

Shtal, T. et al. "Innovative risk management in the hotel and restaurant business: Scientific and practical aspect". *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economics"*, vol. 11, no. 2 (2024): 116-125. DOI: <https://doi.org/10.52566/msu-econ2.2024.116>
Talukder, M. B., and Das, I. R. "The Technology Impacts and AI Solutions in Hospitality". *I-manager's Journal*

on Artificial Intelligence & Machine Learning, vol. 2, no. 1 (2024): 56-72.
DOI: <https://doi.org/10.26634/jaim.2.1.20291>
"Use of artificial intelligence (AI) by accommodation businesses in Europe as of August 2023". *statista*. <https://www.statista.com/statistics/1454171/ai-use-accommodation-europe/>

УДК 658.012

JEL Classification: E60; O20; Z32

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-373-379>

ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРОВАДЖЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

© 2025 ЯБЛОНЬ В. Д.

УДК 658.012

JEL Classification: E60; O20; Z32

Яблонь В. Д. Туристичні кластери як інструмент упровадження державної політики розвитку туризму

У статті актуалізується проблематика державної політики управління розвитком туристичних кластерів як перспективної форми формування на території країни цілісного комплексу суб'єктів, що забезпечують основні та допоміжні функції туристичного обслуговування та задоволення потреб населення в туристичних і супутніх із ними послугах. Метою статті є обґрунтування методико-прикладних положень державної політики забезпечення розвитку туристичних кластерів як інструмента впровадження державної політики розвитку туризму. Доведено, що відновлення потенціалу туризму та його ефективна реалізація, зокрема на етапі повоєнної відбудови України, потребує більшої проактивності та селективного підходу, зокрема з урахуванням регіональної специфіки та на засадах розвитку туризму як комплексу. Аргументовано, що кластерний підхід слід вважати провідною філософією/ідеєю, концептом розвитку туристичного комплексу Карпатського регіону України, коли туристичний комплекс є єдиним великим туристичним кластером, утвореним сукупністю суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності та галузей, які, з одного боку, створюють і просувають цілісний туристичний продукт, однак, з іншого боку, спільно, раціонально й ефективно використовують ресурсний, економічний, інфраструктурний та інший потенціал краю. Визначено етапи побудови туристичного кластера, а саме: 1) формування туристичного продукту; 2) створення туристичної пропозиції; 3) супровід споживача; 4) споживання туристичних послуг; 5) надання системи суміжних послуг; 6) розвиток попиту на туристичні послуги. Обґрунтовано систему інституцій туристичного кластера, функціонування яких повною мірою реалізує завдання кожного з цих етапів. Визначено підсистеми, за допомогою яких формується склад учасників кластера, коли першу формують основні інституції, безпосередньо дотичні до створення та надання послуг (інституційна підсистема), а другу – організації, відповідальні за виконання низки важливих функцій (як-от: маркетинг, консалтинг, соціалізація, інвестиції та фінансування, аудит, організація і контроль та ін.) та формування ресурсного забезпечення (фінансового, інтелектуально-кадрового, матеріально- й техніко-технологічного, інформаційно-комунікаційного та ін.) туристичного комплексу (підсистема функціонально-ресурсного забезпечення).

Ключові слова: туризм, туристична діяльність, державна політика, регулювання розвитку, туристичні кластери, малий туристичний бізнес.

Рис.: 1. Бібл.: 11.

Яблонь Володимир Дмитрович – кандидат економічних наук, викладач кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту, Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Західноукраїнського національного університету (вул. Дністровська, 32, Івано-Франківськ, 76015, Україна)

E-mail: iablon@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7202-426X>

UDC 658.012

JEL Classification: E60; O20; Z32

Iablon V. D. Tourist Clusters as a Tool for the Implementation of the State Tourism Development Policy

The article updates the issues of the State policy of managing the development of tourist clusters, as a promising form of formation on the territory of the country of a complete set of entities that provide the main and auxiliary functions of tourist services and satisfy the needs of the population in tourist and related services. The aim of the article is to justify the methodological and applied provisions of the State policy of ensuring the development of tourist clusters as a tool for the implementation of the State policy of tourism development. It is proved that the restoration of the potential of tourism and its effective implementation, in particular at the stage of the post-war reconstruction of Ukraine, requires greater proactivity and a selective approach, in particular taking into account regional specifics and on the basis of the development of tourism as a complex. It is argued that the cluster approach should be considered a leading philosophy/idea, a conception for the development of the tourist complex of the Carpathian region of Ukraine, when the tourist complex is a single large

tourist cluster formed by a set of business entities of various types of economic activity and industries, which, on the one hand, create and promote a holistic tourist product, however, on the other hand, jointly rationally and effectively use the resource, economic, infrastructural and other potential of the region. The stages of building a tourist cluster are defined, namely: 1) the formation of a tourist product; 2) the creation of a tourist offer; 3) customer support; 4) the consumption of tourist services; 5) the provision of a system of related services; 6) the development of demand for tourist services. The system of institutions of the tourist cluster, the functioning of which fully implements the tasks of each of these stages, is substantiated. Subsystems are defined, with the help of which the composition of cluster participants is formed, when the first one is formed by the main institutions directly related to the creation and provision of services (institutional subsystem), and the second – organizations responsible for performing a number of important functions (such as: marketing, consulting, socialization, investment and financing, audit, organization and control, etc.) and the formation of resource support (financial, intellectual and personnel, material and technical and technological, information and communication, etc.) of the tourist complex (subsystem of the functional and resource support).

Keywords: tourism, tourist activity, State policy, regulation of development, tourist clusters, small tourist business.

Fig.: 1. **Bibl.:** 11.

Iablun Volodymyr D. – Candidate of Sciences (Economics), Lecturer of the Department of International Economics, Marketing and Management, Ivano-Frankivsk Scientific and Training Institute of Management West Ukrainian National University (32 Dnistrovska Str., Ivano-Frankivsk, 76015, Ukraine)

E-mail: iablun@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7202-426X>

Україна має гарні природно-кліматичні умови, ресурси, рекреаційно-лікувальні й санаторно-курортні об'єкти, велику самобутню історико-культурну спадщину, що формує значний потенціал розвитку її туристичного комплексу. Унікальність і різноманітність туристичного комплексу України формують Карпатський, Кримський, Причорноморський, Київсько-Дніпровський, Полісько-Подільський та Донецько-Дніпровський туристичні райони з властивими для них туристськими ресурсами й ознаками привабливості.

Водночас, попри наявність низки трендів до розвитку об'єктів туризму, модернізації туристичної інфраструктури та збільшення обсягів туристичних потоків, які намітилися на довоєнному етапі, у повній мірі туристичний потенціал України не був реалізований, а в час спершу COVID-19, а надалі повномасштабної війни, вітчизняна туристична галузь набула ознак стагнації.

Як відомо, кластерна форма організації бізнесу надає цілий спектр переваг для суб'єктів господарювання і для розвитку місцевої та національної економіки в цілому. На мікрорівні з'являються ефекти синергії та переваги від спільного залучення й ефективного використання ресурсного забезпечення, капіталу, матеріальних і нематеріальних активів, розвиваються бізнес-процеси та бізнес-комунікація, налагоджуються стійкі технологічні відносини, особливо міжгалузеві та міжфункціональні, покращується система задоволення потреб бізнесу в ресурсах і послугах. Як показує зарубіжний досвід, ефективність суб'єктів – учасників локальних інтегрованих структур зростає в рази, а їх економічний потенціал і конкурентоспроможність сягають ще вищого рівня, коли з-поміж функцій і завдань кластеру – інноваційно-технологічний розвиток, а відповідно, співпраця із суб'єктами НДДКР, досліджень і розробок, старт-апами, інно-

ваційно активними підприємствами, венчурними фондами, суб'єктами маркетингу та консалтингу.

Своєю чергою, економіка отримує більш інтегровані та конкурентоспроможні структури з вищим рівнем життєздатності, економічної безпеки, а відповідно, спроможністю розвиватися, створювати нові якісні робочі місця, інвестувати в місцевий розвиток, стимулювати зростання цілого спектру секторів, видів економічної діяльності та галузей. Кластеризація – це ще й шлях до стабілізації соціально-економічної ситуації, адже вона пов'язана зі створенням робочих місць і забезпеченням місцевого населення зайнятістю, доходами, стримуванням зовнішньої міграції, розвитком соціальної інфраструктури, реалізацією суб'єктами господарювання соціально відповідальної поведінки.

Щодо туристичних кластерів, то вони передбачають створення (розширення, модернізацію) на певній території суб'єктів господарювання з низки видів економічної діяльності та галузей туристичного комплексу, які, взаємодіючи і співпрацюючи між собою, створюють спільний туристичний продукт. По суті, надається широкий спектр послуг і товарів для туриста, задовольняються різні його потреби (і, що важливо, це робиться численними відокремленими економічними агентами), але у своїй сукупності вони утворюють цілісний туристичний продукт, який пропонується на ринку і який саме в такому вигляді сприймається його споживачем, у т. ч. потенційним.

Загально теоретичні та методичні аспекти функціонування та розвитку туризму розкриваються в публікаціях таких науковців, як С. Гуткевич, М. Габа, М. Корінько [5, с. 15–25], Н. Іванченко [7], О. Мельниченко, В. Шведун [9, с. 69–78] та інші.

Особливості комерційної господарської діяльності туристичних підприємств розкриті в публікаціях А. Зарубіної, Ю. Оноїка, Н. Щербатюк [1], Т. Васильціва, Р. Лупака, О. Рудковського, С. Белікової [4, с. 17–25] та інших дослідників. Аспекти розвитку, економічної безпеки та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу досліджені у працях Л. Безуглої, Т. Куваєвої, Т. Герасименко [2], О. Морозової, О. Морозова [8, с. 42–48], Т. Ткаченка, О. Гладкого, В. Жученка [11, с. 81–90] та інших вітчизняних і зарубіжних науковців. Питанням державного регулювання, а також публічно-приватної політики стимулювання розвитку туристичного комплексу національної економіки присвячені праці Т. Васильціва, Р. Лупака [3, с. 17–25], С. Домбровської, О. Білотіл, А. Помаза-Пономаренко [6, с. 22–33], А. Охріменка [10] та ін.

Разом із тим, ефективна державна політика регулювання розвитку туристичного комплексу опирається на повноцінний теоретико-методичний базис в цій сфері.

Метою статті є обґрунтування методико-прикладних положень державної політики забезпечення розвитку туристичних кластерів як інструмент впровадження державної політики розвитку туризму.

Створення та розвиток туристичних кластерів сприяє зміцненню конкурентоспроможності туристичних дестинацій, місцевої економіки, суб'єктів туристичного комплексу, сприяє залученню інвестицій, створенню якісних робочих місць, розширенню місцевої економіки й покращенню її інвестиційної привабливості. Це також і передумова більш системного та керованого розвитку туризму в регіоні, зокрема в Карпатському регіоні України.

Відтак, подальший розвиток теоретико-методичних і прикладних засад управління розвитком туристичних кластерів характеризується високим рівнем актуальності та значущості.

Позаяк, маємо додати, що надзвичайно високої актуальності питання створення та поступу кластерних структур у туризмі має високий рівень значимості безпосередньо в системі державної політики розвитку туристичного комплексу регіону. Такий висновок робимо виходячи з того, що туристичний комплекс, по суті, і є великим туристичним кластером. Відтак, авторська позиція полягає в тому, що формування туристичних кластерів є та має стати філософією державної політики у сфері розвитку та реалізації потенціалу Карпатського регіону України.

Перш ніж вести мову про специфіку, механізми й інструментарій, послідовність державної політики створення та масштабування туристичних кластерів у Карпатському регіоні України, слід розуміти їх систему (головним чином – сукупність представників, суб'єктів або інституційних елементів) і її структуру (співвідношення та взаємозв'язки між учасниками, організаційну структуру управління, координації діяльності, розвитку і контролю, умови співіснування та взаємодії управлінської, операційної, допоміжної, функціонально-ресурсної та інших підсистем).

Так, кластер утворюють наступні 4 сектори:

- 1) *створення туристичних послуг* (причому сюди автори відносять далеко не тільки заклади розміщування, туроператорів і турагентів, але й суб'єктів готельно-ресторанного комплексу, культури і мистецтва, які спеціалізуються на перевезеннях туристів та ін.);
- 2) *сервісного забезпечення* (страхові, фінансові та ін. послуги);
- 3) *допоміжних послуг* (виробники продукції, яка використовується в туристичній галузі, засоби поінформування та популяризації послуг комплексу, органи влади, які спеціалізуються на розвитку туризму);
- 4) *підтримки життєдіяльності суб'єктів кластеру* (система елементів, які координують діяльність елементів кластеру).

Такий підхід має ознаки раціональності, однак в певній мірі хаотичний, не системний і не впорядкований. Наприклад, віднесення до однієї групи готельного комплексу і перевізника туристів видається не раціональним, адже характер послуг і особливо роль у туристичному продукті тут явно різняться. Не говорячи про те, що для окремих відпочивальників питання транспортування може бути взагалі неактуальним, відсутнім у структурі вартості відпочинку, тоді як проживання, харчування і отримання низки послуг, оздоровлення тощо, – абсолютно навпаки. Бачення ролі суб'єктів підсистеми допоміжних послуг вбачається занадто вузьким, а роль системи підтримки життєдіяльності – викривленою. При тому не враховується розуміння того, що будь-яка штучна система не може функціонувати лише на засадах поєднання (скоріше – банальної наявності) її елементів. Для стабільного існування та розвитку така система має бути керованою. Відтак, важливо розуміти й критичну важливість наявності окремої підсистеми, відповідальної за менеджмент, а також ідентифікувати її місце, взаємозв'язки, функції та

завдання, форми, методи та інструменти управління, впливу.

Цікаву пропозицію в сенсі методичного підходу до визначення суб'єктів – учасників туристичних кластерів становить думка, за якої не ставиться завдання визначити склад учасників туристичного кластеру, водночас вказується на те, що провідною метою створення такого типу структур є якнайкращий контроль бізнес-технологічних процесів у межах єдиного ланцюга подій: від підприємницької ідеї аж до споживання конкретного туристичного продукту, послуги. Отже, у кластер мають об'єднуватися економічні агенти, які виконують ту чи іншу роль, реалізують ті чи інші функції на кожній стадії вертикальної інтеграції в туризмі. За рахунок цього буде досягнуто вищої ефективності як у кожній ланці, так і в системі загалом, а також буде інтегровано ресурс, передовсім інвестиційний, заради формування єдиного цілісного продукту.

На наш погляд, з таким методом можна в цілому погодитися і зробити висновок, що етапи вертикальної інтеграції, або іншими словами, – стадії технологічного процесу (від первинної до результуючої), а саме: суб'єкти господарювання, які їх представляють (спеціалізуються на відповідній діяльності) мали б служити так званим «хребтом» туристичного кластеру, тоді як суб'єкти, які формують ресурсне забезпечення, реалізують суміжні функції, виконують допоміжну (відносно генеральної – надання туристичної послуги її споживачеві – туристу) роль, мають також входити у кластер, однак формувати таку собі другу лінію в системі.

Інколи туристичний кластер розглядається як певний спосіб інформаційно-комунікаційної та ресурсної взаємодії учасників технологічного процесу створення й надання туристичних послуг, які завдяки відповідній співпраці створюють єдиний спільний туристичний продукт. Відповідно, вся ця сукупність економічних агентів розташовується на певній визначеній території для спільної діяльності (у межах туристичного комплексу території, дестинації, регіону), а також її маркетингового супроводу, зокрема рекламування й стимулювання попиту на туристичні, а за рахунок них, і пов'язані з ними товари і послуги.

Однак зі зазначеного важко визначити конкретні критеріальні ознаки, які визначають суб'єктів кластера, підсистеми, а, відповідно, функції та завдання учасників, та й на загал не зрозуміло, чому така система має вважатися саме туристичним кластером, а не, до прикладу, туристичним комплексом регіону. На нашу думку, ця заувага відіграє, на правду, дуже важливу роль. Ми вважаємо,

що створення туристичних кластерів – це не просто інвентаризація наявних і створення в регіоні відсутніх елементів туризму і галузей, які його обслуговують та суміщають низку послуг; чи констатація з боку влади, туристичних бізнес-асоціацій, громадськості факту «відкриття» туристичного кластера, а утворення й інституціалізація відповідної інституції, на кшталт, Координаційної ради туристичного кластера, підписання та реалізація відповідної колективної угоди учасниками кластера, складання інституційно-функціональної схеми – системи та структури туристичного кластера.

Враховуючи вищенаведені аспекти, на нашу думку, є підстави для визначення такої інституційно-функціональної структури туристичного кластеру (рис. 1). Логіка їх формування, по-перше, базується на вибудуванні повноцінної системи інституцій – організацій, підприємств, суб'єктів господарювання, які в повній мірі реалізують завдання на кожному з етапів технологічного процесу створення й реалізації туристичної послуги.

Це дуже важливо, адже кожна ланка процесу має бути в належній мірі представленою; наявність прогалин або ж низької якості реалізації функцій та завдань дестабілізує всю систему на загал, не дозволяє сформувати єдину цілісну систему туристичного комплексу. Фактично, це є блок основних суб'єктів кластера (підсистема інституційного забезпечення / створення та надання послуг).

По-друге, до системи включені суб'єкти господарювання, які реалізують низку важливих, однак допоміжних функцій, у тому числі з підтримки життєдіяльності, формування ресурсного забезпечення, різного роду супроводу, сервісного обслуговування, створення та реалізації допоміжних послуг. Цей блок трактуємо як сукупність допоміжних суб'єктів кластера (підсистема функціонально-ресурсного забезпечення).

Таким чином, головне завдання під час ідентифікації складу учасників туристичного кластера полягає в тому, аби визначити всіх тих суб'єктів, які в своїй сукупності забезпечать якнайбільш якісне проходження кожного з етапів технологічного процесу формування й надання туристичної послуги. Такими, зокрема, є:

- 1) формування туристичного продукту;
- 2) створення туристичної пропозиції;
- 3) супровід споживача;
- 4) безпосереднє отримання туристичних послуг;
- 5) надання системи суміжних послуг;
- 6) розвиток попиту на туристичні послуги.

Етапи технологічного процесу створення і надання туристичних послуг

1. Формування туристичного продукту	2. Створення туристичної пропозиції	3. Супровід споживача	4. Споживання туристичних послуг	5. Надання системи суміжних послуг	6. Розвиток попиту на туристичні послуги
Органи управління розвитком й модернізацією інфраструктури; маркетингові структури, залучені до популяризації загального бренду та системи туристичних продуктів	Туроператори; турагенти; елементи інфраструктури туризму та забезпечення комунікації виробників і споживачів туристичних послуг	Підприємства транспорту і зв'язку; суб'єкти екскурсійного обслуговування, супроводу; надавачі страхових та фінансово-кредитних послуг; суб'єкти оренди транспортних та ін. засобів	Готельно-ресторанні комплекси; колективні та індивідуальні засоби розміщування; об'єкти культури, мистецтва, спорту, розваг; санаторно-курортні комплекси; заклади охорони здоров'я	Виробники та продавці сувенірної продукції, товарів місцевого виробництва; заклади торгівлі та споживчих послуг; суб'єкти надання додаткових розважальних послуг	Суб'єкти з організації послуг апробаційного характеру, пробних промоцій туристичних і суміжних послуг і продуктів; суб'єкти цифрового маркетингу

Суб'єкти підсистеми створення і надання послуг

Суб'єкти підсистеми функціонально-ресурсного забезпечення

Підприємства консалтингу; науково-дослідні організації; представники громадськості та місцевої влади	Заклади освіти, підготовки спеціалізованих кадрів; IT-компанії; інтернет-ресурси та майданчики	Страхові компанії; фінансово-кредитні установи; транспортні компанії; суб'єкти ринкової інфраструктури	Будівельній та девелоперській фірми; інвестиційні компанії; постачальники матеріального і техніко-технологічного забезпечення	Підприємства переробної промисловості; місцеві дрібні товаровиробники; суб'єкти народних промислів	Організації дослідження ринку; маркетингові структури; інноваційні фірми; івент-агентства
------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

ЗАВДАННЯ

- Позиціонування цілісного туристичного продукту
- Комунікація зі споживачами, посередництво
- Доведення споживача до місця отримання послуги
- Гарантування високої якості широкого асортименту послуг
- Диверсифікація й доповнення послуг місцевим колоритом
- Закріплення позитивних вражень, формування попиту

Рис. 1. Проекція суб'єктів – учасників (та їх завдань) туристичного кластеру відповідно до етапів технологічного процесу надання туристичних послуг

Джерело: авторська розробка.

ЕКОНОМІКА ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

ВИСНОВКИ

Відновлення потенціалу туризму та його ефективна реалізація, зокрема на етапі повоєнної відбудови України, потребує більшої проактивності та селективного підходу, частково з урахуванням регіональної специфіки та на засадах розвитку туризму як комплексу. Один з таких найбільш перспективних напрямів – це розвиток туристичного комплексу областей Карпатського регіону України, що відносяться до регіону українських Карпат, а, відтак, мають властиву їм специфіку, обумовлену як природно-ресурсними та кліматичними умовами цього краю, так і його перевагами та можливостями (природно-ресурсна база, природні лікувальні та рекреаційні ресурси, санаторно-курортні комплекси, водні об'єкти, мальовничі ландшафти, унікальні рельєфи, великі площі лісів та значна чисельність об'єктів культурної спадщини і традиційних ремесел, розбудована мережа туристично-рекреаційних об'єктів і маршрутів).

Кластерний підхід слід вважати провідною філософією/ідеєю, концептом розвитку туристичного комплексу Карпатського регіону України. Адже туристичний комплекс – це і є єдиний великий туристичний кластер, утворений сукупністю суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності та галузей, які, з одного боку, створюють та просувають цілісний туристичний продукт, однак, з іншого боку, спільно, раціонально й ефективно використовують ресурсний, економічний, інфраструктурний та інший потенціал краю. Управління розвитком туристичного комплексу регіону на засадах кластерного підходу забезпечує низку системний переваг.

Стержневим аспектом побудови туристичного кластеру є етапи технологічного процесу формування та надання туристичних послуг, а саме:

- 1) формування туристичного продукту;
- 2) створення туристичної пропозиції;
- 3) супровід споживача;
- 4) споживання туристичних послуг;
- 5) надання системи суміжних послуг;
- 6) розвиток попиту на туристичні послуги.

Відтак, повноцінний туристичних кластер передбачає систему інституцій, функціонування яких в повній мірі реалізує завдання кожного з цих етапів. При тому, склад учасників кластеру також формується за двома підсистемами, коли першу формують основні інституції, безпосередньо дотичні до створення і надання послуг (інституційна підсистема), а другу – організації, відповідальні за виконання низки важливих функцій (як-от – маркетинг, консалтинг, соціалізація, інвестиції та фінансування, аудит, організація і контроль

та ін.) та формування ресурсного забезпечення (фінансового, інтелектуально-кадрового, матеріально та техніко-технологічного, інформаційно-комунікаційного та ін.) туристичного комплексу (підсистема функціонально-ресурсного забезпечення).

Перспективним напрямом подальших досліджень у цій сфері є вдосконалення методики аналізування ефективності функціонування туристичних кластерів. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Зарубіна А. В., Онойко Ю. Ю., Щербатюк Н. І. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>
2. Безугла Л. С., Куваєва Т. В., Герасименко Т. В. Проблеми та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні та Європі. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-3>
3. Лупак Р. Л. Оцінювання формування конкурентних переваг туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Вип. 3. Т. 1. С. 189–194. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2016/VKNU-ES-2016-N3-Volume1_236.pdf#page=189
4. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В., Белікова С. О. Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 17–25. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.9.17
5. Гуткевич С. О., Габа М. І., Корінко М. Д. Привабливість Українських Карпат: сільський зелений туризм : монографія. Київ : НУХТ, 2016. 293 с.
6. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2016. 196 с.
7. Іванченко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4112>
8. Морозова О. С., Морозов О. В., Волочнюк Є. Г. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності в умовах змін клімату в Південному регіоні України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2019. Вип. 28. Ч. 2. С. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-39>
9. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.

10. Охріменко А. Г. Досвід європейських країн фінансування туризму. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2014. № 34. С. 160–167. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_20
11. Tkachenko T., Hladkyi O., Zhuchenko V. Recreational Tourism: Product Portfolio Diversification. *Scientia Fructuosa*. 2021. № 4. С. 81–90.
DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(138\)06](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(138)06)

REFERENCES

- Bezuhla, L. S., Kuvaieva, T. V., and Herasymenko, T. V. "Problemy ta perspektyvy rozvytku inkluzyvnoho turyzmu v Ukraini ta Yevropi" [Problems and Prospects of Inclusive Tourism Development in Ukraine and Europe]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 43 (2022). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-3>
- Dombrovska, S. M., Bilotil, O. M., and Pomaza-Ponomarenko, A. L. *Derzhavne rehuliuвання turystychnoi haluzi Ukrainy* [State Regulation of the Tourism Industry of Ukraine]. Kharkiv: NUTsZU, 2016.
- Hutkevych, S. O., Haba, M. I., and Korinko, M. D. *Pryvablyvist Ukrainy Karpāt: silskyi zelenyi turyzm* [The Attractiveness of the Ukrainian Carpathians: Rural Green Tourism]. Kyiv: NUKhT, 2016.
- Ivanchenko, N. M. "Problemy ta perspektyvy rozvytku rekreatsiinoho turyzmu" [Problems and Prospects of Development of Recreational Tourism]. *Efektivna ekonomika*. 2015. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4112>
- Lupak, R. L. "Otsiniuvannia formuvannia konkurentnykh perevah turystychnykh pidpriemstv" [Evaluation of Formation of Competitive Advantages of Tourism Enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*. 2016. http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2016/VKNU-ES-2016-N3-Volume1_236.pdf#page=189
- Melnychenko, O. A., and Shvedun, V. O. *Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini* [Features of the Development of the Tourism Industry in Ukraine]. Kharkiv: NUTsZU, 2017.
- Morozova, O. S., Morozov, O. V., and Volochniuk, Ye. H. "Rozvytok rekreatsiino-turystychnoi diialnosti v umovakh zmin klimatu v Pivdennomu rehioni Ukrainy" [Development of Recreation and Tourist Activities in Conditions of Climate Change in Southern Region of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo»*, vol. 2, no. 28 (2019): 42-48.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2019-28-39>
- Okhrymenko, A. H. "Dosvid yevropeiskykh krain finansuvannia turyzmu" [Experience of European Countries in Financing Tourism]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny»*. 2014. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Mv_2014_34_20
- Tkachenko, T., Hladkyi, O., and Zhuchenko, V. "Recreational Tourism: Product Portfolio Diversification". *Scientia Fructuosa*, no. 4 (2021): 81-90.
DOI: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(138\)06](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(138)06)
- Vasylytsiv, T. H. et al. "Stan ta tendentsii rozvytku turystychnoho kompleksu v konteksti zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy" [Status and Tendencies of Development of Tourist Complex in the Context of Ensuring Economic Security of Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 9 (2019): 17-25.
DOI: 10.32702/2306-6806.2019.9.17
- Zarubina, A. V., Onoiko, Yu. Yu., and Shcherbatiuk, N. I. "Suchasni tendentsii rozvytku vnutrishnyoho turyzmu" [Current Trends in the Development of Domestic Tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 48 (2023).
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>