

**Канд. істор. наук Сливенко В. А., Першина М. С.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ГРЕЦІЇ**

Греція є класичним прикладом країни, де туризм виступає «важкою індустрією» національної економіки. За даними Світової туристичної організації (UNWTO), внесок туризму у ВВП Греції становить від 20 до 25%, забезпечуючи роботою кожен п'ятий суб'єкт господарювання. Актуальність дослідження особливостей організації бізнесу в цій країні зумовлена її здатністю успішно поєднувати збереження культурної спадщини з інноваційними підходами до сервісу в умовах жорсткої конкуренції в Середземноморському регіоні.

Організація туристичного бізнесу в Греції базується на принципах централізованого стратегічного планування у поєднанні з регіональною автономією. Ключовим органом управління є Міністерство туризму Греції, яке визначає законодавчу базу, та Грецька національна туристична організація (GNTO/EOT), що відповідає за глобальне просування бренду «Visit Greece». Основною особливістю є те, що держава не просто контролює бізнес, а виступає його партнером, стимулюючи інвестиції через податкові пільги для готелів, що впроваджують «зелені» технології, та субсидуючи розвиток інфраструктури в менш популярних регіонах.

Однією з найбільш виразних рис грецького туристичного бізнесу є домінування малих та середніх підприємств (SMEs). На відміну від США чи деяких країн Західної Європи, де ринок захоплений глобальними мережами, у Греції понад 80% готелів – це сімейні підприємства. Така структура визначає особливий тип сервісу, орієнтований на концепцію «philoxenia» (любов до іноземців/гостинність). Це створює атмосферу аутентичності, проте накладає обмеження на цифрову трансформацію бізнесу через брак великих капіталовкладень, що змушує малі готелі об'єднуватися в локальні кластери для спільного маркетингу.

Організація бізнесу в Греції неможлива без урахування архіпелажного характеру країни. Кожен острівний регіон має власну бізнес-модель:

1. Кіклади (Санторіні, Міконос) спеціалізуються на люкс-туризмі та індивідуальному підході, де ціна послуги формується за рахунок унікальності локації та панорамних видів.

2. Крит та Родос орієнтовані на масовий туризм, систему «all-inclusive» та масштабні готельні комплекси, що потребує складної логістики постачання.

3. Іонічні острови (Корфу) поєднують культурно-пізнавальний туризм з вітрильним спортом.

Традиційно грецький туристичний бізнес має чітко виражений сезонний характер (травень-жовтень). Сучасна стратегія організації бізнесу спрямована на трансформацію країни у дестинацію «365 днів на рік». Для цього підприємства диверсифікують свої послуги, розвиваючи альтернативні види туризму.

В межах вимог Європейського Союзу грецький туристичний бізнес проходить етап глибокої екологічної трансформації. Це проявляється в отриманні сертифікатів «Блакитний прапор» (за чистоту пляжів та води) та впровадженні систем циркулярної економіки. Організація турів на такі острови, як Астипалея чи Тілос, повністю базується на концепції «зеленої енергії» та електромобільності. Для бізнесу це означає необхідність інвестування в сонячні панелі, системи опріснення води та сортування відходів, що стає важливою конкурентною перевагою в очах європейського туриста.

Сучасний етап організації бізнесу характеризується відходом від тотальної залежності від великих міжнародних туроператорів (на кшталт TUI). Грецькі компанії все частіше переходять до стратегії прямих продажів (Direct-to-Consumer). Використання систем управління готелем (Property Management Systems), розвиток власних платформ бронювання та активний SMM-маркетинг дозволяють локальному бізнесу зберігати більшу частину маржинального прибутку всередині країни.

Таким чином, організація туристичного бізнесу в Греції є достатньо гнучкою системою, що поєднує глибоку історичну традицію гостинності з сучасними вимогами до екологічності та технологічності. Головною перевагою грецької моделі є її стійкість, забезпечена розгалуженою мережею сімейних підприємств та активною підтримкою держави. Подальший розвиток галузі залежатиме від успіху впровадження інновацій у сфері альтернативного туризму та здатності

бізнесу адаптуватися до кліматичних змін, зберігаючи при цьому автентичний культурний код країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна стратегія розвитку туризму Греції до 2030 року (Greek Tourism 2030): офіційний звіт Міністерства туризму Грецької Республіки. URL: <https://mintour.gov.ua/>.
2. Andriotis K. Small and Medium Sized Tourism Enterprises in Mediterranean Destinations: Case of Greece. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. Vol. 29. No. 4.
3. Economic Impact Report: Greece. World Travel & Tourism Council (WTTC). 2024. URL: <https://wttc.org/>.
4. Greek Tourism Revisited: Sustainable Development and Digital Transformation. INSETE Intelligence Research. Athens, 2024. 85 p.
5. Виклики та інновації у XXI столітті: туризм, гостинність: монографія. Автори: Жиленко К., Сідаш Д., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ходак О. Дніпро: 2025. 250 с. [http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Vyklyky\\_ta\\_innov\\_turyzm\\_gostyn.pdf](http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Vyklyky_ta_innov_turyzm_gostyn.pdf).
6. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Автори: Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Дніпро. 2023. 206 с. <https://dx.doi.org/10.15421/512305>.

**Канд. істор. наук Сливенко В. А., Соловйов С. І.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ВПЛИВ ГЕОПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ**

Сучасний міжнародний туризм є надзвичайно чутливою сферою до впливу зовнішніх факторів. Геополітичні конфлікти, тероризм, економічні санкції, пандемії та енергетичні кризи створюють велику кількість проблем, що дестабілізують ці галузі. Яскравими прикладами таких процесів стали пандемія COVID-19 та повномасштабний військовий конфлікт, які призвели до безпрецедентного падіння міжнародних туристичних потоків.

Відбулося різке скорочення туристичних потоків, закриття повітряного простору, збільшилася небезпека для життя та здоров'я, страх перед непередбачуваністю – все це призвело до масових скасування подорожей та перенаправлення туристів в безпечні регіони.