

УДК 352:338.3

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

**Каролоп Олена Олександрівна**  
*кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри професійної освіти, ресторанного і туристичного бізнесу  
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»*

**Karolop Olena**  
*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of  
Professional Education, Restaurant and Tourism Business  
Taras Shevchenko National University of Luhansk  
ORCID: 0000-0002-1272-0422*

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-3-9769

## СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ: ВИКОРИСТАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ПРИВАБЛЕННЯ ТУРИСТІВ

### LOCAL TOURISM DEVELOPMENT STRATEGIES: USE OF HOTEL AND RESTAURANT POTENTIAL TO ATTRACT TOURISTS

**Анотація.** Вступ. Актуальність дослідження полягає у зростаючій потребі регіонів України оптимізувати та інноваційно розвивати свої туристичні та послуги гостинності з метою приваблення внутрішніх та іноземних туристів. В умовах глобалізації та збільшення конкуренції між туристичними напрямками, важливість створення ефективних, інноваційних і сталоорієнтованих стратегій розвитку, стає критично важливою для економічного зростання регіонів, підвищення рівня життя місцевих громад та збереження культурної та природної спадщини.

**Мета.** Аналіз та розробка ефективних стратегій використання готельно-ресторанного потенціалу для підвищення туристичної привабливості місцевих регіонів України.

**Матеріали і методи.** Застосовано метод аналітичного вивчення для аналізу поточного стану та динаміки розвитку туристичної галузі на локальному рівні, шляхом дослідження наукової літератури, статистичних даних, офіційних відомостей та інших наукових джерел. Використання SWOT-аналізу дозволило визначити ключові фактори успіху туристичної сфери та розробити стратегічні напрямки їх оптимізації та зниження потенційних загроз. Метод системного аналізу застосовувався для виявлення головних чинників, які впливають на вибір туристичного напрямку, та оцінки ефективності наявних стратегій маркетингу.

**Результати.** За результатами дослідження встановлено, що інтеграція готельно-ресторанних послуг з культурними, історичними та природними ресурсами регіону сприяє створенню комплексної туристичної пропозиції, яка відповідає запитам сучасних туристів та подорожуючих. В результаті SWOT-аналізу виявлено, що сильні сторони регіонів, такі як унікальні природні ландшафти, багата культурна спадщина та гостинність населення, можуть бути ефективно використані через розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Дослідження також вказало на важливість створення інноваційних та диференційованих продуктів у сфері готельно-ресторанного бізнесу, які можуть включати екотуристичні послуги, тематичні готелі, кулінарні майстер-класи з локальної кухні та інші. Ці ініціативи дозволяють не тільки підвищити рівень задоволеності туристів, але й сприяти збереженню та популяризації місцевої культурної та природної спадщини.

**Перспективи.** Подальші дослідження можуть визначити роль культурної ідентичності та спадщини у формуванні унікальних туристичних продуктів, що можуть забезпечити додаткову конкурентну перевагу для готельно-ресторанного бізнесу. Це включає дослідження потенціалу місцевих культурних фестивалів, народних ремесел та гастрономії. Можливим є дослідження ефективності різних стратегій і каналів комунікації, особливо в контексті цифровізації та використання соціальних медіа, для просування туристичного потенціалу регіонів. Зокрема, важливо вивчити, як інтерактивні та інноваційні маркетингові підходи можуть підвищити привабливість готельно-ресторанних послуг.

**Ключові слова:** стратегія розвитку туризму, стратегічне управління, туристична дестинація, туризмологія, готельно-ресторанний потенціал, туристична інфраструктура.

**Summary.** Introduction. The relevance of the study lies in the growing need for the regions of Ukraine to optimize and innovatively develop their tourist and hospitality services in order to attract domestic and international tourists. In the conditions of globalization and increased competition between tourist destinations, the importance of creating effective, innovative and sustainable development strategies becomes critical for the economic growth of regions, raising the standard of living of local communities and preserving cultural and natural heritage.

**Purpose.** Analysis and development of effective strategies for using the hotel and restaurant segment to increase the tourist attractiveness of local regions of Ukraine.

**Materials and methods.** The method of analytical study was applied to analyze the current state and dynamics of the development of the tourism industry at the local level, through the study of scientific literature, statistical data, official information and other scientific sources. The use of SWOT analysis made it possible to determine the key success factors of the tourism sector and to develop strategic directions for their optimization and reduction of potential threats. The method of systematic analysis was used to identify the main factors that influence the choice of a tourist destination and to evaluate the effectiveness of existing marketing strategies.

**Results.** It was established that the integration of hotel and restaurant services with the cultural, historical and natural resources of the region contributes to the creation of a comprehensive tourist offer that meets the needs of modern travelers. As a result of the SWOT analysis, it was found that the strengths of the regions, such as unique natural landscapes, rich cultural heritage and hospitality of the population, can be effectively used through the development of the hotel and restaurant business. The study also pointed to the importance of creating innovative and differentiated products in the hotel and restaurant business, which may include ecotourism services, themed hotels, culinary workshops on local cuisine, and others. These initiatives allow not only to increase the level of satisfaction of tourists, but also to contribute to the preservation and popularization of the local cultural and natural heritage.

**Discussion.** Further research can determine the role of cultural identity and heritage in the formation of unique tourism products, which can provide an additional competitive advantage for the hotel and restaurant business. This includes exploring the potential of local cultural festivals, folk crafts and gastronomy. It is possible to investigate the effectiveness of different strategies and communication channels, especially in the context of digitalization and the use of social media, to promote the tourism potential of regions. In particular, it is important to study how interactive and innovative marketing approaches can increase the attractiveness of hotel and restaurant services.

**Key words:** tourism development strategy, strategic management, tourist destination, tourismology, hotel and restaurant potential, tourist infrastructure.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження стратегій розвитку туризму на місцевому рівні, з акцентом на використання готельно-ресторанного потенціалу для приваблення туристів, обумовлена зростаючою роллю туристичної галузі у світовій економіці та її впливом на соціально-економічний розвиток регіонів. У контексті глобалізації та посилення конкуренції між туристичними напрямками, ефективне управління готельно-ресторанним бізнесом та його інтеграція з місцевими стратегіями розвитку туризму стають ключовими факторами, що визначають привабливість території для відвідувачів. Розвиток туризму на місцевому рівні вимагає комплексного підходу до планування, який би включав не тільки покращення інфраструктури та сервісу, але й забезпечення культурної привабливості, збереження природних ресурсів та розвиток місцевої громади. В контексті цього підходу, готельно-ресторанний бізнес відіграє вирішальну роль, стаючи не лише місцем проживання та харчування туристів, але й важливим елементом загального туристичного досвіду, що здатен стимулювати економічний розвиток та підвищувати якість життя місцевого населення.

З огляду на вищевказане, дослідження спрямоване на розробку стратегій, які б дозволили оптимально використовувати готельно-ресторанний

потенціал місцевості для приваблення туристів, є надзвичайно актуальним. Ці складові мають на меті ідентифікацію найбільш ефективних методів залучення туристів та відвідувачів, що забезпечує не тільки збільшення туристичного потоку, але й сприяє сталому розвитку регіону, збереженню його унікальної ідентичності та підтримці місцевої економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Початковим кроком у формуванні стратегій розвитку туризму в Україні є дослідження Борисюк О., Дудник І., Беркова О. [3], які зазначали, що місцева влада повинна визначити унікальні туристичні ресурси та можливості своєї території для створення привабливого туристичного продукту. Інший важливий ресурс — робота Грабовенської С. [5], що зосереджується на значенні готельно-ресторанного бізнесу в загальному контексті розвитку туризму та підкреслює потребу в інноваційних підходах до управління та маркетингу в цій сфері.

Значну увагу у літературі приділено також впливу готельно-ресторанного бізнесу на економіку регіону. Дослідження Алієвої А. [1], Александрова В. [12] показують, що інвестиції в готельно-ресторанний бізнес можуть суттєво підвищити рівень залученості туристів та загальний економічний розвиток місцевості дестинації. Водночас робо-

та Хошуляк О. [14] акцентує на необхідності створення інтегрованого підходу до розвитку туризму, де готельний та ресторанний бізнес виступають як один із ключових елементів. Особлива увага в літературі приділена інноваційним стратегіям в сфері туризму. Зокрема, дослідження Шаповаленко Д., Соколов Д., Карюк А., Панченко К. [15] зосереджені на використанні цифрових технологій та соціальних медіа для просування туристичних продуктів і послуг, підкреслюючи їх важливість для залучення сучасних туристів.

Загалом, література з цієї тематики вказує на важливість комплексного підходу до розвитку туризму на місцевому рівні, де використання потенціалу готельно-ресторанного бізнесу, інвестиції в якість послуг та інноваційні маркетингові стратегії відіграють ключову роль.

**Метою статті** є аналіз та розробка ефективних стратегій використання готельно-ресторанного потенціалу для підвищення туристичної привабливості місцевих регіонів України.

Завдання дослідження:

- оцінити сучасний стан туристичної інфраструктури регіонів України
- аналіз існуючих умов та ресурсів готельно-ресторанного потенціалу, їх спроможності задовольнити потреби туристів;
- розробити стратегічні напрямки розвитку готельно-ресторанного бізнесу для підвищення туристичної привабливості місцевих регіонів (дестинацій);
- визначення ефективних маркетингових та управлінських підходів, інноваційних сервісів та туристичних продуктів;
- розробити рекомендації для управлінців готельно-ресторанного бізнесу та органів місцевої влади щодо формування ефективної політики розвитку туризму на місцевому рівні (дестинації).

**Матеріали і методи.** Для дослідження стратегій розвитку туризму на місцевому рівні та використання готельно-ресторанного потенціалу для привабливості туристів, в статті використано наступні наукові методи дослідження:

1. Метод аналітичного обґрунтування, в межах якого проведено оцінювання існуючого стану та тенденції розвитку туристичного бізнесу на місцевому рівні, вивчаючи літературу, статистичні звіти, офіційні документи та інші наукові роботи. Це дозволило визначити найбільш ефективні стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу, а також ідентифікувати потенційні виклики та можливості для привабливості туристів.

2. Метод SWOT-аналізу. Використання цього методу дозволило визначити ключові аспекти, що впливають на успіх туристичної діяльності, і розробити стратегічні напрямки для їх вдосконалення та мінімізації можливих ризиків. SWOT-аналіз сприяв розробці комплексного плану дій, спрямо-

ваного на підвищення туристичної привабливості регіону.

3. Метод системного обґрунтування. Цей метод дозволив зібрати кількісні та якісні дані про досвід та перспективи різних зацікавлених сторін, ідентифікувати основні фактори, що впливають на вибір туристичного напрямку та оцінити ефективність існуючих стратегій просування.

**Виклад основного матеріалу.** Стратегічне планування у сфері туризму на місцевому рівні відіграє ключову роль у розвитку регіонів, формуванні їхнього іміджу та збільшенні економічної вигоди, що передбачає комплексний підхід до використання туристичних, природних, культурних та інших ресурсів місцевості з метою забезпечення сталого розвитку території та підвищення якості життя її мешканців [13]. Розробка унікальної пропозиції регіону дозволяє не лише залучити відвідувачів, а й сформувати позитивний імідж території на внутрішньому та міжнародному рівнях. Ще одним важливим аспектом є створення інтегрованої туристичної інфраструктури, що включає розвиток готельно-ресторанного господарства, транспортної доступності, інформаційного забезпечення та рекреаційних послуг. Забезпечення високого рівня сервісу та комфорту є ключовим фактором утримання та збільшення туристичного потоку [2].

Не менш важливою є співпраця всіх зацікавлених сторін — місцевої влади, бізнесу, громадськості та некомерційних організацій. Взаємодія та координація зусиль дозволяють ефективно використовувати ресурси, мінімізувати можливі ризики та створити сприятливе середовище для розвитку туризму. Важливу роль у стратегічному плануванні грає і використання сучасних технологій, зокрема, цифровізації та маркетингу в соціальних мережах і це не лише підвищує видимість регіону на туристичному ринку, а й дозволяє краще вивчати потреби та переваги потенційних туристів та відвідувачів [16].

Стратегічне планування також має враховувати аспекти сталого розвитку, так збалансоване використання ресурсів, захист навколишнього середовища, збереження культурної спадщини є запорукою того, що туризм принесе користь не лише сьогодні, а й залишить багатство для майбутніх поколінь. У підсумку, стратегічне планування у сфері туризму на місцевому рівні є комплексним процесом, що вимагає глибокого аналізу, креативного підходу та ефективної взаємодії усіх зацікавлених сторін, його мета — не лише залучення туристів, а й створення умов для їх задоволення та повернення, що сприятиме соціально-економічному розвитку регіонів та підвищенню якості життя їхніх мешканців.

Взаємозв'язок готельно-ресторанного бізнесу та розвитку туризму в регіонах України є важливим аспектом для стимулювання економічного

зростання та просування культурної спадщини. Сьогодні, коли туристична галузь в Україні продовжує розвиватися, взаємодія між готельним і туристичним бізнесом набуває особливого значення, вони є не просто двома паралельними структурами, але складовими одного цілого, де успіх однієї сфери прямо впливає на процвітання іншої [6].

Готельно-ресторанний бізнес слугує фундаментом для туристичної індустрії, забезпечуючи відвідувачів місцями для проживання та харчування. Якість і різноманітність цих послуг значною мірою визначають загальне враження туристів від поїздки, що, своєю чергою, впливає на їхнє бажання повернутися або рекомендувати місце іншим, і тому інвестиції в розвиток готельно-ресторанного бізнесу є інвестиціями в загальний розвиток туризму регіону (дестинації). З іншого боку, зростання туристичного потоку стимулює розширення та модернізацію готельно-ресторанної інфраструктури. Підвищення конкуренції серед надавачів послуг спонукає їх до покращення якості обслуговування, впровадження інноваційних рішень та розширення спектра послуг, від спа-процедур до екскурсійних програм, що відповідають різноманітним запитам туристів [4].

Специфіка України з її багатою історією, природою, культурою, та гастрономією надає унікальну можливість для готельно-ресторанного бізнесу використовувати локальні особливості регіону як засіб приваблення туристів. Водночас розвиток готельно-ресторанного бізнесу в регіонах України

має відбуватися з урахуванням потреби у сталому розвитку, що означає не лише задоволення поточних потреб туристів, але й збереження ресурсів та культурних цінностей для майбутніх поколінь. Використання екологічних технологій, зменшення впливу на довкілля, залучення місцевих товарів і послуг в туристичну пропозицію допомагає формувати відповідальний підхід до туризму [9]. Таким чином, взаємодія між готельно-ресторанним бізнесом і туристичною індустрією є ключовою для розвитку туризму на місцевому рівні в Україні.

SWOT-аналіз туристичної інфраструктури регіонів України відіграє ключову роль у визначенні стратегій розвитку туризму, дозволяючи зрозуміти, як внутрішні можливості та загрози впливають на успіх туристичного бізнесу. Україна, з її багатою історичною спадщиною, природними ландшафтами та культурним різноманіттям, має значний потенціал для розвитку туризму (табл. 1).

Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу відіграють вирішальну роль у збільшенні туристичної привабливості регіонів України. В контексті глобалізації та зростаючої конкуренції між туристичними напрямками, стає очевидним, що інноваційний підхід до розвитку готельно-ресторанного бізнесу є ключовим елементом у створенні унікальної та привабливої пропозиції для відвідувачів.

Так стратегія розвитку повинна виходити з глибокого розуміння потреб та переваг цільової аудиторії.

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу туристичної привабливості регіонів України

<b>Сильні сторони:</b>	<b>Слабкі сторони:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Різноманітність ландшафтів: Карпати, Чорне море, степи.</li> <li>2. Багата історія і культурна спадщина.</li> <li>3. Розвиток тематичних турів: гастрономічні, винні маршрути.</li> <li>4. Наявність унікальних природних об'єктів.</li> <li>5. Традиційна гостинність і відкритість місцевого населення.</li> <li>6. Розвинута туристична інфраструктура: готелі, бази відпочинку.</li> <li>7. Підтримка державою розвитку туристичної галузі.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостатній розвиток інфраструктури в деяких регіонах.</li> <li>2. Обмежена міжнародна присутність на ринку туризму.</li> <li>3. Відсутність єдиної інформаційної туристичної платформи.</li> <li>4. Сезонність туристичного потоку.</li> <li>5. Недостатня різноманітність туристичних продуктів для міжнародних туристів.</li> <li>6. Високий рівень бюрократії та корупції.</li> <li>7. Проблеми з безпекою і недостатнє медичне обслуговування.</li> </ol>
<b>Можливості:</b>	<b>Загрози:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвиток екотуризму та агротуризму.</li> <li>2. Підвищення міжнародної привабливості через маркетингові кампанії.</li> <li>3. Співпраця з міжнародними туристичними організаціями.</li> <li>4. Впровадження інноваційних технологій у туристичний бізнес.</li> <li>5. Розширення пропозицій для туристів: віртуальні тури, інтерактивні музеї.</li> <li>6. Організація міжнародних культурних та спортивних заходів.</li> <li>7. Розробка нових туристичних маршрутів з акцентом на маловідомі регіони.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Політична нестабільність, війни та конфлікти.</li> <li>2. Зростаюча конкуренція з іншими туристичними напрямками.</li> <li>3. Зміна клімату та її вплив на природні атракції.</li> <li>4. Пандемії та інші глобальні кризи здоров'я.</li> <li>5. Зміни в міжнародному туристичному законодавстві.</li> <li>6. Курс валют та економічна нестабільність.</li> <li>7. Природні катастрофи.</li> </ol>

Джерело: авторська розробка

Таблиця 2

Стратегії направлені на зростання туристичної привабливості регіонів України  
на основі використання готельно-ресторанного потенціалу

Вид стратегії розвитку туризму на місцевому рівні	Використання готельно-ресторанного потенціалу для реалізації стратегії	Рівень задоволеності туристів	Вигоди для регіону	Потенціал розвитку
Розвиток інфраструктури	Покращення якості послуг і розширення мережі готелів	Високий	Підвищення зайнятості, зростання доходів	Високий
Маркетингові кампанії	Промоція місцевої кухні і традицій через ресторани	Середній	Привернення міжнародних туристів, покращення іміджу	Середній
Культурний туризм	Реставація історичних готелів, тематичні готелі	Високий	Збереження культурної спадщини, залучення зацікавлених туристів	Високий
Екотуризм	Створення еко-готелів, фокус на натуральних продуктах	Дуже високий	Захист природи, приваблення еко-свідомих туристів	Великий
Гастрономічний туризм	Співпраця з локальними виробниками, кулінарні майстер-класи	Високий	Популяризація локальної кухні, підтримка малого бізнесу	Великий

Джерело: авторська розробка

торії. Це означає, що готелі та ресторани мають запропонувати не просто житло і харчування, а унікальний досвід, що відображає культуру та традиції регіону. Наприклад, включення у меню страв локальної кухні, проведення тематичних культурних вечорів чи організація екскурсій до місцевих пам'яток може значно збільшити інтерес до регіону [7].

Третя стратегія — це інтеграція цифрових технологій в управління та обслуговування. Онлайн-бронювання, віртуальні тури готелями та ресторанами, персоналізовані пропозиції через мобільні додатки значно покращують зручність для гостей і підвищують ефективність управління [11]. В таблиці 2 наведені стратегії розвитку туризму на місцевому рівні, включаючи використання готельно-ресторанного потенціалу для реалізації цих стратегій, рівень задоволеності туристів, вигоди для регіону, а також потенціал розвитку кожної із стратегій.

Також і маркетингові стратегії для просування готельно-ресторанних послуг на місцевому рівні відіграють ключову роль у розвитку туризму та гостинності. Зі зростаючою конкуренцією в галузі, важливо створити ефективні маркетингові плани, щоб виділитися на ринку, залучити більше відвідувачів та забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів [8].

У підсумку, розвиток маркетингових стратегій для просування готельно-ресторанних послуг на місцевому рівні вимагає комплексного підходу, зосередження на створенні унікальних пропозицій,

ефективного використання цифрових інструментів та побудови міцних партнерських відносин. За допомогою цих стратегій можна не лише залучити більше відвідувачів, а й забезпечити тривалий розвиток та успіх у готельно-ресторанному бізнесі [10].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Дослідження показало, що ефективне стратегічне планування, яке включає інтеграцію унікальних природних, культурних, історичних та сучасних ресурсів місцевості, сприяє не лише зростанню кількості туристів, але й підвищенню якості життя місцевих громад. Було доведено, що ідентифікація унікальних властивостей кожного регіону дозволяє формувати спеціалізовані пропозиції, які відповідають специфічним інтересам туристів, водночас сприяючи розвитку місцевої економіки. Втілення інтегрованої туристичної інфраструктури, що охоплює всі аспекти перебування туриста / відвідувача, від розміщення до розваг та інформаційного забезпечення, є ключовим для створення комфортного та безпечного середовища.

Обґрунтовано, що стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу повинні бути спрямовані на створення комплексної пропозиції, яка відповідає очікуванням сучасних туристів, враховуючи їхнє прагнення до нових досвідів, відповідальності перед довкіллям та високого рівня сервісу. Такі заходи вимагають не тільки інвестицій у матеріальну та технологічну інфраструктуру, але й розробку інноваційних послуг, які зможуть залучити й зацікавити відвідувачів, підносячи туристичну привабливість регіонів України на новий рівень.

**Література**

1. Алієва А.Ю. Концептуальні засади сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери на засадах інклюзивного зростання. *Вісник Нац. ун-ту водного господарства та природокористування. Сер.: Екон. науки.* 2020. Вип. 2(90). С. 3–13.
2. Банєва І.О., Величко О.В. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Modern Economics.* 2022. № 36. С. 6–11. doi: [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-01).
3. Борисюк О.А., Дудник І.М., Беркова О.П. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія.* 2019. Вип. 4 (74). С. 23–31.
4. Герасимчук З.В., Матвійчук Л.Ю. Теоретико-методологічні засади раціонального використання та охорони туристичних ресурсів. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Серія: Державне управління.* 2011. Т. 159, Вип. 147. С. 102–108. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu\\_2011\\_159\\_147\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2011_159_147_20) (дата звернення: 21.03.2024).
5. Грабовенська С.П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. *Молодий вчений.* 2016. № 8. С. 15–18. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_8\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_8_6) (дата звернення: 21.03.2024).
6. Захарова Т.В. Напрями розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство.* 2023. Вип. 49. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>.
7. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство.* 2022. № 40. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
8. Македон В.В., Валіков В.П., Рябик Г.Є. Розвиток світового ринку ділових інтелектуальних послуг під впливом економіки 4.0. *Нобелівський вісник.* 2019. № 1. С. 59–72. doi: [10.32342/2616-3853-2019-2-12-7](https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7).
9. Македон В.В., Михайленко О.Г. Напрямки розвитку медичного страхування в системі національної економіки країн. *Причорноморські економічні студії.* 2023. № 79. С. 30–39 doi: <https://doi.org/10.32782/bses.79-4>.
10. Туризм в Україні: виклики та відновлення: міжнародний туристичний форум. *Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана: вебсайт.* 2022. URL: [https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy\\_turist/](https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy_turist/) (дата звернення 15.03.2024).
11. Павліха Н.В., Цимбалюк І.О., Савчук А.Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.
12. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: монографія / За ред. проф. В.В. Александрова. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. 268 с.
13. Хитра О. Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. *Економіка та суспільство.* 2022. 42. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64>.
14. Хохуляк О. Функціонально-організаційна модель управління сталим розвитком територіальної громади. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2023. 4(32). С. 233–244. doi: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-4\(32\)-233-244](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-4(32)-233-244).
15. Шаповаленко Д., Соколов Д., Карюк А., Панченко К. Перспективи розвитку готельних мереж на туристичному ринку України. *Молодий вчений.* 2023. № 3(115). С. 134–137. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-25>.
16. Pajak K., Omelyanenko V., Makedon V., Shevchenko V., Ovcharenko I. Raising the level of financial security of the enterprise based on the basic risks differentiation. *Journal of Security and Sustainability Issues.* 2020. № 10(1). P. 115–130. doi: [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1\(9\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1(9)).

**References**

1. Aliyeva, A. Yu. (2020). Kontseptual'ni zasady staloho rozvytku turystychno-rekreatsiynoyi sfery na zasadaх inklyuzyvnoho zrostannya [Conceptual principles of sustainable development of the tourism and recreation sphere based on the principles of inclusive growth]. *Visnyk Nats. un-tu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Ser.: Ekon. nauky*, 2(90), 3–13 [in Ukrainian].
2. Banyeva, I., & Velychko, O. (2022). Modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business. *Modern Economics*, 36, 6–11. doi: [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-01) [in Ukrainian].
3. Borysyuk, O. A., Dudnyk, I. M., & Berkova, O. P. (2019). Neohrafichnyy rehion yak ob"yekt turystychnoho marketynhu [Geographical region as an object of tourist marketing]. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. Series: Geography*, 4 (74), 23–31 [in Ukrainian].
4. Herasymchuk, Z. V., & Matviychuk, L. Yu. (2011). Teoretyko-metodolohichni zasady ratsional'noho vykorystannya ta okhorony turystychnykh resursiv [heoretical and methodological principles of rational use and protection of tourist resources]. *Naukovi pratsi Chornomors'koho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu «Kyievo-Mohylans'ka akademiya»*. Seriya: Derzhavne upravlinnya, 159, 147, 102–108. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu\\_2011\\_159\\_147\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2011_159_147_20) [in Ukrainian].
5. Hrabovens'ka, S. P. (2016). Suchasnyy stan i tendentsiyi rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrayiny [Current state and trends in the development of the tourism industry of Ukraine]. *Molodyy vchenyy*, 8, 15–18. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_8\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_8_6) [in Ukrainian].

6. Zakharova, T.V. (2023). Napryamy rozvytku turystychnoho biznesu Ukrayiny [Directions of development of tourism business of Ukraine]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 49. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6> [in Ukrainian].
7. Lysyuk, T., Tereshchuk, O., & Pasichnyk, M. (2022). Innovatsiyeni tekhnolohiyi u hotel'no-restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the hotel and restaurant industry]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 40. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> [in Ukrainian].
8. Makedon, V.V., Valikov, V.P., & Ryabyk, G.E. (2019). Rozvytok svitovoho rynku dilovykh intelektual'nykh posluh pid vplyvom ekonomiky 4.0 [Development of the world market of business intellectual services under the influence of economy 4.0]. *Nobelevskiy vestnik*, 1, 59–72. doi: [10.32342/2616-3853-2019-2-12-7](https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-7) [in Ukrainian].
9. Makedon, V.V., Mykhaylenko, O.H. (2023). Napryamky rozvytku medychnoho strakhuvannya v systemi natsional'noyi ekonomiky krayin. [Directions of the development of medical insurance in the natsional'noyi system of the country's economy]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, 79, 30–39. doi: <https://doi.org/10.32782/bses.79-4> [in Ukrainian].
10. Mizhnarodnyi turystychnyi forum [Tourism in Ukraine: challenges and recovery]. Retrieved from [https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy\\_turist/](https://kneu.edu.ua/ua/mijnarodniy_turist/) [in Ukrainian].
11. Pavlikha, N., Tsymbalyuk, I., Savchuk, A. (2022). Stalyy rozvytok turyzmu ta rekreatsiyi: suchasni vyklyky y perspektyvy dlya Ukrayiny: monohrafiya [Sustainable development of tourism and recreation: modern challenges and prospects for Ukraine: monograph]. Luts'k: Vezha-Druk [in Ukrainian].
12. Aleksandrov, V.V. (2016). Turyzm v systemi priorytetiv rehional'noho rozvytku: monohrafiya [Tourism in the system of regional development priorities: a monograph]. Karazin KhNU [in Ukrainian].
13. Khytra, O. (2022). Turystychnyy brendynh v umovakh ekonomiky vrazhen' [Tourist branding in the conditions of the economy of impressions]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 42. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64> [in Ukrainian].
14. Khokhulyak, O. (2023). Funktsional'no-orhanizatsiyina model' upravlinnya stalym rozvytkom terytorial'noyi hromady [Functional and organizational model of managing the sustainable development of the territorial community]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*, 4 (32), 233–244. doi: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-4\(32\)-233-244](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-4(32)-233-244) [in Ukrainian].
15. Shapovalenko, D., Sokolov, D., Karyuk, A., & Panchenko, K. (2023). Perspektyvy rozvytku hotel'nykh merezh na turystychnomu rynku ukrayiny [Prospects for the development of hotel chains in the tourist market of Ukraine]. *Molodyy vchenyy*, 3 (115), 134–137. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-3-115-25> [in Ukrainian].
16. Pajak, K., Omelyanenko, V., Makedon, V., Shevchenko, V., & Ovcharenko, I. (2020). Raising the level of financial security of the enterprise based on the basic risks differentiation. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10(1), 115–130. doi: [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1\(9\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.1(9)).