

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм»

Виконала: здобувачка вищої освіти
Групи ТРз 41
ГОЛОДЕВИЧ Юлія Вікторівна

(підпис)

Керівник:
д.е.н., професор
МАТВІЙЧУК Людмила Юріївна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«30» травня 2024 р.
Гарант освітньої програми:
к.е.н., доцент
ДАЩУК Юлія Євгеніївна

(підпис)

Луцьк – 2024 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітня програма: «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Л. Матвійчук
«_____» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Голодевич Юлії Вікторівні

1. Тема кваліфікаційної роботи «Ринок туристичних послуг України в умовах війни»
Керівник роботи: *Матвійчук Людмила Юріївна, д.е.н., професор*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «30» грудня 2023 р. № 439/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативні документи діяльності туристичних підприємств індустрії гостинності України, світові та національні стандарти гостинності, наукова література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані України, ГО «Національна туристична організація».*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ.
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку туристичних послуг.
Розділ 2. Дослідження ринку туристичних послуг України в умовах війни.
Розділ 3. Перспективні напрями розвитку ринку туристичних послуг України.
Висновки та рекомендації.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 1. Графічне відображення динаміки кількості туристів в Україні протягом 2018-2022 років (осіб).
 2. Графічне відображення рейтингу тревел-блогів як джерела інформації про туристичні об'єкти України.

6. Консультанти розділів роботи

Розділи	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку туристичних послуг	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 2. Дослідження ринку туристичних послуг України в умовах війни	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 3. Перспективні напрями розвитку ринку туристичних послуг України	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		
Висновки та рекомендації	д.е.н., проф. Матвійчук Л.Ю.		

7. Дата видачі завдання 15.12.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 15.12.2023	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 10.01.2024	
3	Розділ 1. Теоретичні засади розвитку ринку туристичних послуг	до 10.02.2024	
4	Розділ 2. Дослідження ринку туристичних послуг України в умовах війни	до 10.03.2024	
5	Розділ 3. Перспективні напрями розвитку ринку туристичних послуг України	до 10.04.2024	
6	Висновки та рекомендації	до 01.05.2024	
7	Формування списку використаних джерел	до 10.05.2024	
8	Формування додатків	до 15.05.2024	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 20.05.2024	
10	Нормоконтроль	до 24.05.2024	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.05.2024	
12	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2024	

Здобувач вищої освіти

_____ (Голодевич Ю.В.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (проф. Матвійчук Л.Ю.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Голодевич Ю.В. «Ринок туристичних послуг України в умовах війни». Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Туризм» спеціальності 242 «Туризм». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2024. Досліджено ресурсні фактори ринку туристичних послуг в Україні в умовах війни є надзвичайно важливим для розуміння можливостей і обмежень галузі. Війна значно впливає на доступність та стан інфраструктури, безпеку туристичних об'єктів, а також на людські ресурси, що є критичними для надання високоякісних послуг. Визначення та аналіз цих факторів дозволяє сформулювати стратегії адаптації, оптимізувати використання наявних ресурсів і підтримати стійкість туристичного бізнесу в кризових умовах. Такі дослідження допомагають виявити нові можливості для розвитку галузі, враховуючи зміни в попиті та поведінці споживачів.

Визначено напрями розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни. До таких напрямів віднесено маршрути з ознайомлення із культурою та історією оборонних споруд, відвідування захищених природних територій або екскурсії до місць, де відбуваються військові події. Іншим напрямком є розвиток альтернативних форм туризму, таких як екотуризм, агротуризм або культурний туризм, зазначене дозволить розширити туристичну пропозицію країни та привернути нових сегментів аудиторії, які шукають незвичайні та автентичні враження від подорожей. Водночас, такі напрями сприятимуть розвитку малого та середнього бізнесу у сільських та природних районах, що може бути важливим для сталого розвитку регіонів.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, фактори впливу, індустрія гостинності.

ANNOTATION

Holodevych Yu.V. «Market of tourist services of Ukraine in conditions of war». Manuscript.

Bachelor's qualification thesis of OP «Tourism» specialty 242 «Tourism». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2024. Investigated resource factors of the tourist services market in Ukraine in war conditions is extremely important for understanding the opportunities and limitations of the industry. War has a significant impact on the availability and condition of infrastructure, the safety of tourist facilities, and the human resources critical to providing high-quality services. The identification and analysis of these factors allows for the formation of adaptation strategies, optimizing the use of available resources and supporting the sustainability of the tourism business in crisis conditions. Such research helps identify new opportunities for industry development, taking into account changes in demand and consumer behavior.

The directions of the development of the tourist services market of Ukraine in the conditions of war have been determined. Such directions include routes to familiarize yourself with the culture and history of defense structures, visits to protected natural areas or excursions to places where military events take place. Another direction is the development of alternative forms of tourism, such as ecotourism, agrotourism or cultural tourism, which will expand the country's tourist offer and attract new segments of the audience that are looking for unusual and authentic travel experiences. At the same time, such directions will contribute to the development of small and medium-sized businesses in rural and natural areas, which can be important for the sustainable development of regions.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions and a list of used sources.

Keywords: tourist services market, influencing factors, hospitality industry.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	10
1.1. Зміст та значення ринку туристичних послуг в розвитку гостинності регіону	10
1.2. Інституційне забезпечення ринку туристичних послуг	14
1.3. Світовий досвід розвитку ринку туристичних послуг	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	24
2.1. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг України	24
2.2. Факторний аналіз розвитку ринку туристичних послуг регіонів України	31
2.3. Оцінка популяризації туристичного ринку України в умовах війни	36
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	40
3.1. Напрями розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни	40
3.2. Інструменти розвитку ринку туристичних послуг в умовах війни	46
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. У контексті сучасних геополітичних подій, вивчення ринку туристичних послуг України в умовах війни набуває особливого значення. Військовий конфлікт та його наслідки впливають на туристичну індустрію країни, аналіз цих впливів допоможе розуміти сучасні тенденції та шляхи подолання викликів. Розвиток туризму в умовах війни відкриває нові можливості для розвитку регіональних економік, сприяючи місцевому підприємництву та залучаючи інвестиції в інфраструктуру. Ретельне дослідження цієї теми дозволить розробляти ефективні стратегії розвитку туризму, спрямовані на збереження та примноження туристичного потенціалу України у складних умовах. Доцільність дослідження ринку туристичних послуг України в умовах війни зумовлена також значними змінами в економічній, соціальній та політичній сферах країни. Військовий конфлікт створює унікальні виклики для туристичної індустрії, яка завжди була важливим сектором економіки, забезпечуючи робочі місця та стимулюючи розвиток регіонів. Зокрема, питання безпеки, переміщення внутрішньо переміщених осіб, а також перебудова туристичних маршрутів і інфраструктури потребують глибокого аналізу та адаптації до нових умов. У цьому контексті вивчення впливу війни на туристичний ринок не лише розкриває актуальні проблеми та виклики, а й допомагає знайти шляхи для відновлення та розвитку галузі в постконфліктний період.

Стан вивченості проблеми. Більшість існуючих досліджень торкаються загальних аспектів туризму в Україні, без спеціального акценту впливу військового конфлікту на туристичну діяльність. О. Гончаренко у своїх роботах аналізує вплив військового конфлікту на туристичну інфраструктуру та економіку регіонів, що постраждали від бойових дій. Інший важливий внесок зробила Н. Шаповал, яка вивчала зміни в попиті на внутрішній туризм та адаптацію туристичних компаній до нових умов. Її дослідження показують, що

українські туристичні підприємства змушені були швидко реагувати на нові виклики, пропонуючи альтернативні маршрути та послуги. Дослідження І.Ковальчука зосереджені на аналізі державної політики в галузі туризму під час війни та наданні підтримки туристичному бізнесу. Його роботи підкреслюють важливість координації між державою та приватним сектором для забезпечення стійкості ринку. М. Зінченко вивчала соціально-психологічні аспекти поведінки туристів в умовах військового конфлікту, досліджуючи, як страхи та невизначеність впливають на вибір туристичних напрямків та послуг. Її дослідження допомагають зрозуміти, як змінилась мотивація туристів під час війни та які фактори стали вирішальними для їх рішень.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування ринку туристичних послуг України в умовах війни.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади функціонування ринку туристичних послуг України та вплив військового конфлікту на ринок туристичних послуг

Метою роботи є обґрунтування перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг на основі детального аналізу впливу військового конфлікту на досліджувані процеси.

З метою досягнення зазначеного були поставлені такі *завдання*:

- визначити інституційні основи функціонування ринку туристичних послуг;
- дослідити світовий досвід розвитку ринку туристичних послуг;
- здійснити діагностику функціонування ринку туристичних послуг України в умовах війни;
- запропонувати стратегічні орієнтири розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. У ході проведення дослідження використовувалися різноманітні методи, спрямовані на збір, аналіз та інтерпретацію даних з метою досягнення поставлених цілей. Серед них важливе місце займає аналіз статистичних даних, які стосуються

попиту та пропозиції на туристичні послуги в умовах війни, а також економічних показників та інвестиційного клімату в регіонах, що зазнають впливу конфлікту. Використовувалися методи інтерв'ю з представниками туристичного ринку міста Луцьк, місцевих владних структур, туристів та інших зацікавлених сторін з метою збору інформації щодо впливу військового конфлікту на туристичну активність.

Джерела інформаційної бази дослідження. Джерелами інформаційної бази дослідження є різноманітні документи, які надають інформацію про туристичну галузь та військовий конфлікт в Україні, а саме офіційні звіти туристичних організацій та місцевих структур, які містять дані про туристичний попит, стан інфраструктури та інші ключові показники, дані статистичних організацій, таких як Державна служба статистики, Національна туристична організація, міжнародні організації, які надають інформацію про економічні показники та динаміку туристичного ринку.

Практична цінність одержаних результатів Практична цінність отриманих результатів полягає в їхній здатності сприяти розробці ефективних стратегій для вдосконалення та відновлення туристичної галузі України в умовах воєнного конфлікту. Інформація про зміни в туристичній активності, переваги та перешкоди, що виникають внаслідок конфлікту, дозволить розробляти цілеспрямовані заходи для збереження та розвитку туристичного потенціалу країни.

Апробація результатів дослідження. Дослідження питань розвитку туристичного ринку в умовах війни апробовано на I Всеукраїнській інтернет-конференції молодих учених та студентів «Перспективи розвитку туризму та сфери гостинності в Україні і світі» (травень, 2024 року).

Структура роботи складається із вступу, трьох розділів, висновків та рекомендацій; містить 57 сторінок тексту, 4 рисунки, 5 таблиць. Список джерел включає 52 найменування літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Зміст та значення ринку туристичних послуг в розвитку гостинності регіону.

Ринок туристичних послуг відіграє важливу роль у розвитку гостинності регіону, створюючи можливості для економічного зростання, залучення інвестицій та підтримки місцевої інфраструктури. Його зміст полягає у наданні широкого спектру послуг для подорожуючих, включаючи транспорт, проживання, харчування, екскурсії та інші розважальні та культурні заходи.

Значення ринку туристичних послуг полягає в його здатності стимулювати розвиток інших галузей економіки, зокрема готельного бізнесу, ресторанного господарства, транспорту та розважальних закладів. Крім того, туризм сприяє збереженню та просуванню культурної спадщини регіону, підтримці місцевих традицій та промоції туристичних атракцій, що сприяє підвищенню привабливості регіону для відвідувачів. Таким чином, розвиток ринку туристичних послуг є ключовим елементом стратегії гостинності регіону, спрямованої на збільшення його туристичного потенціалу та ефективне використання його ресурсів.

Дослідження ресурсних факторів ринку туристичних послуг в Україні в умовах війни є надзвичайно важливим для розуміння можливостей і обмежень галузі. Війна значно впливає на доступність та стан інфраструктури, безпеку туристичних об'єктів, а також на людські ресурси, що є критичними для надання високоякісних послуг. Визначення та аналіз цих факторів дозволяє сформулювати стратегії адаптації, оптимізувати використання наявних ресурсів і підтримати стійкість туристичного бізнесу в кризових умовах. Такі дослідження допомагають виявити нові можливості для розвитку галузі, враховуючи зміни в попиті та поведінці споживачів.

Ресурсні фактори ринку туристичних послуг представлено на рис. 1.1.

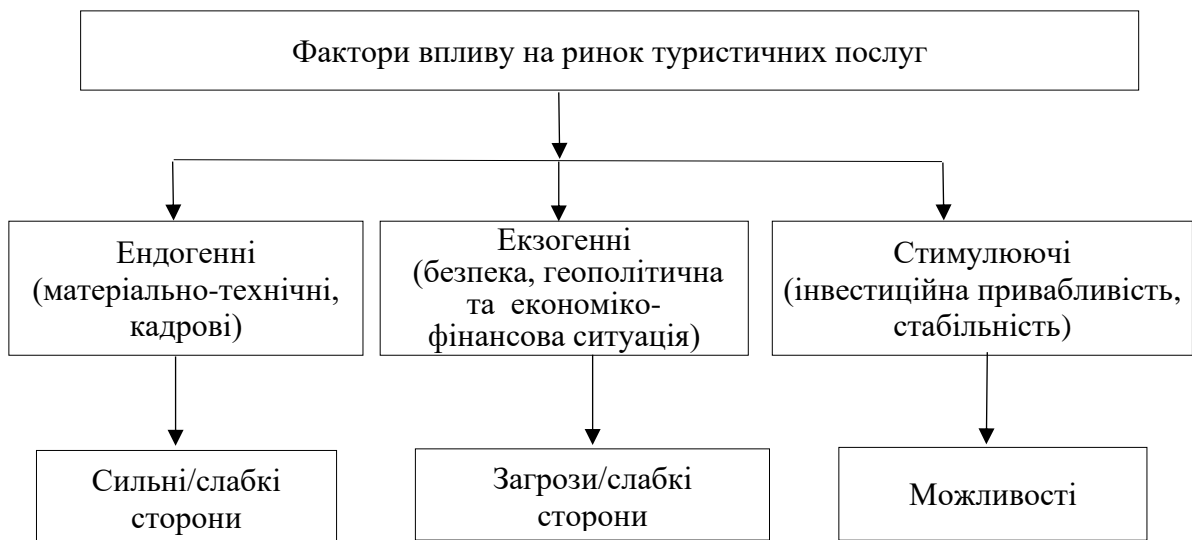


Рис. 1.1. Ресурсні фактори ринку туристичних послуг [24]

Стимулюючі фактори, такі як інвестиційна привабливість та стабільність, відіграють ключову роль у розвитку ринку туристичних послуг. Інвестиції у туристичну інфраструктуру, маркетинг та нові туристичні проекти підвищують привабливість регіону для туристів, сприяючи економічному зростанню та створенню нових робочих місць. Стабільна економічна та політична ситуація також сприяє зростанню довіри інвесторів і туристів, що додатково стимулює розвиток галузі.

Екзогенні фактори включають в себе безпеку, геополітичну та економіко-фінансову ситуацію. Безпека є фундаментальним аспектом, оскільки туристи обирають безпечні напрямки для відпочинку. Геополітична стабільність і економічна ситуація в країні також впливають на потік туристів, оскільки несприятливі умови можуть перешкодити потенційним відвідувачам стати туристами в Україні [47]. Фінансова стабільність країни дозволяє уряду та приватним компаніям інвестувати в розвиток туристичної інфраструктури.

Ендогенні фактори охоплюють матеріально-технічні та кадрові ресурси. Наявність сучасної та розвиненої інфраструктури, висококваліфікованих кадрів є основою для надання якісних туристичних послуг. Важливо забезпечувати

постійне навчання та підвищення кваліфікації працівників сфери туризму для підтримання високих стандартів обслуговування.

Аналіз сильних і слабких сторін ринку туристичних послуг дозволяє виявити ключові фактори успіху та проблемні аспекти, які потребують вдосконалення. Сильні сторони можуть включати унікальні природні ресурси, культурну спадщину та розвинену інфраструктуру, тоді як слабкі сторони можуть бути пов'язані з недоліками в управлінні або недостатнім фінансуванням. Визначення можливостей і загроз є критичним для стратегічного планування. Можливості можуть включати розвиток нових туристичних маршрутів, збільшення внутрішнього туризму та інновації в сфері послуг. Загрози можуть виникати через економічні кризи, політичну нестабільність чи екологічні проблеми, які впливають на привабливість туристичних напрямків. Ресурсні фактори ринку туристичних послуг є комплексними та взаємопов'язаними [22]. Їхній аналіз дозволяє зрозуміти поточний стан ринку та сформувані ефективні стратегії для його розвитку навіть в умовах нестабільності та криз, що забезпечує стійкість галузі та її здатність адаптуватися до змінних умов.

Ринок туристичних послуг відіграє важливу роль у розвитку гостинності регіону, створюючи значні економічні та соціальні вигоди. Туристичні послуги сприяють зростанню доходів від туризму, що дозволяє інвестувати в розвиток інфраструктури, поліпшення якості сервісів та розширення спектру пропонованих послуг, що підвищує привабливість регіону для нових відвідувачів, сприяючи подальшому економічному розвитку та створенню нових робочих місць. Значення ринку туристичних послуг полягає не тільки в економічному впливі, але й у соціокультурному аспекті. Туризм сприяє культурному обміну, взаєморозумінню та збереженню культурної спадщини. Місцеві традиції, ремесла та кулінарні особливості набувають нового значення та розвитку, що сприяє збереженню культурної ідентичності регіону [12].

Розвиток ринку туристичних послуг також стимулює інші галузі економіки, такі як транспорт, торгівля та громадське харчування, створюючи

мультиплікативний ефект, що забезпечує стабільний економічний ріст регіону. Інвестиції в туристичну галузь можуть також сприяти розвитку нових технологій та інновацій, що підвищує конкурентоспроможність регіону на міжнародному рівні.

Таким чином, ринок туристичних послуг є ключовим чинником у розвитку гостинності регіону. Він сприяє економічному зростанню, соціокультурному розвитку та підвищенню якості життя місцевого населення. Комплексний підхід до розвитку цього ринку забезпечує стійкість і конкурентоспроможність регіону в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції. Розвиток ринку туристичних послуг також сприяє підвищенню рівня професійної підготовки кадрів у сфері гостинності. Навчальні програми та тренінги, спрямовані на підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі, забезпечують високий рівень обслуговування туристів, що сприяє формуванню позитивного іміджу регіону як привабливого туристичного напрямку, що в свою чергу залучає нових відвідувачів та інвесторів.

Інтеграція інноваційних технологій у сферу туристичних послуг дозволяє оптимізувати процеси бронювання, покращити комунікацію з туристами та надати індивідуалізовані послуги. Використання цифрових платформ та мобільних додатків спрощує туристам планування поїздок та забезпечує їм доступ до актуальної інформації про події, визначні місця та послуги в регіоні. Зазначене підвищує зручність та задоволеність туристів, що позитивно впливає на їхні враження та бажання повертатися. Збереження та сталий розвиток природних і культурних ресурсів є важливими аспектами у контексті розвитку ринку туристичних послуг. Екологічно свідомий туризм сприяє захисту навколишнього середовища та забезпечує довгострокову привабливість регіону. Впровадження практик сталого туризму, таких як використання відновлюваних джерел енергії, управління відходами та підтримка місцевих громад, сприяє збереженню природного та культурного багатства регіону.

1.2. Інституційне забезпечення ринку туристичних послуг.

Інституційне забезпечення ринку туристичних послуг включає в себе систему законодавчих, регуляторних та адміністративних органів, що регулюють та сприяють розвитку туризму в регіоні. Інституції створюють необхідні умови для функціонування туристичного ринку, забезпечуючи захист прав споживачів, регулюючи якість послуг, а також просуваючи регіон на міжнародному туристичному ринку. Національні туристичні організації, місцеві туристичні агентства, громадські організації та інші інституції грають ключову роль у сприянні розвитку туристичного сектору. Вони розробляють та впроваджують туристичні стратегії та програми, забезпечують маркетингову підтримку, сприяють підвищенню якості та безпеки туристичних послуг, а також здійснюють моніторинг та аналіз динаміки ринку. Інституційне забезпечення ринку туристичних послуг також включає в себе регулювання візового режиму, митницю, транспортну та інші сфери, що безпосередньо впливають на подорожі та пересування туристів. Ефективне функціонування цих інститутів важливе для створення стабільного та привабливого туристичного середовища, яке сприятиме розвитку гостинності регіону [32].

Ієрархія управління туристичними ринками в Україні є критично важливою для забезпечення ефективного розвитку та стійкості туристичної галузі. Чітко структурована ієрархія дозволяє встановити ясні функції та відповідальність на різних рівнях управління – від національного до регіонального та місцевого, що сприяє узгодженості в прийнятті рішень, оптимізації використання ресурсів і реалізації стратегічних ініціатив. Національні органи управління визначають загальні політики та стратегії розвитку туризму, координуючи дії між регіонами та забезпечуючи відповідність міжнародним стандартам і вимогам. Регіональні та місцеві органи, в свою чергу, адаптують ці стратегії до специфіки своїх територій, враховуючи місцеві особливості та потреби.

Ієрархія управління туристичними ринками також забезпечує ефективну комунікацію та співпрацю між різними стейкхолдерами, включаючи державні установи, приватний сектор, громадські організації та місцеві громади, що сприяє створенню сприятливого інвестиційного клімату, розвитку інфраструктури та підвищенню якості туристичних послуг. Наявність чіткої управлінської структури дозволяє оперативно реагувати на виклики та зміни, впроваджувати інноваційні рішення та забезпечувати сталість туристичного бізнесу [45]. Крім того, добре організована ієрархія управління підтримує зусилля щодо промоції України як привабливого туристичного напрямку на міжнародному рівні, що сприяє зростанню туристичних потоків та розвитку економіки країни в цілому. Ієрархія управління туристичними ринками в Україні, станом на 2023 рік представлено на рис. 1.2.

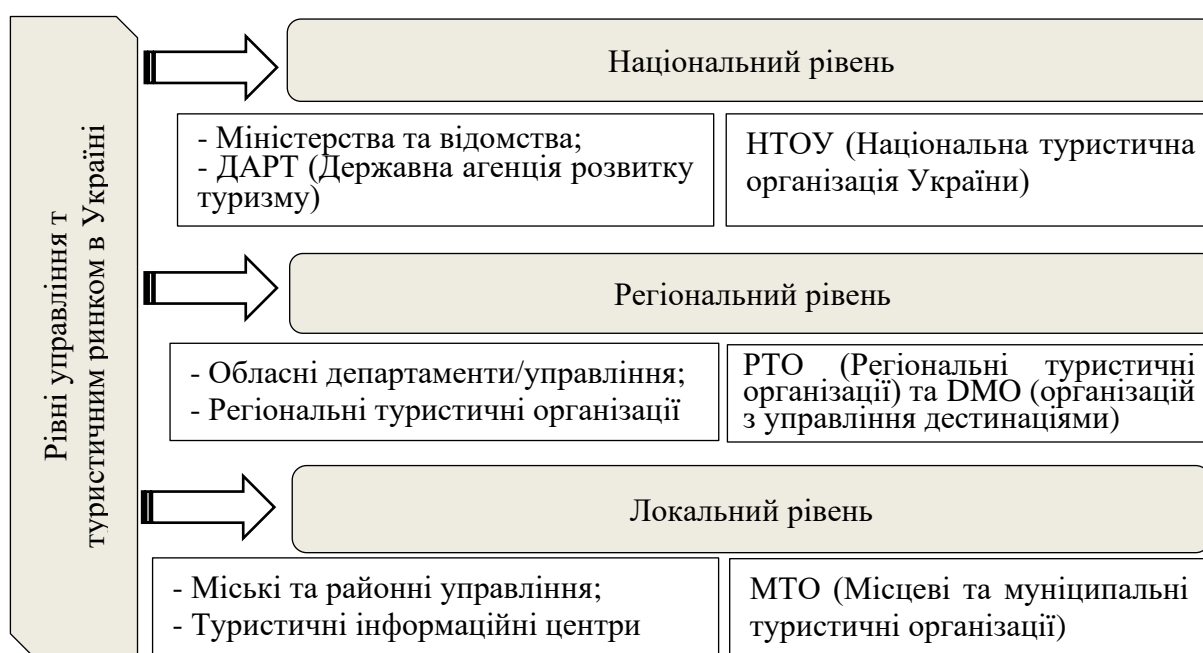


Рис. 1.2. Ієрархія управління туристичними ринками в Україні, станом на 2023 рік [39].

Національний рівень управління туристичними ринками в Україні представлений такими ключовими організаціями, як Національна туристична організація України (НТОУ), різні міністерства та відомства, а також Державна агенція розвитку туризму (ДАРТ). Такі структури відіграють центральну роль у

формуванні загальної стратегії розвитку туризму на державному рівні, встановленні стандартів та нормативів, а також у координації зусиль з просування України як привабливого туристичного напрямку на міжнародній арені. Вони забезпечують єдність у прийнятті рішень та реалізації державної політики в галузі туризму, що сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку туристичного бізнесу.

Регіональний рівень управління представлений регіональними туристичними організаціями (РТО) та організаціями з управління дестинаціями (DMO), обласними департаментами та управліннями. Такі організації адаптують загальнонаціональну стратегію до специфіки своїх регіонів, враховуючи місцеві особливості та потреби. Регіональні туристичні організації сприяють розвитку туристичної інфраструктури, залученню інвестицій, а також організують регіональні маркетингові кампанії. Співпраця на цьому рівні забезпечує ефективне використання ресурсів та координацію дій між різними регіональними гравцями ринку туризму [50].

На локальному рівні управління здійснюється місцевими та муніципальними туристичними організаціями (МТО), міськими та районними управліннями, а також туристичними інформаційними центрами. Такі структури займаються безпосереднім обслуговуванням туристів, наданням інформаційних послуг, підтримкою місцевих туристичних ініціатив та промоцією окремих туристичних об'єктів і маршрутів. Локальний рівень управління забезпечує гнучкість та оперативність у реагуванні на потреби туристів, що сприяє підвищенню якості обслуговування та створенню позитивного іміджу туристичних напрямків на місцевому рівні.

Таким чином, ієрархія управління туристичними ринками в Україні, що складається з національного, регіонального та локального рівнів, є ключовим фактором для ефективного розвитку та стійкості туристичної галузі. Чітко визначені функції та відповідальність на кожному рівні сприяють узгодженості в прийнятті рішень, оптимізації використання ресурсів та реалізації стратегічних ініціатив. Зазначене забезпечує комплексний розвиток туризму,

підвищення якості послуг та створення сприятливих умов для залучення туристів і інвесторів.

Таким чином, інституційне забезпечення ринку туристичних послуг є ключовим елементом, що визначає ефективність розвитку та функціонування туристичної галузі в Україні. Чітка ієрархія управління, яка включає національні, регіональні та локальні організації, забезпечує координацію дій, сприяє розробці та реалізації стратегій розвитку туризму, а також підтримує створення сприятливого середовища для інвестицій. Національні органи, такі як НТОУ і ДАРТ, встановлюють загальні політики та нормативні стандарти, що забезпечує єдність і стабільність у галузі. Регіональні та місцеві організації відіграють важливу роль у адаптації національних стратегій до місцевих умов і потреб. Вони сприяють розвитку інфраструктури, залученню інвестицій і організації регіональних маркетингових кампаній. Локальні туристичні організації та інформаційні центри забезпечують безпосереднє обслуговування туристів, надаючи їм необхідну інформацію та підтримку, що значно підвищує рівень задоволеності та позитивний імідж регіонів.

Ефективне інституційне забезпечення також включає активну співпрацю між державними установами, приватним сектором і громадськими організаціями. Така співпраця сприяє розвитку інноваційних підходів, оптимізації процесів управління та підвищенню конкурентоспроможності ринку туристичних послуг. Залучення різноманітних стейкхолдерів до процесу прийняття рішень дозволяє враховувати різні інтереси та потреби, що сприяє збалансованому розвитку галузі. Інституційне забезпечення ринку туристичних послуг є фундаментальним аспектом для досягнення сталого розвитку, підвищення якості послуг і забезпечення конкурентоспроможності України як привабливого туристичного напрямку. Інтегрований підхід до управління та постійне вдосконалення інституційних механізмів сприятиме подальшому розвитку туризму, створенню нових робочих місць та економічному зростанню країни.

1.3. Світовий досвід розвитку ринку туристичних послуг.

Світовий досвід розвитку ринку туристичних послуг відображається у різноманітних моделях та стратегіях, які успішно застосовуються у країнах з високим рівнем туристичного потенціалу. Зокрема, деякі країни активно інвестують у розвиток туристичної інфраструктури, включаючи будівництво готелів, розвиток транспортної системи та створення нових туристичних атракцій. Світовий досвід показує важливість маркетингових стратегій та рекламних кампаній у просуванні туристичних продуктів та привертанні уваги туристів. Ефективне використання цифрових технологій та соціальних медіа також відіграє значну роль у просуванні туристичних послуг [23].

Крім того, деякі країни успішно використовують концепцію сталого розвитку туризму, зосереджуючись на збереженні природних та культурних ресурсів, а також сприяючи розвитку місцевих спільнот. Такий підхід дозволяє збалансувати туристичний розвиток з екологічними та соціальними потребами регіону, що сприяє сталому зростанню туристичної галузі.

Надзвичайно актуальним питанням є дослідження світових протоколів безпеки мандрівок, особливо в контексті сучасних глобальних викликів, таких як пандемії, терористичні загрози та природні катаклізми. Розвинені країни активно впроваджують стандарти та протоколи, спрямовані на забезпечення безпеки туристів на всіх етапах подорожі – від планування до повернення додому. Такі протоколи включають ретельний контроль на кордонах, обов'язкове страхування, сертифікацію об'єктів розміщення та туристичних операторів, а також використання сучасних технологій для моніторингу та реагування на інциденти. Дослідження та адаптація цих практик до українських реалій дозволять підвищити рівень безпеки туристів і зміцнити довіру до України як безпечного туристичного напрямку [44].

Інтеграція світових протоколів безпеки мандрівок в український туристичний сектор сприятиме створенню надійної системи управління ризиками та кризами, що включає розробку планів евакуації, підготовку

персоналу до дій в надзвичайних ситуаціях, а також створення спеціальних комунікаційних каналів для інформування туристів про поточні ризики та рекомендації щодо безпеки. Застосування таких протоколів допоможе не тільки захистити здоров'я та життя туристів, але й мінімізувати економічні збитки від можливих кризових ситуацій. Крім того, відповідність міжнародним стандартам безпеки підвищить конкурентоспроможність України на світовому туристичному ринку, забезпечуючи стабільний притік туристів навіть в умовах глобальної нестабільності. Світові протоколи безпеки мандрівок систематизовано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Світові протоколи безпеки мандрівок [39]

Протокол	Організація яка встановлює	Опис
Програма безпеки авіаперельотів (IATA)	Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA)	IATA розробляє стандарти та протоколи безпеки для авіаперельотів, включаючи обов'язкові вимоги щодо безпеки пасажирів та екіпажу.
Міжнародна програма безпеки морських перевезень (ISM Code)	Міжнародна морська організація (IMO)	ISM Code встановлює стандарти безпеки для морських перевезень та вимагає, щоб кораблі та морські компанії відповідали цим стандартам.
Міжнародні стандарти безпеки харчових продуктів (НАССР)	Світова організація здоров'я (WHO) та ЮНІДО	НАССР – це система контролю якості та безпеки харчових продуктів, що застосовується в готельно-ресторанній сфері.
Програма оцінки впливу на здоров'я подорожуючих (IHR)	Всесвітня організація охорони здоров'я (WHO)	IHR встановлює міжнародні стандарти щодо виявлення та реагування на громадське здоров'я, що стосується подорожуючих, включаючи запобігання поширенню захворювань.
Європейська програма безпеки авіаперельотів (EASA)	Європейське агентство з безпеки авіації (EASA)	EASA розробляє стандарти та регуляції безпеки для авіаперевезень в Європейському Союзі.
Програма безпеки автотранспорту (ISO 39001)	Міжнародна організація зі стандартизації (ISO)	ISO 39001 визначає вимоги до систем управління безпекою дорожнього руху, спрямовані на запобігання дорожнім пригодам.
Міжнародний стандарт безпеки інформації (ISO 27001)	Міжнародна організація зі стандартизації (ISO)	ISO 27001 встановлює стандарти для управління інформаційною безпекою, що є важливим аспектом безпеки подорожей у цифрову епоху.

Світові протоколи безпеки мандрівок набувають особливої актуальності для України, враховуючи сучасні глобальні виклики та прагнення до інтеграції у міжнародний туристичний ринок. Одним із ключових протоколів є Програма безпеки авіаперельотів, розроблена Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), яка включає обов'язкові вимоги щодо безпеки пасажирів та екіпажу. Впровадження цих стандартів дозволяє підвищити рівень безпеки на авіарейсах, що є важливим фактором для залучення іноземних туристів. Аналогічно, Міжнародна програма безпеки морських перевезень (ISM Code) від Міжнародної морської організації (ІМО) встановлює стандарти безпеки для морських перевезень, забезпечуючи безпечні умови для пасажирів на морських маршрутах [33].

Іншим важливим аспектом є безпека харчових продуктів у туристичній галузі, що регулюється Міжнародними стандартами безпеки харчових продуктів (НАССР), розробленими Світовою організацією здоров'я (WHO) та ЮНІДО. Використання цієї системи контролю якості та безпеки харчових продуктів в готельно-ресторанній сфері допомагає запобігти харчовим отруєнням та забезпечує високий рівень обслуговування. Крім того, Програма оцінки впливу на здоров'я подорожуючих (IHR), що впроваджується Всесвітньою організацією охорони здоров'я (WHO), встановлює стандарти для виявлення та реагування на загрози громадському здоров'ю, що є особливо важливим у контексті глобальних пандемій. Впровадження цих протоколів в Україні дозволить створити безпечні умови для туристів, підвищити довіру до країни як до туристичного напрямку та забезпечити відповідність міжнародним стандартам.

Інтеграція світових протоколів безпеки мандрівок в український контекст сприятиме розвитку туристичної галузі на всіх рівнях. Програма безпеки автотранспорту (ISO 39001), розроблена Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO), визначає вимоги до систем управління безпекою дорожнього руху, що спрямовані на запобігання дорожнім пригодам. Впровадження цих стандартів в Україні сприятиме зниженню аварійності на

дорогах, що є важливим аспектом безпеки для туристів, які подорожують автомобільним транспортом [47]. Також, стандарти безпеки інформації (ISO 27001), які регулюють управління інформаційною безпекою, є надзвичайно важливими в епоху цифрових технологій. Використання цих стандартів забезпечить захист особистих даних туристів та безпеку онлайн-транзакцій.

Європейська програма безпеки авіаперельотів (EASA), розроблена Європейським агентством з безпеки авіації, встановлює стандарти та регуляції безпеки для авіаперевезень в Європейському Союзі. Адаптація цих стандартів до українських умов дозволить гармонізувати українські авіаційні правила з європейськими, що сприятиме інтеграції України в європейський авіаційний простір. Це підвищить рівень довіри іноземних туристів до авіаперельотів в Україну та забезпечить відповідність високим міжнародним стандартам безпеки. Загалом, дослідження та впровадження світових протоколів безпеки мандрівок сприятимуть підвищенню якості туристичних послуг, розвитку інфраструктури та створенню позитивного іміджу України на світовій туристичній арені.

Дослідження динаміки відвідувань регіонів світу порівняно з попереднім роком є надзвичайно важливим для розуміння поточних тенденцій та визначення ключових факторів, що впливають на туристичні потоки. Аналіз змін у кількості відвідувачів дозволяє виявити регіони з високим або зниженим туристичним попитом, що є критичним для стратегічного планування та прийняття управлінських рішень [51]. Така інформація допомагає урядам та бізнесам адаптувати свої маркетингові стратегії, розробляти нові туристичні продукти та підвищувати привабливість регіонів. Крім того, порівняльний аналіз динаміки відвідувань може вказувати на вплив зовнішніх факторів, таких як економічні кризи, політична нестабільність або глобальні пандемії, дозволяючи швидко реагувати на виклики та використовувати можливості для розвитку туристичної галузі. Динаміка відвідувань регіонів світу порівняно з попереднім роком представлена в таблиці 1.2.

Динаміка відвідувань регіонів світу порівняно з попереднім роком [39]

Регіони	Роки		
	2020	2021	2022
<i>Світ</i>	-72,6%	8,6%	100,3%
<i>Америка</i>	-68,5%	9,2%	111,6%
Північна Америка	-68,4%	1,8%	130,1%
Кариби	-70,0%	89,3%	42,4%
Центральна і Південна Америка	-67,9%	-10,7%	125,1%
<i>Європа</i>	-68,2%	24,1%	85,3%
Північна Європа	-69,8%	-5,9%	176,2%
Західна Європа	-58,1%	-5,0%	87,8%
Південна Європа і Середземномор'я	-71,4%	58,8%	88,6%
Центральна і Східна Європа	-73,5%	34,4%	27,6%
<i>Азія і Тихий океан</i>	-84,0%	-63,7%	269,6%
Північно-Східна Азія	-88,2%	-46,4%	42,5%
Південно-Східна Азія	-81,2%	-88,1%	1200%
Південна Азія	-76,0%	-29,9%	187,2%
Океанія	-76,3%	-43,3%	234,0%
<i>Африка</i>	-74,4%	18,0%	78,7%
<i>Близький Схід</i>	-72,5%	15,0%	127,4%

Дослідження динаміки відвідувань регіонів світу порівняно з попереднім роком є надзвичайно важливим для розуміння поточних тенденцій та виявлення ключових факторів, що впливають на туристичні потоки. Наприклад, значні коливання у відвідуваності різних регіонів протягом 2020-2022 років відображають вплив глобальної пандемії COVID-19 на туристичну галузь. Аналіз даних показує, що регіони, такі як Америка та Європа, зазнали значного спаду у 2020 році, але в наступні роки спостерігали значне зростання відвідуваності, що свідчить про поступове відновлення туристичного сектору. Ці дані є критичними для розробки стратегій відновлення та підтримки стійкого розвитку туризму.

Розуміння динаміки відвідувань також дозволяє урядам та бізнесам краще адаптувати свої маркетингові стратегії та інвестиційні рішення. Наприклад, значне зростання відвідуваності у Північній Європі у 2022 році після спаду в попередні роки може сигналізувати про відновлення попиту на туристичні послуги в цьому регіоні. Відповідно, туристичні оператори можуть фокусувати свої зусилля на просуванні напрямків у Північній Європі, інвестуючи в

інфраструктуру та маркетингові кампанії. Крім того, порівняльний аналіз динаміки відвідувань допомагає виявити вплив зовнішніх факторів, таких як економічні кризи або політична нестабільність, дозволяючи швидко реагувати на виклики та використовувати можливості для розвитку туристичної галузі. Загалом, дослідження динаміки відвідувань регіонів світу забезпечує глибше розуміння змін у туристичному попиті, що є необхідним для ефективного стратегічного планування та прийняття управлінських рішень, що допомагає виявити перспективні ринки, оцінити вплив різних чинників на туристичні потоки та розробити адаптивні стратегії для підвищення конкурентоспроможності та стійкості туристичної галузі в умовах глобальних викликів.

Світовий досвід розвитку ринку туристичних послуг є надзвичайно цінним для України, оскільки він надає ефективні моделі та інноваційні практики, які можна адаптувати до місцевих умов. Вивчення успішних прикладів інших країн дозволяє Україні впроваджувати комплексні стратегії розвитку інфраструктури, безпеки, маркетингу та управління туристичними потоками. Особливо важливою є інтеграція світових протоколів безпеки, що підвищує рівень довіри туристів і сприяє створенню стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії. Таким чином, застосування світового досвіду допоможе Україні не лише покращити якість туристичних послуг, але й зміцнити свою позицію на міжнародному туристичному ринку.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг України.

Ринок туристичних послуг України в умовах війни зазнав значних змін та викликів, що вплинули на його розвиток та функціонування. Вивчення цього ринку є важливим, оскільки воєнний конфлікт призводить до радикальних змін у поведінці споживачів, структурі попиту та пропозиції. Дослідження цих аспектів дозволяє зрозуміти, як саме війна впливає на туристичну галузь, виявити нові тенденції та потреби, а також оцінити економічні наслідки для регіонів, які традиційно залежали від туризму [10]. Крім того, таке дослідження допомагає визначити основні проблеми та виклики, з якими стикаються туристичні оператори, готелі, ресторани та інші учасники ринку гостинності в цей складний час.

Аналіз ринку туристичних послуг під час війни також є необхідним для розробки стратегій адаптації та відновлення галузі. Визначення ефективних методів підтримки та розвитку туристичного бізнесу в умовах нестабільності та невизначеності сприятиме збереженню робочих місць, покращенню економічної ситуації в регіонах, що постраждали, і створенню передумов для подальшого розвитку туризму після завершення конфлікту. Вивчення цього ринку дозволить не лише оцінити поточний стан галузі, але й прогнозувати майбутні тенденції, що є критично важливим для планування та прийняття рішень як на державному, так і на місцевому рівнях.

Ринок туристичних послуг України за останні роки демонструє динамічні зміни та тенденції розвитку, які відображають як глобальні процеси, так і внутрішні економічні, соціальні та політичні фактори. Після пандемії COVID-19 туристична галузь України почала відновлюватися, акцентуючи увагу на внутрішньому туризмі та розвитку нових туристичних напрямків. Збільшення попиту на екологічний, сільський та активний туризм свідчить про зміну

споживчих пріоритетів та бажання мандрівників відвідувати менш відомі, але безпечні та цікаві місця. Крім того, цифровізація та впровадження нових технологій сприяють поліпшенню якості обслуговування та розширенню можливостей для туристів.

Однак, розвиток ринку туристичних послуг в Україні стикається з низкою викликів, серед яких найбільш вагомим є військовий конфлікт на сході країни. Війна впливає на безпекову ситуацію та імідж країни на міжнародній арені, що може стримувати потік іноземних туристів. Водночас, такі обставини стимулюють розвиток внутрішнього туризму, а також пошук нових способів залучення відвідувачів та збереження конкурентоспроможності на світовому ринку. Важливим напрямом є також розвиток інфраструктури та покращення якості туристичних послуг, що створює передумови для довгострокового розвитку галузі навіть в умовах нестабільності [36].

Розглянемо детальніше тенденції розвитку ринку туристичних послуг України в сучасних умовах. Останні роки позначилися значним зростанням популярності внутрішнього туризму в Україні. Пандемія COVID-19 та воєнний конфлікт на сході країни суттєво змінили поведінку споживачів, сприяючи активнішому дослідженню національних туристичних напрямків. Внутрішній туризм став безпечнішою та економічно вигіднішою альтернативою закордонним подорожам, принаймні у західних, відносно безпечних регіонах по відношенню до військової агресії росії, що призвело до розвитку нових туристичних маршрутів, зростання популярності регіональних фестивалів, культурних та історичних пам'яток, а також екологічного та сільського туризму. Важливим аспектом цієї тенденції є підтримка місцевих економік, що сприяє їх стійкості в умовах криз.

Екологічний та активний туризм стали одними з найбільш затребуваних напрямків в Україні. Мандрівники все більше цінують можливість перебувати на природі, займатися активними видами відпочинку, такими як піший туризм, велопоходи, кемпінг та сплави на байдарках. Така тенденція сприяє збереженню природних ресурсів та розвитку інфраструктури в екологічно

чистих регіонах. Водночас, екологічний туризм відповідає глобальним трендам на сталий розвиток та зниження вуглецевого сліду, що робить його привабливим не лише для українців, а й для іноземних туристів, які шукають нових, незвіданих місць.

Цифровізація та активне впровадження нових технологій є ключовими факторами розвитку туристичного ринку в Україні. Онлайн-сервіси для бронювання, мобільні додатки, віртуальні тури та цифрові платформи для організації подорожей значно спростили процес планування та здійснення подорожей. Технології також сприяють покращенню якості обслуговування, підвищенню ефективності маркетингових стратегій та розширенню можливостей для персоналізації туристичних продуктів. Цей тренд дозволяє українським туристичним компаніям бути конкурентоспроможними на світовому ринку, залучаючи як внутрішніх, так і міжнародних туристів [49].

Військовий конфлікт в Україні створює значні виклики для туристичної галузі, зокрема, у контексті безпеки та іміджу країни. Такі обставини впливають на міжнародний туристичний потік, знижуючи інтерес іноземців до відвідування країни. Водночас, конфлікт стимулює розвиток внутрішнього туризму та пошук нових підходів до залучення туристів. Українські туристичні оператори активно працюють над підвищенням стандартів безпеки, розвитком інфраструктури та створенням унікальних туристичних продуктів, які можуть зацікавити як місцевих, так і міжнародних туристів. Зазначені заходи спрямовані на забезпечення стійкості та подальшого розвитку туристичного ринку в умовах нестабільності.

Останнім часом спостерігається зростання інтересу до тематичних туристичних маршрутів та регіональних брендів. Місцеві громади та регіони активно працюють над створенням унікальних туристичних продуктів, які відображають культурні, історичні та природні особливості регіону. Наприклад, маршрути винними шляхами, гастрономічні тури, подорожі замками та фортецями України стають все більш популярними. Розвиток регіональних брендів не лише сприяє залученню туристів, але й підтримує місцевий бізнес,

сприяє збереженню культурної спадщини та підвищує економічний потенціал регіонів.

Забезпечення високої якості туристичних послуг та розвиток інфраструктури є одним із пріоритетних завдань для України. Підприємства туристичного сектору активно інвестують у модернізацію готелів, розвиток транспортної мережі, створення сучасних рекреаційних зон та підвищення стандартів обслуговування. Зазначені заходи спрямовані на створення комфортних умов для туристів та забезпечення їх безпеки [41]. Важливою складовою є також навчання персоналу, впровадження нових стандартів якості та підвищення рівня сервісу, що робить туристичні послуги більш конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Україна активно працює над розширенням міжнародної співпраці та просуванням своїх туристичних продуктів на світових ринках. Участь у міжнародних туристичних виставках, організація рекламних кампаній за кордоном та співпраця з міжнародними туристичними операторами сприяють підвищенню обізнаності про Україну як туристичну дестинацію. Крім того, спільні проєкти з міжнародними організаціями дозволяють залучати інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, покращувати стандарти обслуговування та впроваджувати передові технології.

Туристичний сектор України, як і в усьому світі, стикається з викликами, пов'язаними зі зміною клімату. Адаптація до цих змін та впровадження принципів сталого розвитку стають все більш важливими для забезпечення довгострокової стійкості галузі. Екологічно відповідальний туризм, зниження впливу на навколишнє середовище, розвиток зеленої інфраструктури та підтримка місцевих громад є ключовими аспектами цієї стратегії. Туристичні підприємства все більше орієнтуються на впровадження екологічних практик та зменшення вуглецевого сліду, що не лише зберігає природні ресурси, але й підвищує привабливість туристичних продуктів для свідомих мандрівників [7].

Для забезпечення сталого розвитку туристичного ринку України важливо враховувати прогнозування та впровадження інновацій. Аналітичні

дослідження, використання великих даних (Big Data) та штучного інтелекту допомагають передбачати тенденції та адаптувати стратегії до змінних умов ринку. Інноваційні підходи дозволяють створювати нові туристичні продукти, покращувати якість послуг та забезпечувати конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Впровадження інноваційних технологій, таких як віртуальна реальність, автоматизовані системи обслуговування та інтеграція смарт-рішень, сприяє підвищенню ефективності та привабливості туристичних послуг в Україні.

Дослідження кількості туристів в Україні є ключовим показником для оцінки тенденцій розвитку туристичної галузі. Цей показник дозволяє відстежувати зміни в популярності різних туристичних напрямків, виявляти нові тенденції та визначати ефективність маркетингових стратегій та інфраструктурних проектів. Аналіз кількості туристів дає можливість оцінити, як внутрішні та міжнародні події, економічні зміни, політичні ситуації та природні катаклізми впливають на туристичний потік [13]. Це, в свою чергу, допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку туристичної індустрії, планування ресурсів та впровадження нових ініціатив для залучення відвідувачів.

Кількість туристів є також важливим індикатором економічного впливу туризму на різні регіони України. Вона дозволяє вимірювати доходи від туризму, оцінювати ефективність інвестицій у туристичну інфраструктуру та визначати регіони, що потребують додаткової підтримки чи розвитку. Крім того, дані про кількість туристів сприяють формуванню регіональних брендів, підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку та забезпеченню стійкого розвитку туристичної галузі. Регулярний моніторинг та аналіз цих даних дозволяють адаптувати стратегії розвитку туризму відповідно до змін попиту та потреб мандрівників, що є запорукою успішного та динамічного розвитку туристичної індустрії України. Динаміка кількості туристів в Україні протягом 2018-2022 років представлена на рис. 2.1.

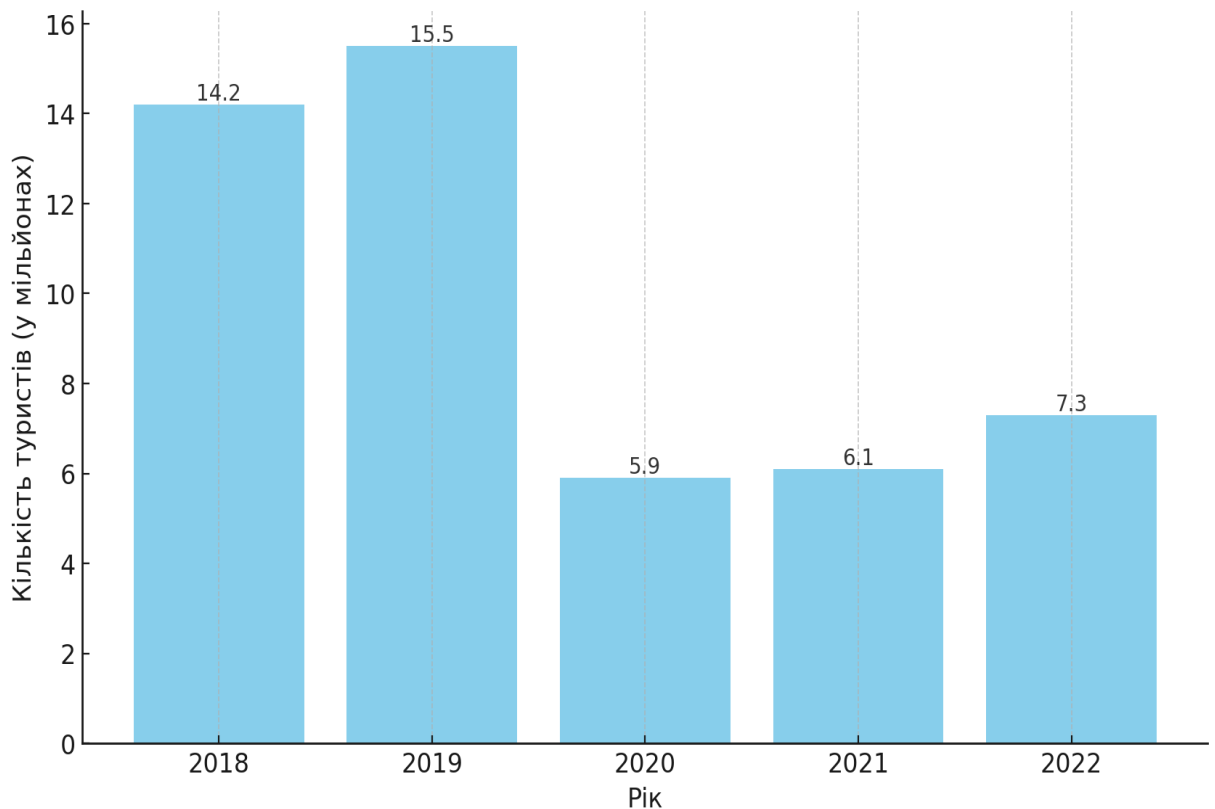


Рис. 2.1. Динаміка кількості туристів в Україні протягом 2018-2022 років (осіб) [34, 35].

Представлена динаміка кількості туристів в Україні за період з 2018 по 2022 рік дозволяє проаналізувати тенденції туристичного ринку та виявити ключові зміни за ці роки. Так, кількість туристів у 2019 році становила близько 15 мільйонів осіб, що на майже на мільйон більше ніж у 2018 році. Внаслідок пандемії COVID-19, у 2020 році кількість туристів різко зменшилась до 9 мільйонів осіб. Відновлення туристичного потоку у 2021 році до 11 мільйонів осіб, що свідчить про поступове відновлення галузі. У 2022 році кількість туристів знову зменшилась до 7 мільйонів осіб, що пов'язано з військовим вторгненням росії в Україну.

Таким чином, представлена динаміка демонструє вплив глобальних та національних подій на туристичний ринок України. У 2018-2019 роках спостерігався стабільний ріст кількості туристів, що вказувало на позитивні тенденції у розвитку туризму. Проте пандемія COVID-19 у 2020 році

спричинила значний спад туристичних потоків, оскільки були запроваджені обмеження на подорожі, а багато туристичних об'єктів припинили свою діяльність. У 2021 році відбулося часткове відновлення, що свідчить про адаптацію галузі до нових умов та зняття деяких обмежень. Однак, події 2022 року, зокрема воєнний конфлікт, призвели до чергового зниження кількості туристів, що відображає негативний вплив національної кризи на туристичний ринок, що підкреслює важливість стабільності та безпеки для розвитку туризму та потребу у стратегіях адаптації та підтримки галузі в кризових умовах.

Аналіз тенденції розвитку ринку туристичних послуг України засвідчує високу чутливість туристичного ринку України до зовнішніх і внутрішніх факторів. Аналіз підкреслює необхідність постійного моніторингу та гнучкого реагування на виклики, а також важливість розробки довгострокових стратегій для забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі в Україні.

Таким чином, тенденції розвитку ринку туристичних послуг України відображають комплексний підхід до подолання викликів та використання можливостей, що виникають у сучасних умовах. Зростання внутрішнього туризму, акцент на екологічний та активний туризм, цифровізація послуг і розвиток тематичних туристичних маршрутів свідчать про адаптацію галузі до змін попиту та умов. Водночас, галузь стикається з викликами, такими як політична нестабільність, економічні кризи та воєнний конфлікт, які впливають на безпеку і міжнародний імідж України. Незважаючи на це, активна співпраця з міжнародними партнерами, інвестиції в інфраструктуру та впровадження інноваційних рішень створюють передумови для стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності українського туристичного ринку на світовій арені.

2.2. Факторний аналіз розвитку ринку туристичних послуг регіонів України.

Факторний аналіз розвитку ринку туристичних послуг регіонів України дозволяє глибше зрозуміти вплив різних внутрішніх та зовнішніх чинників на динаміку та перспективи цієї галузі. Західні регіони, завдяки своєму вигідному географічному розташуванню, багатій історичній і культурній спадщині, а також природним ресурсам, мають значний потенціал для розвитку туризму. Аналіз факторів, що впливають на розвиток цього ринку, включає дослідження економічних умов, інфраструктурного забезпечення, маркетингових стратегій та соціальних аспектів, які визначають привабливість регіону для туристів.

Зовнішні фактори, такі як політична стабільність, безпека, а також глобальні економічні та екологічні тренди, також відіграють важливу роль у розвитку туристичного ринку регіонів України. Важливою складовою факторного аналізу є оцінка конкурентоспроможності регіону на національному та міжнародному рівнях, виявлення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз [14]. Такий підхід дозволяє розробити ефективні стратегії для підвищення привабливості в регіонах як туристичного напрямку, сприяє залученню інвестицій та розвитку інфраструктури, а також забезпечує стійке зростання туристичної галузі в регіоні.

Факторний аналіз також охоплює дослідження соціально-демографічних характеристик туристів, що відвідують регіони. Важливо розуміти, хто є основними відвідувачами регіону, їхні уподобання, поведінку та мотивацію. Така інформація допомагає розробляти маркетингові кампанії, покращувати якість туристичних послуг та розширювати спектр пропозицій відповідно до потреб різних сегментів ринку. Наприклад, аналіз демографічних даних може виявити зростання інтересу до сімейного туризму або активного відпочинку, що дозволяє відповідно адаптувати інфраструктуру та послуги.

Крім того, факторний аналіз враховує роль інновацій та технологій у розвитку туристичного ринку України. Впровадження новітніх технологій,

таких як онлайн-платформи для бронювання, віртуальні тури, мобільні додатки та інші цифрові рішення, сприяє підвищенню доступності та зручності туристичних послуг. Такі інновації не лише поліпшують досвід туристів, але й підвищують ефективність роботи туристичних операторів і готельєрів. Застосування сучасних маркетингових інструментів, зокрема соціальних медіа та аналітичних даних, дозволяє краще розуміти ринкові тренди та оперативно реагувати на змінні умови, що сприяє конкурентоспроможності Волинської області на туристичній мапі України.

SWOT-аналіз є потужним інструментом для визначення тенденцій розвитку туристичних ринків України, оскільки він дозволяє комплексно оцінити внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на галузь. Аналізуючи сильні (Strengths) і слабкі (Weaknesses) сторони, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats), туристичні оператори та державні органи можуть краще розуміти поточну ситуацію на ринку. Наприклад, сильні сторони, такі як багата культурна спадщина та природні ресурси, можуть бути використані для залучення туристів, тоді як слабкі сторони, як-от недостатня інфраструктура, потребують уваги та інвестицій для покращення [45]. Виявлення можливостей, таких як розвиток нових туристичних напрямків або впровадження цифрових технологій, дозволяє максимально використовувати потенціал ринку, тоді як розуміння загроз, таких як економічні кризи або військові конфлікти, допомагає розробляти стратегії для їхнього пом'якшення.

Застосування SWOT-аналізу також сприяє формуванню ефективних стратегій розвитку та адаптації до змін на ринку. Він допомагає ідентифікувати ключові пріоритети для інвестицій та розвитку, підвищуючи конкурентоспроможність українського туристичного ринку на міжнародній арені. SWOT-аналіз дозволяє визначити, які аспекти потребують вдосконалення, де варто зосередити зусилля для розвитку нових послуг або напрямків, і як ефективно використовувати ресурси, що забезпечує цілісний підхід до планування та управління, допомагаючи знизити ризики та максимізувати вигоди від розвитку туристичної галузі. У підсумку, SWOT-

аналіз є незамінним інструментом для створення стійких стратегій, які враховують поточні виклики та можливості, забезпечуючи стійкий розвиток туристичного ринку України. Матриця SWOT-аналізу для визначення тенденцій розвитку туристичних ринків України представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Матриця SWOT-аналізу для визначення тенденцій
розвитку туристичного ринку України

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - багата та різноманітна культурна спадщина регіонів України; - унікальні ландшафти та історико-культурні об'єкти; - географічне розташування та сусідство з Європейським Союзом; - інтеграція країни в напрямку Європейського розвитку 	<ul style="list-style-type: none"> - складна політична та економічна ситуація в країні через агресію росії; - зношена інфраструктура; - слабка промоція туристичних можливостей України на міжнародному рівні; - інституційна нестабільність індустрії туризму; - недосконале нормативне забезпечення
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - розвиток внутрішнього туризму; - проектна діяльність та посилення співпраці з міжнародними партнерами; - розвиток екологічного та сталого туризму; - проведення тематичних заходів та розвиток культурного туризму; - впровадження та розвиток новітніх технологій та інновацій; - проведення міжнародних культурних заходів, які популяризують туризм України 	<ul style="list-style-type: none"> - продовження військової агресії росії; - глобальні кризи; - сусідство з країною агресором; - поширення пандемії та епідемій; - конкуренція з іншими країнами; - економічна та політична нестабільність; - зміни клімату; - відтік кваліфікованих кадрів; - руйнування туристичної інфраструктури регіонів.

Матриця SWOT-аналізу відображає основні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що впливають на розвиток туристичного ринку України. Матриця допомагає комплексно оцінити поточний стан галузі та сформулювати стратегії для її розвитку. Країна має величезну кількість історичних та культурних об'єктів, які приваблюють туристів, наприклад, стародавні міста, замки, музеї та національні парки. Від Карпатських гір до узбережжя Чорного моря, Україна пропонує різноманітні природні краєвиди та архітектурні пам'ятки, що створює багатий потенціал для розвитку туризму. Вигідне розташування України на кордоні з ЄС полегшує доступ для європейських

туристів і сприяє розвитку міжнародного туризму. Орієнтація на європейські стандарти сприяє підвищенню якості туристичних послуг та інфраструктури.

Сьогодні існує ряд деструктивних факторів, які негативно впливають на розвиток туристичного ринку України. Військовий конфлікт негативно впливає на безпекову ситуацію та інвестиційний клімат у галузі туризму. Багато туристичних об'єктів потребують модернізації та реконструкції для забезпечення належного рівня обслуговування туристів. Відсутність ефективних маркетингових кампаній за кордоном обмежує залучення іноземних туристів. Недостатньо розвинені інституційні механізми управління та підтримки туристичної галузі. Недостатня правова база для регулювання та розвитку туризму ускладнює діяльність туристичних підприємств [37].

Для ринку України існує ряд можливостей вийти з кризи та розвиватись. Зростання інтересу до внутрішніх подорожей створює нові можливості для розвитку регіонального туризму. Спільні проекти з міжнародними організаціями допомагають залучати інвестиції та обмінюватися досвідом. Популярність екологічного туризму сприяє збереженню природних ресурсів та розвитку сталих практик. Організація фестивалів, виставок та інших культурних заходів залучає туристів і популяризує регіональні особливості. Використання сучасних технологій у туризмі підвищує якість обслуговування та створює нові продукти. Проведення міжнародних культурних заходів які популяризують туризм України, можуть залучати іноземних туристів і підвищувати міжнародний імідж України.

Нестабільність та непередбачуваність геополітичної та економічної ситуації негативно впливає на туристичний ринок України. Продовження військової агресії росії створює постійну загрозу для безпеки та стабільності туристичної галузі. Економічні та політичні кризи у світі можуть негативно вплинути на туристичний потік. Безпосередня близькість до зони конфлікту «відлякує» потенційних туристів. Нові спалахи захворювань можуть знову обмежити подорожі та негативно вплинути на туризм. Інші туристичні напрямки можуть пропонувати кращі умови, що створює конкуренцію для

України. Внутрішня нестабільність стримує розвиток туризму та знижує інвестиційну привабливість. Кліматичні зміни можуть негативно вплинути на природні об'єкти та туристичні сезони. Еміграція професіоналів з туристичної галузі знижує якість послуг. Військові дії та інші фактори можуть призвести до руйнування об'єктів інфраструктури, що ускладнює відновлення галузі.

Матриця SWOT-аналізу наочно демонструє, що розвиток туристичних ринків України залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів. Сильні сторони, такі як багата культурна спадщина і унікальні природні ландшафти, надають значний потенціал для розвитку. Однак, слабкі сторони, зокрема складна політична ситуація та зношена інфраструктура, потребують уваги та інвестицій. Можливості, такі як розвиток внутрішнього та екологічного туризму, впровадження інновацій і міжнародна співпраця, можуть стати ключем до стійкого зростання галузі. Водночас загрози, зокрема військовий конфлікт, глобальні кризи та економічна нестабільність, вимагають розробки стратегій адаптації та захисту. Збалансований підхід, що враховує всі ці аспекти, дозволить забезпечити ефективне та стійке функціонування туристичного ринку України.

Факторний аналіз розвитку ринку туристичних послуг регіонів України є надзвичайно важливим інструментом для формування ефективних стратегій та підвищення конкурентоспроможності регіонів. Він дозволяє глибоко оцінити вплив різноманітних економічних, соціальних, культурних та технологічних чинників на туристичну галузь, виявити сильні та слабкі сторони, а також визначити можливості та загрози для кожного регіону. Завдяки цьому аналізу можна більш точно прогнозувати тенденції, адаптувати маркетингові стратегії, розробляти нові туристичні продукти та покращувати інфраструктуру відповідно до потреб туристів. У підсумку, факторний аналіз сприяє стійкому та збалансованому розвитку туристичного ринку, що забезпечує економічне зростання та підвищення якості життя в регіонах України.

2.3. Оцінка популяризації туристичного ринку України в умовах війни.

Оцінка популяризації туристичного ринку України в умовах війни є надзвичайно важливим завданням, оскільки військовий конфлікт суттєво впливає на сприйняття країни як безпечного туристичного напрямку. Війна призводить до значних змін у поведінці туристів, їхніх уподобаннях та виборі місць для відпочинку. Оцінка ефективності заходів з популяризації українського туризму під час війни допомагає виявити найбільш успішні стратегії та методи залучення туристів, а також визначити проблемні аспекти, що потребують уваги та вдосконалення. Розуміння цих факторів є ключовим для підтримки та розвитку туристичної галузі в умовах нестабільності [1].

Крім того, війна змушує туристичну індустрію адаптуватися до нових реалій, шукаючи альтернативні способи залучення відвідувачів та збереження інтересу до країни. Популяризація внутрішнього туризму, проведення онлайн-заходів, впровадження нових технологій та розвиток культурних і екологічних маршрутів стають важливими інструментами у цій боротьбі. Оцінка цих зусиль дозволяє виявити їхній вплив на туристичний потік, економічні показники та загальний імідж України. Важливо також розуміти, як міжнародна спільнота сприймає Україну в умовах війни і які заходи можна вжити для покращення її туристичного потенціалу. Таким чином, оцінка популяризації туристичного ринку в умовах війни сприяє не лише короткостроковому виживанню галузі, але й створенню основи для її майбутнього відновлення та розвитку.

Тревел-блоги є важливими джерелами інформації для туристів, які планують свої подорожі. Завдяки своєму особистому підходу, блогери можуть представити туристичні об'єкти через призму власного досвіду, надаючи автентичні та детальні описи місць, культурних подій, місцевої кухні та традицій, що дозволяє потенційним мандрівникам отримати реалістичне уявлення про те, що їх очікує під час подорожі, і прийняти обґрунтовані рішення щодо своїх маршрутів та активностей. Тревел-блоги також часто включають практичні поради, які можуть значно полегшити підготовку до

подорожі, такі як інформація про найкращий час для відвідування, необхідні речі та особливості місцевого транспорту [33].

Крім того, тревел-блоги відіграють важливу роль у популяризації менш відомих туристичних об'єктів. Блогери часто шукають унікальні, некомерційні місця, які не потрапляють до традиційних туристичних путівників, що сприяє децентралізації туристичного потоку, знижуючи навантаження на популярні місця та допомагаючи розвивати туризм у менш відомих регіонах. Відкриття нових туристичних напрямків також стимулює місцеву економіку та створює додаткові можливості для підприємців у сфері туризму. Завдяки своїй здатності охоплювати широку аудиторію та впливати на прийняття рішень мандрівниками, тревел-блоги стають важливим інструментом для просування туристичних об'єктів та розвитку галузі в цілому.

Тревел-блоги відрізняються високим рівнем інтерактивності, що робить їх привабливими для широкої аудиторії. Блогери часто взаємодіють зі своїми читачами через коментарі, соціальні мережі та інші платформи, відповідаючи на запитання, надаючи додаткову інформацію та рекомендації, що створює відчуття спільноти та довіри, що підвищує цінність контенту та його вплив на прийняття рішень туристами. Можливість отримати прямі відповіді від людей, які вже відвідали певні місця, допомагає мандрівникам почуватися впевненіше та краще підготуватися до своїх поїздок.

Тревел-блоги зазвичай містять велику кількість фотографій, відео та інших візуальних матеріалів, які надають яскраве уявлення про туристичні об'єкти. Візуальний контент може надихати людей на подорожі, показуючи їм красу та унікальність різних місць. Фотографії мальовничих пейзажів, архітектурних пам'яток, культурних заходів та місцевих традицій допомагають створити емоційний зв'язок з потенційними туристами, що може бути більш ефективним, ніж сухі фактичні дані. Візуальна привабливість тревел-блогів робить їх потужним інструментом для стимулювання інтересу до подорожей та дослідження нових напрямків [41]. Рейтинг тревел-блогів як джерела

інформації про туристичні об'єкти України у 2022 році представлено на рис. 2.2.

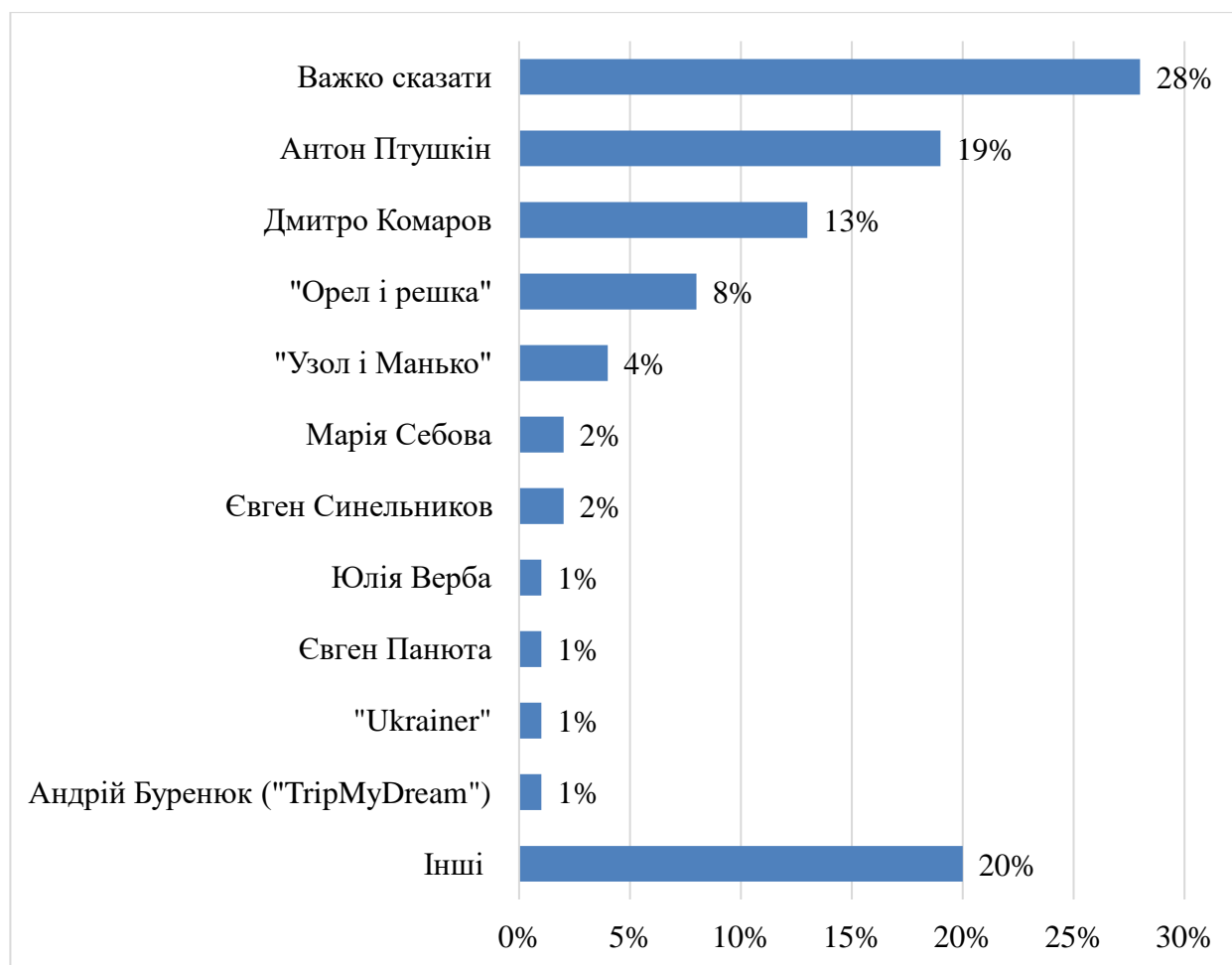


Рис. 2.2. Рейтинг тревел-блогів як джерела інформації про туристичні об'єкти України у 2022 році, (%)

Рейтинг тревел-блогів як джерела інформації про туристичні об'єкти України у 2022 році показує розподіл популярності серед різних блогерів та платформ. Лідером серед джерел інформації є категорія «Важко сказати», яка займає 28% від загальної кількості опитаних, що може свідчити про те, що багато людей не мають конкретного улюбленого блогера або вони отримують інформацію з різних джерел. На другому місці знаходиться Антон Птушкін з 19%, що підкреслює його значну популярність та вплив у сфері тревел-блогів в Україні. Дмитро Комаров посідає третє місце з 13%, що також вказує на його високий рівень довіри серед аудиторії.

Інші популярні тревел-блогери включають «Орел і решка» з 8% та «Узол і Манько» з 4%. Інші блогери, такі як Марія Себова, Євген Синельников, Юлія Верба, Євген Панюта, «Ukrainer», та Андрій Буренюк («TripMyDream»), мають меншу частку популярності, кожен з них набираючи від 1% до 2%. Категорія «Інші» складає 20%, що вказує на широкий спектр інших джерел інформації, які користувачі вважають корисними для отримання інформації про туристичні об'єкти України. Цей рейтинг відображає різноманітність джерел та велику кількість впливових блогерів, які формують туристичні вподобання українців.

Оцінка популяризації туристичного ринку України в умовах війни є критично важливою для розуміння впливу конфлікту на галузь та для розробки стратегій її подальшого розвитку. Війна створює численні виклики, зокрема загрози безпеці, економічну нестабільність та негативне сприйняття країни на міжнародному рівні. Проте, попри ці труднощі, Україна має значний потенціал для розвитку туризму завдяки багатій культурній спадщині, унікальним природним ландшафтам та прагненню до інтеграції з європейським співтовариством. Розуміння цих аспектів дозволяє виявити сильні сторони та можливості для розвитку, а також сформулювати ефективні маркетингові стратегії, які можуть підвищити привабливість країни для туристів.

Популяризація внутрішнього туризму, проведення онлайн-заходів та впровадження новітніх технологій є важливими інструментами для підтримки туристичного ринку в умовах війни. Адаптація до нових реалій, пошук інноваційних підходів та активна міжнародна співпраця сприяють збереженню інтересу до України як туристичного напрямку. Регулярна оцінка ефективності цих заходів допомагає визначити, які з них є найбільш успішними, та забезпечує гнучкість у реагуванні на змінні умови. У результаті, навіть у складних умовах війни, туристична галузь України може не лише вижити, але й закласти основу для майбутнього відновлення та процвітання.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

3.1. Напрями розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни.

В умовах війни Україна стикається з викликами, але й відкривається перед нею можливість знаходити нові шляхи розвитку туристичної галузі. Визначення перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг України є ключовим завданням для забезпечення стійкого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародній арені. Туристична індустрія має величезний потенціал для створення робочих місць, стимулювання регіонального розвитку та покращення інфраструктури. Розуміння та використання перспективних напрямків дозволяє максимізувати цей потенціал, сприяючи зростанню кількості туристів, збільшенню доходів від туризму та поліпшенню іміджу України [21]. Таке завдання стає особливо актуальним у контексті глобальних економічних та соціальних змін, які впливають на поведінку туристів та їхні вподобання.

Один із ключових аспектів визначення перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг України полягає в аналізі поточних та майбутніх тенденцій у світовому туризмі. Важливо враховувати зміну попиту на різні види туризму, такі як екологічний, культурний, медичний та спортивний туризм. Крім того, розвиток нових технологій та цифрових платформ створює нові можливості для залучення туристів та підвищення якості надання послуг. Враховуючи ці тенденції, Україна може розробити інноваційні стратегії, які не лише відповідають сучасним потребам туристів, але й випереджають конкурентів на міжнародному ринку.

Крім того, визначення перспективних напрямків розвитку туристичної галузі має включати аналіз внутрішніх ресурсів та можливостей країни, що включає розвиток регіональних туристичних об'єктів, покращення транспортної та готельної інфраструктури, а також підвищення кваліфікації

кадрів у туристичній сфері. Інтеграція національних традицій, культурної спадщини та природних ландшафтів у туристичні продукти сприятиме створенню унікальних і привабливих напрямків для відвідувачів. Важливо також враховувати соціально-економічні фактори, такі як зайнятість населення та розвиток місцевих громад, що додатково зміцнює позитивний вплив туризму на економіку країни.

Одним з найперспективніших напрямків розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни є акцент на внутрішній туризм. З огляду на складну безпекову ситуацію та обмеження на міжнародні подорожі, все більше українців шукають можливості для відпочинку всередині країни. Розвиток внутрішнього туризму сприяє підтримці місцевої економіки, створенню нових робочих місць та зменшенню залежності від зовнішніх факторів, що також дозволяє виявити та просувати менш відомі, але привабливі регіони, збагачуючи туристичні маршрути та підвищуючи зацікавленість до різних куточків України.

Екологічний та сталий туризм є ще одним важливим напрямком розвитку в умовах війни. Пандемія та військовий конфлікт підвищили увагу до безпечних та екологічно чистих форм відпочинку. Україна має величезний потенціал для розвитку цього виду туризму завдяки своїм природним ресурсам, включаючи національні парки, заповідники, гори та водойми. Розвиток екологічного туризму сприяє збереженню природних ресурсів та екосистем, а також пропонує туристам унікальні можливості для відпочинку на природі, оздоровлення та активного відпочинку [29].

Культурний та історичний туризм залишається важливим напрямком для розвитку туристичної галузі України, особливо в умовах війни, коли важливо зберегти та популяризувати національну ідентичність та культурну спадщину. Багатство історичних та культурних пам'яток України, таких як замки, музеї, архітектурні комплекси та фестивалі, пропонує туристам унікальні враження та знання про країну. Розвиток цього напрямку сприяє не лише залученню

туристів, але й збереженню та відновленню культурних об'єктів, що має важливе значення для національної спадщини.

Впровадження цифрових технологій та інновацій є критично важливим для розвитку туристичного ринку України в умовах війни. Розробка мобільних додатків, віртуальних турів, онлайн-платформ для бронювання та інших цифрових рішень сприяє підвищенню доступності та зручності туристичних послуг. Інновації дозволяють швидше адаптуватися до змін на ринку, пропонувати персоналізовані послуги та покращувати взаємодію з туристами. Цифровізація також допомагає зменшити вплив обмежень, пов'язаних з безпекою та логістикою, пропонуючи нові форми віртуального туризму та дистанційного ознайомлення з культурними об'єктами [7].

Медичний та оздоровчий туризм стає все більш актуальним в умовах війни, коли здоров'я та безпека виходять на перший план. Україна має значний потенціал у цій сфері завдяки своїм санаторно-курортним комплексам, мінеральним водам та лікувальним грязям. Розвиток медичного туризму включає не лише традиційні лікувально-оздоровчі послуги, але й сучасні медичні центри, що пропонують високоякісні медичні послуги для внутрішніх та іноземних туристів. Такий напрямок сприяє залученню додаткових інвестицій у медичну інфраструктуру та підвищенню якості медичних послуг.

Проектна діяльність та співпраця з міжнародними організаціями є важливим напрямком для розвитку туристичного ринку України в умовах війни. Участь у міжнародних грантових програмах, спільні проекти з іноземними партнерами та обмін досвідом дозволяють залучати додаткові ресурси для розвитку інфраструктури, підвищення якості послуг та промоції туристичних можливостей України. Міжнародна співпраця сприяє підвищенню стандартів обслуговування та інтеграції України у світовий туристичний ринок, що є важливим для довгострокового розвитку індустрії.

Прогнозування майбутніх трендів розвитку ринків туристичних послуг є надзвичайно важливим для стійкого та ефективного розвитку галузі. Умови, що постійно змінюються, зокрема глобальні економічні, політичні та соціальні

фактори, впливають на поведінку туристів, їхні потреби та очікування. Завдяки прогнозуванню, туристичні оператори можуть краще підготуватися до майбутніх викликів і можливостей, адаптуючи свої стратегії, пропозиції та маркетингові кампанії до нових умов, що дозволяє уникнути непередбачуваних ризиків і втрат, максимально використати нові можливості, що виникають, та забезпечити конкурентоспроможність на світовому ринку [11].

Крім того, прогнозування майбутніх трендів допомагає ідентифікувати нові напрямки розвитку та інноваційні продукти, які можуть стати ключовими факторами зростання для туристичної галузі. Наприклад, зростання попиту на екологічний та сталий туризм, впровадження цифрових технологій або розвиток медичного та оздоровчого туризму можуть значно вплинути на структуру попиту та пропозиції. Передбачаючи ці тренди, туристичні компанії та регіони можуть інвестувати у відповідну інфраструктуру, розробляти нові послуги та формувати привабливі туристичні продукти, що сприяє не лише збільшенню туристичних потоків, але й зміцненню іміджу країни або регіону як інноваційного та привабливого місця для відпочинку. Визначені тренди розвитку ринків туристичних послуг систематизовано в таблиці 3.1.

Одним із ключових трендів стане орієнтація на враження та емоції, що отримуються від подорожей. Відвідувачі будуть все більше прагнути до унікальних та незабутнього досвіду, створюючи так зване «полювання за враженнями», що може включати активний відпочинок, участь у місцевих культурних заходах, екстремальні види спорту або тематичні тури. Такий підхід сприятиме розвитку нових туристичних продуктів та маршрутів, які задовільнять зростаючий попит на емоційно насичені подорожі.

Зростаючий інтерес до цифрових туристичних гідів та інших інноваційних технологій стане важливим трендом у розвитку туристичного ринку. Відмова від традиційних путівників на користь інтерактивних додатків дозволить туристам планувати свої подорожі більш гнучко та індивідуально. Такі технології забезпечать миттєвий доступ до інформації, персональні

рекомендації та можливість швидко змінювати маршрути, роблячи подорожі більш комфортними та насиченими.

Таблиця 3.1

Майбутні тренди розвитку ринків туристичних послуг

Зміст тренду	Характеристика тренду
Враження	Більш актуальним трендом стануть мандрівки, основою яких будуть відчуття – «полювання за враженнями».
Без путівників	Інтерес до використання цифрових туристичних гідів та інших інновацій в індустрії туризму, які допоможуть зробити враження від поїздки незабутніми.
Користь для туриста	При виборі місця і форми подорожі туристи усе більше будуть звертати увагу на потенціал додаткових корисних результатів для можливого саморозвитку чи самореалізації.
Соціальна значимість туру	Нові покоління промуватимуть поїздки з метою волонтерства та соціально-культурного обміну.
Спрощення організації туру	Розвиватимуться технології, які спрощуватимуть щоденні операції туристів. Нові телефони дозволитимуть за допомогою додатка спланувати тур, бронювати туристичну полугу, відстежувати рух багажу в режимі реального часу тощо.
Увага до екології	Суб'єкти туристичного бізнесу усе більше переорієнтовуватимуться на засади сталого розвитку туризму і соціально відповідальної діяльності. Зростатиме популярність та урізноманітнюватимуться послуги сільського та екологічного туризму.
Нові горизонти	Розвиток ноосфери призведе до можливості задоволення попиту на аероподорожі. Туркомпанії інвестуватимуть в розвиток космічного туризму, щоб відповідати сучасним вимогам своїх споживачів.
Геймефікація	Ширше застосування «Smart» елементів діяльності сприятиме поширенню смарт-туристичних організацій і формуванню смарт-дестинацій.

Туристи все більше звертатимуть увагу на додаткові корисні результати від подорожей, такі як можливості для саморозвитку чи самореалізації. Вибір місць і форм подорожей буде обумовлений потенціалом для отримання нових знань, навичок або покращення фізичного та емоційного здоров'я. Наприклад, популярними стануть йога-ретрити, кулінарні майстер-класи, курси з вивчення місцевої культури чи мови. Нове покоління туристів буде все більше надавати перевагу подорожам з метою волонтерства та соціально-культурного обміну. Волонтерські програми, освітні обміни, екологічні проєкти та культурні ініціативи стануть популярними серед мандрівників, які прагнуть зробити свій внесок у розвиток місцевих громад та збереження навколишнього середовища. Цей тренд сприятиме соціальній відповідальності та створенню стійких взаємин між туристами та місцевим населенням.

Розвиток технологій, що спрощують організацію подорожей, стане важливим аспектом майбутнього туристичного ринку. Нові мобільні додатки дозволяють туристам планувати свої поїздки, бронювати послуги, відстежувати рух багажу в режимі реального часу та отримувати миттєві оновлення щодо подорожі [16]. Такі технології забезпечать високий рівень зручності та безпеки, роблячи подорожі менш стресовими та більш доступними.

Туристичний бізнес буде все більше переорієнтовуватися на принципи сталого розвитку та соціальної відповідальності. Зростатиме популярність сільського та екологічного туризму, що пропонуватимуть послуги, які не шкодять навколишньому середовищу та підтримують місцеві громади. Такі ініціативи сприятимуть збереженню природних ресурсів, підвищенню екологічної свідомості туристів та створенню сталих туристичних практик. Розвиток ноосфери відкриє нові можливості для задоволення попиту на аероподорожі та навіть космічний туризм. Ширше застосування «смарт» елементів у туристичній діяльності сприятиме поширенню смарт-туристичних організацій та формуванню смарт-дестинацій. Використання технологій гейміфікації зробить подорожі більш інтерактивними та захопливими, залучаючи туристів до участі у віртуальних квестах, інтерактивних виставках та інших розважальних активностях, що підвищують загальний досвід від подорожі.

Таким чином, в умовах війни розвиток ринку туристичних послуг України потребує адаптації до нових викликів та пошуку інноваційних рішень. Перспективними напрямками є розвиток внутрішнього туризму, акцент на екологічний та сталий туризм, культурний та історичний туризм, впровадження цифрових технологій і інновацій, а також медичний та оздоровчий туризм. Співпраця з міжнародними партнерами та активне використання проектної діяльності також відіграють важливу роль у підтримці галузі. Визначені напрями дозволяють не лише зберегти інтерес до України як туристичної дестинації, але й сприяють економічному розвитку, підтримці місцевих громад та збереженню культурної спадщини.

3.2. Інструменти розвитку ринку туристичних послуг в умовах війни.

В умовах війни інструменти розвитку ринку туристичних послуг набувають особливої важливості, адже вони допомагають подолати виклики, пов'язані з безпекою, економічною нестабільністю та зміною туристичних уподобань. Використання цих інструментів дозволяє адаптувати туристичну галузь до нових умов, підтримуючи її життєздатність та забезпечуючи стійке зростання. Інноваційні підходи, зокрема впровадження цифрових технологій, створення нових туристичних продуктів та послуг, а також розвиток інфраструктури, допомагають зберегти інтерес до України як привабливої туристичної дестинації, незважаючи на складну ситуацію в країні [38].

Крім того, інструменти розвитку ринку туристичних послуг сприяють залученню інвестицій, підвищенню рівня обслуговування та підтримці місцевих громад. Важливими складовими є також міжнародна співпраця, проектна діяльність та активне просування туристичного потенціалу України на світовому ринку. Такі заходи допомагають не лише зберегти існуючі туристичні потоки, але й створювати нові можливості для розвитку туризму в регіонах, які мають великий потенціал, але недостатньо розвинуті. Використання ефективних інструментів розвитку дозволяє туристичній галузі України не лише вижити в умовах війни, але й закласти основу для майбутнього відновлення та процвітання.

Визначення інструментів розвитку туристичних ринків у сучасних умовах є критично важливим для забезпечення стійкого та ефективного функціонування галузі. Сучасний туристичний ринок стикається з численними викликами, включаючи глобальні кризи, економічну нестабільність, зміни у споживчих уподобаннях та технологічні інновації. Вибір правильних інструментів, таких як цифровізація, інноваційні технології, розвиток внутрішнього та екологічного туризму, а також ефективні маркетингові стратегії, дозволяє галузі адаптуватися до цих змін та використовувати їх як можливості для зростання. Впровадження цих інструментів сприяє підвищенню

конкуентоспроможності, покращенню якості туристичних послуг, залученню інвестицій та підтримці місцевих громад, забезпечуючи тим самим довгостроковий розвиток туристичних ринків. Інструменти розвитку туристичних ринків в сучасних умовах систематизовано в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Інструменти розвитку туристичних ринків в сучасних умовах

Інструменти	Зміст
Цифровізація та інноваційні технології	Впровадження мобільних додатків, віртуальних турів, онлайн-платформ для бронювання та інтерактивних гідів, що полегшують організацію подорожей та підвищують комфорт туристів.
Розвиток внутрішнього туризму	Просування національних та регіональних туристичних об'єктів, організація внутрішніх турів та заходів, які популяризують українські культурні, історичні та природні ресурси.
Проектна діяльність та міжнародна співпраця	Залучення міжнародних грантів та партнерів для реалізації проектів, що сприяють розвитку інфраструктури, підвищенню якості послуг та промоції України на міжнародному ринку.
Маркетинг та просування	Активне використання соціальних медіа, цифрового маркетингу, участь у міжнародних виставках і форумах для підвищення обізнаності про туристичний потенціал України.
Розвиток екологічного та сталого туризму	Впровадження принципів сталого розвитку, підтримка екологічних проектів, розвиток сільського та екотуризму, що підвищують привабливість регіонів для туристів, які цінують екологічність та стійкість.
Медичний та оздоровчий туризм	Створення та просування санаторно-курортних комплексів, медичних центрів, які пропонують високоякісні оздоровчі послуги для внутрішніх та міжнародних туристів.
Інфраструктурні інвестиції	Розвиток та модернізація транспортної, готельної та рекреаційної інфраструктури для забезпечення комфортних умов для туристів.
Соціально-культурні програми	Організація волонтерських та освітніх програм, культурних обмінів, фестивалів та інших заходів, що сприяють соціальній інтеграції та культурному обміну.
Безпекові заходи	Впровадження додаткових заходів безпеки, створення безпечних туристичних зон та забезпечення надійного інформування туристів про актуальну ситуацію в країні.

Впровадження цифрових технологій та інновацій є важливим інструментом розвитку ринку туристичних послуг в умовах війни. Мобільні додатки, віртуальні тури, онлайн-платформи для бронювання та інтерактивні гіді полегшують організацію подорожей, роблячи їх більш зручними та доступними для туристів. Такі технології дозволяють туристам швидко та ефективно планувати свої поїздки, отримувати миттєву інформацію про маршрути та послуги, а також знижують ризики, пов'язані з безпекою та

логістикою. Одним з найперспективніших напрямків є розвиток внутрішнього туризму, що сприяє підтримці місцевої економіки та створенню нових робочих місць. В умовах війни, коли міжнародні подорожі можуть бути обмеженими, українці шукають можливості для відпочинку всередині країни. Просування національних та регіональних туристичних об'єктів, організація внутрішніх турів та заходів, що популяризують культурні, історичні та природні ресурси України, допомагають зберегти інтерес до подорожей та забезпечити стійке зростання галузі [41].

Залучення міжнародних грантів та партнерів для реалізації проектів сприяє розвитку туристичної інфраструктури та підвищенню якості послуг. Спільні проекти з міжнародними організаціями та інвесторами допомагають залучати додаткові ресурси, обмінюватися досвідом та впроваджувати передові практики. Міжнародна співпраця також підвищує обізнаність про туристичний потенціал України на світовому ринку, сприяючи зростанню туристичних потоків та розвитку галузі. Активне використання соціальних медіа, цифрового маркетингу та участь у міжнародних виставках є ключовими інструментами для підвищення обізнаності про туристичний потенціал України. Маркетингові кампанії, що орієнтовані на внутрішніх та міжнародних туристів, допомагають популяризувати українські туристичні продукти та послуги. Ефективне просування дозволяє привернути увагу туристів до унікальних культурних та природних об'єктів України, сприяючи зростанню інтересу до країни як туристичної дестинації.

Впровадження принципів сталого розвитку та підтримка екологічних проектів сприяють розвитку сільського та екологічного туризму. Україна має багатий природний потенціал, що може приваблювати туристів, які цінують екологічність та стійкість. Розвиток таких напрямків не лише підвищує привабливість регіонів, але й сприяє збереженню природних ресурсів та підтримці місцевих громад. Створення та просування санаторно-курортних комплексів і медичних центрів є важливим напрямком розвитку туристичної галузі. Україна має значний потенціал у сфері медичного та оздоровчого

туризму завдяки своїм природним ресурсам та кваліфікованим медичним кадрам. Пропонуючи високоякісні оздоровчі послуги для внутрішніх та міжнародних туристів, країна може залучати додаткові інвестиції та підвищувати рівень обслуговування [52].

Розвиток та модернізація транспортної, готельної та рекреаційної інфраструктури є необхідними для забезпечення комфортних умов перебування туристів. Інфраструктурні інвестиції сприяють покращенню доступності туристичних об'єктів, підвищенню якості обслуговування та забезпеченню безпеки туристів, що робить Україну більш привабливою для туристів і сприяє стійкому розвитку індустрії. Організація волонтерських та освітніх програм, культурних обмінів, фестивалів та інших заходів сприяє соціальній інтеграції та культурному обміну. Соціально-культурні програми також допомагають створювати позитивний імідж України на міжнародній арені. Впровадження додаткових заходів безпеки є критично важливим в умовах війни. Створення безпечних туристичних зон, забезпечення надійного інформування туристів про актуальну ситуацію в країні та розвиток інфраструктури безпеки сприяють підвищенню довіри до України як туристичної дестинації. Забезпечення безпеки туристів є ключовим фактором для збереження та зростання туристичних потоків у складних умовах.

Використання різноманітних інструментів розвитку ринку туристичних послуг в умовах війни є необхідним для забезпечення стійкості та процвітання галузі. Цифровізація, розвиток внутрішнього туризму, проектна діяльність та міжнародна співпраця, ефективний маркетинг, впровадження принципів сталого розвитку, медичний та оздоровчий туризм, інфраструктурні інвестиції, соціально-культурні програми та безпекові заходи – всі ці заходи допомагають адаптуватися до викликів та використовувати можливості для зростання. Інтеграція таких інструментів дозволяє створити конкурентоспроможну та привабливу туристичну дестинацію, яка може зберегти та збільшити туристичні потоки, підтримати місцеву економіку та забезпечити позитивний імідж України на міжнародному рівні навіть у складних умовах.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Визначено інституційні основи функціонування ринку туристичних послуг на базі ієрархії управління туристичними ринками в Україні, що складається з національного, регіонального та локального рівнів та є ключовим фактором для ефективного розвитку та стійкості індустрії туризму. Чітко визначені функції та відповідальність на кожному рівні сприяють узгодженості в прийнятті рішень, оптимізації використання ресурсів та реалізації стратегічних ініціатив. Зазначене забезпечує комплексний розвиток туризму, підвищення якості послуг та створення сприятливих умов для залучення туристів і інвесторів.

Проведено дослідження світового досвіду розвитку ринку туристичних послуг. Вивчення успішних прикладів інших країн дозволяє Україні впроваджувати комплексні стратегії розвитку інфраструктури, безпеки, маркетингу та управління туристичними потоками. Особливо важливою є інтеграція світових протоколів безпеки, що підвищує рівень довіри туристів і сприяє створенню стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії. Застосування світового досвіду допоможе Україні не лише покращити якість туристичних послуг, але й зміцнити свою позицію на міжнародному туристичному ринку.

Здійснено діагностику функціонування ринку туристичних послуг України в умовах війни. Проаналізовано динаміку кількості туристів в Україні за період з 2018 по 2022 рік на основі чого визначено тенденції туристичного ринку та виявлено ключові зміни за ці роки. Так, кількість туристів у 2019 році становила близько 15 мільйонів осіб, що на майже на мільйон більше ніж у 2018 році. Внаслідок пандемії COVID-19, у 2020 році кількість туристів різко зменшилась до 9 мільйонів осіб. Відновлення туристичного потоку у 2021 році до 11 мільйонів осіб, що свідчить про поступове відновлення галузі. У 2022 році кількість туристів знову зменшилась до 7 мільйонів осіб, що пов'язано з військовим вторгненням росії в Україну.

Доведено, що в умовах війни розвиток ринку туристичних послуг України потребує адаптації до нових викликів та пошуку інноваційних рішень. Перспективними напрямками є розвиток внутрішнього туризму, акцент на екологічний та сталий туризм, культурний та історичний туризм, впровадження цифрових технологій і інновацій, а також медичний та оздоровчий туризм. Співпраця з міжнародними партнерами та активне використання проектної діяльності також відіграють важливу роль у підтримці галузі. Визначені напрями дозволяють не лише зберегти інтерес до України як туристичної дестинації, але й сприяють економічному розвитку, підтримці місцевих громад та збереженню культурної спадщини.

Запропоновано стратегічні орієнтири розвитку ринку туристичних послуг України в умовах війни у вигляді визначених інструментів. Цифровізація, розвиток внутрішнього туризму, проектна діяльність та міжнародна співпраця, ефективний маркетинг, впровадження принципів сталого розвитку, медичний та оздоровчий туризм, інфраструктурні інвестиції, соціально-культурні програми та безпекові заходи – всі ці заходи допомагають адаптуватися до викликів та використовувати можливості для зростання. Інтеграція цих інструментів дозволяє створити конкурентоспроможну та привабливу туристичну дестинацію, яка може зберегти та збільшити туристичні потоки, підтримати місцеву економіку та забезпечити позитивний імідж України на міжнародному рівні навіть у складних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич Ю.П., Примак Т.Ю. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж. Економіка та суспільство, 2020. 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/131/126>
2. Барвінок Н.В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Вип. 18 (2). С. 206-217. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.206-217>.
3. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. Вип. 5 (23). С. 168-180. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
4. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2015. 832 с.
5. Брич В., Мазур В. Управління якістю туристичних послуг у сучасних умовах господарювання. Стратегія економічного розвитку України. 2014. Вип. 35. С. 161-170.
6. Вахович І.М., Матвійчук Л.Ю., Смаль Б.А. Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики., 2021. Vol. 6. № 41. С. 494-502. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v6i41.251512>.
7. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №30 2021, 71-75 <https://modecon.mnau.edu.ua>.
8. Голодевич Ю.В. Ринок туристичних послуг України в умовах війни. І Всеукраїнська інтернет-конференція молодих учених та студентів «Перспективи розвитку туризму та сфери гостинності в Україні і світі» (травень, 2024 року).

9. Гончаренко Ю. Стратегічний менеджмент в туристичному бізнесі: підходи та методи. Сучасні технології, матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції, 2020. 168-170

10. Горіна Г.О., Бабушко С.Р., Безкоровайна Л.В., Богатирьова Г.А. та ін Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія /наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с. Режим доступу: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/>

11. Гук Н.А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними системами в умовах глобалізації: матеріали Міжнародна науково-практична конференція Дрогобич: ДДПУ ім. І. Франка, 2018. 308 с. С. 143-147.

12. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від від 5 серпня 2020 р. № 695. Офіційний вісник України. 2020. № 67. 315 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF/sp:max100#Text>. 187.

13. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с

14. Дугінець Г. В. Особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір : збірник наукових праць* 2018. № 139. С. 5-13.

15. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022 Вип. 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.

16. [Звіт Всесвітньої ради з туризму і подорожей \(WTTC\)](https://wttc.org/Research/Economic-Impact). URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.

17. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: Едельвейс і К, 2017. 322 с.

18.Краснодєд Т., Попова Т. Потенціал України у контексті міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*, (28), 2021 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-8>.

19.Кифяк О.В. Теоретико-методологічний базис формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 332 с.

20.Кузьмін О. Стратегічний менеджмент в туризмі: підходи та інструменти. *Економіка та управління підприємствами складних систем*, 2(23), 2018. 68-73.

21.Лелюк О. Можливості післявоєнного відновлення галузі туризму в Україні. *Географія та туризм: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф.*, 28 лют. – 1 берез. 2023 р. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. С. 368–374.

22.Мазаракі А.А., Антонюк К.Г. Характеристика публічно-приватного партнерства як ефективної форми інвестиційного забезпечення сфери туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 10. 2021. С. 50-56.

23.Мазаракі А.А., Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / за заг. ред. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. 388 с.

24.Матвійчук Л.Ю., Барський Ю.М., Лепкий М.І., Карпюк І.В., Подоляк В.М. Напрями фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі України в сучасних умовах. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 2021. Вип. 4 (39), 570-577.

25.Матвійчук Л.Ю., Барський Ю.М. Факторний аналіз розвитку готельно-ресторанного господарства на рівні регіону. *Економічні науки: зб. наук. праць ЛНТУ. Серія «Регіональна економіка»*. Вип. 17 (67) Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2020.

26.Моца А., Шевчук С., Серєда Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.

27. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>.

28. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19, *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавств. Туризм*. Випуск 13, 2021.

29. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68. URL: <https://doi.org/10.33108/sepd.2022.01.055>.

30. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 5-9. URL: http://www.investplan.com.Ua/pdf/8_2018/3.pdf (дата звернення: 10.04.2024).

31. Романенко І. Стратегічний менеджмент в туризмі: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Економічні науки*, 1(98), 2020. 68-72

32. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. Вип. 46. С. 11-15. URL: <https://10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>

33. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4 (21). 297-304.

34. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.03.2024).

35. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <http://ntoukraine.org> (дата звернення: 08.03.2024).

36. Офіційний сайт UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. (дата звернення: 12.03.2024).

37. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA) URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744>.

38.Перегуда Ю., Кривоберець М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. Підприємництво та інновації. 2022. Вип. 23. С. 16-20. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.3>

39.Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: [колективна монографія]. Видання сьоме. За науковою. ред. Л. Матвійчук, Ю. Барського, М. Лепкого. Луцьк: ІВВ ЛНТУ. 2021. 360 с.

40.Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури. Сфера туризму і курортів». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

41.Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16.03.2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

42.Про приєднання до Протоколу про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат: Закон України від 22.02.2017 р. № 1905-VIII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1905-19>.

43.Ткаченко Т.І., Ведмідь Н.І. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 347 с.

44.Тимошенко Т., Богославець О., Шевчук О. Європейський досвід залучення зацікавлених сторін в проєктній діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями: приклад Швеції для України. *Економіка та суспільство*, (51). 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-59>

45.Смирнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2020. № 3(2). С. 196-207.

46.Сіра Е.О., Голубець І.М., Безрученков Ю.В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. Вип. 68. С. 155-158. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastruct68-27>.

47.Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: збірник матеріалів науково-практичного семінару. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. 64с.

48.Хмелевський О.В., Кошівська М.В. Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України. *Приазовський економічний вісник*. Запоріжжя. 2018. № 2 (07). С. 15-21.

49.Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. 5(67). с. 45-50

50.Шитікова Т.В., Мілашовська О.І. Використання методів оцінки привабливості туристичних дестинацій. Реалії та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах інтеграційних процесів: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції 17 (м. Мукачево, 26 березня 2019 р.). Мукачево. С. 32-34.

51.Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород. 2019. Випуск 23. 2019. С. 147-152.

52.World Economic Forum (Travel & Tourism Development Index (TTDI) 2021 results and research) Індекс розвитку подорожей та туризму 2021: відновлення для сталого та стійкого майбутнього. Всесвітній економічний форум.