

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 «МАГІСТР»

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Туризм»
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ТРМ21

_____ БАС Олександр Сергійович
(підпис)

Керівник:
_____ д.е.н., проф. Чепурда Л.М.
(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
Гарант освітньої програми:

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *митної справи, матеріалів та технологій*

Кафедра *туризму та готельно-ресторанної справи*

Ступінь вищої освіти: *магістр*

Галузь знань: *24 Сфера обслуговування*

Спеціальність: *242 Туризм*

Освітня програма: *Туризм*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Л.Ю. Матвійчук

« ___ » _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Басу Олександр Сергійовичу

1. Тема кваліфікаційної роботи *Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг Волинської області*

Керівник роботи: д.е.н., проф. Чепурда Л.М.

затверджені наказом вищого навчального закладу від

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи.

3. Вихідні дані до роботи: звіти *Національної туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, Всесвітньої туристичної організації, законодавчі та нормативні акти України щодо розвитку туризму, статистичні матеріали Державної служби статистики України, міждержавні та національні стандарти туризму, наукова та практична туристична література.*

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

Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг.

Розділ 2. Аналіз та оцінка розвитку ринку туристичних послуг.

Розділ 3. Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг.

5. Перелік графічного матеріалу:

Суб'єктна взаємодія національного та регіонального регулювання ринку туристичних послуг

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг	проф. Чепурда Л.М.		
Розділ 2. Аналіз та оцінка розвитку ринку туристичних послуг	проф. Чепурда Л.М.		
Розділ 3. Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг	проф. Чепурда Л.М.		
Висновки	проф. Чепурда Л.М.		
Нормоконтроль	доц. Зубехіна Т.В.		

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи	01.11.2022 р.	
2.	Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи	01.02.2023 р.	
3.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.04.2023 р.	
4.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи	01.06.2023 р.	
5.	Написання проектної частини кваліфікаційної роботи	01.09.2023 р.	
6.	Висновки	01.10.2023 р.	
7.	Формування і організація списку використаних джерел	01.11.2023 р.	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи магістра	28.11.2023 р.	
9	Нормоконтроль	29.11.2023 р.	
10	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 7.12.2023 р.	
11	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	8.12.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____

Бас О. С.

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Чепурда Л.М.

АНОТАЦІЯ

Анотація Бас О.С. *Стратегічні підходи розвитку ринку туристичних послуг Волинської області.* – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня, освітньо-професійної програми «Туризм», за спеціальністю 242 Туризм, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023. – 50 с., список джерел з 51 найменування.

Значення розвитку ринку туристичних послуг у сучасному світі є надзвичайно великим, оскільки туризм стає однією з найшвидше зростаючих галузей світової економіки. Розвиток цього ринку сприяє створенню робочих місць, збільшенню доходів і підвищенню життєвого рівня місцевого населення. Туристична індустрія також відіграє ключову роль у розвитку міжнародних та внутрішніх економічних зв'язків, стимулюючи інвестиції в інфраструктуру, підтримуючи розвиток суміжних галузей та сприяючи культурному обміну

Активізація ринку туристичних послуг України вимагає комплексного підходу, що охоплює кілька ключових напрямків. На державному рівні, значну увагу приділяється реформуванню законодавчої бази. Це включає внесення змін до законів, які забезпечують детальне тлумачення прав і обов'язків іноземних туристів, особливо у контексті їхньої безпеки та сприятливих умов перебування в країні. Також важливим є впровадження фінансових стимулів, таких як звільнення від ПДВ для внутрішнього і в'їзного туризму та застосування знижених ставок для готелів. Ці заходи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності України як туристичної дестинації.

Для покращення інфраструктурного забезпечення туризму у Волинській області необхідно здійснити цілеспрямовані інвестиції у розвиток транспортної та готельної інфраструктури, підвищити якість сервісу, активізувати промоцію регіону та забезпечити збереження історичних та природних об'єктів. З цією метою здійснено SWOT-аналіз основних чинників формування регіонального туристичного кластера Волинської області.

Ключові слова: туристичні об'єднання, кластери, туризм, стейкхолдери.

ANNOTATION

The importance of the development of the tourist services market in the modern world is extremely large, as tourism is becoming one of the fastest growing sectors of the world economy. The development of this market helps to create jobs, increase incomes and raise the standard of living of the local population. The tourism industry also plays a key role in the development of international and domestic economic ties, stimulating investment in infrastructure, supporting the development of related industries and promoting cultural exchange

Activation of the tourist services market of Ukraine requires a comprehensive approach covering several key areas. At the state level, considerable attention is paid to the reform of the legislative framework. This includes amending laws that provide a detailed interpretation of the rights and responsibilities of foreign tourists, especially in the context of their safety and favorable conditions of stay in the country. Also important is the implementation of financial incentives, such as exemption from VAT for domestic and inbound tourism and the application of reduced rates for hotels. These measures are aimed at increasing the competitiveness of Ukraine as a tourist destination.

To improve the infrastructural provision of tourism in the Volyn region, it is necessary to make targeted investments in the development of transport and hotel infrastructure, improve the quality of service, intensify the promotion of the region, and ensure the preservation of historical and natural objects. For this purpose, a SWOT analysis of the main factors in the formation of the regional tourist cluster of the Volyn region was carried out.

Keywords: tourism associations, clusters, tourism, stakeholders.

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	11
1.1. Зміст та значення розвитку ринку туристичних послуг в системі індустрії туризму	11
1.2. Функціонування ринку туристичних послуг	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	26
2.1. Аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг	26
2.2. Визначення проблем та недоліків розвитку інфраструктурного забезпечення туризму Волинської області	30
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	36
3.1 Напрями розвитку ринку туристичних послуг Волинської області	36
3.2. . Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг, як стратегічний вектор розвитку індустрії гостинності	39
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	44

ВСТУП

Актуальність теми. Волинська область України, з її багатою історією та унікальними природними ландшафтами, має великий потенціал для розвитку туристичного ринку. Для ефективного розвитку цього сектору, стратегічні підходи повинні включати комплексну промоцію регіону, розвиток інфраструктури та сталі туристичні практики.

Перш за все, важливим аспектом є активне просування Волинської області як привабливого туристичного напрямку. Це може бути досягнуто за допомогою маркетингових кампаній, які підкреслюють історичні та культурні особливості регіону, а також його природні краси. Важливо використовувати сучасні цифрові платформи та соціальні мережі для залучення ширшої аудиторії, особливо молодих мандрівників, які шукають нові та унікальні місця для відвідування.

Другий важливий аспект – це розвиток інфраструктури, що включає поліпшення транспортного сполучення, розвиток якісного готельного та ресторанного сервісу, а також створення комфортних умов для туристів. Важливо забезпечити легкий доступ до основних туристичних визначних пам'яток, а також створити нові атракції, які б привертали відвідувачів. Розширення інфраструктури також повинно враховувати потреби різних категорій туристів, включаючи людей з обмеженими можливостями.

Нарешті, ключовим елементом у стратегії розвитку туризму є сталість і екологічна відповідальність. Волинська область повинна просувати екотуризм і запроваджувати практики, що зменшують вплив на навколишнє середовище. Це включає розвиток зелених готелів, популяризацію місцевих продуктів та культури, а також залучення місцевих громад у туристичну діяльність. Збалансований підхід до розвитку туризму, який враховує потреби місцевого населення і зберігає природні та культурні ресурси, є ключем до створення стійкого та процвітаючого туристичного ринку у Волинській області.

Концептуальні аспекти розвитку ринку туристичних послуг стали основою досліджень значної кількості науковців, серед яких: Босовська М.В., Горун

М.В., Голод А.П., Давиденко І.В., Михайлюк О.Л. Іжевська О.П., Коркуна О.І. та інші. Вчені в цій галузі зосереджуються на стратегіях маркетингу та управління, які можуть залучити більше туристів. Вони аналізують тренди ринку, поведінку споживачів, а також розробляють ефективні підходи для просування туристичних продуктів. Однак, питання щодо розвитку ринку туристичних послуг конкретних регіонах, залишаються невирішеними та потребують ретельного аналізу і вивчення.

В інформаційному та статистичному вимірі, цінними для достовірності розкриття теми дослідження є детальні дані про кількість туристів, їхні витрати та поведінку, а також аналіз економічного впливу туристичного сектору на регіон. Важливо також враховувати статистику щодо зайнятості в туристичній галузі, дані про інфраструктурні інвестиції, та оцінки задоволеності туристів. Статистична інформація про екологічний вплив туризму, включаючи використання природних ресурсів та управління відходами, також є критично важливою для оцінки стійкості туристичної індустрії. Крім того, аналіз тенденцій та прогнозів дозволить краще розуміти майбутні можливості та виклики для розвитку туризму в регіоні.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є процес розвитку ринку туристичних послуг Волинської області.

Предметом дослідження роботи магістра є теоретичні та практичні засади стратегічні планування розвитку ринку туристичних послуг Волинської області з метою майбутньої їх інтеграції в глобальний туристичний ринок шляхом підвищення конкурентоспроможності індустрії туризму регіону.

Мета і завдання дослідження полягає у пошуку найефективніших інструментів стратегічні планування розвитку ринку туристичних послуг Волинської області з метою майбутньої їх інтеграції в глобальний туристичний ринок шляхом підвищення конкурентоспроможності індустрії туризму регіону.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішено *такі завдання*:

– визначення змісту та значення розвитку ринку туристичних послуг Волинської області;

- визначення функціонування ринку туристичних послуг;
- проведення аналізу та оцінки ринку туристичних послуг;
- визначення напрямів розвитку ринку туристичних послуг Волинської області.

Методи дослідження. З метою досягнення визначеної мети та поставлених завдань у кваліфікаційній роботі магістра застосовано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: узагальнення та систематизації (для визначення змісту та значення об'єднань суб'єктів туризму в міжнародних економічних відносинах); аналітичні (з метою проведення аналізу стану та розвитку індустрії туризму в Україні та світі, а також визначення місця індустрії туризму України в міжнародних економічних відносинах); процесний підхід (для визначення оптимальних форм об'єднань суб'єктів туризму в Україні в сучасних умовах та прогнозування процесу їх інтеграції в глобальний туристичний ринок); графічний (для формування графіків та діаграм динаміки розвитку індустрії туризму в Україні та світі); табличні методи (для наочного відображення статистичного матеріалу досліджуваної проблеми).

Новизна дослідження отриманих результатів полягає у визначенні напрямів активізації ринку туристичних послуг України. З цією метою, на основі ґрунтовних досліджень стратегічних підходів розвитку ринку туристичних послуг Волинської області, визначено інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг. З цією метою, визначено інструменти інтеграції туристичних продуктів України в глобальний ринок, що дозволить посилити конкурентні переваги туристичної індустрії та залучити до туристичного споживання іноземних туристів.

Практичне значення отриманих результатів дослідження має актуальне спрямування для суб'єктів індустрії туризму, особливо у такому регіоні, як Волинська область, є значним та багатограним. Туризм є потужним двигуном економічного розвитку. Розширення туристичного сектору може призвести до збільшення доходів, створення робочих місць та стимулювання місцевого бізнесу. Волинська область, інвестуючи в туризм, може значно покращити свою

економічну ситуацію. Розвиток туризму сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини. Це не тільки підвищує інтерес до історичних та культурних пам'яток, але й виховує повагу та розуміння серед місцевого населення та туристів. Туризм може сприяти культурному обміну та взаєморозумінню між людьми з різних куточків світу. Це веде до створення міцніших соціальних зв'язків та зменшення стереотипів та упереджень.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та додатків; містить 49 сторінки тексту, 5 рисунків, 8 таблиць. Список джерел включає 53 найменування літератури..

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Зміст та значення розвитку ринку туристичних послуг в системі індустрії туризму

Теоретичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг відіграють важливу роль у формуванні стратегій та політик, які спрямовані на стимулювання та підтримку цього сектору економіки. Основа теоретичного вивчення полягає у глибокому розумінні динаміки попиту та пропозиції на туристичні послуги, а також у вивченні чинників, що впливають на привабливість туристичних напрямків. Теорія туризму включає аналіз таких ключових компонентів, як мотивація та поведінка туристів, стратегічне планування та розвиток туристичних продуктів, управління якістю послуг та створення ефективних маркетингових стратегій [9].

Значення теоретичного підходу до розвитку туристичного ринку також полягає у вивченні взаємодії між туристичною індустрією та іншими секторами економіки, включаючи транспорт, гостинність, та культуру. Воно зосереджується на розробці стійких та екологічно відповідальних практик, що є особливо актуальним у контексті глобальних екологічних викликів та зміни клімату. Теоретичні дослідження допомагають виявити тенденції та зміни у світовому туризмі, що є критично важливим для адаптації та розвитку туристичного ринку в умовах швидко змінюваного світу.

Розвиток ринку туристичних послуг відіграє фундаментальну роль у системі індустрії туризму, формуючи основу для забезпечення якісного відпочинку та задоволення потреб туристів. Цей сектор не лише сприяє створенню різноманітних туристичних продуктів і послуг, але й впливає на загальний економічний та соціальний розвиток регіонів та країн [13]. Зміст розвитку ринку туристичних послуг охоплює широкий спектр активностей - від готельного господарства, ресторанного бізнесу та транспортних послуг до

організації екскурсій, розважальних заходів та культурних програм. Ключовим елементом є інноваційний підхід до розвитку нових туристичних продуктів, які здатні задовольнити зростаючі та різноманітні потреби туристів.

Значення розвитку ринку туристичних послуг у сучасному світі є надзвичайно великим, оскільки туризм стає однією з найшвидше зростаючих галузей світової економіки. Розвиток цього ринку сприяє створенню робочих місць, збільшенню доходів і підвищенню життєвого рівня місцевого населення. Туристична індустрія також відіграє ключову роль у розвитку міжнародних та внутрішніх економічних зв'язків, стимулюючи інвестиції в інфраструктуру, підтримуючи розвиток суміжних галузей та сприяючи культурному обміну.

На сучасному етапі розвитку туристичної індустрії, велике значення набуває сталість та екологічна відповідальність. Розвиток ринку туристичних послуг повинен враховувати необхідність збереження природного та культурного середовища. Це вимагає від усіх учасників ринку – від малого бізнесу до великих корпорацій – інтегрувати принципи сталого розвитку у свою діяльність, а також активно співпрацювати з місцевими громадами, урядовими організаціями та міжнародними інституціями [52]. Це сприятиме не лише економічному зростанню, але й забезпечить довгострокове благополуччя територій.

Класифікація туризму є важливою, оскільки вона дозволяє чітко розрізнити та організувати різноманітні види туристичних активностей та послуг, що сприяє ефективному управлінню та стратегічному плануванню у цій галузі. Через класифікацію, можна детально вивчати конкретні потреби та інтереси різних груп туристів, наприклад, розрізняючи між культурним, пригодницьким, екологічним, оздоровчим та бізнес-туризмом. Це допомагає туристичним операторам, готелям, ресторанам та іншим учасникам індустрії туризму краще розуміти своїх клієнтів та адаптувати свої продукти та послуги для задоволення їхніх специфічних вимог [11]. Крім того, класифікація туризму сприяє точному аналізу ринкових тенденцій та плануванню маркетингових кампаній, що є ключовим для забезпечення конкурентоспроможності та сталого

розвитку у цій швидко змінюваній галузі. Класифікація туризму представлена в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація туризму

За організаційними формами	міжнародний	внутрішній	специфічний	обмежений
За метою поїздки	рекреаційний відпочинок, екотуризм, ностальгічний	шоп-тури паломницький туризм, елітарний	спортивний та пізнавально-оздоровчий	професійно-діловий та науковий
За віковими групами	дитячий молодіжний	сімейний	для людей похилого віку	для інвалідів
За способом пересування	автотуризм авіаційний	пішохідний морський	залізничний велосипедний	річковий
За засобами розміщення	культурно-пізнавальний	кемпінги пансіонати	намети	бази відпочинку
За кількістю учасників	індивідуальний	сімейний	груповий	індивідуальний
За тривалістю перебування	короткотривалий	довготривалий	короткочасний	середньотривалий

Класифікація туризму охоплює різноманітні аспекти та категорії, що допомагають систематизувати та зрозуміти широкий спектр туристичних послуг та активностей. Пропонуємо виділити:

За організаційними формами:

- міжнародний (відвідування інших країн);
- внутрішній (подорожі в межах однієї країни);
- специфічний (туризм з особливими інтересами або потребами);
- обмежений (туризм з певними обмеженнями або унікальними умовами).

За метою поїздки:

- рекреаційний, відпочинок, екотуризм, ностальгічний (подорожі для відпочинку, природи, або відвідування місць особистого значення);
- шоп-тури, паломницький туризм, елітарний (спеціалізовані тури, такі як покупки, релігійні подорожі, або ексклюзивні місця);
- спортивний та пізнавально-оздоровчий (активний відпочинок або подорожі з метою навчання чи оздоровлення);

- професійно-діловий та науковий (поїздки з діловими або науковими цілями);

- за віковими групами:

- дитячий, молодіжний (подорожі для дітей та молоді);

- сімейний (поїздки, орієнтовані на сімейні групи);

- для людей похилого віку, для інвалідів (туризм, адаптований для старших або осіб з обмеженими можливостями).

За способом пересування: автотуризм, авіаційний, пішохідний, морський, залізничний, велосипедний, річковий (способи подорожей від автомобільних до велосипедних).

За засобами розміщення:

- культурно-пізнавальний, кемпінги, пансіонати, намети, бази відпочинку (варіанти проживання, від культурних турів до кемпінгу).

За кількістю учасників:

- індивідуальний, сімейний, груповий (від соло-подорожей до групових екскурсій).

За тривалістю перебування: короткотривалий, довготривалий, короткочасний, середньо тривалий (від денних поїздок до тривалих подорожей).

Ця класифікація допомагає ідентифікувати та розробляти продукти і послуги, які задовольняють конкретні потреби та інтереси різних груп туристів, що є ключовим для успіху в індустрії туризму.

Види туристичних послуг відіграють критично важливу роль у розвитку та успіху туристичної індустрії, оскільки вони безпосередньо впливають на задоволення потреб та очікувань різноманітних туристів. Від розміщення та транспортування до екскурсійних послуг, розважальних заходів і культурних програм - кожен вид послуги спрямований на створення повноцінного та незабутнього туристичного досвіду. Різноманітність туристичних послуг дозволяє задовольняти потреби широкого спектру туристів, від авантюристів та любителів культури до сімей із дітьми та бізнес-мандрівників [14]. Ця

різноманітність також сприяє створенню конкурентоспроможного ринку, стимулює інновації та розвиток туристичного продукту, і в кінцевому підсумку підтримує економічне зростання регіонів і країн, що робить туристичні послуги не тільки важливими для туристів, але й для місцевих громад та національних економік.

Таблиця 1.2

Види туристичних послуг

Основні туристичні послуги	Додаткові туристичні послуги	Супутні туристичні послуги
розміщення туристів	додаткові екскурсії	забезпечення сувенірною продукцією
харчування	Оздоровчі послуги	інформаційне, торговельне та кредитне обслуговування
транспортні послуги	медичні послуги	надання спеціальних видів зв'язку
екскурсії	культурні та ігрові заходи	послуги надання гідів-екскурсоводів

У сфері туризму види туристичних послуг можна класифікувати на основні, додаткові, та супутні послуги, кожна з яких відіграє свою унікальну роль у забезпеченні повноцінного туристичного досвіду:

Основні туристичні послуги:

- розміщення туристів (надання місць для проживання, як готелі, хостели, курорти);
- харчування (ресторани, кафе, включаючи місцеву та міжнародну кухню);
- транспортні послуги (перевезення туристів, включаючи авіа, автобусні, залізничні та водні перевезення);
- екскурсії (організація оглядових турів, відвідування визначних пам'яток).

Додаткові туристичні послуги:

- додаткові екскурсії (спеціалізовані тури, що не входять в основну програму);

- оздоровчі послуги (СПА, масажі, фітнес-центри);
- медичні послуги (надання медичної допомоги та консультацій);
- культурні та ігрові заходи (відвідування концертів, театрів, казино).

Супутні туристичні послуги:

- забезпечення сувенірною продукцією (продаж сувенірів, подарунків, місцевих ремесел);
- інформаційне, торговельне та кредитне обслуговування (інформаційні центри, магазини, банкомати та обмінні пункти);
- надання спеціальних видів зв'язку (Wi-Fi, мобільний зв'язок, поштові послуги);
- послуги надання гідів-екскурсоводів (професійне супроводження та інформування туристів).

Кожен з цих видів послуг доповнює туристичний досвід, забезпечуючи зручність, комфорт та збагачення культурного та рекреаційного виміру подорожей. Ця різноманітність послуг дозволяє туристичним компаніям відповідати на широкий спектр потреб і очікувань туристів, підвищуючи задоволеність відпочиваючих та сприяючи повторним візитам.

Зміст та значення розвитку ринку туристичних послуг у системі індустрії туризму не може бути переоцінено. Ринок туристичних послуг є фундаментальним компонентом, який сприяє не тільки економічному зростанню та розвитку, але й культурному збагаченню та соціальному прогресу. Широкий спектр послуг, які пропонує цей ринок, від відпочинку та розваг до освітніх та культурних програм, сприяє створенню унікальних та незабутніх досвідів для туристів з усього світу [26]. Важливість цієї індустрії також полягає у створенні робочих місць, підтримці малого та середнього бізнесу, та сприянні міжнародному культурному обміну.

Крім того, розвиток ринку туристичних послуг є важливим у контексті сталого розвитку, адже ця галузь активно впроваджує екологічні та соціально-відповідальні практики. Це включає підтримку місцевих громад, збереження природних та культурних ресурсів, та зниження впливу на навколишнє

середовище. Враховуючи глобальні виклики сучасного світу, роль туристичної індустрії в економічному та соціокультурному розвитку стає ще більш значущою. Таким чином, ринок туристичних послуг продовжує бути ключовим сектором, що сприяє загальному прогресу та благополуччю на глобальному рівні.

1.2. Функціонування ринку туристичних послуг

Функціонування ринку туристичних послуг є ключовим аспектом в індустрії туризму, який відображає складну взаємодію між попитом та пропозицією, впливає на розвиток економіки, культури, та соціального сектору. Цей ринок охоплює широкий спектр послуг, від розміщення та транспорту до екскурсій, харчування, та оздоровчих послуг, кожна з яких відіграє свою роль у створенні цілісного туристичного досвіду. Ефективне функціонування цього ринку залежить від багатьох чинників, включаючи якість послуг, ціноутворення, доступність та маркетинг, а також від зовнішніх економічних та політичних умов [28].

Ринок туристичних послуг є динамічним і швидко адаптується до змін у світових тенденціях, технологіях та перевагах споживачів. Інновації у цифрових технологіях, зокрема в сфері онлайн-бронювання та соціальних медіа, суттєво впливають на поведінку та вибір туристів. З іншого боку, фактори, такі як глобалізація, зміна клімату, та політична стабільність, можуть впливати на потоки туристичних потоків, що змушує учасників ринку адаптуватися та розвивати нові стратегії [7]. У цілому, функціонування ринку туристичних послуг є важливим індикатором не тільки економічного зростання, але й соціального та культурного розвитку регіонів і країн.

Функціонування ринку туристичних послуг має величезне значення, оскільки воно впливає на широкий спектр економічних, соціальних та культурних аспектів суспільства. По-перше, цей ринок є значним драйвером

економічного зростання, створюючи робочі місця та генеруючи дохід через прямі та опосередковані економічні діяльності, такі як готельний бізнес, ресторани, транспортні послуги та розваги. По-друге, туризм сприяє культурному обміну та збереженню культурної спадщини, відіграючи роль у підтримці ідентичності та традицій місцевих громад (рис. 1.1).

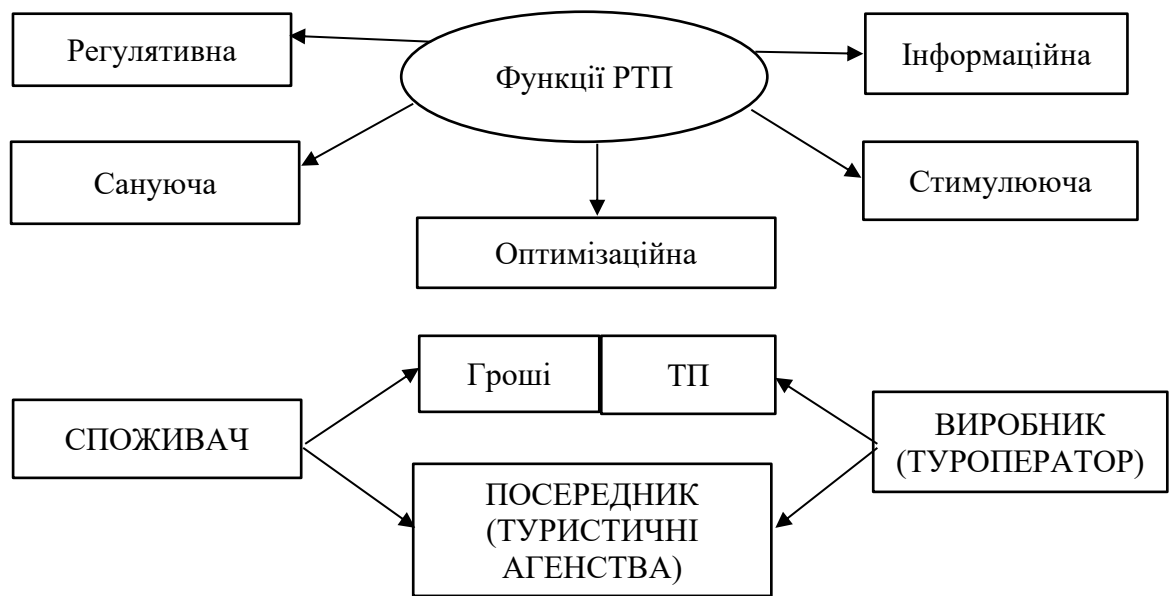


Рис.1.1. Функціонування ринку туристичних послуг

Крім того, ефективно функціонуючий ринок туристичних послуг забезпечує підвищення якості життя місцевих жителів, пропонуючи різноманітні можливості для відпочинку та дозвілля. Він також спонукає до розвитку інфраструктури, включаючи транспортні засоби, громадські простори та медичні установи, які використовуються не тільки туристами, але й місцевим населенням. Важливо також, що ринок туристичних послуг стимулює інновації та технологічний розвиток, особливо в контексті цифровізації та сталого туризму [41].

На закінчення, у контексті глобалізації та зміни клімату, функціонування ринку туристичних послуг має велике значення для сталого розвитку. Це включає в себе розвиток екотуризму та відповідального туризму, які забезпечують збалансований підхід до використання природних ресурсів та

зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Таким чином, ринок туристичних послуг є ключовим для створення гармонійного балансу між розвитком та збереженням, відіграючи критичну роль у сталому розвитку суспільства.

Класифікаційні ознаки ринку туристичних послуг дозволяють глибше зрозуміти та організувати цей різноманітний та складний сектор. Однією з ключових класифікаційних ознак є тип туристичних послуг, який включає різні категорії, такі як розміщення (готелі, хостели, кемпінги), транспортні послуги (авіаційні, залізничні, автобусні), харчування (ресторани, кафе), екскурсії та гідів, а також спеціалізовані послуги, такі як оздоровчі та медичні послуги (рис. 1.2).

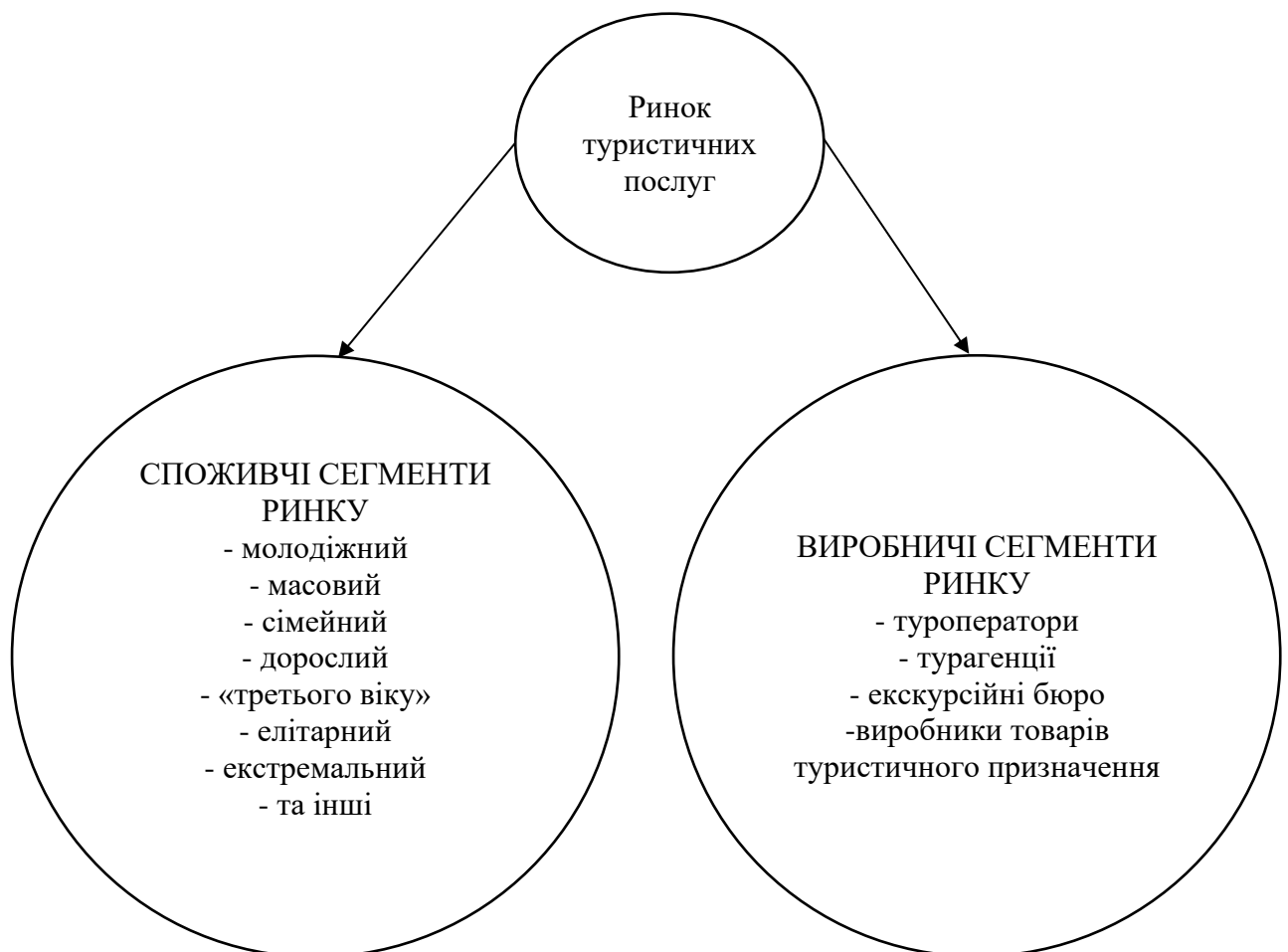


Рис. 1.2. Класифікаційні ознаки ринку туристичних послуг

Іншим важливим аспектом є ринковий сегмент, до якого належить туристична послуга, що може включати масовий туризм, елітний туризм, бізнес-туризм, еко-туризм, культурний туризм тощо. Ця класифікація допомагає визначити цільові аудиторії, розробляти відповідні маркетингові стратегії та адаптувати послуги до специфічних потреб та очікувань різних груп туристів.

Іншою значущою класифікаційною ознакою ринку туристичних послуг є географічний аспект, який включає міжнародний та внутрішній туризм, а також регіональні особливості пропонованих послуг. Це включає адаптацію послуг до місцевих умов, культурних особливостей та природних ресурсів. Крім того, важливим є й врахування сезонності та тривалості туристичних послуг, що впливає на планування, ціноутворення та управління потоками туристів. Така диференціація дозволяє учасникам ринку максимально ефективно використовувати ресурси, оптимізувати навантаження на інфраструктуру та забезпечувати високий рівень задоволення клієнтів.

На туристичному ринку існує кілька видів конкуренції, кожен з яких відіграє свою роль у формуванні динаміки ринку та визначає поведінку учасників. Перш за все, існує пряма конкуренція, яка відбувається між компаніями, що пропонують схожі або ідентичні туристичні послуги [36]. Це може бути конкуренція між готелями, турагентствами, авіакомпаніями чи туроператорами, які змагаються за клієнтів в одному ціновому сегменті або географічному регіоні. Іншим важливим аспектом є непряма конкуренція, яка відбувається між різними видами туристичних продуктів або між різними туристичними напрямками (табл. 1.3). Наприклад, курорт у горах може конкурувати з пляжним курортом за відпочиваючих, які шукають місце для відпустки.

Таблиця 1.3

Види конкуренції на туристичному ринку

За видом послуг, що надають підприємці-конкуренти	За засобами, які застосовують суперники в ході конкурентної боротьби	За рівнем прояву конкуренції	За методами конкурентної боротьби
видова	добросовісна	галузева	цінова
функціональна	недобросовісна	міжгалузева	нецінова

Ще одним видом конкуренції є конкуренція за інновації та унікальність пропозиції. Учасники туристичного ринку намагаються відрізнитися від конкурентів через інноваційні послуги, унікальні туристичні продукти або особливі маркетингові стратегії. Наприклад, впровадження технологічних новинок, таких як віртуальна реальність для огляду готелів або персоналізовані мобільні додатки для планування подорожей, може стати значною перевагою на ринку. Окрім цього, конкуренція за якість обслуговування також є критичною, оскільки туристи все більше цінують високий рівень обслуговування, індивідуальний підхід та незабутній досвід. Таким чином, різноманітність видів конкуренції на туристичному ринку спонукає учасників до постійного розвитку, інновацій та підвищення якості послуг, що в кінцевому підсумку сприяє зростанню та динамічності цієї галузі.

Суб'єктна взаємодія національного та регіонального регулювання ринку туристичних послуг є важливим аспектом управління туристичною індустрією, оскільки вона забезпечує координацію та взаємодію між різними рівнями влади для ефективного розвитку сектору [49]. На національному рівні, урядові органи зазвичай відповідають за розробку та впровадження загальних стратегій розвитку туризму, законодавчих та регулятивних положень, національних стандартів якості туристичних послуг, а також за проведення маркетингових кампаній на міжнародному рівні (рис. 1.3)

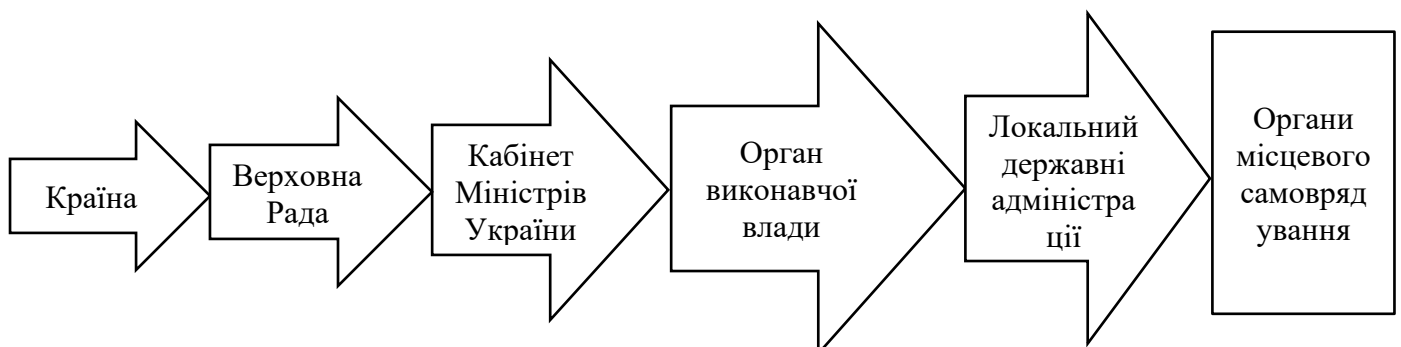


Рис 1.3. Суб'єктна взаємодія національного та регіонального регулювання ринку туристичних послуг

З іншого боку, регіональні органи управління туризмом займаються впровадженням цих національних політик на місцевому рівні, адаптуючи їх до специфічних умов та потреб регіону. Вони також відповідають за розвиток регіональної інфраструктури, підтримку місцевих туристичних ініціатив та проектів, а також за співпрацю з місцевими бізнесами і громадами для стимулювання туристичної активності. Важливим елементом такої взаємодії є постійний обмін інформацією та досвідом між національними та регіональними органами, що дозволяє своєчасно реагувати на зміни в галузі, впроваджувати інновації та адаптуватися до нових викликів.

Така суб'єктна взаємодія сприяє створенню збалансованої та інтегрованої системи управління туризмом, яка забезпечує ефективне використання ресурсів, підвищує якість туристичних послуг та сприяє сталому розвитку туристичної індустрії як на національному, так і на регіональному рівнях.

Державне регулювання туристичною діяльністю відіграє ключову роль у забезпеченні зростання та сталого розвитку туристичної індустрії [3]. Це включає в себе розробку та впровадження політик і законодавчих рамок, які спрямовані на стимулювання інвестицій в туристичний сектор, забезпечення високого рівня якості послуг, захист прав споживачів, а також збереження природного та культурного середовища (таблиця 1.4).

Таблиця 1.4

Державне регулювання туристичною діяльністю

Прямі важелі впливу	Непрямі важелі впливу
Закони та нормативно-правові акти	Державна політика розвитку туризму
Ліцензування	Індикативні плани туристичної діяльності та науково-дослідні роботи
Контроль розміщення об'єктів	Створення сприятливих умов для залучення інвестиційних коштів
Введення сертифікації та стандартизації	Підтримка ринкової конкуренції і недопущення монополізації туризму
Контроль за дотримання безпеки впливу туризму на здоров'я нації	Стимулювання розвитку ринку туристичної інфраструктури

Запровадження фінансових гарантій відповідальності туристичних підприємств перед туристами	Інформаційне забезпечення сфери надання інформаційних послуг
Введення економічного механізму забезпечення охорони навколишнього середовища	

Держава регулює такі аспекти, як ліцензування туристичних операторів та агентств, стандартизація готелів та ресторанів, управління доступом до природних ресурсів та культурних пам'яток, а також контроль за безпекою та охороною здоров'я туристів. Крім того, державне регулювання включає в себе розробку маркетингових стратегій та промоційних кампаній для просування туристичних напрямків на внутрішньому та міжнародному рівнях. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни як туристичного напрямку. Держава також може втручатися у формування цінової політики та податкових стимулів для підтримки туристичного сектору. Важливою частиною державного регулювання є також встановлення співпраці між різними регіонами та суб'єктами туристичної діяльності для забезпечення інтегрованого підходу до розвитку туризму [44]. В цілому, ефективне державне регулювання є необхідним для створення сприятливого середовища для розвитку туризму, що включає в себе підтримку інновацій, забезпечення якості послуг та збереження культурного та природного багатства.

Структура регулювання конкуренції на ринку туристичних послуг є складною та має на меті забезпечення справедливого та ефективного конкурентного середовища. На рівні державного регулювання, це зазвичай включає встановлення законодавчих та нормативних рамок, які спрямовані на запобігання монополізації ринку, забезпечення рівних умов для усіх гравців ринку та захист прав споживачів. Органи антимонопольного регулювання відіграють ключову роль у цьому процесі, здійснюючи нагляд за злиттями та поглинаннями, контролюючи цінові стратегії та запобігаючи недобросовісній конкуренції. Таке регулювання важливе для підтримки здорового конкурентного середовища, яке стимулює інновації та покращення послуг

На регіональному та місцевому рівнях, структура регулювання конкуренції включає в себе механізми підтримки малого та середнього бізнесу,

стимулювання розвитку нових туристичних продуктів та послуг, а також сприяння взаємодії та партнерства між різними учасниками ринку. Це може включати надання податкових пільг, грантів, консультаційних та освітніх послуг для підприємців у сфері туризму. Також важливим є розвиток інфраструктури та туристичних ресурсів, які є основою для залучення туристів та розвитку конкуренції. В цілому, структура регулювання конкуренції на ринку туристичних послуг має бути гнучкою та адаптованою до змінних умов ринку, щоб сприяти зростанню та інноваціям у цій динамічній галузі (рис. 1.4).

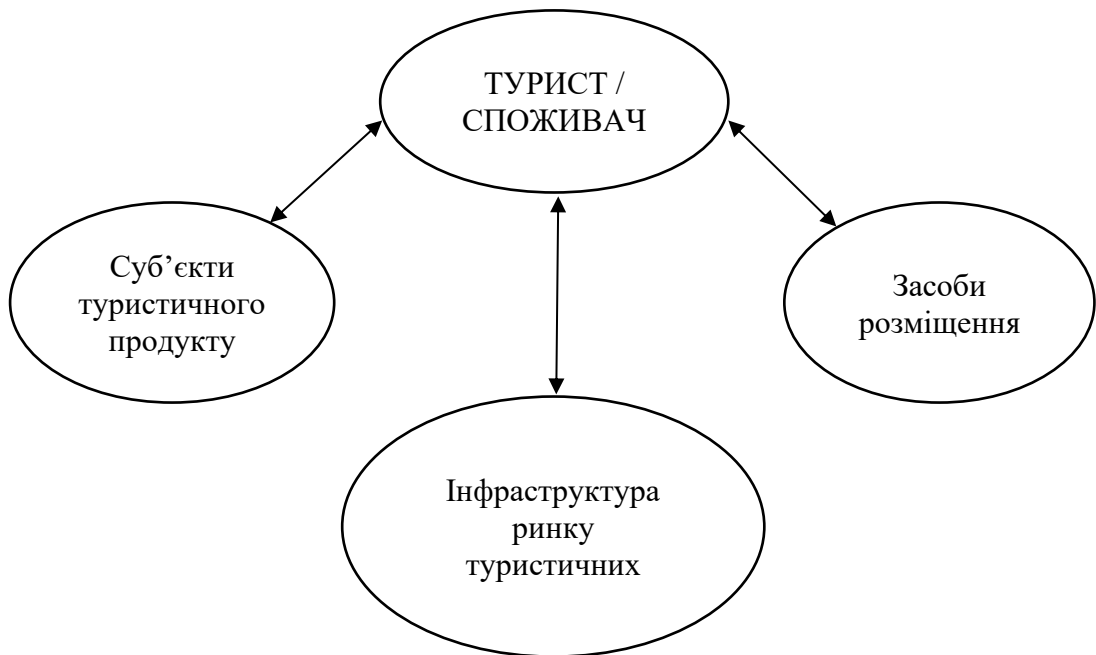


Рис. 1.4. Структура регулювання конкуренції на ринку туристичних послуг.

Функціонування ринку туристичних послуг є важливим компонентом сучасної економіки, який впливає на різні сектори та має значний соціально-економічний вплив. Цей ринок характеризується динамічністю та високою конкуренцією, що стимулює постійний розвиток та інновації. Ефективне функціонування ринку туристичних послуг залежить від ряду факторів, включаючи якість та різноманітність послуг, ефективне управління ресурсами, адаптацію до змінних потреб та переваг споживачів, а також від взаємодії між усіма учасниками ринку – від місцевих бізнесів до міжнародних корпорацій.

Крім того, роль держави у регулюванні та підтримці ринку туристичних послуг є ключовою для забезпечення сталого розвитку цієї галузі. Це включає в себе створення сприятливого законодавчого середовища, розробку стратегій та програм, які підтримують розвиток інфраструктури, просування туризму, та забезпечення сталості. В цілому, ринок туристичних послуг відіграє важливу роль у глобальному економічному розвитку, сприяючи культурному обміну, створенню робочих місць, підвищенню життєвого рівня, та збереженню природних та культурних ресурсів. Розвиток та успіх цієї галузі продовжуватиме бути важливим для економічного та соціального благополуччя на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

У майбутньому, ефективне функціонування ринку туристичних послуг потребуватиме від учасників ринку ще більшої гнучкості та адаптації до швидко змінюваних умов. Це включає реагування на глобальні виклики, такі як зміна клімату, технологічні інновації, зміну демографічних тенденцій та еволюцію поведінки споживачів. Особливу увагу потрібно приділити сталому розвитку, який забезпечує баланс між задоволенням потреб сучасних туристів та збереженням ресурсів для майбутніх поколінь. Це вимагає інтеграції екологічних та соціальних стандартів у всі аспекти туристичної діяльності.

Ключовим фактором успіху на ринку туристичних послуг є інновації, як у сфері продукту, так і в маркетингових підходах. Цифрові технології, такі як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, аналітика великих даних, грають все більшу роль у персоналізації туристичного досвіду та оптимізації управління ресурсами. Також важливою є здатність до швидкого реагування на кризові ситуації, як-от пандемії або політичні зміни, що можуть радикально впливати на туристичні потоки. Врешті-решт, успіх ринку туристичних послуг залежить від здатності всіх учасників ринку – від малого до великого бізнесу, урядових структур, місцевих громад – ефективно співпрацювати, інновувати та адаптуватися до постійно змінних умов, що забезпечує не лише економічне зростання, але й внесок у загальне благополуччя суспільства.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

2.1. Аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг

Аналіз та оцінка розвитку ринку туристичних послуг є критично важливими для розуміння динаміки та потенціалу цієї швидкозростаючої галузі. У світі, де туризм стає однією з ключових сфер економіки, глибокий аналіз ринкових тенденцій, поведінкових патернів споживачів, конкурентного середовища, а також впливу економічних, політичних та соціальних факторів відіграє вирішальну роль у формуванні стратегій розвитку галузі. Це включає оцінку як поточного стану ринку, так і прогнозування майбутніх трендів, що дозволяє зацікавленим сторонам – від урядів до приватних підприємців – ефективно планувати свою діяльність, оптимізувати ресурси та адаптуватися до змінних умов ринку [25].

Ключовим аспектом аналізу ринку туристичних послуг є вивчення попиту та пропозиції, що включає дослідження переваг та потреб різних сегментів споживачів, а також оцінку обсягу та якості туристичних послуг, доступних на ринку. Це включає аналіз факторів, що впливають на рішення туристів, таких як ціна, якість, доступність та унікальність пропозиції. Також важливою є оцінка впливу глобальних тенденцій, таких як технологічні інновації, зміна клімату, глобальні політичні зміни та економічні коливання, на туристичний ринок. Ці аспекти допомагають формувати всеосяжне розуміння стану та перспектив розвитку ринку туристичних послуг, що є необхідним для розробки ефективних стратегій та політик у цій галузі.

Аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг є ключовим для розуміння та прогнозування тенденцій у цій динамічній галузі. В умовах глобалізації та технологічного прогресу, ринок туристичних послуг постійно еволюціонує, відповідаючи на змінні потреби споживачів та вплив різноманітних економічних, соціальних, політичних та екологічних факторів.

Аналіз цих чинників дозволяє глибше зрозуміти, які аспекти сприяють зростанню та розвитку цієї галузі, а також ідентифікувати потенційні виклики та можливості [39]. Він охоплює вивчення економічних показників, таких як дохід на душу населення, курси валют, та політику уряду в галузі туризму, а також технологічні інновації, які можуть трансформувати способи подорожування та споживання туристичних послуг.

Крім економічних та технологічних факторів, соціально-культурні зміни також грають важливу роль у формуванні ринку туристичних послуг. Це включає зміни в життєвих цінностях, поведінці споживачів, демографічні тренди та зростаючу увагу до екологічної стійкості. Політична стабільність, безпека туристичних напрямків, а також екологічні умови та кліматичні зміни також мають значний вплив на ринок туристичних послуг. Розуміння цих чинників дозволяє туристичним компаніям, урядам та іншим зацікавленим сторонам адаптувати свої стратегії та продукти для забезпечення сталого розвитку та задоволення змінних потреб туристів. Отже, всебічний аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг є невід'ємним елементом стратегічного планування та прийняття рішень у цій галузі.

Визначення чинників розвитку ринку туристичних послуг у Волинській області має величезне значення для забезпечення ефективного та сталого росту цієї галузі в регіоні. Волинська область, яка володіє багатою історією, культурним різноманіттям та природними красотами, має значний потенціал для розвитку туризму. Правильне розуміння чинників, що впливають на ринок туристичних послуг, дозволяє місцевій владі, бізнесу та іншим зацікавленим сторонам ефективно використовувати цей потенціал. Це охоплює аналіз таких аспектів, як місцева інфраструктура, доступність регіону, якість та різноманітність послуг, а також унікальні культурні та природні ресурси, які можуть привабити туристів [41].

Чинники розвитку ринку туристичних послуг у Волинській області (таблиця 2.1).

Чинники розвитку ринку туристичних послуг у Волинській області

Основні види чинників	Складові чинника	Забезпечення чинників
Культурно-історичні	етнічний чинник	самобутність волинської культури та традицій
	історичний чинник	наявність достатньої для організації туристичної діяльності пам'яток історії, архітектури та мистецтва
Природно-географічні	географічний чинник	рівнинна територія сприяє розвитку більшості наявних видів туризму
	природний чинник	наявність унікальних водних та біотичних об'єктів
Політико-географічні	прикордонне положення області	наявність автомобільних та залізничних міжнародних пунктів пропуску з республікою Польщею
Фінансово-економічні	Волинська область залишається в категорії «бюджетних» областей для відпочинку та оздоровлення туристів	
Соціально-демографічні	переорієнтація туристичних потоків із традиційних для України курортних місцевостей до Шацької дестинації	
Матеріально-технічні	засоби розміщення та заклади харчування	постійне зростання кількості закладів розміщення та харчування туристів
	транспортна інфраструктура	стабільні показники розвитку автомобільного та залізничного транспорту

Крім того, важливо враховувати економічні, соціальні та екологічні чинники, які впливають на розвиток туризму в області. Економічні чинники включають інвестиції в туристичну інфраструктуру, рівень доходів населення, а також макроекономічну стабільність. Соціальні чинники охоплюють демографічні тенденції, зміну споживацьких уподобань та культурні особливості. Екологічні аспекти включають збереження природи та стале використання ресурсів. Врахування цих чинників допоможе у створенні цілісної стратегії розвитку туризму, яка сприятиме залученню інвестицій, підвищенню рівня зайнятості та зростанню місцевої економіки. Таким чином, аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг є ключовим для розуміння поточного стану галузі в Волинській області та визначення напрямків для її подальшого розвитку та процвітання.

Таким чином, чинники розвитку ринку туристичних послуг у Волинській області мають комплексний характер, оскільки вони включають географічні, культурні, історичні, економічні та соціальні аспекти.

Волинська область має чудові природні ресурси, включаючи мальовничі ліси, озера та національні парки, що робить її привабливою для екотуризму та активного відпочинку. Розвиток інфраструктури у цих природних зонах може значно підвищити туристичний потенціал регіону [6].

Регіон багатий історичними пам'ятками та культурними цінностями, включаючи замки, монастирі та історичні центри міст. Розвиток культурного туризму, організація культурних фестивалів та заходів може привернути відвідувачів, які цікавляться історією та культурою.

Економічна ситуація в області, включаючи інвестиційний клімат, рівень доходів населення та доступність фінансових ресурсів для інвестицій у туристичну інфраструктуру, впливає на розвиток туризму. Залучення інвестицій та підтримка місцевого бізнесу може сприяти зростанню галузі.

Соціальні тенденції, зміна уподобань та поведінки місцевих жителів та туристів також впливають на туристичну індустрію. Важливо враховувати потреби та інтереси різних вікових та соціальних груп, розвиваючи різноманітні туристичні послуги.

Наявність та якість транспортної інфраструктури, включаючи доступність доріг, залізниць та аеропортів, є важливим чинником для забезпечення доступності туристичних місць та зручності подорожей.

Ставлення до збереження природи та екологічної стійкості також впливає на туризм. Розвиток екотуризму та сталих туристичних практик може забезпечити збалансований розвиток галузі з мінімальним негативним впливом на навколишнє середовище.

Розуміння та ефективне використання цих чинників може сприяти розвитку туристичного потенціалу Волинської області, створюючи нові можливості для місцевої економіки та підвищуючи загальний привабливість регіону для відвідувачів.

2.2. Визначення проблем та недоліків розвитку інфраструктурного забезпечення туризму Волинської області

Волинська область, з її багатим історичним та культурним спадком, має великий потенціал для розвитку туризму. Однак, для повноцінного реалізування цього потенціалу, необхідно вирішити ряд проблем та недоліків, пов'язаних з інфраструктурним забезпеченням туризму в регіоні. Визначення та аналіз цих проблем є ключовими для розробки ефективних стратегій розвитку та модернізації туристичної інфраструктури. Це включає оцінку стану транспортних з'єднань, якості та доступності розміщення, рівня послуг гостинності, а також розвитку додаткових туристичних атракцій та послуг.

Ключовими проблемами можуть бути недостатня якість доріг та транспортних засобів, обмежена кількість якісних готелів і ресторанів, недостатність інформаційних та навігаційних систем для туристів, відсутність інтегрованих туристичних маршрутів. Також слід звернути увагу на розвиток місцевих культурних та природних ресурсів як туристичних атракцій. Визначення цих проблем та розробка відповідних рішень дозволить Волинській області розвинути свій туристичний потенціал, залучити відвідувачів, та сприяти економічному зростанню регіону [37]. Проблеми та недоліки розвитку інфраструктури туризму Волинської області представлено в табл. 2.2).

таблиця 2.2

Проблеми та недоліки розвитку інфраструктурного забезпечення туризму Волинської області

1	Створений внутрішній туристичний продукт має низьку якість, тому не може конкурувати з міжнародним	5	Недосконалий рівень співпраці з міжнародними інституціями у туризмі
2	Диференціація законів України у сфері туризму та законів у європейських країнах	6	Слабко розвинена інфраструктура у селах та селищах міського типу
3	Низький рівень рекламних кампаній, що не дає змоги дізнаватися про унікальний туристичний продукт регіону	7	Низький рівень регіонального представництва, яке могло б рекламувати Волинський регіон на туристичних конференціях та самітах
4	Низький рівень конкуренції між туристичними підприємствами	8	Низький рівень реклами щодо різноманітних туристичних об'єктів

До проблем та недоліків розвитку інфраструктурного забезпечення туризму Волинської області віднесено:

- створений внутрішній туристичний продукт має низьку якість, тому не може конкурувати з міжнародним;
- недосконалий рівень співпраці з міжнародними інституціями у туризмі;
- диференціація законів України у сфері туризму та законів у європейських країнах;
- слабо розвинена інфраструктура у селах та селищах міського типу;
- низький рівень рекламних кампаній, що не дає змоги дізнаватися про унікальний туристичний продукт регіону;
- низький рівень регіонального представництва, яке могло б рекламувати Волинський регіон на туристичних конференціях та самітах;
- низький рівень конкуренції між туристичними підприємствами;
- низький рівень реклами щодо різноманітних туристичних об'єктів тощо.

Визначення проблем та недоліків розвитку інфраструктурного забезпечення туризму в Волинській області вимагає комплексного аналізу декількох аспектів. По-перше, важливо зосередитись на існуючій інфраструктурі: якість доріг, доступність готелів та ресторанів, ефективність транспортних зв'язків. По-друге, слід розглянути рівень сервісів та обслуговування, включаючи кваліфікацію персоналу та мовні бар'єри. По-третє, необхідно звернути увагу на промоцію регіону як туристичного напрямку, оцінити ефективність маркетингових кампаній та інформаційної підтримки [42]. Нарешті, важливим аспектом є збереження історичної спадщини та природних ресурсів, які є основою для розвитку туризму.

Для покращення інфраструктурного забезпечення туризму у Волинській області необхідно здійснити цілеспрямовані інвестиції у розвиток транспортної та готельної інфраструктури, підвищити якість сервісу, активізувати промоцію регіону та забезпечити збереження історичних та природних об'єктів.

SWOT-аналіз основних чинників формування регіонального туристичного кластера Волинської області представлено в табл. 2.3.

SWOT-аналіз основних чинників формування регіонального туристичного кластера Волинської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - наявність великої кількості ресурсів для розвитку туризму; - наявність розвинутого готельного комплексу; - економіко-географічне положення Волинської області; - наявність відносно розвинутої інфраструктури громадського харчування; - різноманітний природно-ресурсний потенціал; - наявність багатой історико-культурної спадщини; - сприятлива екологічна ситуація; - зацікавленість населення області в розвитку в'їзного та внутрішнього туризму; - подієві заходи, пов'язані з культурою та історією області; - досвід проведення змагань з різних видів спорту; - наявність пам'яток архітектури, містобудування та музеїв; - наявність природних пам'яток; - наявність екологічних стежок та стоянок 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність розуміння щодо необхідності використання кластерного підходу в туристичній діяльності Волинської області для розвитку регіональної економіки; - відсутність позитивного досвіду підготовчої роботи по створенню кластерів у сфері туризму; - відсутність сформованих кластерів в економіці Волинської області; - відсутність базових нормативних правових актів по визначенню основних напрямків і механізмів кластерної політики області; - невідповідність туристичних послуг міжнародним стандартам; - сезонність туристичних послуг, пов'язана з кліматичними умовами; - низька конкурентоспроможність готельного фонду; - відсутність аеропорту, здатного обслуговувати чартерні рейси; - незадовільний стан об'єктів історико-культурної спадщини; - нестача інвестиційних ресурсів; - зношеність матеріально-технічної бази туризму
Можливості розвитку	Загрози розвитку
<ul style="list-style-type: none"> - можливість отримання фінансової підтримки на державну підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, розробку і реалізацію проектів державно-приватного партнерства та ін; - інтерес українських та іноземних інвесторів до реалізації інвестиційних проектів щодо туристичних на Волині; - доступ до інформаційних ресурсів, що об'єднує найбільш успішний світовий досвід формування і розвитку кластерів в сфері послуг; - можливість для розвитку різноманітних видів туризму; - можливість поєднувати кілька видів туризму; - можливість залучення туристів з Польщі, Литви, Німеччини тощо; - можливість розвитку туристичної інфраструктури за рахунок залучення інвестицій; - підвищення привабливості області на основі стабільної тенденції реалізації маркетингової політики території. 	<ul style="list-style-type: none"> - немає політичної та методичної підтримки створення та розвитку кластерів на державному та регіональному рівні; - складний фінансово-економічний стан підприємств і організацій - господарюючих суб'єктів, суб'єктів малого та середнього підприємництва – потенційних учасників створюваних кластерів в зв'язку зі світовою економічною кризою спричиненою пандемією Covid-19; - недосконалість нормативно-правової бази; - жорстка конкуренція з боку інших регіонів України, зокрема Карпатського та Причорноморського; - відсутність програми підтримки фірм, що займаються в'їзним туризмом.

SWOT-аналіз є ключовим інструментом для оцінки основних чинників формування регіонального туристичного кластера Волинської області. Волинська область має багату історичну та культурну спадщину, включаючи численні замки, церкви та історичні пам'ятки. Також регіон відрізняється унікальними природними ресурсами, які включають національні парки та заповідники, що приваблюють любителів екотуризму [15]. До того ж, географічне розташування Волині, яке забезпечує добрі транспортні зв'язки з іншими регіонами України та сусідніми країнами, є важливим фактором для розвитку туризму.

Слабкі сторони (Weaknesses) туристичного кластера Волині включають обмежену інфраструктуру, особливо у віддалених та менш розвинених районах. Недостатня кількість якісних готелів, ресторанів і туристичних послуг може стримувати розвиток туризму. Також існує проблема недостатньої промоції регіону на національному та міжнародному рівнях, що веде до низького рівня обізнаності потенційних туристів про те, що Волинь може запропонувати. Додатково, недоліки в сервісі та обслуговуванні, частково викликані браком кваліфікованих працівників у туристичній галузі, також впливають на загальне сприйняття регіону.

Можливості (Opportunities) для розвитку туристичного кластера Волині зосереджені на залученні інвестицій у туристичну інфраструктуру, в тому числі в готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти. Це може підвищити якість послуг і привабливість регіону. Існують також можливості для розвитку нових туристичних продуктів, таких як екотуризм, культурні тури та активний відпочинок, що відповідає сучасним трендам та інтересам туристів [24]. Покращення маркетингових стратегій та просування Волинської області як привабливого туристичного напрямку на міжнародному рівні також може сприяти збільшенню туристичного потоку та розвитку економіки регіону.

Загрози (Threats) для розвитку туристичного кластера Волинської області є різноманітними і вимагають уважного врахування. Однією з основних загроз є конкуренція з іншими регіонами, як в Україні, так і за кордоном, що

пропонують подібні або кращі туристичні послуги. Це може відволікати потенційних туристів від Волинської області, особливо якщо інші регіони мають більш розвинуту інфраструктуру або ефективніші маркетингові стратегії.

Економічна нестабільність і політичні непевності також є значними загрозами. Нестабільна економіка може обмежувати інвестиції в туристичну інфраструктуру та послуги, а також знижувати купівельну спроможність потенційних внутрішніх туристів. Політична невизначеність, зокрема в контексті міжнародних відносин, може впливати на сприйняття безпеки серед міжнародних туристів, що є критичним фактором при виборі місця для подорожей [33].

Екологічні проблеми та зміна клімату також можуть негативно впливати на туристичний сектор Волинської області. Потенційне забруднення навколишнього середовища, зміни кліматичних умов, що впливають на природні атракції, можуть зменшити їх привабливість для туристів. Врахування цих екологічних викликів є важливим для забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні.

Врахування цих загроз та розробка стратегій для їх мінімізації або перетворення на можливості є важливими для успішного розвитку туристичного кластера Волинської області.

Визначення проблем та недоліків у розвитку інфраструктурного забезпечення туризму Волинської області відкриває важливі перспективи для покращення та розвитку цієї галузі. Основними проблемами є недостатня розвиненість транспортної інфраструктури, обмеженість якісних готельних та ресторанних послуг, а також неефективність маркетингових та інформаційних кампаній, що призводить до низького рівня відомості про регіон серед потенційних туристів [22].

Вирішення цих проблем вимагатиме цілеспрямованих інвестицій та стратегічного планування. Покращення дорожньої інфраструктури та транспортних зв'язків, розвиток готельного бізнесу та ресторанного сервісу на

високому рівні, а також навчання персоналу для забезпечення якісного обслуговування є ключовими аспектами, які потребують уваги [5]. Крім того, активізація промоційної діяльності та ефективне використання цифрових платформ для просування туристичного потенціалу Волині може значно підвищити її привабливість для вітчизняних та міжнародних туристів.

Також важливим є збереження та промоція історичної та культурної спадщини, а також природних ресурсів регіону, що є основою для розвитку туризму. Забезпечення сталого розвитку туристичної інфраструктури, з урахуванням екологічних та соціальних аспектів, дозволить Волинській області розкрити свій повний туристичний потенціал і стати привабливим напрямком для туристів.

Визначення проблем та недоліків розвитку інфраструктурного забезпечення туризму у Волинській області є ключовим для її подальшого розвитку як туристичної дестинації. Основними викликами є недостатньо розвинута транспортна інфраструктура, що ускладнює доступ до туристичних місць, обмежена кількість якісних готелів та інших закладів розміщення, а також недостатній рівень сервісу в сфері обслуговування туристів [28]. Ці недоліки стримують потенціал регіону у залученні вітчизняних та іноземних відвідувачів.

Для покращення ситуації необхідно зосередитися на модернізації та розширенні транспортної мережі, що дозволить забезпечити кращий доступ до туристичних атракцій області. Інвестування у високоякісні готельні та ресторанні послуги також є важливим, як і підвищення кваліфікації персоналу, з метою підвищення стандартів обслуговування. Крім того, ефективна маркетингова стратегія, яка просуватиме Волинь як привабливий туристичний регіон, може значно підвищити її відвідуваність та популярність.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1. Напрями розвитку ринку туристичних послуг Волинської області

Стратегічний розвиток ринку туристичних послуг є ключовим елементом у забезпеченні стійкого економічного зростання та культурного розмаїття. У контексті глобалізації та постійної зміни споживацьких уподобань, туристичний сектор стикається з необхідністю адаптуватися та інноваційно розвиватися. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг включають розробку інтегрованих маркетингових стратегій, удосконалення якості послуг, розширення туристичної інфраструктури та впровадження сталого туризму.

У цьому контексті, важливо враховувати вплив цифрових технологій на туристичну галузь. Цифровізація, включаючи онлайн бронювання, віртуальні тури та персоналізовані пропозиції, відіграє значну роль у формуванні споживацьких вподобань та поведінки. Стратегії, орієнтовані на використання цифрових інновацій, можуть значно підвищити конкурентоспроможність та привабливість ринку туристичних послуг [44]. Крім того, важливим є використання соціальних медіа та інтернет-маркетингу для просування туристичних продуктів та створення позитивного іміджу регіону або туристичної дестинації.

Ще одним критичним аспектом стратегічного розвитку є сталий туризм. Врахування екологічних, соціальних та економічних вимірів сталого розвитку є важливим для забезпечення довготривалого успіху туристичного сектора. Це включає розвиток екотуризму, збереження культурної та історичної спадщини, а також впровадження практик, що зменшують негативний вплив на довкілля. Інтеграція сталих практик у стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг не тільки сприяє збереженню ресурсів, але й задовольняє зростаючий

попит туристів на екологічно відповідальні та соціально-свідомі варіанти подорожей.

Напрями активізації ринку туристичних послуг України представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Напрями активізації ринку туристичних послуг України

№	Напрями	Характеристики
Державний рівень	Зміни державного рівня в Закон	Внесені зміни в законодавство України про детальне тлумачення прав і обов'язків іноземних туристів щодо забезпечення безпечного пересування туристів і підвищення відповідальності держави за порушення.
	Ставки ПДВ	Звільнення від ставок ПДВ у сфері внутрішнього і в'їзного туризму; застосування зниженої ставки ПДВ для готелів (при наявності сертифіката) і інших суб'єктів туристичної
	Розвиток галузі туристичної привабливості країни	Туристське позиціонування країни повинно давати туристам вагомі підстави для приїзду в Україну. Літера «У» (від Україна) поєднує в собі різні символи і малюнки: Бандура як символ української музичної традиції, рок-гітара – символ популярної течії у сучасній музиці,
	Інновації в туризмі	Однією з інновацій в логістиці туризму є підхід «точно в строк» на всіх рівнях туристської індустрії Цей підхід також називають «системою Пулля». Оскільки логістика туризму, рекреаційні ресурси мають вирішальне значення в логістиці туризму, такий підхід сприятиме формуванню
Регіональний рівень	Розвиток туристських кластерів	Триває формування конкурентоспроможного туристично-рекреаційного кластеру. Розгляд питання про створення та просування національної дестинації як кластерної одиниці. Застосовувані в Україні, які працюють в класичному стилі, можна назвати «курортними», які не втрачають свого інноваційного складу, і їм надається
Місцевий рівень	Професійна підготовка фахівців місцевого рівня	Висока ступінь підготовки фахівців може покрити належну конкурентоспроможність українського туристського продукту на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. В рамках реалізації Болонського процесу проводиться сертифікація UNWT. Стандарти якості OED QUAL залишаються важливим напрямком діяльності
	Робота в об'єднаних територіальних громадах	Розвиток ринку туристичних послуг в об'єднаних територіальних громадах сприяє: збільшенню надходжень до бюджету (ПДФО, ЄСВ, податок на землю тощо), це самий потужний стимул для розвитку малого та середнього бізнесу (більше 50 суміжних галузей економіки), сприяє створенню робочих місць (кожні 26 туристів створюють 1 робоче місце), розвинути інфраструктуру, підвищити якість життя, зменшити відтік

Активізація ринку туристичних послуг України вимагає комплексного підходу, що охоплює кілька ключових напрямків. На державному рівні, значну увагу приділяється реформуванню законодавчої бази. Це включає внесення змін до законів, які забезпечують детальне тлумачення прав і обов'язків іноземних туристів, особливо у контексті їхньої безпеки та сприятливих умов перебування в країні [19]. Також важливим є впровадження фінансових стимулів, таких як звільнення від ПДВ для внутрішнього і в'їзного туризму та застосування знижених ставок для готелів. Ці заходи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності України як туристичної дестинації.

На регіональному рівні велике значення надається розвитку туристичних кластерів, які сприяють формуванню конкурентоспроможного туристично-рекреаційного середовища. Це включає в себе не тільки розвиток готельних та ресторанних послуг, але й створення атракцій, що відображають культурну унікальність регіонів. Такий підхід передбачає інтеграцію різних видів діяльності, від рекреаційних послуг до мистецтва та ремесел, щоб створити цілісний та привабливий туристичний продукт. Водночас, акцент робиться на інноваціях в туризмі, таких як впровадження сучасних логістичних підходів і використання цифрових технологій для покращення досвіду туристів.

На місцевому рівні, особливу увагу приділяють підготовці кваліфікованих фахівців у сфері туризму. Це передбачає не тільки навчання та сертифікацію за стандартами UNWT, але й впровадження найкращих міжнародних практик у сфері обслуговування та управління. Високий рівень професійної підготовки сприяє підвищенню якості туристичних послуг та підсилює конкурентоспроможність українського туристичного продукту. Розвиток ринку туристичних послуг в об'єднаних територіальних громадах також відіграє ключову роль, оскільки це сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню якості життя місцевого населення [37].

3.2. Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг, як стратегічний вектор розвитку індустрії гостинності

Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг відіграє критичну роль у розвитку та успішності туристичної галузі. Основою ефективною туристичної інфраструктури є наявність якісних транспортних зв'язків, включаючи автомобільні дороги, залізничні та повітряні сполучення. Це забезпечує легкість доступу до туристичних місць і важливо для приваблення як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Крім того, важливою складовою інфраструктури є наявність комфортабельних готелів, ресторанів, курортів та інших місць відпочинку, які забезпечують якісні послуги та комфорт для туристів.

Розвиток міської інфраструктури також відіграє ключову роль у розвитку туристичного ринку. Важливими елементами є чистота та безпека міських просторів, наявність інформаційних центрів, пішохідних зон, місць для відпочинку, а також доступ до культурних та розважальних закладів, таких як музеї, театри, концертні зали [52]. Ефективна інфраструктура міста сприяє створенню привабливого та комфортного середовища для туристів, що є ключовим для залучення та утримання відвідувачів.

Технологічна інфраструктура також є невід'ємною частиною сучасного ринку туристичних послуг. Це включає в себе наявність широкосмугового інтернету, мобільного зв'язку, систем онлайн-бронювання та використання цифрових платформ для маркетингу та управління відносинами з клієнтами. Цифрові технології відкривають нові можливості для персоналізації туристичних послуг, покращення взаємодії з клієнтами та ефективного управління ресурсами. В сучасному світі, де технологічні інновації постійно змінюють спосіб життя та споживання, технологічна інфраструктура стає вирішальним фактором для забезпечення конкурентоспроможності туристичного ринку.

Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг представлено на рис. 3.1.

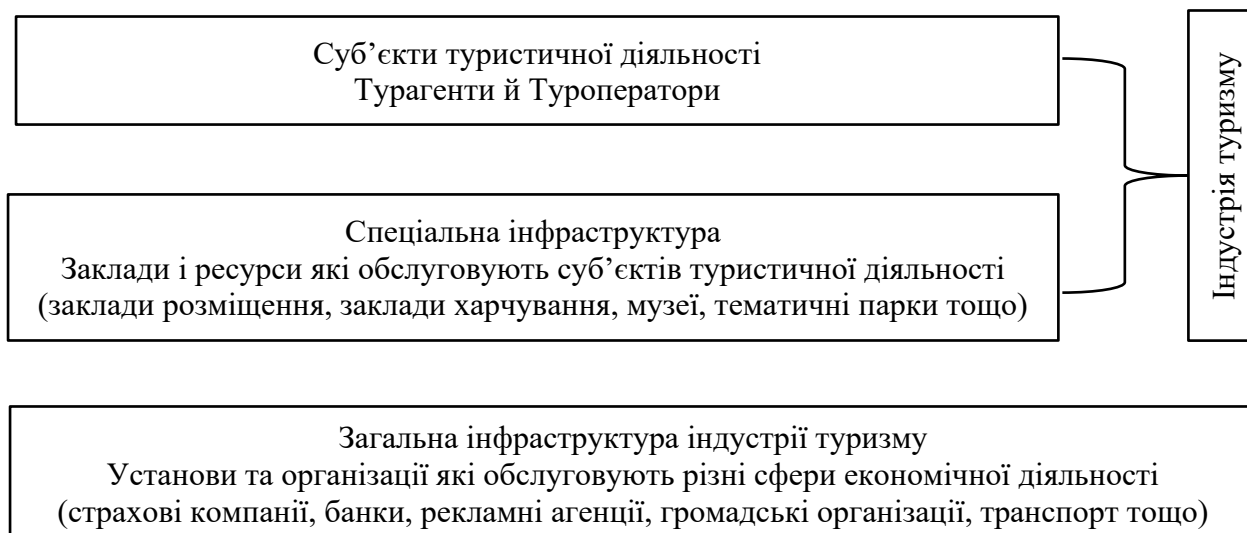


Рис. 3.1. Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг

Активізація ринку туристичних послуг України на різних рівнях управління є ключовою для розвитку цієї галузі. На державному рівні, важливо внести зміни у законодавство, які детально тлумачать права і обов'язки іноземних туристів, зокрема забезпечуючи безпечне пересування туристів і підвищуючи відповідальність держави за їх дотримання. Крім того, фінансові стимули, як-от звільнення від ставок ПДВ у сфері внутрішнього і в'їзного туризму та застосування знижених ставок для готелів і інших суб'єктів туристичної індустрії, можуть значно сприяти розвитку ринку. Також ключовим аспектом є туристичне позиціонування країни, яке повинно включати унікальні культурні та історичні аспекти, такі як українська музична традиція та сучасні популярні течії.

На регіональному та місцевому рівнях, акцент робиться на розвитку туристичних кластерів та підвищенні професійної кваліфікації працівників туристичної галузі. Формування туристично-рекреаційних кластерів, зокрема з акцентом на курортному напрямку та інноваційних підходах, може підвищити конкурентоспроможність регіонів. Водночас, професійна підготовка фахівців

на місцевому рівні, в тому числі через сертифікацію та впровадження міжнародних стандартів якості, є необхідною для забезпечення якісного сервісу. Розвиток ринку туристичних послуг в об'єднаних територіальних громадах також відіграє значну роль, сприяючи економічному зростанню, створенню робочих місць та покращенню інфраструктури та якості життя місцевого населення.

Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг є фундаментальним стратегічним вектором для розвитку індустрії гостинності. Якісна інфраструктура, що включає ефективні транспортні зв'язки, комфортабельні готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти, є ключовою умовою для забезпечення задовільного досвіду для туристів та сприяє позитивному сприйняттю туристичної дестинації. Розвиток міської інфраструктури, що включає безпечні та чисті простори, доступ до культурних та розважальних закладів, та створення комфортних умов для перебування, має велике значення для приваблення відвідувачів [23].

Окрім фізичної інфраструктури, важливість технологічного розвитку не можна недооцінювати. Цифрові технології, такі як широкосмуговий інтернет, мобільний зв'язок, системи онлайн-бронювання та використання цифрових платформ для маркетингу, відіграють вирішальну роль у забезпеченні доступності та зручності туристичних послуг. Інтеграція цих технологій дозволяє персоналізувати пропозиції для туристів, покращувати взаємодію з клієнтами та ефективно управляти ресурсами.

Враховуючи ці аспекти, інфраструктурне забезпечення має бути в центрі стратегій розвитку індустрії гостинності. Це вимагає не тільки значних інвестицій, але й ретельного планування та координації на всіх рівнях управління, від місцевого до національного. Ефективне інфраструктурне забезпечення стимулює зростання туристичного потоку, підвищує загальну якість туристичного досвіду і сприяє сталому розвитку індустрії гостинності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Значення розвитку ринку туристичних послуг у сучасному світі є надзвичайно великим, оскільки туризм стає однією з найшвидше зростаючих галузей світової економіки. Розвиток цього ринку сприяє створенню робочих місць, збільшенню доходів і підвищенню життєвого рівня місцевого населення. Туристична індустрія також відіграє ключову роль у розвитку міжнародних та внутрішніх економічних зв'язків, стимулюючи інвестиції в інфраструктуру, підтримуючи розвиток суміжних галузей та сприяючи культурному обміну.

Активізація ринку туристичних послуг України вимагає комплексного підходу, що охоплює кілька ключових напрямків. На державному рівні, значну увагу приділяється реформуванню законодавчої бази. Це включає внесення змін до законів, які забезпечують детальне тлумачення прав і обов'язків іноземних туристів, особливо у контексті їхньої безпеки та сприятливих умов перебування в країні. Також важливим є впровадження фінансових стимулів, таких як звільнення від ПДВ для внутрішнього і в'їзного туризму та застосування знижених ставок для готелів. Ці заходи спрямовані на підвищення конкурентоспроможності України як туристичної дестинації.

Класифікаційні ознаки ринку туристичних послуг дозволяють глибше зрозуміти та організувати цей різноманітний та складний сектор. Однією з ключових класифікаційних ознак є тип туристичних послуг, який включає різні категорії, такі як розміщення (готелі, хостели, кемпінги), транспортні послуги (авіаційні, залізничні, автобусні), харчування (ресторани, кафе), екскурсії та гіді, а також спеціалізовані послуги, такі як оздоровчі та медичні послуги.

Для покращення інфраструктурного забезпечення туризму у Волинській області необхідно здійснити цілеспрямовані інвестиції у розвиток транспортної та готельної інфраструктури, підвищити якість сервісу, активізувати промоцію регіону та забезпечити збереження історичних та природних об'єктів. З цією метою здійснено SWOT-аналіз основних чинників формування регіонального туристичного кластера Волинської області.

Важливо враховувати економічні, соціальні та екологічні чинники, які впливають на розвиток туризму в області. Економічні чинники включають інвестиції в туристичну інфраструктуру, рівень доходів населення, а також макроекономічну стабільність. Соціальні чинники охоплюють демографічні тенденції, зміну споживацьких уподобань та культурні особливості. Екологічні аспекти включають збереження природи та стале використання ресурсів. Врахування цих чинників допоможе у створенні цілісної стратегії розвитку туризму, яка сприятиме залученню інвестицій, підвищенню рівня зайнятості та зростанню місцевої економіки. Таким чином, аналіз чинників розвитку ринку туристичних послуг є ключовим для розуміння поточного стану галузі в Волинській області та визначення напрямків для її подальшого розвитку та процвітання.

Інфраструктурне забезпечення ринку туристичних послуг є фундаментальним стратегічним вектором для розвитку індустрії гостинності. Якісна інфраструктура, що включає ефективні транспортні зв'язки, комфортабельні готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти, є ключовою умовою для забезпечення задовільного досвіду для туристів та сприяє позитивному сприйняттю туристичної дестинації. Розвиток міської інфраструктури, що включає безпечні та чисті простори, доступ до культурних та розважальних закладів, та створення комфортних умов для перебування, має велике значення для приваблення відвідувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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>.
2. Баула О.М., Лютак О.М., Чепурда Л.М., Чепурда Г.М., Зелінська О.В. Фінансові важелі та наслідки імплементації світового досвіду бізнес-діяльності у вітчизняний туристичний ринок. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 2021, Вип. 4 (35), С476-485.
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. 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>.
6. Голод А.П., Іжевська О.П., Коркуна О.І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (21), 2019. С. 375-380.
7. 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/>
8. 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

9. Григорчук Д.В. Регіональні особливості розвитку та використання потенціалу туристичної сфери регіонів. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємництва: монографія за ред. д.е.н., проф. М.П. Денисенка. К.: ТОВ «ДКС центр». 2019. 46 с.

10. Григорчук Д.В., Денисенко М.П., Ольшанська О.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. Вчені записки Університету «КРОК». 2019. №4 (56). Р. 41–47.

11. Григорчук Д.В. Інноваційні форми розвитку сучасного туризму. XXI Міжнародний науковий семінар «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті, подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи в умовах воєнного стану». Київ-Світязь, 4-8 липня 2022 р. С. 33-35

12. Григорчук Д.В. Вплив інтеграційних процесів туризму на формування світогляду. Науковий семінар «Дослідження проблем гуманітарної освіти». Київ, 15 листопада 2018 р. С. 197-202.

13. Григорчук Д.В., Ольшанська О.В. Конкурентний туристичний розвиток України в умовах євроінтеграції. Цифрова трансформація та інновації в економіці, праві, державному управлінні, науці і освітніх процесах: збірник тез наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції. Київ–Буковель, 18–21 березня 2019 року. Фінансово-економічна наукова рада, 2019. С. 46-48

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

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

16. Григорчук Д.В. Управління сталим розвитком туристичної індустрії України. Актуальні проблеми економіки. 2023. №3 (261). С.58-66.

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

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

19. 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>.

20. 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.

21. 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.

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

23. Мельник В.М., Ломачинська І А. Роль держави у фінансовому забезпеченні малого і середнього підприємництва в Польщі: висновки для України. *Економічний вісник: серія фінанси, облік, оподаткування*. 2017. №1. С. 120-128.

24. Мельник Д., Сьомак В., Роль об'єднань суб'єктів туризму в міжнародних економічних відносинах. *Студентський науковий вісник. Серія Технічні науки*. Випуск 47. Луцьк: ІВВ ЛНТУ, 2022. С. 244-246.

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

26. 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>.

27. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Випуск 8. Частина 1. 2014. С.136-141.

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. Носирєв 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. DOI: <https://doi.org/10.33108/sepd.2022.01.055>.

30. Рейманн М., Корнус О., Паланг Х., Корнус А. Особливості розвитку туристичної діяльності у Сумській області в умовах війни та перспективи на майбутнє. *Наукові записки СумДПУ ім. А.С. Макаренка. Географічні науки*. 2023. Вип. 2 (4). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7711685>.

31. 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. DOI: <https://10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>

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

33. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2022).

34. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <http://ntoukraine.org> (дата звернення: 28.11.2022).

35. Офіційний сайт UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.

36. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA)
URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744>. URL: <http://www.world-tourism.org>.

37. 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.
DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.3>

38. 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.

39. 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>

40. 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/nras/249826501>.

41. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 1 (211). С. 21-29.

42. 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.

43. Сідоров М.В, Юрченко О.С. Україна на світовому ринку туристичних послуг: стан та перспективи розвитку. Харків: ХНУ імені Каразіна, 2017. 256 с.

44. Сіра Е.О., Голубець І.М., Безрученков Ю.В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. Вип. 68. С. 155–158.
DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure68-27>.

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

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

47. Шепелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять. Електронний ресурс. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №1 (5). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk.htm.

48. 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.

49. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. January 2021. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf.

50. COVID-19 and Tourism 2020: a Year in Review. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>.

51. World Data Atlas. Tourism. Knoema. Retrieved from <http://knoema.com/atlas/topics/Tourism>.

52. The World Bank. Global Economic Prospects. June 2020. Режим доступу: <https://www.worldbank.org/en/publication/globaleconomic-prospects>.

53. Zarubina A., Sira E., Demchuk L. (2022) Osoblivosti turizmu v umovah voyennogo stanu [Peculiarities of Tourism in a State of War]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vol. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.