дає основні прибутки, тоді як «міжсезоння» вимагає розвитку додаткових турпродуктів (наприклад, корпоративний, оздоровчий, етнотуризм). З метою вирівнювання сезонності в 2025 році розробляються програми стимулювання «низького сезону», зокрема коворкінги в горах, освітні кемпи та цифровий детокс-туризм для IT-спеціалістів [47].

Соціокультурна автентичність Карпат у 2025 році набуває стратегічного значення як основа для формування унікального туристичного продукту, здатного забезпечити стійку конкурентну перевагу на внутрішньому і міжнародному ринку. У період після початку повномасштабної війни автентична культура регіону стає не лише ресурсом для туризму, а й елементом національної ідентичності, який викликає підвищений інтерес у туристів, зацікавлених у глибокому культурному досвіді.

Карпати вирізняються етнокультурною мозаїкою, що включає гуцулів, бойків, лемків, а частково – покутян, кожна з яких зберегла власні традиції, діалекти, побут, архітектуру та мистецькі практики. Ці етнічні групи не лише відрізняються зовнішніми проявами культури – одягом, піснею, танцем, кухнею, – а й репрезентують глибоку спадкову цінність, передану через покоління. Саме ця різноманітність формує унікальний культурний ландшафт Карпат, який стає основою для створення автентичних турпродуктів.

Символами культурної спадщини регіону виступають традиційні дерев'яні церкви (зокрема, внесені до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в селах Ясіня, Колочава, Верхнє Студене), унікальні форми багатоголосого співу, місцеві ремесла – різьблення по дереву, гончарство,

ткацтво. Традиційний одяг із складною орнаментикою, вишиті сорочки, кептарі, постולי стали не лише елементами культурного відтворення, а й об'єктами комерціалізації в межах туристичних подій, фотосесій, сувенірного виробництва.

У 2024 – 2025 роках спостерігається помітне зростання попиту на етнокультурні практики у туризмі: популярними стають етнотури з участю у святкуваннях Маланки, Купальської ночі, обжинків, весільних обрядів. Розвиваються майстер-класи з народного співу, приготування традиційних страв, виготовлення сувенірів. Особливої популярності набувають гастрономічні тури, у яких туристи мають змогу познайомитися з локальною кухнею: баношем, кулешою, грибною юшкою, бринзою, карпатськими наливками та чаєм з гірських трав.

Суттєвим є те, що саме місцеві громади стають рушіями культурного туризму. Сільські жителі створюють етносадиби, невеликі музеї під відкритим небом, арт-простори, фестивальні платформи, а також беруть участь у регіональних і міжнародних програмах підтримки культурної спадщини. Завдяки цим ініціативам забезпечується не лише збереження традицій, а й генеруються додаткові джерела доходу для населення, яке особливо вразливе в умовах післявоєнного відновлення.

Крім того, інтеграція внутрішньо переміщених осіб у культурно-туристичне середовище Карпат створює нові форми співпраці, культурного обміну та соціальної згуртованості. Наприклад, у деяких громадах ВПО долучаються до організації фестивалів, відкривають майстерні, коворкінги та навчальні центри, що сприяє оновленню культурного середовища та формуванню нових форматів гостинності [21].

Таким чином, соціокультурна автентичність Карпатського регіону стає не лише основою унікального туристичного бренду, а й важливим інструментом економічного пожвавлення, соціального згуртування та гуманітарної стабільності у перехідний період від війни до відновлення. Її збереження, переосмислення та подальший розвиток є ключем до створення

туризму нового покоління – глибокого, інклюзивного, емоційно насиченого й культурно осмисленого, що відповідає сучасним запитам сталості, автентичності та взаємодії.

### **1.3. Історичні етапи розвитку туризму в Карпатах.**

Туризм у Карпатах почав набувати популярності ще наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття, у період, коли регіон входив до складу Австро-Угорщини. З огляду на мальовничу природу, м'який клімат і наявність мінеральних джерел, Карпати почали приваблювати представників інтелігенції, аристократії та середнього класу не лише з українських земель, але й з усієї Австро-Угорщини, зокрема поляків, чехів, німців та угорців. Саме в цей період закладаються основи рекреаційного освоєння регіону. Популярними стають так звані «літники» – місця для літнього відпочинку, а також починається організоване освоєння гірських маршрутів.

Перші курорти, такі як Яремче, Славське, Моршин, Трускавець, набувають популярності завдяки поєднанню оздоровчих можливостей (лікувальні мінеральні води, гірське повітря, хвойні ліси) та розвитку транспортної інфраструктури. Прокладення залізниць стало ключовим фактором у доступності регіону – зокрема, залізнична лінія Львів – Станіславів – Ворохта зробила Карпати зручними для поїздок середньому класу. У Яремчі й Моршині будуються вілли, пансіонати, санаторії, що обслуговували курортників, переважно представників міського населення.

У той же час починає формуватися гірськолижний туризм, що набуває активного розвитку в таких осередках, як Ворохта, де вже у 1920 – 30-х роках з'являються перші гірськолижні траси, трампліни та витяги. Цей період також ознаменований зростанням ролі туристичних товариств, таких як польське РТТ (Polskie Towarzystwo Tatrzańskie), чеське КСТ (Klub českých turistů), які сприяли розмітці маршрутів, побудові туристичних притулків, проведенню змагань і популяризації активного туризму. Водночас українська інтелігенція,

зокрема діячі «Просвіти», активно розвивали ідею національного туризму як форми культурного пробудження [43].

У міжвоєнний період (1919 – 1939), коли частина Карпат входила до складу Польщі, Чехословаччини та Румунії, спостерігалось подальше інституціоналізоване зростання туризму: створювалися нові санаторії, готелі, туристичні маршрути, рекламувалися «здорові канікули» в Карпатах.

Після Другої світової війни, в умовах радянської влади, розвиток туризму набуває нових, централізовано керованих форм. У 1945 – 1980-х роках Карпати були активно задіяні в системі масового оздоровлення населення. Створювалися курортні зони державного значення, такі як Моршин, Трускавець, Східниця, Свалява, де будувалися великі санаторно-курортні комплекси. Туризм у радянські часи набуває соціального значення: відпочинок у Карпатах стає доступним для робітників, вчителів, інженерів, представників армії та держслужбовців. Профспілки організують поїздки, розвиваються «будинки відпочинку», дитячі табори, бази відпочинку заводів та підприємств.

Водночас не менш активно розвивається гірськолижна інфраструктура: у Славському, Ворохті, Яблуниці будуються витяги, трампліни, створюються умови для тренувань радянських спортсменів. Радянська система планування дозволяла централізовано інвестувати у дорожнє будівництво, створення вокзалів, розвиток інженерної інфраструктури, що, попри ідеологічні обмеження, стало фундаментом для подальшого туристичного освоєння регіону. У другій половині ХХ ст. також починають з'являтися перші елементи екологічного туризму – створюються природоохоронні території (національні парки, заповідники), організуються туристичні походи з освітнім ухилом, хоча вони були жорстко регламентовані [43].

Таким чином, історія розвитку туризму в Карпатському регіоні демонструє поетапне становлення галузі – від елітарних курортів і гірських походів початку ХХ століття до масового, інституціоналізованого туризму радянської доби. Цей історичний досвід зберігся у вигляді інфраструктурної

спадщини, сформованих рекреаційних зон і культурного капіталу, які сьогодні активно реінтерпретуються у нових форматах сталого, етноорієнтованого та екотуризму. [43].

Після здобуття незалежності України в 1991 році, туризм у Карпатах пережив істотні зміни. Перші роки після розпаду СРСР були часом економічних труднощів, однак це також призвело до нових можливостей для розвитку приватного сектору в туристичній галузі. Вже на початку 90-х років з'явилися перші приватні готелі, пансіонати та екскурсійні бюро, що сприяло поживленню туристичних потоків. Поступово приватні підприємці почали будувати туристичні комплекси, готелі, бази відпочинку, ресторани та інші об'єкти інфраструктури, адаптуючи їх до нових умов ринку. У Карпатах стали популярними не лише традиційні види туризму, але й нові форми, такі як еко-туризм, сільський туризм та активні види спорту, зокрема пішохідні та велосипедні тури. Спільно з розвитком приватного сектору також зростала конкуренція, що сприяло поліпшенню якості послуг та наданню нових пропозицій для туристів, включаючи організацію культурних заходів, фестивалів та спортивних подій [39].

На початку XXI століття туризм у Карпатах отримав новий імпульс для розвитку завдяки різким змінам у соціально-економічному середовищі України. З 2000-х років карпатські курорти почали активно розвиватися, зокрема гірськолижний туризм став популярним серед як українських туристів, так і іноземців. Відновлення старих курортів та будівництво нових туристичних об'єктів зумовило зростання кількості туристичних потоків. Такі місця, як Буковель, Шаян, Славське стали знаковими для гірськолижників і любителів активного відпочинку. Крім того, значно покращилася транспортна інфраструктура, що дозволило зручніше добиратися до гірських регіонів. Вже на початку 2010-х років Карпати стали центром міжнародного туризму, зокрема завдяки популяризації еко-туризму, сільських відпочинкових комплексів та рекреаційних курортів. Однак цей розвиток не був позбавлений проблем, зокрема низького рівня сервісу на

деяких об'єктах, а також збереження недостатньої екологічної політики, що загрожувала цілісності природного середовища.

З початком війни в Україні в 2022 році туристична індустрія в Карпатах, як і в усьому регіоні, зазнала серйозного спаду. Різке зменшення кількості іноземних туристів та внутрішнього попиту спричинило економічні труднощі для більшості туристичних підприємств, готелів, гірськолижних курортів та ресторанів. Багато підприємців були змушені тимчасово припинити свою діяльність через нестабільну ситуацію, а деякі об'єкти були переорієнтовані на прийом біженців або військових. Попри складні умови, регіони Карпат не втратили свою важливість для внутрішнього туризму, оскільки багато українців шукали безпечні місця для відпочинку. Після деякого спаду в перші місяці війни, багато курортів почали відновлювати роботу, зокрема для внутрішнього туризму, адаптуючи пропозиції для нових реалій, таких як проведення лікувальних програм, відпочинку на природі та еко-туризму, що стало важливим для людей, які прагнули відновити фізичне та психоемоційне здоров'я [38].

Таким чином, можна зробити висновок, що Карпатський регіон має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм унікальним природним, культурним та історичним ресурсам. Розуміння сутності та класифікації туристичних ресурсів дозволяє чітко визначити основні напрямки туризму в цьому регіоні, зокрема еко-туризм, гірськолижний туризм, культурно-пізнавальний та сільський туризм. Особливості туристичної привабливості Карпат, зокрема багатство природи, різноманітність ландшафтів та збереженість традицій, створюють незабутні можливості для розвитку різних видів відпочинку. Історичний розвиток туризму в регіоні, починаючи від дорадянського періоду до сучасних часів, демонструє поступовий розвиток інфраструктури та зміни в туристичних пріоритетах. Трансформація туристичної індустрії після 1991 року, а також адаптація до викликів війни 2022 року, показують здатність регіону адаптуватися до змін і використовувати нові можливості для збереження і

розвитку своєї туристичної привабливості. Таким чином, туризм у Карпатах є важливим фактором економічного зростання, збереження природної та культурної спадщини, а також підвищення рівня життя місцевих громад.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

### **2.1. Туристичний потенціал Карпатського регіону до повномасштабної війни.**

До початку повномасштабної війни в 2022 році Карпати були одними з найпопулярніших регіонів України для розвитку різноманітних видів туризму. Найбільш розвиненим був гірськолижний туризм, оскільки Карпати мають ідеальні природні умови для цього виду активного відпочинку. Курорти, такі як Буковель, Драгобрат, Славське, забезпечували туристам висококласні послуги, зокрема модернізовані лижні траси, витяги та інфраструктуру для сноуборду, а також навчання для новачків [45].

Залучення великої кількості як українських, так і іноземних туристів стало можливим завдяки вдосконаленню інфраструктури та створенню комфортних умов для відпочинку. Крім того, значним попитом користувався зелений туризм, який пропонував туристам відпочинок у екологічно чистих районах на базах сільського типу, що зосереджувалися на органічному виробництві та природному середовищі [8].

Цей напрямок особливо привертав тих, хто шукав спокій та єднання з природою. Водночас розвиток SPA-курортів в Карпатах, зокрема в таких місцях, як Моршин, Трускавець, був пов'язаний з лікувальними водами та зростаючим інтересом до відновлення здоров'я за допомогою природних ресурсів. Відпочинок на таких курортах був популярним серед людей середнього віку та старшого покоління. Активний туризм, включаючи пішохідні маршрути, велопоходи та рафтинг, також ставав дедалі більш популярним, зокрема через численні туристичні стежки та річки Карпат, що надавали можливість для захоплюючих пригод у природі.

До початку війни Карпати мали кілька ключових туристичних центрів, кожен з яких пропонував різноманітні послуги та інфраструктуру для різних категорій туристів. Буковель, який став одним із найпопулярніших курортів

не тільки в Україні, але й у Східній Європі, мав широкий спектр послуг для зимового та літнього відпочинку. Головною привабливістю Буковеля були його гірськолижні траси, що відповідали найвищим стандартам. Курорт пропонував лижні підйомники різних рівнів складності, від початкових до професійних, що дозволяло задовольнити потреби як новачків, так і досвідчених лижників. Крім того, були доступні сноуборд-парки, дитячі лижні траси та школи для навчання. Літній відпочинок у Буковелі також став популярним завдяки численним велосипедним та пішохідним маршрутам, що проходять через мальовничі карпатські ландшафти. Велосипедні траси мали різний рівень складності, від простих до екстремальних спусків, що робило курорт привабливим як для любителів спокійних прогулянок, так і для адреналінових активностей [9].

Окрім гірськолижного та активного туризму, Буковель надавав високоякісні СПА-послуги. Місцеві СПА-центри пропонували туристам відновлення фізичного та психоемоційного здоров'я через різноманітні процедури, такі як масажі, сауни, термальні басейни, лікувальні обгортання та косметичні послуги. Серед інших послуг варто зазначити басейни з підігрітою водою, релакс-зони та приватні кабінки для індивідуальних процедур. Крім того, Буковель активно розвивав інфраструктуру для бізнес-туризму, забезпечуючи комфортні конференц-зали, де проводились різноманітні ділові заходи, семінари та тренінги. Це зробило курорт популярним серед корпоративних клієнтів, які бажали поєднати робочі заходи з відпочинком на природі [1].

Славське було відоме своєю доступністю для початківців гірськолижників, що робило його ідеальним місцем для тих, хто тільки починав займатися зимовими видами спорту. Курорт пропонував численні лижні траси, що підходили для новачків, а також школи для навчання катанню на лижах та сноубордах. Водночас, Славське стало популярним серед туристів, які шукали екологічно чисті та малонаселені місця для відпочинку. Тут активно розвивалися еко-тури та пішохідні маршрути через

мальовничі гірські пейзажі та лісисті території. Окрім гірськолижного туризму, Славське пропонувало чудові умови для літнього відпочинку, зокрема велопогулянки та пішохідні екскурсії по горах. Крім того, на курорті було багато готелів та баз відпочинку з традиційними карпатськими ресторанами, де туристи могли скуштувати місцеві страви та насолодитися атмосферою затишку [10].

Драгобрат, розташований на високогір'ї, притягував досвідчених лижників завдяки своїм складним та довгим трасам, які пропонували високу якість снігового покриву. Тут можна було знайти унікальні траси для фрірайду, що робило курорт привабливим для любителів екстремальних видів спорту. Інфраструктура Драгобрата також включала сучасні гірськолижні підйомники, готелі, кафе та ресторани, де подавали традиційну карпатську кухню. Особливістю курорту було те, що він був розташований на великій висоті, що дозволяло забезпечити хороші умови для катання навіть у пізні зимові місяці, коли інші курорти вже мали проблеми зі снігом. Влітку ж, завдяки своїй високогірній природі, Драгобрат став популярним місцем для туристів, які прагнули відпочити в тиші і спокої гір, подалі від міської метушні [36].

Яремче, яке славилося своєю близькістю до природних пам'яток, таких як водоспади та гори, стало центром культурного туризму. Місто було популярним серед туристів, які бажали не лише відпочити, але й познайомитися з місцевою культурою та традиціями. Яремче було ідеальним місцем для організації екскурсій по навколишніх природних об'єктах, таких як водоспад Пробій, гора Маковиця та численні міні-музеї. Крім того, Яремче активно розвивало інфраструктуру для зеленого туризму та сільських гостин, де туристи могли зануритися в атмосферу карпатських сіл, спробувати місцеві страви та побувати на традиційних майстер-класах з рукоділля. Тут також розташовувалися численні готелі та еко-бази, що надавали туристам можливість провести відпочинок на природі, далеко від цивілізації, в умовах, наближених до традиційного карпатського побуту [51].

Трускавець, відомий своїми лікувальними водами, став центром СПА-туризму в Україні. Курорт привертав людей, які бажали покращити своє здоров'я та пройти курси лікування за допомогою мінеральних вод. Трускавець славився своїми санаторіями та лікувальними комплексами, що пропонували широкий спектр послуг: від процедур для відновлення після хвороб до профілактичних курсів. Гостям були доступні різноманітні процедури, такі як термальні ванни, масажі, фізіотерапія, а також спеціальні дієти та харчування, що забезпечували загальне оздоровлення організму. Курорт також пропонував послуги для сімейного відпочинку, зокрема організовував дитячі оздоровчі програми та розважальні заходи для дітей. Крім того, Трускавець мав розвинену інфраструктуру для конференц-туризму, що привертало бізнесових туристів, які поєднували ділові поїздки з оздоровленням [27].

Туризм був одним із важливих економічних секторів для Карпатського регіону. Він значно впливав на місцеву економіку, забезпечуючи робочі місця для тисяч людей, зокрема у сфері готельного господарства, транспорту, харчування та екскурсійних послуг. Окрім цього, розвиток туризму стимулював будівництво нових об'єктів інфраструктури, таких як дороги, аеропорти, залізничні станції, що в свою чергу підвищувало рівень доступності регіону. Вклад туризму в економіку Карпат досягав значних розмірів, особливо в зимовий та літній сезони, коли кількість туристів досягала пікових значень. Місцеві підприємства отримували прибутки від продажу сувенірів, послуг прокату спорядження, харчування та проживання, а також зростала потреба у кваліфікованих працівниках. Важливим аспектом також було те, що туризм стимулював розвиток малого та середнього бізнесу, який обслуговував потреби туристів, від закладів харчування до спеціалізованих магазинів та гідів [48].

Перед війною в Карпатах було реалізовано багато ініціатив, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності регіону. Одним із основних аспектів була модернізація інфраструктури, включаючи ремонт та

будівництво доріг, поліпшення транспортних з'єднань з іншими регіонами України та Європи, а також розвиток системи громадського транспорту, що дозволяло знижувати витрати часу для туристів на подорожі. Приватні інвестори активно вкладали кошти в розвиток готелів, оздоровчих комплексів, нових гірськолижних трас і лижних витягів, що дозволяло підвищити рівень обслуговування та розширити спектр послуг. Усі ці заходи сприяли поступовому підвищенню привабливості Карпат для міжнародних туристів і зміцнювали регіон як важливий туристичний хаб [35].

Незважаючи на серйозні труднощі, які туризм зазнав після початку війни в 2022 році, Карпати мають значний потенціал для відновлення і подальшого розвитку. Природні ресурси, туристичні об'єкти та історичні пам'ятки залишаються важливими складовими, які можуть стати основою для відродження туристичного потоку. Очікується, що після завершення конфлікту на відбудову регіону будуть залучені інвестиції, спрямовані на розвиток інфраструктури, зокрема гірськолижних курортів та екологічного туризму. Можливість реалізації нових міжнародних проєктів, таких як транскордонний туризм з сусідніми країнами, також має перспективу. Карпати можуть стати одним з найбільш відвідуваних регіонів України, завдяки природним ресурсам та відновленій інфраструктурі.

## **2.2. Вплив воєнних дій на туристичну галузь Карпат.**

З початком повномасштабної війни в Україні туристична галузь, зокрема в Карпатах, пережила серйозні зміни, що призвели до значного спаду попиту на кілька видів туризму. Серед перших, хто зазнав найбільших втрат, став гірськолижний туризм. Закриття багатьох гірськолижних курортів, зокрема Буковеля та Драгобрата, у перші місяці війни, а також зменшення кількості туристів, обумовлене як бойовими діями, так і економічними труднощами, призвели до суттєвого зниження попиту. У 2022 році лише 30-40% відвідувачів залишилися на основних гірськолижних курортах, у порівнянні з попереднім роком, коли курорти були заповнені туристами, в

основному з інших країн. Гірськолижні курорти Карпат, зокрема в зимовий період, залежали від іноземних туристів, що призвело до значних втрат, коли кордони стали закритими або обмеженими для подорожей. У той самий час внутрішній туризм також знизився через низку причин: багато українців перебували в зонах бойових дій або були вимушені залишати свої домівки через евакуацію [20].

Зменшення попиту на гірськолижний туризм не стало єдиним негативним фактором для туристичної індустрії Карпат. Інші види відпочинку, зокрема SPA-туризм, також зазнали серйозних труднощів. Багато курортів, що спеціалізувалися на оздоровчих процедурах та відновленні здоров'я, змушені були тимчасово припинити свою діяльність або обмежити доступ до своїх послуг через нестабільну ситуацію. Кількість гостей на таких курортах, як Трускавець, значно знизилася, оскільки люди, котрі раніше обирали цей напрямок для відпочинку та лікування, шукали більш безпечні варіанти, які не завжди могли бути доступні в умовах воєнного стану. Окрім цього, невизначеність ситуації, у тому числі можливі загрози терористичних актів і ракетних ударів, значно знизила привабливість таких курортів для потенційних відвідувачів. Програми оздоровлення, спа-послуги та курортне лікування зазнали істотних змін, і кількість туристів, які обирали ці види відпочинку, знизилася на 50-60% [44].

Водночас попит на зелений туризм та активний відпочинок зростає, оскільки такі види туризму не вимагали великих інвестицій у інфраструктуру і мали більшу гнучкість в умовах непередбачуваних ситуацій. Відпочинок на природі, пішохідні і велосипедні маршрути, кемпінги та екскурсії по національних парках стали доступними та безпечними варіантами для внутрішніх туристів. Зокрема, зросла популярність турів по екологічно чистих районах Карпат, таких як Синевирський національний парк або Карпатський біосферний заповідник. Тури з орієнтацією на природу, активний відпочинок та екологічні програми набули популярності серед громадян, які прагнули втекти від стресу, спричиненого війною. Але цей

напрямок не зміг повністю перекрити втрати в гірськолижному та SPA-туризмі, оскільки не кожен турист був готовий до активних видів відпочинку в умовах війни, коли навіть найменші загрози могли бути серйозними.

Особливістю стало також те, що внутрішній туризм набув певної популярності в межах регіону, однак, попит на більш елітні види відпочинку, такі як бізнес-туризм або культурно-історичні тури, практично зник. Це також стало наслідком економічної ситуації в Україні – багато українців не могли дозволити собі подорожі, особливо на великі відстані або в дорогі курорти. Такі фактори, як зниження купівельної спроможності та скорочення бюджетів на розваги, призвели до того, що економічні та соціальні бар'єри для традиційного туризму в Карпатах стали значними [25].

Тому, хоча внутрішній туризм у Карпатах дещо відновився, значне зниження попиту на традиційні види туризму (зокрема гірськолижний і СПА) внаслідок війни стало величезною проблемою для місцевих туристичних підприємств, що зазвичай орієнтувались на іноземних гостей та на елітні сегменти ринку.

Один з найбільших викликів, з якими стикнувся туристичний сектор Карпат під час війни, це проблеми з логістикою та інфраструктурою. На багатьох курортах знизилась кількість доступних готельних номерів та сервісів через вимушене переміщення населення та евакуацію. Інфраструктура, що до цього активно розвивалася, опинилася під загрозою через брак фінансування, а також через зменшення кількості туристів та споживачів. Важливим аспектом стала і проблема безпеки. Відсутність стабільності та ризику терористичних актів чи обстрілів знижували інтерес до туристичних поїздок, навіть в тих регіонах, де військові дії не велися безпосередньо.

Додатково, багато туристичних об'єктів тимчасово припинили свою діяльність, оскільки не могли забезпечити належний рівень безпеки для своїх гостей, особливо через зростання загрози ракетних ударів і обстрілів. Наприклад, через перебої з електропостачанням і відключенням

водопостачання, багато СПА-курортів та готелів були змушені обмежити свою діяльність або тимчасово закрити свої двері. Зміни в транспортних маршрутах, обмеження на пересування через воєнний стан, а також перегляд пріоритетів у державному бюджеті на користь оборони суттєво ускладнили доступ туристів до традиційних курортів Карпат [29].

Попри всі труднощі, внутрішній туризм в Україні показав ознаки відновлення внаслідок перенаправлення туристичних потоків. Множина українців, які раніше подорожували за кордон, тепер шукали можливості відпочинку на території України. Карпати стали одним із найбільш популярних регіонів для внутрішнього туризму, оскільки багато українців бажали знайти безпечне місце для відпочинку, де могли б насолодитися природою, уникнувши воєнних загроз. Водночас, підвищений попит на зелені тури та еко-туризм дозволив деяким карпатським курортам знайти нові можливості для розвитку. Гірські пішохідні маршрути, спостереження за дикою природою, активні види спорту – все це здобуло нову популярність серед українських туристів, які шукають спокій і безпеку.

На жаль, навіть з урахуванням внутрішнього попиту, багато регіонів України, зокрема Карпати, не змогли повністю компенсувати втрати, викликані припиненням міжнародного туризму та бойовими діями. Серед туристів, які обирали Карпати, зростає кількість людей, що прагнуть організувати відпочинок з родинами або відправлятися на відновлення здоров'я після стресу, спричиненого війною. Цей тренд продовжував розвиватися, однак він потребував нових стратегій розвитку інфраструктури, які б відповідали новим вимогам безпеки.

Після війни Україна і Карпати зокрема будуть стикатися з необхідністю відновлення туристичної інфраструктури, особливо якщо враховувати руйнування, які могли статися внаслідок бойових дій. Очікується, що для відновлення інфраструктури буде потрібно кілька років, і у цьому процесі активно братимуть участь як державні, так і приватні інвестори. Зокрема, необхідно буде відновити інфраструктуру транспортних сполучень, готельних

комплексів, підйомників та лижних трас. Водночас, завдяки перенаправленню туристичних потоків, деякі карпатські курорти змогли вижити завдяки внутрішньому попиту, і цілком можливо, що після завершення конфлікту вони стануть основними місцями для відпочинку національних туристів [49].

Потенціал для відновлення туризму в Карпатах, безумовно, є. Природні ресурси, здобуті на роки, культурна спадщина, спокійні гірські ландшафти та національні парки можуть стати основою для відродження туристичного бізнесу. Інвестування в безпеку та зручності, розвиток нових еко-ініціатив, а також забезпечення підтримки місцевих підприємств дозволять регіону не тільки повернутися до довоєнних обсягів туризму, але й створити нові можливості для розвитку індустрії після завершення бойових дій.

### **2.3. Нові тенденції у туристичних практиках: внутрішній, зелений та етнотуризм.**

У зв'язку з повномасштабною війною 2022 року в Україні, туристична галузь зазнала глибоких трансформацій, і Карпати стали одним із регіонів, де найяскравіше проявилися нові тенденції в туристичних практиках. Однією з таких тенденцій стала активна популяризація локальних подорожей і мінівідпочинку. Обмеження безпеки, складна логістика та економічні труднощі спонукали українців обирати ближчі до дому напрямки для відпочинку. Карпати у цьому контексті стали справжнім «внутрішнім магнітом», куди почали масово їхати як мешканці заходу країни, так і переселенці з центральних та східних областей. Місцеві громади швидко адаптувалися до нових умов – наприклад, у селищах Верховина, Косів, Ворохта, Ясіня та інших почали з'являтися нові мінісадиби, глемпінги та екологічні ферми, що надавали послуги мінівідпочинку на 2 – 3 дні. Це відповідало зростаючому попиту на короткі тури вихідного дня, особливо серед молоді та сімей із дітьми [15].

Одночасно з цим зростав інтерес до зеленого туризму – формату, який передбачає активне перебування на природі, мінімальне втручання в

екосистему та безпосереднє знайомство з сільським способом життя. Карпати якнайкраще відповідали цим потребам завдяки своїй багатій природній спадщині. Особливої популярності набули маршрути через національні парки – Карпатський, Синевирський, Гуцульщина та Ужанський. Туристи шукали спокою, тиші, чистого повітря, гірських краєвидів та живого спілкування з місцевими жителями. У відповідь на це, місцеві підприємці почали розвивати програми з органічного харчування, збору трав, майстер-класи з народних ремесел і кулінарії. Наприклад, у селі Яворів на Львівщині проводяться регулярні фестивалі ліжникарства, а в селі Іза на Закарпатті – екскурсії з плетіння з лози. Такі ініціативи не лише підтримували зайнятість у регіоні, але й сприяли збереженню традиційної культури.

Не менш важливою тенденцією стало зростання етнотуризму, що ґрунтується на інтересі до самобутньої культури, звичаїв і побуту мешканців Карпат. У період війни, коли українці активно шукали ідентичність та підтримку в традиціях, етнокультурні елементи стали ще більш привабливими. Туристи відвідували гуцульські музеї, етнохати, брали участь у святкуваннях народних свят – таких як «Полонинське літо», «Свято бринзи» чи «Гуцульська коляда». На Франківщині та Закарпатті зростала популярність традиційних дерев'яних садиб у стилі гуцульського модерну, які пропонували проживання з використанням пічного опалення, локальних продуктів і старовинного посуду. Також розвивалися маршрути етнографічного характеру, наприклад, «Дорогою сиру і вина» або «Гуцульський кулінарний шлях», які дозволяли не лише пізнати культуру, а й підтримати локальних виробників. Таким чином, нові форми туризму – внутрішній, зелений та етнотуризм – не тільки адаптували Карпатський регіон до реалій війни, а й сприяли збереженню культурної ідентичності та сталому розвитку місцевих громад [16].

У сучасному екоорієнтованому суспільстві зелений туризм у Карпатах набув особливого значення як один із найперспективніших напрямків сталого розвитку регіону. На тлі глобальної зміни клімату, урбанізації та війни, яка

зумовила потребу у відновленні психологічного та фізичного стану, все більше людей звертають увагу на природні форми відпочинку. Зелений туризм, що базується на принципах екологічної відповідальності, природоохоронної свідомості та підтримки місцевих громад, став не лише способом втечі від міського стресу, а й важливим інструментом популяризації екологічного способу життя. У Карпатах, де збереглися унікальні ландшафти, традиційне землеробство, чисті джерела та багатий етнокультурний спадок, зелений туризм дає можливість туристу відпочивати без шкоди для природи і з максимальною користю для місцевого населення.

Сьогодні значна частина агроосель та екоферм у Карпатах функціонують відповідно до принципів сталого розвитку. За даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2023 році на території Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей працювало понад 1 200 об'єктів сільського та зеленого туризму, з яких близько 40% пропонують послуги, сертифіковані як «еко-дружні» (eco-friendly). Ці заклади мінімізують використання пластику, забезпечують роздільний збір сміття, використовують альтернативні джерела енергії (зокрема сонячні панелі) та постачають харчі з власного господарства. Багато з них пропонують туристам не тільки проживання, а й інтерактивні заняття: догляд за тваринами, доїння кіз, участь у збиранні лікарських трав, майстер-класи з виготовлення сиру, вишивки чи кераміки [17].

Етнотуризм у Карпатському регіоні став не лише формою відпочинку, а й важливим засобом збереження та промоції культурної спадщини України, особливо в умовах повномасштабної війни з Росією, коли питання національної ідентичності стало надзвичайно актуальним. Карпати – це унікальний культурний регіон, де зосереджено безліч традицій, звичаїв і ремесел, що передаються з покоління в покоління. Зокрема, гуцули, бойки, лемки та інші етнографічні групи зберегли свої особливі діалекти, строї, архітектуру, духовні практики та обрядовість. Етнотуризм дозволяє туристам не просто спостерігати за цим культурним середовищем, а стати його

активними учасниками – долучитися до святкувань, майстер-класів, дегустацій, занять із народного танцю чи музики. У роки війни такі досвіди відіграють важливу роль у зміцненні культурного фронту України – опори для формування стійкої національної свідомості [13].

У багатьох громадах Івано-Франківської, Закарпатської та Львівської областей розвиток етнотуризму став стратегічним напрямком. Наприклад, у Верховині діє кілька етнографічних музеїв, серед яких – Музей гуцульської магії, Музей музичних інструментів Романа Кумлика, Музей «Тіні забутих предків». Вони не лише приваблюють туристів, а й відіграють важливу роль у збереженні нематеріальної спадщини. У Косові та Яворові відроджуються ремесла – ткацтво, різьбярство, гончарство, писанкарство, традиційна ліжникарська справа. Туристи мають змогу взяти участь у творчому процесі, купити унікальні вироби та поспілкуватися з майстрами. Усе це підтримує локальну економіку, дає роботу громадам і популяризує українську культуру на внутрішньому ринку, що особливо важливо, коли експорт культурних практик через туризм за кордон обмежено через війну.

Значну роль у розвитку етнотуризму відіграють етнофестивалі та культурні події, які незважаючи на складні обставини, продовжують проводитися та навіть набирають нових форм. Наприклад, у 2023 році в селі Криворівня відбулося традиційне святкування гуцульської Коляди, що зібрало кілька тисяч туристів і стало символом єдності та культурної непохитності українського народу. Інший приклад – фестиваль «Берлибаський бануш» на Рахівщині, де можна скуштувати автентичні страви, послухати народну музику й ознайомитися з побутом гуцулів. Такі події часто проводяться у співпраці з місцевими органами влади, культурними організаціями та активістами, які розуміють, що збереження культури – це частина опору агресору. Адже Росія десятиліттями намагалася знецінити й знищити автентичну українську культуру, натомість етнотуризм у Карпатах виступає інструментом її активної оборони і поширення [22].

Особливої актуальності етнотуризм набув у контексті переселення внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які через війну оселилися в Карпатському регіоні. Для багатьох із них знайомство з місцевими традиціями стало частиною процесу адаптації, емоційного відновлення та переосмислення національної ідентичності. Багато ініціатив, таких як «Етнохата в горах» (Закарпаття) чи «Дні традиційної культури» (Буковина), орієнтовані як на туристів, так і на ВПО. Це не тільки інтеграція, а й створення нового культурного простору, де різні частини України взаємодіють, поглиблюючи знання про власну спадщину. В умовах війни етнотуризм у Карпатах набув значення культурної терапії, де кожен учасник – і гість, і господар – долучається до спільної справи збереження й промоції української культури як невід’ємної складової національного спротиву.

Таким чином, аналіз розвитку туризму в Карпатському регіоні в умовах воєнного стану засвідчив як наявність значного потенціалу, що сформувався до 2022 року, так і глибокі трансформації, спричинені повномасштабною війною. До початку збройного конфлікту Карпати мали розвинену туристичну інфраструктуру з численними курортами, активними видами туризму, системою послуг та стабільним потоком туристів. Проте бойові дії, загроза безпеці, логістичні труднощі та економічна нестабільність стали викликами для подальшого функціонування галузі. Попри це, регіон виявив здатність адаптуватися: туристичні потоки перенаправилися на внутрішній ринок, а акцент змістився на безпечні, екологічні та культурно-орієнтовані форми туризму.

У контексті нових викликів особливу роль почали відігравати внутрішній, зелений та етнотуризм – як соціально, так і культурно значущі напрями. Вони сприяють не лише збереженню природного й культурного багатства Карпат, але й психологічній реабілітації населення, підтримці місцевих громад і розвитку малого підприємництва. У воєнний час туризм у Карпатах поступово трансформується в більш сталу, осмислену та національно свідому практику, що виконує важливу гуманітарну, економічну

й ідентифікаційну функцію. Це свідчить про здатність туристичної галузі регіону не тільки вистояти у складних умовах, а й стати важливою складовою відновлення України.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТАХ ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ ВОЄННИХ ДІЙ

### 3.1. Основні виклики та проблеми відновлення туристичної галузі.

Сфера регіонального туризму в Карпатах після завершення воєнних дій постане перед низкою серйозних проблем і викликів, які необхідно буде системно вирішувати для забезпечення відновлення та сталого розвитку галузі. Одним із головних викликів стане відновлення туристичної інфраструктури, яка внаслідок повномасштабного вторгнення Росії зазнала як прямих, так і опосередкованих втрат. Хоча Карпатський регіон не став ареною активних бойових дій, загальна воєнна ситуація спричинила масштабний занепад логістики, замороження інвестиційних проєктів, різке зниження туристичного попиту з-за кордону та внутрішнього ринку. За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2022 році в Україні було реалізовано лише 18% запланованих інфраструктурних проєктів у туристичній сфері, тоді як у 2021 році цей показник становив понад 60%. У регіонах Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей частково припинили функціонування або скоротили обсяги роботи понад 30% готельно-ресторанних об'єктів, а також кілька десятків туроператорів [46].

Особливо критичною є ситуація з транспортною доступністю до ключових туристичних кластерів. Через руйнування частини мостів та автошляхів у суміжних регіонах, а також тимчасову зупинку залізничного сполучення на деяких напрямках, потік туристів зменшився навіть у популярних напрямках, як-от Буковель, Славське чи Верховина. Водночас потреба у нових логістичних розв'язках, зокрема швидкісних маршрутах до регіону, стала ще нагальнішою. За словами представників місцевої влади, на 2024 рік було заплановано проєктування нової автомобільної траси «Карпати-Хаб», яка має покращити зв'язок між центральною Україною та Західними областями, однак через брак фінансування проєкт перенесли. Також критичною залишається потреба в оновленні залізничних станцій,

автостанцій та сервісних зон, що мають відігравати ключову роль у післявоєнному перезапуску туристичних потоків. Крім того, відновлення інфраструктури в Карпатах повинно враховувати принципи сталого розвитку та кліматичні виклики, адже регіон вже страждає від наслідків неконтрольованого туризму, вирубки лісів та ерозії ґрунтів [14].

У воєнний час, коли увага держави зосереджена на оборонних питаннях, рівень контролю за забудовою та природокористуванням значно знизився. За оцінками екологічних організацій, таких як «Екодія» та «WWF Україна», у 2023 році площа стихійної забудови на територіях Карпатського біосферного заповідника зросла на 12% порівняно з довоєнним періодом. У зв'язку з цим виникає необхідність не просто у фізичному відновленні туризму, а у впровадженні нових систем управління ресурсами, зокрема «розумних» еко-маршрутів, сучасних очисних систем, контролю за потоками відвідувачів і розвитку сталих об'єктів проживання – екоготелів, хостелів на основі енергоефективних технологій тощо [34].

Усі ці проблеми не можуть бути вирішені в межах лише регіональних ініціатив – вони потребують державної стратегії відновлення туризму, яка б інтегрувала Карпатський регіон у загальноукраїнську систему соціально-економічної реконструкції. Слід передбачити створення спеціальних програм підтримки малого та середнього бізнесу у сфері туризму, залучення міжнародної допомоги, включення туризму в плани децентралізованого розвитку ОТГ. Перспектива післявоєнного відродження Карпат як туристичного магніту України має стати не лише питанням економіки, а й важливим елементом культурної ідентичності та відновлення психологічної рівноваги нації після тривалого періоду стресу й втрат [50].

Іншим вагомим бар'єром для повноцінного відновлення стане гостра нестача кваліфікованих кадрів у туристичній сфері, що є наслідком як безпосереднього впливу війни, так і довготривалих структурних проблем у підготовці фахівців. З початку повномасштабного вторгнення значна частина працівників готельно-ресторанного бізнесу, екскурсоводів, менеджерів

туроператорів, інструкторів з активного туризму та суміжних професій або виїхала за кордон, або змінила сферу діяльності через економічну невизначеність та відсутність стабільного заробітку. За даними Державної служби зайнятості, лише у 2023 році кількість офіційно працевлаштованих у сфері туризму в західних областях України скоротилася на майже 35% порівняно з 2021 роком. У Івано-Франківській та Закарпатській областях ця цифра сягнула 40%, що створює серйозну загрозу для ефективного функціонування туристичних об'єктів після завершення війни.

Особливо критичною є ситуація у високоспеціалізованих напрямках туризму, таких як SPA-туризм, медичний, лікувально-оздоровчий та рекреаційний туризм, що потребують не лише загального сервісу, а й професійної медичної, фізіотерапевтичної та психологічної підготовки персоналу. Такі курорти, як Трускавець, Східниця, Міжгір'я чи Шаян, які до війни були флагманами вітчизняного лікувального туризму, сьогодні частково втратили свій кадровий потенціал. Наприклад, у Трускавці, за словами керівництва місцевого санаторно-курортного об'єднання, дефіцит медичного персоналу сягнув 50%, що змушує адміністрацію обмежувати кількість прийнятих пацієнтів і знижувати спектр послуг. До того ж, відсутність стабільного навантаження в умовах воєнного часу не дозволяє курортам наймати молодих фахівців, які закінчують профільні навчальні заклади [7].

Ще одним чинником, який ускладнює відновлення кадрового ресурсу, є низька мотивація молоді працювати в туристичній сфері, що часто вважається нестабільною, сезонною та малоперспективною. За результатами дослідження, проведеного Київським національним торговельно-економічним університетом у 2023 році, лише 18% студентів туристичних спеціальностей висловили бажання працювати в обраній сфері після завершення навчання. Молодь дедалі частіше обирає професії, пов'язані з ІТ, логістикою, медициною або міграцію за кордон, що ще більше загострює проблему дефіциту кадрів на рівні регіонального туризму. Водночас в Україні все ще бракує сучасних освітніх програм, що адаптовані до реалій

післявоєнного періоду – з акцентом на кризовий менеджмент, цифрові інструменти у туризмі, мультикультурну комунікацію та сталий розвиток.

У цьому контексті особливої актуальності набуває необхідність комплексного оновлення системи підготовки кадрів у галузі туризму. Післявоєнний період має стати точкою перезапуску профільної освіти з акцентом на практичну підготовку, міжнародні стажування, співпрацю з регіональними бізнесами та впровадження дуальної освіти. Потрібні державні та регіональні програми мотивації молоді – наприклад, через грантову підтримку, стипендії для студентів з малих громад, відшкодування за проходження практики у гірських районах. Також варто активніше залучати ветеранів, ВПО та переселенців до навчання новим спеціальностям у сфері туризму, відкриваючи для них можливості для реінтеграції в економічне життя регіону. Це дозволить не лише вирішити проблему нестачі кадрів, а й зробити туристичну галузь Карпат справді соціально значущою у процесі відновлення України після війни.

Не менш важливою і водночас дедалі гострішою проблемою для Карпатського регіону залишається питання екологічної рівноваги та ефективного управління природними ресурсами. У період повномасштабної війни навантаження на природні території значно зросло – не лише через зростання внутрішнього туризму, а й через переміщення великої кількості внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які були змушені тимчасово або постійно оселитися в екологічно вразливих гірських районах. За оцінками Державної служби статистики України, лише протягом 2022 року до чотирьох західних областей – Івано-Франківської, Львівської, Закарпатської та Чернівецької – перемістилося понад 1,5 мільйона осіб. Це спричинило зростання навантаження на комунальну інфраструктуру, водні ресурси, гірські ландшафти, а також спровокувало неконтрольовану урбанізацію і збільшення побутових відходів у межах природоохоронних територій [11].

Особливо страждають такі ключові природні комплекси, як Карпатський біосферний заповідник, Національний природний парк

«Гуцульщина», НПП «Сколівські Besкиди», НПП «Синевир» та інші. За даними Всеукраїнської екологічної ліги, в умовах воєнного стану фінансування для охорони цих об'єктів зменшилося в середньому на 30 – 40%, що унеможливило повноцінний моніторинг, охорону територій та проведення просвітницьких заходів. Як наслідок – зростає нелегальне будівництво в зонах обмеженого доступу, збільшується вирубка лісів, самовільне прокладання трас для джипінгу, квадроциклів і навіть скутерів у заказниках. Ці дії призводять до порушення екосистемного балансу, зникнення рідкісних видів флори та фауни, зсувів ґрунтів і руйнування ландшафтів.

Згідно з дослідженням, проведеним Інститутом екології Карпат НАН України у 2023 році, рівень засміченості територій поблизу популярних туристичних маршрутів (зокрема в районах Говерли, озера Синевир, г. Піп Іван та полонин) зріс удвічі порівняно з 2021 роком. У деяких локаціях, як-от у районі підйому на Говерлу з боку с. Лазещина, рівень сміттевого навантаження в літній сезон сягав 10 – 15 кг відходів на квадратний кілометр. Такі масштаби забруднення є критичними для територій, що мають охоронний статус і природну цінність не лише для України, а й для всієї Центрально-Східної Європи [13].

Забезпечення сталого розвитку туризму в Карпатах у післявоєнний період буде неможливим без системного впровадження принципів екологічної відповідальності, збалансованого планування та громадської участі. Серед ключових рішень, що мають бути реалізовані, створення системи екологічного моніторингу туристичних потоків, введення обов'язкового екообліку при розміщенні нових туристичних об'єктів, підвищення штрафів за порушення режиму охорони, а також активне залучення місцевих громад до проєктів з ековідновлення. Не менш важливою є популяризація екопросвітницьких програм серед туристів, особливо молоді, які часто є найактивнішими користувачами гірських маршрутів. У перспективі – розробка Національної стратегії екологізації туризму в Карпатах, що має

поєднати інтереси охорони природи, місцевих жителів та сталого розвитку туристичної галузі [42].

Окремою, але стратегічно важливою проблемою розвитку туризму в Карпатському регіоні є обмежена інтеграція сучасних цифрових технологій у туристичну інфраструктуру. Попри те, що ще до повномасштабної війни провідні курорти, такі як Буковель, Трускавець та частково Славське, активно використовували онлайн-сервіси для бронювання, вебплатформи для маркетингу, інтерактивні карти та мобільні застосунки для туристів, понад 65% малого та середнього бізнесу у сфері туризму залишалися поза межами цифрової трансформації. За даними дослідження, проведеного Українською асоціацією туризму у 2022 році, менше 30% садиб зеленого туризму в Карпатах мали власні сайти, і лише 15% активно користувалися соцмережами або платформами на кшталт Booking.com чи Airbnb. Багато об'єктів працювали в режимі «по дзвінку» або через особисті контакти, що обмежувало їхню видимість на туристичному ринку, особливо для іноземних або нових внутрішніх клієнтів.

В умовах післявоєнного відновлення це питання набуває ще більшої актуальності, оскільки туристичний ринок змінюється у бік цифрової мобільності, персоналізації сервісів і швидкої адаптації до потреб клієнта. Саме тому вкрай важливим стане впровадження смарт-рішень – зокрема електронних систем управління потоками туристів, цифрових платформ для бронювання проживання та послуг, віртуальних турів з елементами доповненої реальності, чат-ботів для навігації, а також інструментів аналітики на основі Big Data. Такі технології вже успішно застосовуються в розвинених країнах для розвантаження перенаселених локацій, аналізу популярності маршрутів, гнучкого ціноутворення та планування ресурсів. В Україні, наприклад, подібні ініціативи вже тестуються в рамках пілотних проєктів у Львівській області, зокрема для оптимізації навантаження на туристичні об'єкти в сезон.

Крім того, впровадження єдиного цифрового туристичного кабінету регіону або платформи на кшталт «Digital Carpathians» могло б стати рушієм для прозорої координації між суб'єктами ринку – органами місцевого самоврядування, підприємцями, екологами, освітніми установами та самими туристами. Така платформа могла б включати реєстр об'єктів розміщення, календари подій, інтерактивні маршрути, рейтинг туристичних послуг, а також механізми зворотного зв'язку та оцінювання сервісів. За словами експертів з Інституту регіонального розвитку, цифровізація туризму дозволяє підвищити прибутковість галузі на 20 – 30% вже у перші роки впровадження технологій, що є вкрай важливим у контексті повоєнного економічного зростання [2].

Нарешті, цифрові технології здатні стати ключовим інструментом у процесі просування Карпатського регіону на міжнародному туристичному ринку. За умов, коли імідж України потребує відновлення і підтримки, віртуальні тури, доступні багатомовні ресурси, візуальні історії про культуру, природу та безпеку регіону можуть значно посилити привабливість Карпат для європейських, азійських та північноамериканських мандрівників. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), понад 70% мандрівників у світі шукають напрямки, які активно комунікують з ними онлайн, а 62% користуються лише цифровими платформами для планування подорожей. Відтак, для Карпат – це шанс не тільки відновитися, а й посилити свою конкурентоспроможність на глобальному рівні.

### **3.2. Можливості для розвитку: роль громади, бізнесу та влади.**

Процес післявоєнного відновлення туристичної індустрії Карпатського регіону має великий потенціал для відродження і розвитку не тільки економіки, але й культурної та екологічної спадщини цього унікального регіону. У цьому процесі громади виступатимуть не лише як важливі організатори змін, але й як стратегічні координатори розвитку, забезпечуючи сталий та відповідальний підхід до розвитку туризму. Громадська участь і

підтримка місцевого самоврядування стануть основою для побудови успішних та стійких туристичних продуктів, що сприятимуть як економічному зростанню, так і збереженню природного середовища.

Одним з основних елементів, який сприяє розвитку громад на поствоєнному етапі, є реформа децентралізації, що започаткувала суттєві зміни у системі управління на місцях. Ця реформа дозволила місцевим громадам отримати більшу автономію та повноваження у процесах планування і впровадження проектів розвитку. Громади стали здатні не лише брати на себе відповідальність за вирішення поточних питань місцевого значення, але й самостійно ініціювати та управляти проектами, в тому числі в галузі туризму. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси регіону і залучати інвестиції для розвитку інфраструктури та підтримки місцевих підприємців [37].

У Карпатах вже можна спостерігати кілька успішних прикладів активної участі громад у розвитку туризму. Косівська, Верховинська та Ворохтянська громади стали еталонами того, як можна ефективно поєднувати традиції, природу та сучасні потреби туристів. Вони розвивають етнотуризм, пропонуючи туристам незабутні маршрути через місця, багаті на історію та культурні особливості. Крім того, громади активно організують хендмейд-ярмарки, де можна придбати місцеві вироби, що виготовляються за стародавніми технологіями, а також проводять фестивалі, що популяризують карпатські традиції. Ці ініціативи не лише збагачують культурний ландшафт, але й дають можливість місцевим жителям отримувати нові джерела доходу, працюючи безпосередньо з туристами.

Роль місцевого самоврядування в цьому процесі полягає в тому, щоб не тільки організувати і координувати такі ініціативи, але й забезпечувати інфраструктурний розвиток. Це включає в себе як відновлення доріг і транспортної інфраструктури, так і створення нових об'єктів для відпочинку, готелів, кемпінгів і туристичних центрів. Громади мають можливість залучати фінансування через гранти та міжнародні програми, що дає їм змогу

реалізовувати більш амбітні проекти з розвитку туристичних маршрутів, інфраструктури і культурної спадщини [33].

Ще однією важливою складовою успішного розвитку сталого туризму є контроль за екологічними аспектами. Місцеві громади можуть реалізовувати інструменти екологічного моніторингу та регулювання використання природних ресурсів. Важливою є також політика щодо обмеження хаотичної забудови, що може серйозно загрожувати природній красі Карпат, та збереження культурної автентичності. Громади можуть запроваджувати локальні правила, що забезпечать розвиток туризму без шкоди для навколишнього середовища, а також підтримувати культурні практики, що сприяють збереженню історичних пам'яток і традицій.

Таким чином, процес відновлення туристичної індустрії в Карпатах після війни потребує активної участі громад, які стають не лише ініціаторами змін, але й їх реалізаторами. Саме від ефективності місцевого самоврядування залежить, як швидко і з якими результатами регіон зможе відновити своє туристичне середовище, зберігаючи природну і культурну спадщину, одночасно створюючи нові можливості для економічного розвитку та зайнятості.

Малий та середній бізнес у туристичній галузі Карпатського регіону має вирішальне значення для підтримки та розвитку місцевої економіки, особливо в умовах поствоєнного відновлення. Цей сектор не лише формує основну туристичну інфраструктуру регіону, але й сприяє збереженню культурних та природних цінностей Карпат, надаючи при цьому робочі місця для місцевих жителів і сприяючи розвитку підприємництва. У Карпатах більшість туристичних послуг надають саме малі підприємства – приватні садиби, гостьові будинки, мініготелі, ресторани, туристичні гіді, прокати спорядження, виробники сувенірної продукції, майстерні з виготовлення традиційних ремесел тощо.

Згідно з даними Державної податкової служби України, у 2021 році понад 78% зареєстрованих туристичних об'єктів у Львівській, Івано-

Франківській та Закарпатській областях належали до мікро- та малого бізнесу. Це показує, наскільки вагомою є роль саме малих підприємств у формуванні туристичного продукту. Ці об'єкти є не лише частиною інфраструктури, але й часто визначають атмосферу, яку відчують туристи, коли відвідують регіон. Приватні садиби, наприклад, пропонують туристам не тільки комфортне житло, але й безпосереднє знайомство з місцевими традиціями та культурою. Малі ресторани, котрі спеціалізуються на традиційній карпатській кухні, дозволяють відчути справжній смак регіону, що стає важливою частиною туристичного досвіду [52].

Малий та середній бізнес є дуже гнучким та здатним до швидкої адаптації до змін. Це особливо важливо в умовах, коли туристична галузь проходить через етапи післявоєнного відновлення та зміни попиту. Підприємці в Карпатах швидко реагували на нові реалії війни, перебудовуючи свою діяльність та послуги під потреби внутрішніх переселенців, людей, які були змушені покинути свої домівки через військові дії. Багато власників садиб адаптували свої об'єкти для тимчасового проживання людей з обмеженим бюджетом, пропонуючи дешевші варіанти розміщення, що дозволило їм залишатися на плаву навіть у складні часи. Окрім цього, багато підприємців почали співпрацювати з волонтерськими організаціями, надаючи притулок і допомогу вимушеним переселенцям, що, в свою чергу, сприяло зміцненню соціальних зв'язків і підтримці спільнот.

У майбутньому розвиток малого бізнесу в туристичній галузі залишатиметься критично важливим для відродження туристичної індустрії в Карпатах. Оскільки багато малих підприємств досі мають обмежений доступ до фінансових ресурсів, одним із головних напрямків підтримки буде сприяння спрощеному доступу до кредитних ресурсів. Важливими інструментами для стимулювання розвитку будуть податкові пільги для малого бізнесу в туристичній сфері, які дозволять зменшити фінансове навантаження та стимулюватимуть інвестиції в модернізацію та розширення послуг [4].

Також надзвичайно важливою є підтримка через програми професійної освіти та підвищення кваліфікації для місцевих підприємців і працівників сфери туризму. Карпати мають великий потенціал для розвитку нових туристичних напрямків, таких як активний відпочинок, екологічний туризм, гастрономічний туризм та інші. Проте для цього необхідна кваліфікація та підготовка місцевих кадрів, здатних відповідати високим вимогам сучасного туристичного ринку.

Малі підприємства також можуть значно виграти від розвитку цифрових технологій, які дозволяють не лише покращити маркетинг, а й зручніше обробляти замовлення, отримувати відгуки від туристів та зростати в конкурентному середовищі. Враховуючи популярність онлайн-платформ для бронювання, підприємства можуть зекономити на витратах на рекламу та залучення туристів, використовуючи глобальні мережі для поширення інформації про свої послуги [28].

Не менш важливим аспектом є інтеграція малого бізнесу в міжнародні проекти і грантові програми, що дозволяють покращити інфраструктуру та якість послуг, а також підтримка від держави у вигляді субсидій або кофінансування проектів. Це дозволить не лише зберегти конкурентоспроможність, але й підвищити якість надаваних послуг, що безпосередньо впливатиме на туристичний потік в регіоні.

Таким чином, малий та середній бізнес у туристичній галузі Карпат є основою для сталого розвитку регіону, і його підтримка, як на місцевому, так і на державному рівні, є необхідною для того, щоб відновлення після війни стало успішним, а туризм у Карпатах – процвітаючим і стійким.

Вагому підтримку розвитку туризму в Карпатському регіоні може й надалі надавати держава України та міжнародні донори шляхом запуску спеціалізованих програм, надання грантів, інвестування в інфраструктурні та освітні проекти, а також підтримки локальних ініціатив, орієнтованих на сталий розвиток. В умовах післявоєнного відновлення ця підтримка набуває стратегічного значення, оскільки сприяє не лише економічному зростанню

регіону, але й інтеграції місцевих громад у європейський простір, підвищенню туристичної привабливості та конкурентоспроможності Карпат [6].

Однією з важливих державних ініціатив стала програма «єРобота», започаткована урядом України. У 2023 році в межах цієї програми було надано понад 120 мільйонів гривень грантових коштів на розвиток мікробізнесу у сферах туризму та гостинності. Значна частина фінансування була скерована саме в західні області України – Львівську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Закарпатську, де розташовані ключові туристичні локації Карпат. Кошти спрямовувалися на відкриття нових садиб зеленого туризму, облаштування кемпінгів, запуск мобільних гідів, розвиток туристичних послуг, орієнтованих на внутрішній і міжнародний туризм. Наприклад, у Верховинській громаді за кошти «єРоботи» було відкрито кілька нових майстерень традиційних ремесел з інтеграцією туристичних майстер-класів для відвідувачів [5].

Окрім державних ресурсів, вагому роль у підтримці регіонального туризму відіграють міжнародні донори та партнери, які активно впроваджують проекти технічної допомоги та розвитку. Серед найбільш впливових міжнародних гравців – Програма розвитку ООН (ПРООН), Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ), а також програма House of Europe, що фінансується Європейським Союзом.

Зокрема, проект GIZ «Підтримка економічного розвитку і зайнятості», який тривав у 2022 – 2024 роках, зробив суттєвий внесок у розвиток туристичної інфраструктури в Закарпатській і Чернівецькій областях. У рамках цього проекту було створено туристичні кластери – об'єднання підприємців, гідів, виробників крафтових продуктів, представників громадського сектору, які спільно працюють над розвитком єдиного туристичного продукту. Такі кластери дозволяють об'єднати ресурси та

створювати конкурентоспроможні туристичні маршрути, фестивалі, платформи для бронювання та просування на міжнародних ринках.

GIZ також підтримав розробку візуальної айдентики регіонів, включаючи брендування локацій, створення інтерактивних мап, вказівників, онлайн-гайдів та мобільних додатків для туристів. Значну увагу проєкт приділив підвищенню цифрових навичок у підприємців – від навчання користуванню CRM-системами до просування у соцмережах, роботи з Google Maps, Airbnb, Booking тощо. Це дозволило малим бізнесам адаптуватися до сучасних вимог ринку та краще взаємодіяти з туристами.

Програма USAID «Економічна підтримка України», у свою чергу, фінансувала низку ініціатив, пов'язаних із розвитком екотуризму, агротуризму та жіночого підприємництва у сфері туризму. У 2023 році в межах цієї програми на базі Карпатського біосферного заповідника було започатковано пілотний проєкт «Лісові маршрути», який поєднує пішохідні та веломаршрути з освітніми екологічними станціями. Учасники також отримували консультації з організації зеленого бізнесу, юридичної реєстрації, ведення бухгалтерії тощо.

Програма House of Europe інвестує в розвиток креативних індустрій, до яких належить і туризм. Через неї громади та підприємці отримують мікрогранти на створення креативних просторів, екскурсій з елементами театралізації, медіа-продуктів, а також програм для навчання молоді у сфері туризму, гідівства, подієвого менеджменту [6].

Найважливішим ефектом такої міжнародної співпраці є імплементація кращих європейських практик сталого туризму: запровадження етичних стандартів поводження з природою, принципів low impact tourism, використання екологічно безпечних матеріалів, інтеграція стратегії zero waste у туроб'єкти. Крім того, транскордонне співробітництво, зокрема у межах програм Interreg, дозволяє громадам Карпатської України обмінюватися досвідом з польськими, словацькими, угорськими партнерами – створюючи спільні туристичні маршрути, фестивалі, інформаційні платформи.

Таким чином, комплексна підтримка – з боку держави та міжнародних партнерів – є ключовим фактором для трансформації туризму в Карпатах у стійку, конкурентоспроможну галузь. Інвестиції в інфраструктуру, цифровізацію, професійне зростання та екологічну відповідальність відкривають нові горизонти для регіону, роблячи Карпати привабливими не лише для туристів, але й для сталого життя та підприємництва.

Зрештою, лише синергія громади, бізнесу та держави може забезпечити комплексний, стійкий і конкурентоспроможний розвиток туризму в Карпатському регіоні, який має стати не лише точкою економічного зростання, а й прикладом екологічно та соціально відповідального підходу до відновлення після війни. Роль кожного з учасників цього процесу є критично важливою та взаємодоповнюючою.

Громади – це не лише територіальні одиниці, а центри ініціатив та носії локальної ідентичності. Вони координують зусилля щодо розробки туристичних маршрутів, збереження культурної спадщини та управління природними ресурсами. За даними Міністерства розвитку громад, з 2019 по 2023 рік понад 240 туристичних проєктів було реалізовано саме за ініціативою місцевих громад у Карпатському регіоні. Наприклад, Косівська громада започаткувала «Долину ремесел», яка об'єднує майстрів із 12 сіл і пропонує туристам інтерактивні екскурсії, навчальні програми, хендмейд-ярмарки та етнофестивалі. Верховинська ТГ розвиває музейну мережу, а також співпрацює з європейськими фондами для впровадження зелених технологій у гірських садибах.

Малий і середній бізнес – це основа туристичної економіки регіону. Саме він найшвидше реагує на зміни в попиті, створює нові послуги, адаптує підходи до комунікації з туристами, а також найактивніше впроваджує цифрові технології. За даними Офісу з розвитку підприємництва та експорту, станом на кінець 2023 року в туристичній сфері Західної України працювало понад 13 тисяч суб'єктів малого підприємництва, з яких близько 7 тисяч – у Карпатському регіоні. Це садиби, мініготелі, гіді, виробники гастрономічної

продукції, прокати обладнання тощо. Приміром, у селі Ізки Закарпатської області, місцеві підприємці створили екосадибу, що використовує сонячну енергію, систему збору дощової води та сортування сміття – приклад сталого мікробізнесу, який приваблює туристів не лише з України, а й із країн ЄС [26].

У період війни бізнес проявив надзвичайну гнучкість: багато готельєрів та власників садиб адаптували свої простори для проживання внутрішньо переміщених осіб, надавали безкоштовне харчування та розміщення волонтерам. Це зміцнило соціальний капітал громад і продемонструвало важливість партнерства.

Держава та міжнародні партнери – ключові постачальники фінансових, нормативних та освітніх ресурсів. Завдяки державним програмам на кшталт «єРобота», «Дія.Бізнес», а також міжнародним проектам, таким як GIZ, USAID, ПРООН, Interreg, у регіоні реалізуються десятки стратегічних ініціатив. Наприклад, за підтримки House of Europe у 2023 році в селищі Ясіня на Закарпатті відкрито креативний хаб, де поєднано туристичну інфраструктуру з культурною програмою – простір став осередком майстер-класів, експозицій та концертів просто неба. Такі проекти формують нову якість туристичних вражень, що базується на культурній взаємодії, емоційному залученні та автентичності [22].

Крім того, держава має вирішальну роль у формуванні рамкових політик: затвердженні стратегій регіонального розвитку, охороні природних територій, ліцензуванні діяльності, податковому стимулюванні малого бізнесу. У 2022 – 2024 роках за участі Мінтуризму, Держагентства з розвитку туризму та Мінекономіки розроблено Національну туристичну стратегію до 2030 року, яка передбачає впровадження елементів «зеленого» туризму, активізацію внутрішнього туризму та цифрову трансформацію сектору.

Для ефективного функціонування туристичної моделі потрібна справжня міжсекторальна взаємодія. Наприклад, реалізація екостежки в селі Криворівня відбулася за участі: громади, яка надала земельну ділянку та

організувала толоку для розчищення маршруту; бізнесу, який профінансував інформаційні щити та точки з крафтовими товарами; держави, яка забезпечила фінансування через програму регіонального розвитку; міжнародного партнера, який провів серію навчань для гідів.

Успішна модель туризму в Карпатах повинна ґрунтуватися на екологічній відповідальності – впровадженні «зелених стандартів», збереженні біорізноманіття та ландшафтів, забороні хаотичної забудови; культурній автентичності – підтримці ремесел, діалектів, традиційних свят, музеїв та етнографічних фестивалів; соціальній інклюзивності – залученні до туристичної економіки жінок, молоді, людей з інвалідністю, ветеранів та ВПО.

Карпати мають унікальний потенціал: понад 15 тисяч км<sup>2</sup> лісів, 53% території, що охороняється, понад 2,5 тисячі об'єктів культурної спадщини, десятки унікальних етнографічних груп (гуцули, бойки, лемки). Це не просто територія – це культурно-екологічна екосистема, яку потрібно не лише показувати туристам, а й берегти.

Таким чином, модель сталого туризму в Карпатах має стати еталоном для всієї України: через поєднання сучасних технологій, традиційної культури, соціального партнерства та сталого підходу до природи. Справжнє перетворення можливе лише за умов глибокого діалогу і співпраці – між людьми, бізнесом і державою.

### **3.3. Стратегічні напрямки сталого розвитку туризму в Карпатському регіоні.**

Сталий розвиток туризму в Карпатському регіоні неможливий без широкої диверсифікації його форм, напрямків та цільових аудиторій. Карпати володіють унікальним природним, історико-культурним і рекреаційним потенціалом, який дає змогу не лише зосереджуватись на традиційному гірськолижному чи літньому рекреаційному туризмі, а й активно розвивати такі напрями як етнографічний, гастрономічний, екотуризм, агротуризм,

вело- і пішохідний туризм, спелеотуризм, релігійний паломницький туризм, а також медичний і wellness-туризм. Згідно з аналітичним звітом Державного агентства розвитку туризму України, з 2020 по 2023 рік кількість зареєстрованих нових тематичних маршрутів у західних областях України зросла на 37%, причому найбільше зростання спостерігалось саме у гірських районах Івано-Франківщини, Закарпаття та Чернівецької області [12].

Успішні приклади вже сьогодні демонструють громади, які трансформують свої унікальні локальні ресурси у туристичний продукт. Так, село Кваси на Закарпатті набуває популярності як центр термального туризму – завдяки мінеральним водам із природною вуглекислою, які використовуються для лікування серцево-судинної системи. У 2023 році тут відкрито два нових СПА-комплекси з локальним інвестуванням. У місті Вижниця, що в Чернівецькій області, стрімко розвивається арт-туризм, зокрема через реалізацію резиденцій для художників і ремісників у партнерстві з програмою House of Europe, яка профінансувала шість подій для митців з України та Європи. У місті Рахів Івано-Франківської області проводяться етнографічні тури із залученням фольклорних колективів, що демонструють живі гуцульські традиції – ткацтво, гутництво, музичні виступи на трембітах.

Водночас розвиток велотуризму та пішохідних маршрутів набирає обертів завдяки ініціативам типу «Карпатський шлях» та «Greenways Ukraine», у рамках яких створено понад 120 км маркованих велотреків лише у 2022 – 2023 роках. Не менш перспективним напрямом є спелеотуризм, особливо в карстових печерах Теремблянської долини та урочища «Дземброня», що привертає увагу дослідників і поціновувачів нетипових маршрутів. Окрему нішу займає релігійний туризм, який базується на паломництві до святинь, таких як монастирі Унева, Манявського скиту, монастиря в Крехові та ряду менш знаних, але глибоко сакральних місць Карпатського краю [3].

Диверсифікація дозволяє зменшити тиск на туристичні «магніти» на кшталт Буковелю чи Яремче, водночас стимулюючи відкриття нових напрямків та залучення туристів до менш відомих, проте не менш мальовничих і цінних територій. Такий підхід сприяє не лише економічному зростанню більшої кількості громад, але й збереженню культурного та природного різноманіття регіону. Для досягнення сталості важливо розвивати також інфраструктуру підтримки – доступні дороги, навігацію, санітарні умови, логістику – що є основою якості будь-якого туристичного продукту. Як свідчать результати опитування туристів, проведеного ГО «Фонд розвитку Карпат» у 2023 році, 68% опитаних прагнуть відвідувати нові локації, але з більш комфортними умовами та унікальними форматами досвіду.

У сучасному глобальному середовищі цифрові технології дедалі більше визначають конкурентоспроможність туристичних дестинацій, і Карпатський регіон не є винятком. Ефективне використання інноваційних цифрових рішень стає не просто перевагою, а критичною потребою для залучення внутрішнього та міжнародного туриста, особливо в умовах післявоєнного відновлення та зростання конкуренції між регіонами. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), понад 70% туристів обирають місце для подорожі, спираючись на інформацію, знайдену онлайн, зокрема в соціальних мережах, мобільних додатках та на платформах із рекомендаціями.

Карпатський регіон має значний потенціал для впровадження інтерактивних карт, мобільних застосунків, онлайн-баз туристичних продуктів, цифрової навігації та віртуальних гідів, які дозволяють не лише покращити зручність для мандрівника, а й розширити доступ до менш відомих маршрутів та сервісів. Уже сьогодні функціонують низка важливих цифрових інструментів. Наприклад, мобільний додаток «Travel Karpaty», створений за підтримки Івано-Франківської обласної ради у 2022 році, дозволяє туристам в режимі реального часу переглядати маршрути, локації, об'єкти харчування та проживання, а також бронювати гідів. Онлайн-

платформа «Карпати.info» з інтегрованими фото- і відеотурами, актуальними цінами та календарем подій, об'єднує понад 600 туристичних об'єктів з чотирьох областей – і залишається одним із найпопулярніших онлайн-ресурсів серед мандрівників, які планують поїздку до Карпат [31].

У 2023 році завдяки фінансуванню програми USAID EDGE (Economic Development, Governance and Enterprise Growth) в місті Яремче та навколишніх селах Яремчанської ТГ стартував пілотний проєкт «Цифрове село для туристів». У рамках ініціативи були встановлені інформаційні таблички з QR-кодами біля ключових туристичних об'єктів, що ведуть до вебсторінок з описом локації, легендами, відеоекскурсіями та навігацією. Така модель уже готується до масштабування у Верховинській та Славській громадах. Також на базі громад проводяться освітні програми з цифрової грамотності для власників садиб та гідів – у 2022 – 2023 роках такі курси від GIZ та ПРООН охопили понад 250 учасників з різних областей Карпатського регіону.

Окремо варто відзначити роль digital-брендингу та маркетингу – адже саме через соціальні мережі, YouTube, TikTok та блоги формується імідж регіону в уявленні молодих туристів. Наприклад, кампанія «Карпати цілий рік», запущена у 2023 році за підтримки House of Europe, охопила понад 2 мільйони користувачів через серію відеороликів, знятих із залученням відомих тревел-блогерів. Інфлюенсери з України, Польщі, Німеччини та Чехії популяризували гастротури, етнофестивалі, трекінги та зимові активності, що значно розширило аудиторію потенційних туристів. Цифрова присутність Карпат у сучасному форматі – через сторітелінг, емоційний контент, інтерактив – дозволяє не лише збільшити турпотік, але й формувати нову туристичну культуру, що базується на змісті, а не тільки на візуальному сприйнятті.

У перспективі важливо системно інтегрувати Карпати до єдиної національної цифрової платформи туризму, яка вже анонсована ДАРТ на 2025 рік. Її функції включатимуть консолідацію туристичних об'єктів,

онлайн-білетинг, інтерактивні мапи та системи відгуків, що дозволить зменшити фрагментованість і підвищити стандарти цифрової взаємодії у сфері туризму. Таким чином, цифрова трансформація Карпат стане не лише інструментом зручності, а потужним фактором розвитку, залучення інвестицій та підвищення привабливості регіону в умовах глобальної конкуренції.

Не менш важливою складовою сталого розвитку туризму в Карпатах є створення туристичних кластерів, формування впізнаваного бренду регіону, а також впровадження принципів екологічної та соціальної відповідальності. Кластеризація дозволяє об'єднувати зусилля громад, бізнесу, культурних установ та освітніх закладів у межах єдиної туристичної екосистеми, що забезпечує синергію і підвищує якість туристичного продукту. Один із прикладів – туристичний кластер «Бойківські Карпати», до якого входять громади Самбірського та Турківського районів Львівщини. Його діяльність передбачає спільну розробку маршрутів, проведення ярмарків, просування традиційної бойківської кухні та відновлення дерев'яної сакральної архітектури. Завдяки цій моделі, кількість туристів у кластері зросла на 28% у 2022 – 2023 роках, за даними Львівської обласної військової адміністрації [41].

Іншим успішним кейсом є «Гуцульський туристичний кластер» у Верховинському та Косівському районах Івано-Франківської області. За підтримки ГО «Агенція регіонального розвитку» та швейцарської програми «U-LEAD з Європою», учасники кластера створили інтегровану туристичну карту з маршрутами до музеїв, садиб, полонин і гуцульських фестивалів. У 2023 році кластер запустив спільний маркетинговий портал «Hutsul.Life», який демонструє культурну спадщину через історії мешканців. Такий підхід сприяє туристичній деконцентрації – тобто розподілу потоків у межах регіону, зменшуючи навантаження на популярні точки і стимулюючи розвиток малих сіл.

У контексті сталого розвитку важливо пам'ятати, що екологічна і соціальна відповідальність – не просто тренд, а необхідність. Карпати – унікальна екосистема, і її збереження має стати пріоритетом для туристичної індустрії. Згідно з даними Міндовкілля, щороку понад 60% твердих побутових відходів у гірських громадах пов'язані саме з туристичною діяльністю. У відповідь на цю проблему громади запускають ініціативи зі встановлення сортувальних станцій, екологічної освіти та «зелених маршрутів» - наприклад, в Славській ТГ діє система еко-навігації та волонтерський проєкт «Чисті Карпати», який у 2023 році зібрав понад 12 тонн сміття з туристичних маршрутів [18].

Таким чином, формування туристичних кластерів, цілісного бренду Карпат, а також чітка екологічна і соціальна орієнтація – це основа довготривалого, конкурентного і водночас відповідального розвитку туризму в регіоні. Такий підхід дозволяє перетворити Карпати не лише на центр відпочинку, а й на національну модель сталого туризму, яка поєднує економіку, культуру, природу і людський потенціал.

У довгостроковій перспективі сталий розвиток туризму в Карпатах вимагає комплексного підходу до управління, який передбачає активну взаємодію всіх учасників туристичної екосистеми – громади, бізнесу, держави, міжнародних партнерів і неурядового сектору. Синергія між цими гравцями є ключовою умовою формування ефективної туристичної моделі. Громади відіграють роль координаторів та носіїв автентичної ідентичності, адже саме через них зберігаються традиції, місцева кухня, ремесла, мова та обряди. Наприклад, громади Косівщини, Сколівщини та Путильщини активно залучають місцевих жителів до розробки турпродуктів – від майстер-класів з гончарства до створення автентичних маршрутів. У 2023 році понад 60% нових локальних туристичних проєктів в Карпатах ініціювались саме на рівні громад, за підтримки місцевих бюджетів і грантових програм [19].

Бізнес виступає каталізатором інновацій – зокрема, у сфері сервісів, інфраструктури та цифрових рішень. У Карпатах вже діють понад 1 800

zareєстрованих малих і середніх туристичних підприємств, зокрема готелі, хостели, приватні садиби, туроператори, прокат спорядження, фудкорті тощо. У 2022 – 2023 роках, за даними аналітичної платформи YouControl, відновлення після пандемії і початку повномасштабної війни супроводжувалось зростанням реєстрації нових туристичних ФОПів на 14% - особливо в Івано-Франківській та Закарпатській областях. Важливу роль відіграють підприємці, які запроваджують екологічні стандарти, наприклад, готелі з нульовим споживанням пластику або заклади, що пропонують гастрономію з локальних органічних продуктів.

Держава та міжнародні партнери виступають інституційними донорами, які створюють нормативні рамки, забезпечують фінансову підтримку, просування на зовнішніх ринках. У 2023 році Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) реалізувало 7 пілотних проєктів у Карпатах у співпраці з ПРООН, GIZ, House of Europe та USAID. Зокрема, у Верховині відкрито Центр інтерпретації гуцульської спадщини, у Тячеві – інноваційна школа гідів, а у Міжгір'ї запущено перший у регіоні зелений кемпінг на сонячних батареях, що став моделлю для екомодернізації турінфраструктури. У 2024 році планується створення Національного Туристичного Хабу «Карпати», який об'єднає туристичні ініціативи чотирьох прикарпатських областей в єдину платформу підтримки, навчання і розвитку.

Усі ці зусилля мають бути об'єднані навколо трьох головних принципів – екологічної відповідальності, культурної автентичності та соціальної інклюзивності. Саме вони дозволяють зберегти унікальність Карпатського регіону, уникнути туристичної комодифікації (перетворення культури на товар) і забезпечити рівний доступ до вигод розвитку для всіх груп населення. У поєднанні з системним плануванням, партнерським управлінням та інтеграцією найкращих практик сталого туризму, Карпати мають усі шанси стати національним взірцем туризму XXI століття – конкурентоспроможним, інклюзивним і таким, що не шкодить майбутнім поколінням [53].

Таким чином, сталий розвиток туризму в Карпатському регіоні – це не лише шанс для економічного зростання та післявоєнного відновлення, а й можливість сформувати модель нового типу українського туризму, який ґрунтується на повазі до природи, культурної спадщини та людини. Карпати мають унікальний потенціал, який може бути реалізований через диверсифікацію туристичних продуктів, впровадження інноваційних цифрових інструментів, створення сильного регіонального бренду, розвиток кластерної співпраці та дотримання принципів екологічної і соціальної відповідальності. Успіх цього шляху можливий лише за умови синергії зусиль усіх учасників: активних громад, гнучкого та креативного бізнесу, державних інституцій та міжнародних партнерів. Такий комплексний підхід не тільки дозволить підвищити конкурентоспроможність регіону на внутрішньому і зовнішньому ринках, а й забезпечить довготривалу стійкість – збереження природи, культури, соціальної гармонії та економічної життєздатності Карпат. У підсумку, саме Карпати можуть стати прикладом того, як туризм здатен стати двигуном сталого розвитку – і не лише для однієї гірської території, а для всієї країни.

## ВИСНОВКИ

Карпатський регіон України посідає провідне місце серед туристичних макрорегіонів завдяки унікальному поєднанню природних ресурсів, історико-культурної спадщини та етнографічного різноманіття. Його природні багатства – гірські ландшафти, ліси, мінеральні джерела, термальні води – поєднуються з автентичною культурою місцевих етнічних груп (гуцулів, бойків, лемків), що створює потужну основу для розвитку різних форм туризму. Історичні передумови розвитку туризму, які сягають ще ХІХ століття, сформували регіон як один із перших рекреаційних центрів в Україні, що й донині зберігає свою привабливість.

У контексті сучасних викликів, спричинених повномасштабною війною, туристична галузь Карпат зазнала суттєвих змін, однак не втратила своєї життєздатності. Навпаки, регіон став безпечною альтернативою для відпочинку, що стимулювало розвиток внутрішнього туризму, зокрема гірського, зеленого, етнографічного та оздоровчого. Попри загальнодержавну кризу, Карпати зберегли потік туристів і навіть наростили його в певних напрямках. При цьому були виявлені нові виклики: зменшення іноземного турпотoku, логістичні труднощі, обмежене фінансування, низька платоспроможність частини населення. У відповідь на ці обставини туристичний бізнес переорієнтувався на більш гнучкі формати – короткострокові поїздки, бюджетні послуги, співпрацю з волонтерськими ініціативами, а також на обслуговування внутрішньо переміщених осіб.

Разом із цим у регіоні активно формуються нові туристичні практики, що відповідають умовам воєнного часу. Зростає популярність повільних подорожей («slow travel»), екотурів, локальних маршрутів і тематичних екскурсій до менш знаних, але автентичних локацій. Розвивається напрям самостійного і сімейного туризму, що забезпечує більшу мобільність, безпеку й адаптацію до обмежених фінансових можливостей туристів. Посилюється роль місцевих ініціатив, спрямованих на створення туристичних брендів,

організацію подієвих заходів, підвищення кваліфікації працівників галузі та створення якісного туристичного продукту.

Перспективи сталого розвитку туристичної галузі Карпат у післявоєнний період тісно пов'язані з вирішенням низки структурних проблем: нестачею комплексного регіонального бренду, недостатньою цифровізацією, обмеженістю інвестицій, інфраструктурною нерівномірністю. Однак уже сьогодні реалізуються ініціативи, які демонструють готовність регіону до змін: створення туристичних кластерів, запуск освітніх і цифрових проєктів, як-от «Travel Carpaty» чи «Цифрове село для туристів», розвиток маркетингових кампаній із залученням інфлюенсерів. Крім того, завдяки підтримці міжнародних донорів (USAID, GIZ, House of Europe) та державних структур (ДАРТ, місцеві ОВА), з'являються нові можливості для залучення інвестицій, просування туристичного продукту та підвищення рівня сервісу.

Стратегічно важливими напрямками розвитку є диверсифікація туристичних продуктів, розвиток цілорічного туризму, підтримка локального підприємництва, впровадження інновацій і цифрових рішень, орієнтованих на якісний і безпечний відпочинок. Акцент на екологічності, автентичності, технологічності та інтеграції місцевих громад у процеси управління туризмом створює основу для глибшої соціально-культурної трансформації регіону.

Отже, Карпатський регіон має усі необхідні ресурси, передумови й практичний досвід для того, щоб посісти лідируюче місце у сфері сталого туризму в Україні. Забезпечення ефективної взаємодії між державою, місцевим самоврядуванням, бізнесом, освітніми закладами та міжнародними партнерами є ключем до формування конкурентоспроможної, стійкої та привабливої туристичної екосистеми, здатної відігравати важливу роль у відбудові країни та зміцненні національної економіки в цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блог про туризм у Карпатах. Про Карпати. URL: <https://prokarpaty-tour.info/uk/category/articles-ukr/page/3/> (дата звернення: 22.03.2025).
2. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. *Культура України*. 2022. № 77. С. 60-62. URL: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.077.07> (дата звернення: 14.02.2025).
3. Бойко В.О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності. Економіка та управління підприємствами. 2021. № 8. С. 22–28. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/176/173> (дата звернення: 23.03.2025).
4. Бондаренко Л., Фірсов В. Інноваційні підходи в технології діяльності туристичних підприємств при формуванні конкурентоспроможного продукту: ризики та можливості. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-74> (дата звернення: 23.03.2025).
5. Бондаренко Л. А. Концептуальна модель конкурентного забезпечення туристичних регіонів України в післявоєнний період. *Вісник Національного технічного університету. Економічні науки*. Харків: НТУ «ХПІ». 2023. № 6. С. 84-88. URL: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.6.84> (дата звернення: 11.03.2025).
6. Бондаренко Л. А. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку територій України в умовах євроінтеграції: монографія / Л. А. Бондаренко, М-во освіти і науки України. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: «АРТО ПРИНТ», 2024. 242 с.
7. Вікенди для перезавантаження. Як змінилася специфіка відпочинку

- туристів в Україні через війну. Твоє місто. 2022. URL: [https://tvoemisto.tv/news/yak\\_zminylasya\\_spetsyfika\\_vidpochynku\\_vnu\\_trishnih\\_turystiv\\_v\\_ukraini\\_cherez\\_viynu\\_135095.html](https://tvoemisto.tv/news/yak_zminylasya_spetsyfika_vidpochynku_vnu_trishnih_turystiv_v_ukraini_cherez_viynu_135095.html) (дата звернення: 07.03.2025).
8. Войцеховський О. Попит відновлюється. Що відбувається з туризмом у Карпатах та як змінились ціни. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/popit-vidnovlyuetsya-shcho-vidbuetsya-turizmom-1720537902.html> (дата звернення: 21.02.2025).
9. Воробей О. Подорожі Україною: складено топ туристичних напрямів у Карпатах. УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/podorozhi-ukrajinoyu-nazvano-top-4-turistichnih-napryamiv-u-karpatah-novini-11561761.html> (дата звернення: 16.03.2025).
10. Все про відпочинок в Карпатах. *Turizm-karpaty.com.ua*. URL: <https://turizm-karpaty.com.ua/> (дата звернення: 12.03.2025).
11. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.03.2025).
12. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 29.03.2025).
13. Еко туризм в Карпатах. *Voevodyno. Resort*. URL: <https://voevodyno.com/blog/eko-turyzm-v-karpatah/> (дата звернення: 14.01.2025).
14. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32> (дата звернення: 28.03.2025).
15. Зелений туризм в Карпатах. URL: <https://greentur.kosiv.info/> (дата звернення: 13.01.2025).

16. Зелений туризм в Карпатах. Захід. Курорт. URL: <https://zahidkurort.com.ua/uk/zeleniy-turizm/> (дата звернення: 19.03.2025).
17. Зелений туризм в Карпатах. Красна Поляна. URL: <https://krasna.com.ua/activity/zelenyj-turyzm> (дата звернення: 12.02.2025).
18. Зелений туризм в Україні: добірка сільських та етно садиб для відпочинку. *Dovkola*. URL: <https://dovkola.media/zelenyy-turyzm-v-ukraini-dobirka-sil-s-kykh-sadyb-dlia-vidpochynku/> (дата звернення: 20.03.2025).
19. Зелений туризм в Україні: кращі маршрути та ідеї для екотуризму. *ХерсОН*. URL: <https://khers-on.com/ua/blog/zeleniy-turizm-v-ukraine> (дата звернення: 13.01.2025).
20. Зелений туризм у Карпатах у 2024: особливості та переваги. *KORUNA*. URL: <https://koruna.ua/articles/zelenyj-turizm-v-karpatah-v-2019-osobennosti-i-preimushhestva/> (дата звернення: 15.03.2025).
21. Зелений туризм. *Rural Tourism. Com.Ua*. URL: <https://ruraltourism.com.ua/> (дата звернення: 15.01.2025).
22. Зелений туризм. Озеро Vita. URL: <https://ozerovita.com/poslugi/litnij-vidpochinok-v-karpatah-nedorogo-shukajte-kudi-p> (дата звернення: 23.03.2025).
23. Ільченко Т., Застрожнікова І. В. Роль аграрного підприємництва у розвитку територіальних громад. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37.  
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1194> (дата звернення: 13.03.2025).
24. Карпати. UA. URL: <https://surl.li/ywxyhf> (дата звернення: 23.03.2025).
25. Куди не можна ходити в Карпатах? Перелік заборонених туристичних маршрутів. *Українська правда*. URL:

- <https://life.pravda.com.ua/society/yaki-populyarni-turistichni-marshruti-v-karpatah-opinilisya-pid-zaboronoyu-302651/> (дата звернення: 09.03.2025).
26. Леміш К., Бондаренко Л., Швачко В. Стратегічний розвиток сільських територіальних громад: роль зеленого туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-22> (дата звернення: 13.01.2025).
27. Луцький В. Активний туризм в Українських Карпатах, витоки становлення та історичний аспект. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві*. 2009. № 3. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fvs\\_2009\\_3\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fvs_2009_3_5) (дата звернення: 13.02.2025).
28. Луцик М. В., Витрикуш П. М. Сучасні аспекти теоретичних досліджень туристичного ринку. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 67. С. 126-135.
29. Мамчур О. Карпати замість моря: чому важливо розвивати туризм в Україні навіть під час війни. URL: <https://pravda.if.ua/karpaty-zamist-morya-chomu-vazhlyvo-rozvyvaty-turyzm-v-ukrayini-navit-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 03.03.2025).
30. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 1(5). URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/matvijchuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/matvijchuk2.htm) (дата звернення: 02.03.2025).
31. Олійник В., Данілова О. Організація туризму: сільський зелений туризм світовий досвід та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-30> (дата звернення: 14.03.2025).
32. Паньків Н. Туристичне ресурсознавство. Львів: Український бестселер, 2011. 238 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/Pankiv-N.-Turystychne-resursoznavstvo-2011->

- [book.pdf](#) (дата звернення: 11.03.2025).
33. Писарева І., Яловчина К. Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5208> (дата звернення: 21.03.2025).
34. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. *Кременчуцька газета*. 2022. URL: <https://kg.ua/news/podorozhi-pid-chas-viyni-de-dozvoleno-vidpochivati-i-yak-bezpechno-organizuvati-mandrivku> (дата звернення: 21.03.2025).
35. Початок туризму в Українських Карпатах. Це є Карпати, крихітко. URL: <https://kapnatu.blogspot.com/2017/10/1.html> (дата звернення: 24.03.2025).
36. Рекреаційні зони в горах. *Стара правда: тут зупиняється час*. URL: <https://starapravda.com.ua/blog/karpatski-hvojni-lisy-czilyushhi-vlastyvosti/> (дата звернення: 01.03.2025).
37. Савченко А. Час кризи та виходу на нові ринки – звіт 2022 року. URL: <https://joinup.ua/uk/news/chas-krizi-ta-vihodu-na-novi-rinki-zvit-2022-roku/> (дата звернення: 18.03.2025).
38. Савченко О. Історична перспектива використання минулого для вивчення сучасного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-17> (дата звернення: 05.01.2025).
39. Савченко О. Історія розвитку туризму і його глобалізаційні процеси. *Економіка та суспільство*. 2021. № 27. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-18> (дата звернення: 06.01.2025).
40. Самодай В. П., Левковська Ж. В. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-30> (дата звернення: 19.03.2025).

41. Табенська О. Розвиток сільського зеленого туризму. *Економіка та суспільство*, 2023. № 52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-10> (дата звернення: 22.02.2025).
42. Тарасовський Ю. Куди і як подорожували українці під час війни. Join UP! показав результати й тенденції 2022 року. *Forbes*. 2022. URL: <https://forbes.ua/news/kudi-i-yak-podorozhuvali-ukraintsi-pid-chas-viyni-join-up-pokazav-rezultati-y-tendentsii-2022-roku-09022023-11629> (дата звернення: 11.03.2025).
43. Тури в Карпати. Молодіжний туризм. URL: <https://mtourism.com.ua/blog-ua/881-zahalna-informatsiya-pro-tury-v-karpaty-ua> (дата звернення: 02.03.2025).
44. Туристичні маршрути. URL: <https://guide.karpaty.ua/uk/categories/marshruty> (дата звернення: 10.01.2025).
45. Українські Карпати. Karpaty. Info. URL: <https://www.karpaty.info/ua/uk/> (дата звернення: 15.03.2025).
46. Хромей Л. Топ-10 для відпочинку в Карпатах. Karpaty. Love. URL: <https://karpaty.love/blog/150-top-10-mists-dlja-vidpochynku-v-karpatah.html> (дата звернення: 14.03.2025).
47. Цікаві та корисні нотатки про Карпати. URL: <https://karpaty.love/blog/> (дата звернення: 14.02.2025).
48. Чому варто їхати саме в Карпати? Скита. URL: [https://skyta.com.ua/news/CHomu\\_varto\\_xati\\_same\\_v\\_Karpati\\_.html](https://skyta.com.ua/news/CHomu_varto_xati_same_v_Karpati_.html) (дата звернення: 18.03.2025).
49. Шеметуха В. На прикарпатські туристичні маршрути в області виділили 70 тисяч гривень. *Суспільне. Івано-Франківськ*. URL: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/53045-na-prikarpatски-turistici-marsruti-v-oblasti-vidilili-70-tis-grn/> (дата звернення: 12.03.2025).
50. Шум А. ТОП-10 найкращих гірськолижних курортів України. URL: <https://otpusktime.com/uk/krainy/girskolyzhni-kurorty-ukrayiny/> (дата

звернення: 04.02.2025).

51. Яким був туризм в Карпатах 100 років тому. *Post Impreza*. URL: <https://postimpreza.org/talsk/iakym-buv-turyzm-v-karpatakh-100-rokiv-tomu> (дата звернення: 06.02.2025).
52. Bilotta E., Bertacchini F., Gabriele L., Giglio S., Pantano P.S., Romita T. Industry 4.0 technologies in tourism education: Nurturing students to think with technology. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 2021. Vol. 29.  
URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100275> (дата звернення: 12.01.2025).
53. Ecotourism and Sustainable Tourism Statistics 2024. Radical Storage.  
URL: <https://travel.radicalstorage.com/ecotourism-statistics/> (дата звернення: 27.03.2025).