

Поліна В. Пузирьова*

РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА НА ОСНОВІ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В статті розкрито сутність розвитку стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні. Було визначено ряд чинників, які негативно вплинули на стан туризму в Україні в умовах війни. Встановлено, що розробка та подальша імплементація інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму на засадах практик стратегічного партнерства допоможе сформувати стратегію розвитку індустрії туризму в Україні на інноваційних засадах для відновлення потенціалу туристичної індустрії в Україні та досягнення її конкурентних переваг. Доведено, що з метою розвитку стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні необхідно провести детальний аналіз існуючого методологічного та методичного забезпечення чинників розвитку індустрії туризму України, проаналізувати світовий досвід і найкращі практики у сфері індустрії туризму. З'ясовано, що результатом розробки та подальшої імплементації інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму на засадах практик стратегічного партнерства є вдосконалення стратегії розвитку індустрії туризму в Україні на інноваційних засадах, яке сприяє у свою чергу, відновленню потенціалу туристичної індустрії в Україні та досягненню її конкурентних переваг на міжнародній арені. Також матимуть місце подальші рекомендації щодо практичного використання передових інформаційних технологій у наданні готельних послуг та освоєнні нових туристичних послуг, сфокусованих на створенні нових туристичних продуктів, нових методів обслуговування споживачів та політики ціноутворення. Визначено, що пріоритетною метою створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні є: обґрунтування напрямів стратегічного розвитку туризму в Україні; вирішення завдань щодо відновлення і розвитку індустрії туризму на етапі повоєнного відновлення; впровадження передових інформаційних технологій, розробка та освоєння нових туристичних продуктів в туристичній індустрії України. Запропоновано алгоритм розробки науково-методичних та організаційних засад стратегічного партнерства України в повоєнному періоді шляхом імплементації інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму.

Ключові слова: стратегічне партнерство, інноваційна бізнес-модель, повоєнний розвиток, розвиток туризму в Україні, стратегія розвитку індустрії туризму, потенціал туристичної індустрії, туристичні продукти, інформаційні технології.

Табл.1. Рис. 1. Літ. 20

DOI: 10.32752/1993-6788-2022-1-254-39-48

Polina V. Puzyrova

DEVELOPMENT OF STRATEGIC PARTNERSHIP BASED ON THE CREATION OF AN INNOVATIVE BUSINESS MODEL FOR THE POST-WAR DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE

The article reveals the essence of the development of a strategic partnership based on the creation of an innovative business model for the post-war development of the tourism industry in Ukraine. A number of factors were identified that had a negative impact on the state of tourism in Ukraine during the war. It was established that the development and further implementation of an

* Kyiv National University of Technologies and Design. Kyiv. Ukraine.

innovative business model of the post-war development of the tourism industry on the basis of strategic partnership practices will help to form a strategy for the development of the tourism industry in Ukraine on an innovative basis to restore the potential of the tourism industry in Ukraine and achieve its competitive advantages. It has been proven that in order to develop a strategic partnership based on the creation of an innovative business model of the post-war development of the tourism industry in Ukraine, it is necessary to conduct a detailed analysis of the existing methodological and methodical support for the factors of the development of the tourism industry of Ukraine, to analyze the world experience and best practices in the field of the tourism industry. It was found that the result of the development and further implementation of the innovative business model of the post-war development of the tourism industry on the basis of strategic partnership practices is the improvement of the strategy for the development of the tourism industry in Ukraine on an innovative basis, which, in turn, contributes to the restoration of the potential of the tourism industry in Ukraine and the achievement of its competitive advantages in the international arena. There will also be further recommendations on the practical use of advanced information technologies in the provision of hotel services and the development of new tourist services, focused on the creation of new tourist products, new methods of customer service and pricing policy. It was determined that the priority goal of creating an innovative business model for the post-war development of the tourism industry in Ukraine is: substantiation of directions for the strategic development of tourism in Ukraine; solving tasks related to the recovery and development of the tourism industry at the stage of post-war recovery; introduction of advanced information technologies, development and development of new tourist products in the tourism industry of Ukraine. An algorithm for the development of scientific-methodical and organizational foundations of Ukraine's strategic partnership in the post-war period through the implementation of an innovative business model for the development of the tourism industry is proposed.

Keywords: strategic partnership, innovative business model, post-war development, tourism development in Ukraine, tourism industry development strategy, tourism industry potential, tourism products, information technologies.

Peer-reviewed, approved and placed: 09.07.2022.

Постановка проблеми. Український туризм, який зазнав втрат після анексії Криму, окупації частини територій в Донецькій та Луганській областях (2014 р.), наслідків пандемії COVID-19 (2020-2021 рр.), найбільше з поміж інших галузей економіки постраждав через початок повномасштабної війни РФ проти України. Бюджетні надходження від туристичного бізнесу в Україні скоротилися з початку війни більш як на третину. Воєнні дії та спричинені цим міжнародні політичні процеси негативно вплинули на туристичну привабливість України, зокрема через дію соціально-економічних потрясінь, до яких віднесено недостатній рівень безпеки і захисту туристів, значну міграцію населення, в тому числі працівників туристичної сфери, скорочення туристичних програм.

Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні дозволить подолати вищезазначені проблеми і створити передумови для реалізації новітньої стратегії розвитку туризму в Україні в умовах післявоєнного відновлення. Пріоритетною метою створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні є: обґрунтування напрямів стратегічного розвитку туризму в Україні; вирішення завдань щодо відновлення і розвитку індустрії туризму на етапі повоєнного відновлення; впровадження передових інформаційних технологій, розробка та освоєння нових туристичних продуктів в туристичній індустрії України [1-6].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика розвитку туризму в Україні завжди була актуальною у фокусі досліджень багатьох вчених-економістів, оскільки розвиток туризму та ефективні інноваційні бізнес-моделі туристичної індустрії допомагають вирішувати основні соціально-економічні проблеми, серед яких збільшення зайнятості населення та наповнення бюджету країни. Від так, розвиток туризму в Україні досліджувався у працях таких вчених: Захарін С. В. [3], Коміренко В. І. [4], Мариняк Я. О. [7], Ольшанська О. В. [11-12], Панкова М. О. [13], Рубаняк О. С. [15], Щеглюк С. Д. [20].

Проблеми розвитку туризму в Україні у періоди кризових явищ, пандемії COVID-19 та у післявоєнний період в Україні досліджувалися такими вченими: Гапоненко Г. І. [2], Носирєв О. О. [10], Помаза-Пономаренко А. Л. [14], Теодорович Л. В. [17], Шерстюк Р. П. [19].

Актуальні питання туризму в Україні крізь призму інновацій, державної політики, інтеграційних процесів та європейської інтеграції були висвітлені такими дослідниками: Гаврилюк А. М. [1], Костинець Ю. В. [5-6], Молчанова І. В. [8], Нестерова К. С. [9], Сокол Т. Г. [16], Худавердієва В. А. [18].

Проте, питання стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні залишається й досі недостатньо розкритими з погляду розвитку та формування стратегії відновлення туризму в Україні у післявоєнному векторі.

Метою статті є розробка науково-методичних та організаційних засад стратегічного партнерства України в повоєнному періоді шляхом імплементації інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму в Україні.

Основні результати дослідження. Важливість розвитку туристичної сфери для економіки України визначається тим, що крім фінансової функції, що проявляється через збільшення надходжень до державного бюджету від суб'єктів туристичної діяльності, та соціальної, яка полягає у створенні нових робочих місць та сприянні розвитку територіальних громад, туристична галузь також сприяє розвитку інших видів діяльності та сфер економіки, таких як транспорту, зв'язку, готельно-ресторанного бізнесу, інновацій в туризмі тощо. Зазначене зумовлює необхідність переосмислення ролі туристичної сфери для України з метою розроблення виваженого стратегічного партнерства щодо відновлення та розвитку туризму в повоєнному періоді крізь призму інноваційної бізнес-моделі [7-12].

Пріоритетними завданнями інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні для забезпечення гармонійного розвитку територій з урахуванням цілей сталого розвитку в контексті збереження природних ресурсів та довкілля, є:

- збільшення масштабів внутрішнього туризму шляхом розвитку послуг в межах України;
- створення нових робочих місць в туристичній та суміжних сферах;
- розбудова туристичної інфраструктури та створення сприятливих умов для збалансованого розвитку інфраструктури навколо туристичних магнітів;
- розвиток малого і середнього бізнесу у сфері туризму, залучення інновацій, створення умов для розвитку ділового туризму;
- підвищення обізнаності потенційних туристів про регіональні туристичні магніти;

- сприяння підвищенню туристичної привабливості України в цілому, покращення іміджу України як туристичної держави на світовому рівні;
- підвищення рівня доступності туристичних послуг особам з обмеженими можливостями;

- розвиток нових видів туризму як відповідь на глобальні та регіональні виклики сьогодення (освітній туризм, військовий туризм, військово-історичний туризм, зброярський, мілітарі туризм, philantourism) [13-16].

До основних завдань інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні, враховуючи наслідки війни, доцільно віднести:

- документування шкоди туристичним локаціям, що заповдіяні Росією;
- розробка стратегії розвитку туристичної індустрії України в умовах війни та повоєнному періоді на засадах інновацій, використання цифрових технологій та розвиток нових видів туристичних послуг;

- використання можливостей, які надає українській туристичній сфері євроінтеграційний курс завдяки кооперації з країнами-учасницями ЄС та ЮНВТО.

Оцінюючи конкурентоспроможність України як туристичної дестинації, можна виділити чинники, які сприятимуть розвитку туристичного ринку України у післявоєнному відновленні: вдале географічне положення; автентичність культури; матеріальна й нематеріальна спадщина; етнічна кухня; унікальні ландшафти; низькі ціни на продукти харчування, напої та розваги; світові стандарти туристичної сфери; розвинена національна інформаційна система для туристів [17-20].

Оскільки, сучасні міжнародні відносини відзначаються стрімким динамізмом та тенденцією до подальшого ускладнення системи міжнародних зв'язків, які набувають багатовимірного характеру за усіма напрямками – від економіки і фінансів до сфери послуг, зокрема туризму, то стратегічне партнерство та взаємна залежність міжнародних суб'єктів постійно зростає, що вимагає пошуку нових форм для їх синергічної, координованої та узгодженої взаємодії [13; 15; 18].

Новітні виклики міжнародній безпеці, в тому числі внаслідок повномасштабної війни на території України, мають транскордонний характер і потребують спільних зусиль міжнародного співтовариства. В цих умовах на перший план виходить завдання побудови гнучкої й диференційованої системи відносин України з її ключовими партнерами. Станом на початок 2022 р. до початку повномасштабної війни серед населення України ТОП-5 найпопулярніших країн для відпочинку очолювали Єгипет та Туреччина (табл. 1)

Таблиця 1. Динаміка ТОП-5 найпопулярніших країн для відпочинку серед українців, побудовано автором на основі [1-10]

Місце у рейтингу	2019	2020	2021
1	Єгипет	Єгипет	Єгипет
2	Туреччина	Туреччина	Туреччина
3	Іспанія	ОАЕ	Греція
4	ОАЕ	Чорногорія	Чорногорія
5	Кіпр	Україна	ОАЕ

Довгострокове, випробуване часом стратегічне партнерство повинно стати гнучким механізмом взаємодії України та інших країн, об'єднаних

навколо вирішення стратегічних завдань для реалізації власних національних інтересів у сфері туризму [11; 14; 18].

В українській зовнішній політиці поняття стратегічного партнерства не отримало остаточного змістовного наповнення через надмірне розширення кола «стратегічних партнерів» України. Як наслідок, ефективність стратегічного партнерства як зовнішньополітичного інструменту була недостатньою, що заважало спрямуванню зусиль на розвиток дійсно значущих, стратегічно важливих для України інноваційних бізнес-моделей, відносин та механізмів взаємодії [4; 7].

Україна вибудовує систему відносин стратегічного партнерства у трьох головних вимірах:

- на рівні інтеграційних процесів з Європейським Союзом;
- на рівні країн-глобальних гравців (США, Велика Британія, Німеччина та інші);
- на регіональному рівні (країни Балтії, Польща, Туреччина та інші).

Усі ці магістральні напрями української зовнішньої політики є самодостатніми та водночас взаємодоповнюваними. Відносини України з кожним з глобальних партнерів мають свою специфіку, акцентуються на конкретних напрямках співробітництва з метою вирішення чітко окреслених стратегічних завдань. Включення України в систему стратегічного партнерства Європейського Союзу шляхом всебічної і глибокої інтеграції в європейські структури найбільше відповідає процесам перетворення її на сучасну, динамічну, розвинену, демократичну державу [10-17].

Стратегічне партнерство Україна розглядає як важливий крок на шляху реалізації своїх євроінтеграційних цілей. Стратегічні відносини України повинні вибудовуватися за політичними, економічними, юридичними напрямами, передбачаючи максимальну інтенсифікацію торгівельних, соціальних, культурних зв'язків, поглиблення співробітництва у сфері безпеки, охоплюючи фактично усі можливі напрямки співробітництва, зокрема туризму [6-14].

Особливим проривом у налагодженні стратегічного партнерства України у сфері туризму слід вважати досягнення таких принципів:

- сприяння двостороннім туристичним обмінам шляхом налагодження прямих контактів між суб'єктами туристичної діяльності;
- сприяння спрощенню формальностей, пов'язаних з туристичними подорожами громадян обох країн (України та країни-партнера);
- двосторонній інформаційний обмін;
- заходи щодо взаємного забезпечення безпеки туристів у рамках компетенції сторін;
- підтримку співпраці щодо розвитку інвестиційної діяльності у туристичній галузі.

З метою розробки науково-методичних та організаційних засад стратегічного партнерства України в повоєнному періоді шляхом імплементації інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму необхідно дотримуватись двох елементів (методологічного та науково-практичного) (рис. 1):

Методологічна складова:

- розробка унікальної методики оцінки ефективності альтернативних бізнес-моделей розвитку сучасної індустрії туризму на засадах інновацій для

вибору найбільш оптимальної, адаптованої до умов функціонування індустрії туризму в Україні;

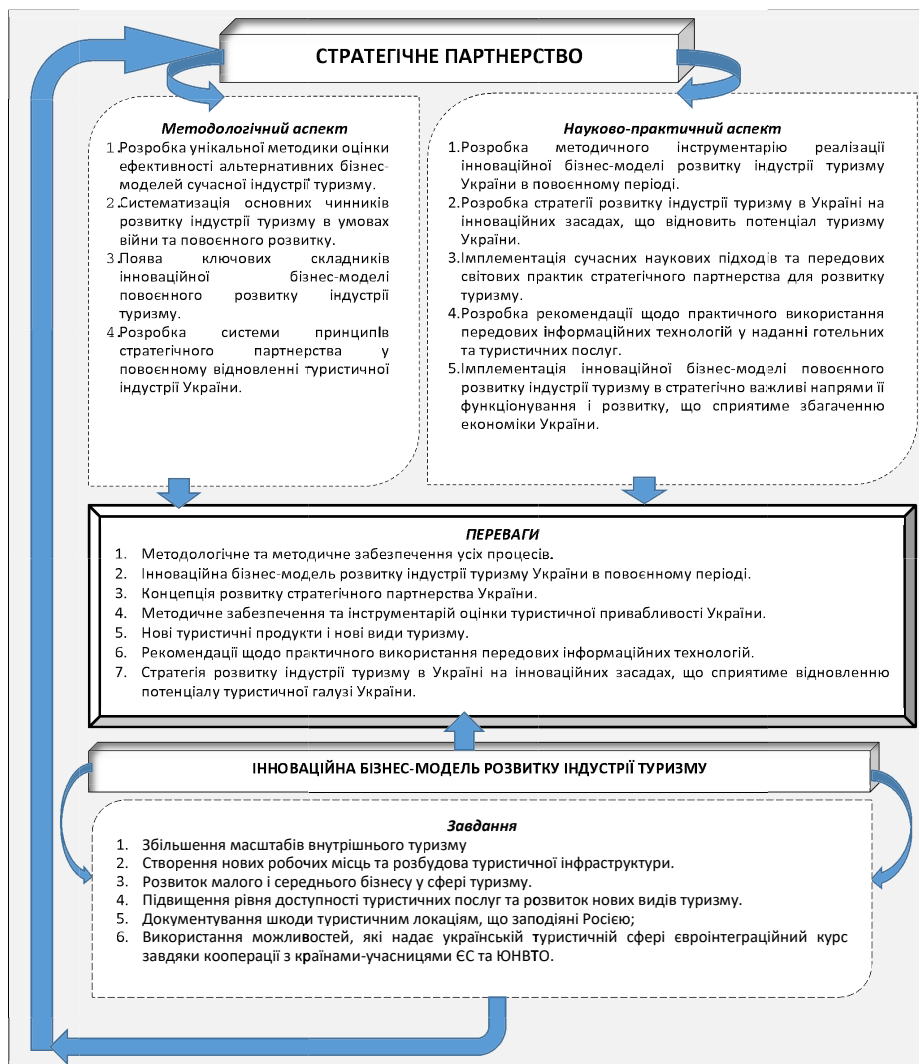


Рис. 1. Алгоритм розробки науково-методичних та організаційних засад стратегічного партнерства України в повоєнному періоді шляхом імплементції інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму [побудовано автором]

- систематизація основних чинників розвитку індустрії туризму в умовах війни та повоєнного розвитку туристичної сфери з урахуванням можливостей - формування ключових складників інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму на засадах сталої конкурентоактивної співпраці між декількома країнами;

- розробка системи принципів стратегічного партнерства у повоєнному відновленні туристичної індустрії України на засадах взаємовигідної співпраці країн-партнерів у сфері туризму.

Науково-практична складова:

- розробка методичного інструментарію реалізації інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму на засадах кооперації як важливого джерела модернізаційного розвитку індустрії туризму України в повоєнному періоді;

- розробка стратегії розвитку індустрії туризму в Україні на інноваційних засадах, що надасть можливість відновити потенціал туристичної галузі України;

- імплементація сучасних наукових підходів та передових світових практик стратегічного партнерства для розвитку індустрії туризму, що сприятиме досягненню ключових цілей України на умовах взаємовигідної співпраці;

- розробка рекомендацій щодо практичного використання передових інформаційних технологій у наданні готельних та туристичних послуг;

- розробка методичних рекомендацій щодо освоєння нових туристичних продуктів, нових методів обслуговування споживачів і політики ціноутворення;

- імплементація інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в стратегічно важливі напрями її функціонування і розвитку, що сприятиме збагаченню економіки України.

В результаті розвитку стратегічного партнерства шляхом імплементації інноваційної бізнес-моделі розвитку індустрії туризму в Україні у повоєнному періоді країна отримає такі переваги:

1. Методологічне та методичне забезпечення процесів: аналізу впливу глобальних та регіональних чинників розвитку індустрії туризму України; оцінки втрат українського туристичного бізнесу від військових дій на території України та чинників відновлення туристичної галузі на засадах реалізації практик стратегічного партнерства України.

2. Інноваційна бізнес-модель розвитку індустрії туризму України в повоєнному періоді та рекомендації щодо її реалізації на засадах кооперації, в тому числі поширення на суміжні сектори (транспорт, зв'язок, сфера гостинності, інші).

3. Концепція розвитку стратегічного партнерства України щодо розвитку індустрії туризму з урахуванням економічного підґрунтя, впливу на розвиток територій, які постраждали від військових дій, екологічних та гуманітарних цілей і завдань в післявоєнному періоді та в стратегічній перспективі.

4. Методичне забезпечення та інструментарій оцінки туристичної привабливості України та рекомендації щодо покращення іміджу України як туристичної держави на світовому рівні.

5. Нові туристичні продукти і нові види туризму (освітній, військовий туризм, *philantourism*), рекомендації щодо їх реалізації в післявоєнному періоді.

6. Стратегія розвитку індустрії туризму в Україні на інноваційних засадах, що сприятиме відновленню потенціалу туристичної галузі України;

7. Рекомендації щодо практичного використання передових інформаційних технологій в процесі освоєння нових туристичних продуктів та розвитку суміжних сфер (сфери гостинності, транспорту, зв'язку).

Висновки. Отже, в результаті розвитку стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні було визначено ряд чинників, які негативно вплинули на стан туризму в Україні в умовах війни: недостатній рівень безпеки та захисту туристів; значна міграція населення, в тому числі працівників туристичної сфери, та, як наслідок, дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму; скорочення туристичних програм шляхом перерозподілу фінансових потоків між оборонним і соціальним секторами; зниження туристичної привабливості країни через високий рівень воєнної загрози; втрати туристично-рекреаційного потенціалу територій, що опинилися під окупацією або постраждали від бойових дій; зруйновані пам'ятки історії та релігійні споруди; знищені та зруйновані об'єкти української культурної спадщини.

З метою розвитку стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму в Україні необхідно провести детальний аналіз існуючого методологічного та методичного забезпечення чинників розвитку індустрії туризму України, проаналізувати світовий досвід і найкращі практики у сфері індустрії туризму, у тому числі шляхом опрацювання науково-методичної літератури, з метою визначення ключових елементів, які можуть бути імплементовані в українську практику, зокрема шляхом адаптації кращих бізнес-моделей функціонування світової індустрії туризму до сучасних умов країн-партнерів. Визначено основні ключові елементи інноваційної бізнес-моделі в умовах повоєнного розвитку туристичної сфери крізь вектор сталої конкурентоактивної співпраці сфері туризму.

Як результат розробки та подальшої імплементатії інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку індустрії туризму на засадах практик стратегічного партнерства відбудеться вдосконалення стратегії розвитку індустрії туризму в Україні на інноваційних засадах, що сприятиме у свою чергу, відновленню потенціалу туристичної індустрії в Україні та досягненню її конкурентних переваг на міжнародній арені. Також матимуть місце подальші рекомендації щодо практичного використання передових інформаційних технологій у наданні готельних послуг та освоєнні нових туристичних послуг, сфокусованих на створенні нових туристичних продуктів, нових методів обслуговування споживачів та політики ціноутворення.

1. Гаврилюк А. М. Концепція національної моделі формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні (на засадах соціогуманітарного розвитку): мультипарадигмальний підхід. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, 2022. 33(72), № 3. С. 36-41.

2. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Василенко В. Ю. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму України в післявоєнний період. Бізнес Інформ, 2022. № 10. С. 114-125.

3. Захарін С. В., Коваленко Д. І. Розвиток сфери туризму і курортів в Україні: тенденції, проблеми, перспективи. Інтернаука, 2019. № 7. С. 9-14.

4. Коміренко В. І., Матвейчук В. К., Пантюх І. О. Необхідність стратегічного управління розвитком туризму в Україні у сучасних умовах. Право і суспільство, 2018. № 6. С. 154-159.

5. Костинець Ю. В. Індивідуалізований digital маркетинг як інноваційна модель маркетингу в туризмі. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, присвяченої 90-річчю Київського національного університету технологій та дизайну, Київ : КНУТД, 2020. С. 171-173.
6. Костинець Ю. В. Цифровізація як засіб реалізації концепцій індивідуалізованого та сегментованого маркетингу на ринку туристичних послуг. Підприємництво та інновації, 2019. 9. С. 38-42.
7. Мариняк Я. О., Стецько Н. П. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, 2021. № 2. С. 108-120.
8. Молчанова І. В. Міжнародний туризм у контексті модернізації зовнішньоекономічної діяльності України на засадах сталого розвитку. Креативний простір, 2021. № 6. С. 68-69.
9. Нестерова К. С. Інтеграційні процеси розвитку міжнародного туризму у країнах вишеградської групи: орієнтири для України. Інтернаука, 2018. № 9. С. 66-72.
10. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава, 2022. №1. С. 55-68.
11. Ольшанська О. В., Мельник А. О. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання. Формування ринкових відносин в Україні, 2017. № 12. С. 212-216.
12. Ольшанська О. В., Коценко К. Ф. Розвиток туризму як важливий складник державної регіональної політики України. Формування ринкових відносин в Україні, 2015. № 12. С. 158-162.
13. Панкова М. О. Перспективи розвитку транзитного туризму в Україні. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті, 2022. № 1. С. 145-153.
14. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний і післявоєнний періоди. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, 2022. 33(72), № 5. - С. 6-11.
15. Рубаняк О. С. Особливості розвитку туризму в Україні. Інтернаука, 2020. № 9. С. 20-25.
16. Сокол Т. Г., Фастовець О. А. Регіональний вектор розвитку туризму в Україні. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті, 2022. № 1. С. 132-144.
17. Теодорович Л. В. Заходи сприяння розвитку туризму в Україні в умовах епідемічних ризиків. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2021. № 2. С. 179-183.
18. Худавердієва В. А. Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції України: історія, сучасний стан і перспективи розвитку. Південний архів. Історичні науки, 2022. № 39. С. 35-43.
19. Шерстюк Р., Владимир О., Дудкін П., Дудкіна О. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток туризму в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення. Соціально-економічні проблеми і держава, 2021. № 2. С. 641-652.
20. Щеглюк С. Д. Активізація умов розвитку туризму для досягнення цілей сталого розвитку регіонів України. Інтернаука, 2019. № 4(2). С. 43-46.

1. Havryliuk A. M. Kontseptsiiia natsionalnoi modeli formuvannia ta realizatsii derzhavnoi polityky u sferi turyzmu v Ukraini (na zasadaх sotsiohumanitarnoho rozvytku): multyparadyhmalnyi pidkhdid. Vchenni zapysky Tavriiskoho natsionalnogo universytetu imeni V. I. Vernadskoho, 2022. 33(72), № 3. S. 36-41.

2. Haponenko H. I., Yevtushenko O. V., Shamara I. M., Vasylenko V. Yu. Tsyfrovizatsiia yak nova paradyhma upravlinnia rozvytkom turyzmu Ukrainy v pisliavoiennyi period. Biznes Inform, 2022. № 10. S. 114-125.

3. Zakharin S. V., Kovalenko D. I. Rozvytok sfery turyzmu i kurortiv v Ukraini: tendentsii, problemy, perspektvy. Internauka, 2019. № 7. S. 9-14.

4. Komirenko V. I., Matvieichuk V. K., Pantiukh I. O. Neobkhdnist stratehichnoho upravlinnia rozvytkom turyzmu v Ukraini u suchasnykh umovakh. Pravo i suspilstvo, 2018. № 6. S. 154-159.

5. Kostynets Yu. V. Indyvidualizovanyi digital marketynh yak innovatsiina model marketynhu v turyzmi. Imperatyvy ekonomichnoho zrostannia v konteksti realizatsii hlobalnykh tsilei staloho rozvytku : tezy dopovidei Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi Internet-konferentsii, prysviachenoї 90-richchiu Kyivskoho natsionalnogo universytetu tekhnolohii ta dyzainu, Kyiv : KNUТD, 2020. S. 171-173.

6. Kostynets Yu. V. Tsyfrovizatsiia yak zasib realizatsii kontseptsii indyvidualizovanoho ta sehmento-vanoho marketynhu na rynku turystychnykh posluh. Pidpriemnytstvo ta innovatsii, 2019. 9. S. 38-42.

7. Maryniak Ya. O., Stetsko N. P. Stratehichni napriamy rozvytku mizhnarodnogo turyzmu v Ukraini. Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka, 2021. № 2. S. 108-120.
8. Molchanova I. V. Mizhnarodnyi turizm u konteksti modernizatsii zovnishnoekonomichnoi diialnosti Ukrainy na zasadakh staloho rozvytku. Kreatyvnyi prostir, 2021. № 6. S. 68-69.
9. Nesterova K. S. Intehratsiini protsesy rozvytku mizhnarodnogo turyzmu u krainakh vyshehradskoi hrupy: oriientyry dlia Ukrainy. Internauka, 2018. № 9. S. 66-72.
10. Nosyriev O., Dedilova T., Tokar I. Rozvytok turyzmu ta industrii hostynnosti v stratehii postkonfliktnoho vidnovlennia ekonomiky Ukrainy. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava, 2022. №1. S. 55-68.
11. Olshanska O. V., Melnyk A. O. Rehionalni turystychni klasteri yak vazhlyvyi chynnyk ekonomichnogo zrostanttia. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, 2017. № 12. S. 212-216.
12. Olshanska O. V., Kotsenko K. F. Rozvytok turyzmu yak vazhlyvyi skladnyk derzhavnoi rehionalnoi polityky Ukrainy. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, 2015. № 12. S. 158-162.
13. Pankova M. O. Perspektyvy rozvytku tranzytnoho turyzmu v Ukraini. Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti, 2022. № 1. S. 145-153.
14. Pomaza-Ponomarenko A. L. Rozvytok turyzmu v Ukraini u voiennyi i pisliavoiennyi periody. Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnogo universytetu imeni V. I. Vernadskoho, 2022. 33(72), № 5. - S. 6-11.
15. Rubaniak O. S. Osoblyvosti rozvytku turyzmu v Ukraini. Internauka, 2020. № 9. S. 20-25.
16. Sokol T. H., Fastovets O. A. Rehionalnyi vektor rozvytku turyzmu v Ukraini. Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti, 2022. № 1. S. 132-144.
17. Teodorovych L. V. Zakhody spryannia rozvytku turyzmu v Ukraini v umovakh epidemichnykh ryzkyv. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky, 2021. № 2. S. 179-183.
18. Khudaverdiieva V. A. Mizhnarodnyi turizm yak chynnyk yevropeiskoi intehratsii Ukrainy: istoriia, suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku. Pivdennyi arkhiv. Istorychni nauky, 2022. № 39. S. 35-43.
19. Sherstiuk R., Vladymyr O., Dudkin P., Dudkina O. Vplyv pandemii COVID-19 na rozvytok turyzmu v Ukraini: problemy ta shliakhy yikh vyrishennia. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava, 2021. № 2. S. 641-652.
20. Shehehliuk S. D. Aktyvizatsiia umov rozvytku turyzmu dlia dosiahnennia tsilei staloho rozvytku rehioniv Ukrainy. Internauka, 2019. № 4(2). S. 43-46