

УДК 338.484/.485

Осіпчук А. С.*annaosipchuck@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8616-7124**асистент, Поліський національний університет, м. Житомир*

НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ ЯК ФАСИЛІТАТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Анотація. Враховуючи, що Україна знаходиться у стані затяжної економічної, екологічної, соціальної та політичної кризи, яка посилюється від наслідків всесвітньої пандемії та військової агресії – це негативно впливає на кожного жителя країни у вигляді психоемоційного, економічного та соціального тиску, створюється необхідність використання принципів сталого розвитку у всіх сферах діяльності, зокрема економіки та охорони здоров'я. Спостерігаються тенденції посилення глобальних екологічних і супутніх проблем, а також зниження конкурентоспроможності національної економіки та іміджу України на міжнародному ринку. Ситуацію в Україні та в світі, зокрема, можна покращити через перегляд цілей соціально-економічного розвитку, формування нової філософії свідомості, раціоналізацію структури потреб, пріоритетів і способів діяльності людини. Для цього необхідно розробити комплекс заходів, які зможуть стабілізувати ситуацію, що склалася. Перехід споживачів до концепції продуманого споживання з одного боку та екологічна свідомість суб'єктів туристичної діяльності з іншого боку поступово повинні стати частиною сучасного суспільства, а також складовою стратегії діяльності підприємств різних галузей, зокрема туристичних та готельно-ресторанних, оскільки це створює умови для посилення конкурентних переваг та економічного зростання на основі використання принципів екологізації та сталого розвитку. У статті досліджено закордонний досвід ініціатив сталого розвитку, висвітлено основні цілі Всесвітньої ради з подорожей та туризму, визначено екологічний туризм як перспективний напрям сталого розвитку туристичної та супутніх галузей, запропоновано модель комплексного розвитку національного туризму, проаналізовано внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки, запропоновано методичку інвентаризації рекреаційно-туристичних ресурсів з подальшою оцінкою стану інфраструктури, доступності локацій, виявленням найбільш привабливих туристичних місць, визначено роль Національної туристичної організації України у сталому розвитку туристичної галузі та економічному зростанні.

Ключові слова: туристична індустрія, сталий розвиток, національний екотуризм, туристичний потенціал громад, управління дестинаціями, лісові господарства.

Osipchuk Anna*annaosipchuck@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8616-7124**Assistant, Polissia National University, Zhytomyr*

THE NATIONAL TOURIST ORGANIZATION OF UKRAINE AS A FACILITATOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY AND ECONOMIC GROWTH

Abstract. Ukraine is in a state of protracted economic, ecological, social and political crisis, which is aggravated by the consequences of the global pandemic and military aggression – this negatively affects every resident of the country in the form of psycho-emotional, economic and social pressure, so it is necessary to use the principles of sustainable development in all spheres of activity, in particular economy and health care. There are trends of increasing global environmental and related problems, as well as a decrease in the competitiveness of the national economy and the image of Ukraine on the international market. The situation in Ukraine and in the world, in particular, can

be improved by revising the goals of socio-economic development, forming a new philosophy of consciousness, rationalizing the structure of needs, priorities and ways of human activity. So, it is necessary to develop a set of measures that will be able to stabilize the existing situation. The transition of consumers to the concept of thoughtful consumption, on the one hand, and the environmental awareness of the subjects of tourism activity, on the other hand, should gradually become part of modern society, as well as a component of the strategy of enterprises in various industries, in particular tourism and hotel and restaurant, since this creates conditions for strengthening competitive advantages and economic growth based on the use of the principles of greening and sustainable development. The article determines the foreign experience of sustainable development initiatives, highlights the main goals of the World Travel and Tourism Council, defines ecological tourism as a promising direction for the sustainable development of tourism and related industries, proposes a model of comprehensive development of national tourism. The contribution of tourism to the overall supply of goods and services within the framework of the national economy has been analyzed; the methodology for the inventory of recreational and tourist resources has been proposed with a further assessment of the infrastructure's state, the availability of locations, the identification of the most attractive tourist spots; the role of the National Tourism Organization of Ukraine in the sustainable development of the tourism industry and economic growth has been defined.

Key words: tourism industry, sustainable development, national ecotourism, tourism potential of communities, destination management, forestry.

JEL Classification: A12, L83

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-6-5>

Постановка проблеми. Туристична галузь – важливий чинник стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету багатьох галузей економіки (транспорт, харчування, торгівля, зв'язок, будівництво, легка промисловість, сільське господарство тощо). Сталий розвиток туризму сприяє залученню громадян до збереження екологічної рівноваги, пізнання природної та історико-культурної спадщини краю, а також забезпечує просвітництво туристів, підвищує рівень зайнятості населення регіону, стимулює розвиток ринкових відносин, сприяє формуванню позитивного іміджу країни та міжнародному співробітництву. Враховуючи, що всі зацікавлені у розвитку туризму сторони не мають можливості комунікувати між собою, створюючи багатогранні зв'язки суміжних до туризму галузей, для консолідації стейкхолдерів сталого розвитку туризму потрібно створити інтерактивну платформу з вільним доступом споживачів до інформації про виробників та постачальників туристичних послуг, заклади гостинності і харчування, наявну інфраструктуру, додаткові сервіси та можливості.

Мета статті: обґрунтування ролі Національної туристичної організації у формуванні стратегії сталого розвитку туризму та економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Такі науковці, як Ляшенко В. В. [7] Брич В.,

Галиш Н. [3], досліджували питання сталого розвитку туристичної індустрії. Ангелько І. В., Оришин І. С., Попадинець Н. М., Журавель У. В., Незвещук-Когут Т. С. [1] займалися визначенням туристичної привабливості територій та дестинацій, як атрактивного елементу для задоволення потреб туристів. Застосування інноваційних підходів у забезпеченні сталого розвитку туризму висвітлено у наукових вишукуваннях Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І., Ткаченко Т. І. [6]. Команда фахівців Національної Туристичної Організації України [8] консолідувала основні цілі сталого розвитку туризму у сучасну концепцію розвитку національної туристичної сфери. Проте, дослідженню ролі Національної туристичної організації у питаннях сталого розвитку та економічного зростання не приділено достатньої уваги у науковому середовищі, тому дане дослідження є актуальним.

Вклад основного матеріалу дослідження. Закордонний досвід свідчить про сталий розвиток усіх сфер господарської діяльності, зокрема туристичної, та зростання екологічних ініціатив. До прикладу, все більше людей задумуються про свій екологічний слід, обираючи альтернативу перельотам, вони поступаються комфортом заради чистоти планети. У країнах західної Європи та Америки набирає обертів регенеративний (відновлювальний) туризм, який має на меті

не тільки відпочинок, а й відновлення природних ресурсів та очищення навколишнього середовища від відходів. Готельні заклади у свою чергу зменшують використання пластику, замінюючи індивідуальні флакони на великі стаціонарні пляшки, які після використання перероблятимуться. Авіакомпанії також зменшують використання пластику для обслуговування пасажирів на борту літака, надаючи альтернативу до 100 одиниць пластикових виробів під час перельоту. Гарним досвідом для закладів харчування є самостійне вирощування тепличних овочів, фруктів, зелені і навіть риби.

Тенденції несезонного туризму «перерозподіляють навантаження» на різні території і місця, зменшуючи наслідки овертуризму. Інклюзивність в туризмі є додатковою можливістю реалізувати себе та відновити сили людям з особливими потребами, а з максимальним наближенням до природи екологічний туризм стає шляхом реабілітації та адаптації людей з інвалідністю. Концепція «повільного туризму» дає можливість насолодитися відпочинком більше під час сповільненого темпу подорожі (вибір альтернатив повітряному транспорту, використання велосипедів та електросамокатів для пересування на невеликі відстані) для занурення в атмосферу місця відпочинку. Такі тенденції у туристичній та супутніх галузях свідчать про обґрунтовану готовність суспільства до переходу на продумане споживання як власних, так і природних ресурсів. Всесвітня рада з подорожей та туризму працює над низкою сталих ініціатив з провідними асоціаціями та організаціями, щоб гарантувати, що подорожі та туризм приносять користь людям, організаціям, бізнесовим структурам, а також навколишньому середовищу. До них належать:

1. Обґрунтовані дії щодо клімату та навколишнього середовища.
2. Переосмислення використання одноразових пластикових виробів у подорожах і туризмі.
3. Унеможливлення торгівлі людьми.
4. Біорізноманіття та уникнення незаконної торгівлі дикими тваринами.
5. Перевага сталого розвитку.
6. Звітність про сталий розвиток.
7. Передбачення перспективних напрямів роботи [2].

Державна туристична політика та ефективно регулювання туристичної діяльності на національному рівні здійснюється Націо-

нальною туристичною організацією України та Державною агенцією з розвитку туризму з метою вирішення проблем туристичної галузі України та комплексного розвитку усіх супутніх видів діяльності. Національна туристична організація вбачає основи цілями сталого розвитку туризму: просування екологічно чистого транспорту, скорочення споживання води, ефективне використання енергії, скорочення та сортування відходів, забезпечення вільного доступу для всіх груп населення, збереження біологічного різноманіття, охорона соціальних та культурних цінностей, підтримка місцевої економіки та чесної торгівлі. Екологічний туризм вважається потенційним напрямом сталого розвитку туризму та стратегією підтримки збереження природних екосистем і сприяння розвитку територіальних громад [4]. Екотуризм є одним із альтернативних видів туризму, який розглядаються як один із способів покращення економічного життя сільських громад, тому що він вважається здатним забезпечити можливості працевлаштування, покращити інвестиційну привабливість та підвищити розвиток ділових комунікацій. Національна туристична організація, у свою чергу, здатна вирішити питання взаємодії та проблем комунікацій між зацікавленими у розвитку туризму сторонами.

Сталий розвиток туризму стимулюватиме підвищення рівня усвідомленості суспільства про проблеми охорони природи, а також способи збереження природного і ресурсного капіталу для майбутніх поколінь. Формування інформаційного простору в засобах масової інформації та глобальній мережі «Інтернет» допоможе створити канали комунікації між організаціями і цільовою аудиторією, підвищити імідж туристичних організацій та рівень їх соціальної підтримки. Тому слід створити платформу для об'єднання національних об'єктів та територій природно-заповідного фонду й інших туристичних дестинацій. Платформа, як канал комунікації, створить можливість для взаємодії органів державного та місцевого управління, туристичних та суміжних організацій, туристів та місцевого населення, а також стане частиною моделі комплексного розвитку національного туризму (рис. 1).

Інтерактивна платформа вміщуватиме базу даних туристичних об'єктів та територій, де зазначатиметься інформація щодо розміщення, наявних послуг, супутньої інфраструктури, контактних даних тощо. Корис-

тувач матиме змогу самостійно сформувати туристичний маршрут або обрати із запропонованих екскурсійних програм. Національна туристична організація України та органи місцевого управління регулюватимуть діяльність суб'єктів господарювання, а також шукатимуть шляхи покращення надання туристичних послуг у регіонах. Туристичні та інші обслуговуючі підприємства розмістять інформацію про наявні послуги та свої конкурентні переваги. Місцеве населення матиме змогу офіційно працювати та впливати на розвиток своїх територіальних громад. Потенційні туристи матимуть змогу ознайомитись з наявними туристичними дестинаціями громад та обрати за власними вподобаннями найбільш цікаві. Отже, запропонована платформа дасть змогу об'єднати зацікавлені сторони та посилювати їх взаємодію.

Реалізація моделі комплексного розвитку туризму призведе до збільшення числа клієнтів, обсягу реалізованих послуг, кількості регіональних представництв, що створює необхідні умови для підвищення рівня доходності регіональної та національної часток туристичного ринку. Дана модель є зразком

ефективного управління національним туризмом, оскільки передбачає розвиток економічної та соціальної діяльності із залученням місцевих організацій, підвищує конкурентоздатність галузі, сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародному рівні.

Національна туристична організація України розбудовує мережу організацій з управління дестинаціями в Україні відповідно до перспективного плану на 2025 рік, зокрема планується 4 Макрорегіональні хаби (Північно-Центральний, Південний, Західний, Східний), 25 Регіональних туристичних організацій на рівні областей, 111 Локальних туристичних організацій на рівні районів та ОТГ [8]. Інноваційним форматом аналізу і подання статистичної інформації, яка характеризує галузь туризму є Туристичний барометр України, представлений Громадською спільнотою «Національна туристична організація України» 29 січня 2021 р. Туристичний барометр відображає аналіз значного обсягу статистичної інформації з таких офіційних джерел, як Державна прикордонна служба України, Державна служба статистики України, Державна податкова служба України, Національний

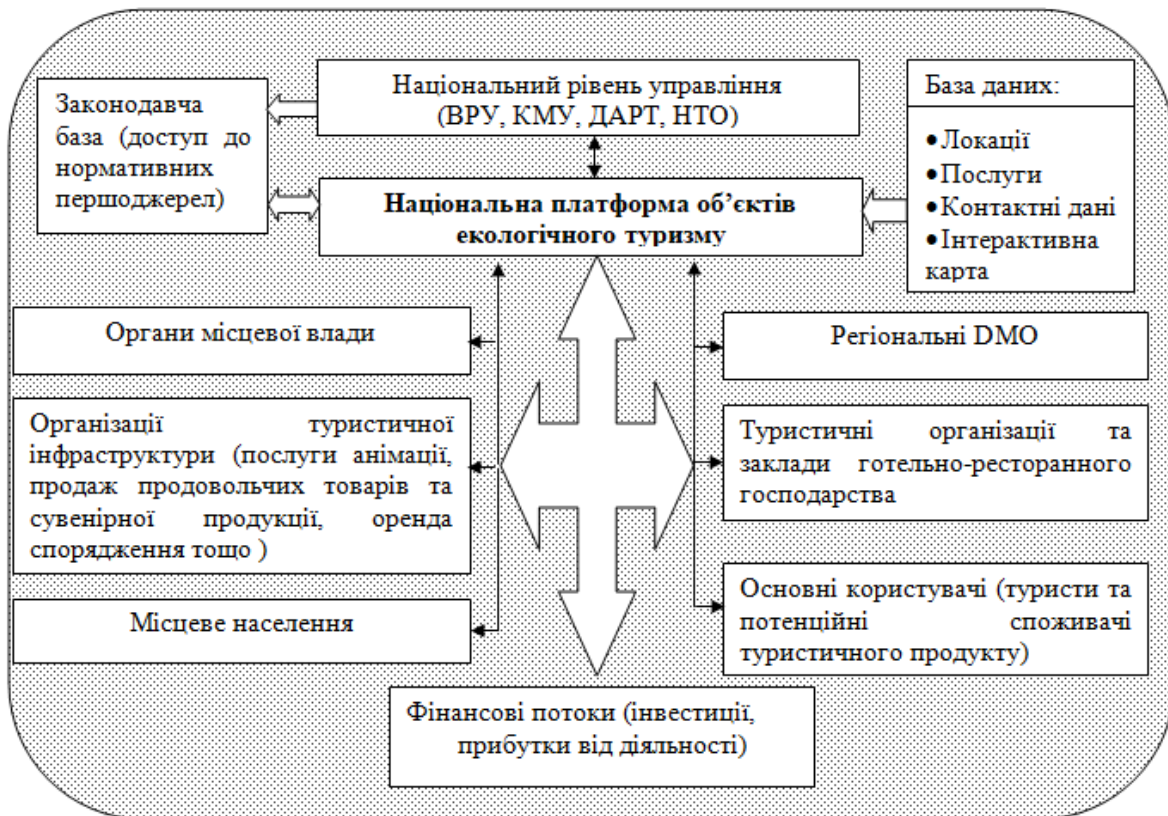


Рис. 1. Модель комплексного розвитку національного туризму

Джерело: розроблено автором

банк України, головні управління статистики в областях України тощо. Туристичний барометр України 2020 розроблено на замовлення Національної туристичної організації України за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». Слід розглянути внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки (табл. 1).

Валова додана вартість в туризмі поділяється на валову додану вартість, що створюється в галузях туризму, та валову додану вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах). Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму, визначається як сума валової доданої вартості в основних цінах за кожним видом економічної діяльності в галузях туризму незалежно від того, якою мірою виробничий процес спеціалізований на випуску туристичних продуктів. У 2018 році валова додана вартість, що створюється в галузях туризму становила 412,5 млрд грн, що відповідає 11,6 % від ВВП України, у 2020 році – 534,9 млрд грн (на 122,4 млрд грн або на 29,7 % більше, ніж у 2018 році), тобто 12,6 % від ВВП.

Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах) визначається як різниця між випуском товарів і послуг в основних цінах, які можуть застосовуватися до туризму, і пов'язаним з туризмом проміжним споживанням, за видами економічної діяльності галузей туризму та інших секторів. Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі, у 2018 становила 173,8 млрд грн, що відповідає 4,9 % від ВВП України, у 2020 році – 165,1 млрд грн (на 8,6 млрд грн або на 0,9 %

менше, ніж у 2018 році), тобто 3,9 % від ВВП. Слід зазначити, що дана таблиця розрахована упорядниками Туристичного барометру України на основі даних Державної служби статистики України за методикою допоміжного (сателітного) рахунку туризму.

Облік та статистика туристичних об'єктів, територій і ресурсів є основною складовою для здійснення контролю за потенціалом та розвитком громад [9], зокрема для Національної туристичної організації України. Для того, щоб громади могли проаналізувати та оцінити свій туристичний потенціал, потрібно здійснити інвентаризацію рекреаційно-туристичних ресурсів, оцінити стан, інфраструктуру, доступність локацій, виявити найбільш привабливі туристичні місця (табл. 2). Для цього слід використовувати систему показників оцінки туристичної привабливості та їх значимість для потенційних туристів [5].

Наступним кроком для активізації туристичного потенціалу громади потрібно розробити стратегію розвитку туристичної галузі, створити екскурсійні програми, облаштувати об'єкти інфраструктури, забезпечити поширення та просування інформації про нові туристичні продукти. Після реалізації стратегії розвитку туристичної галузі доцільно проаналізувати такі макроекономічні показники, як доходи в бюджет від суб'єктів туристичної діяльності, рівень зайнятості в туризмі, кількість суб'єктів туристичної діяльності, кількість внутрішніх і в'їзних туристів, частку туризму та супутніх галузей у структурі ВВП, обсяг інвестицій у розвиток туризму тощо для корегування та подальшого розвитку туризму в регіоні, громаді.

Таблиця 1

**Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг
в рамках національної економіки**

Показник	2018		2019		2020		Приріст 2020 до 2018 рр., %	
	млрд грн	% від ВВП	Млрд грн	% від ВВП	млрд грн	% від ВВП	ВДВ	ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	412,5	11,6	502,2	12,62	534,9	12,6	129,69	1,00
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	173,8	4,9	195,7	4,92	165,1	3,91	95,04	-0,99

Джерело: розраховано на основі [11]

Таблиця 2

Показники оцінки туристичного потенціалу громад

Група	Характеристика	Показники	Важливість для туриста
Природні ресурси (мальовничість об'єкту)	Геоморфологічні активи, водні, флоро-фауністичні, лісові, орографічні, бальнеологічні, рекреаційні та інші ресурси	Кількість локацій (оглядових точок) та їх якісні характеристики, відстань між локаціями, висота і площа поверхні, цілісність, період можливої експлуатації	2
Науковий потенціал	Існуючі та потенційні об'єкти дослідження, природна рідкість, палеогеографічні пам'ятки, наукові події, бібліотеки, музеї	Репрезентативність, рідкісність, площа, палеологічний та екологічний інтерес, цілісність	1
Культурний потенціал	Особливості місцевої культури, традицій, історії, побуту, проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів	Унікальність та оригінальність місцевої культури, частота та масштаби проведення мистецьких та культурних подій	2
Екологічний потенціал	Проведення заходів екопросвітництва, наявність екологічних стежок та інформаційних стендів	Кількість та масштаби охоплення заходів, кількість та стан рекреаційних пунктів і екологічних стежок, інші можливості екопросвітництва та сталого розвитку	2
Економічний потенціал	Можливість залучити фінансові потоки для розвитку туристичної діяльності та громади	Кількість відвідувачів, доступність локацій, потенційні ризики (нагляд суб'єкту господарювання за об'єктом, за його збереженням, за станом безпеки), економічна привабливість, рекламі заходи, відображення в інформаційному просторі	1
Інфраструктура	Можливість харчування, ночівлі, санвузли, місця для паркування, екскурсійний супровід, інтерактивний доступ, інформаційна інфраструктура	Наявність та якісні характеристики відповідних закладів, об'єктів, персоналу, можливість самостійного створення маршрутів, ознайомлення з локаціями	3
Додаткові можливості	Анімаційні програми, тренінги взаємодії, автентичні майстер-класи	Кількість та якісні характеристики заходів, що проводяться на території громади	1

Джерело: розроблено автором

Кожна з груп показників оцінки туристичного потенціалу громад має свої особливості, кількісні та якісні характеристики, а також показники репрезентативності (відображення характеристик і параметрів об'єкту) та цілісності (сучасний стан об'єкту, який може змінюватися внаслідок природної чи антропогенної діяльності). Оцінити туристичний потенціал громаді дасть можливість дослідження обсягу отриманих вражень при спостереженні туристичних локацій, наукового та культурного значення наявних об'єктів, а також здатність залучити фінансові потоки за допомогою здійснення туристичної діяльності для потреб громади. Природні ресурси зацікавлюють туристів унікальністю рельєфу

земної поверхні, різноманітністю флори та фауни, можливістю використати бальнеологічні, рекреаційні, кліматотерапевтичні та інші природні активи. Науковий потенціал туристичних об'єктів приваблює вузьке коло споживачів туристичних послуг, які досліджують репрезентативність, рідкісність, палеологічний та екологічний інтерес біологічних та інших форм об'єктів.

Особливості місцевої культури, традицій, історії, побуту, а також проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів з кожним роком (за виключенням 2020–2021 рр., які характеризуються суворими обмеженнями зібрань великих кількостей людей у зв'язку з пандемією) привертають увагу все більшої

кількості туристів, до прикладу: міжнародний фестиваль дерунів в Коростені, міжнародний культурно-мистецький фестиваль Grieg-Fest, конкурс туристичної фотографії «Мандруй Житомирщиною», Житомир AcroDay, фестиваль Fish Food Fest, турнір з плавання «Teteriv open» у Житомирі, етнофестиваль «Житичі», фестиваль вуличної музики «Week-end в Олевську» та інші.

Враховуючи, що основну роль у сталому розвитку туризму відіграє екологічний туризм [10], слід акцентувати увагу на екологічному потенціалі громад, який характеризується наявністю екологічних стежок, інформаційних стендів, заходів екопросвітництва та загальної політики сталого розвитку громади. Лісові господарства, як основні утримувачі об'єктів та територій природно-заповідного фонду, зацікавлені у екопросвітництві та проведенні масово-роз'яснювальної роботи серед населення по питанням охорони і користування лісом, тому вони створюють рекреаційні пункти («Велике озеро» Шершнівського лісництва, «Іванівська діброва» Новоград-Волинського лісництва, «Лісовик» Корбутівського лісництва тощо), екологічні стежки з інформаційним та інтерактивним наповненням («Лісова пізнавальна стежка» с. Березина, екологічна стежка «Пролісок» Землянського лісництва, «Екологічна стежка» м. Житомир), вольєри з утримання диких тварин: фазанів (Пилипівське лісництво), дикого кабана, козулі та диких качок (Лугинське лісництво), зайця-русака (Радомишльське лісництво) та інших тварин. Перераховані вище та інші наявні на території Житомирської області об'єкти рекреації і туризму здебільшого мають задовільну інфраструктуру (під'їзд до локації, санвузли, місця для розведення багаття, оглядові майданчики, інформаційні стенди), проте в інформаційному просторі не має достатнього відображення і представлення локацій або безпосередній споживач не завжди знає, де знайти таку інформацію. Саме тому доцільно запроваджувати інформаційні платформи та інтерактивні карти, які будуть координуватися та контролюватимуться єдиним центром – Національною туристичною організацією України, для полегшення взаємодії представників туристичних локацій і потенційних споживачів.

Висновки та перспективи дослідження. Національна туристична організація України покликана сприяти сталому розвитку туристичної

галузі, об'єднуючи туристичні інформаційні центри регіонів в єдину комплексну інформаційну екосистему за міжнародним стандартом ISO 14785. Заходи з організації та облаштування локацій для здійснення сталого розвитку туризму (наповнення актуальними даними інформаційних платформ, ведення статистики відвідування, створення якісної інфраструктури з можливістю придбання продуктів харчування, сувенірної продукції, взяття в оренду спорядження, облаштування санвузлів, установка урн для сміття, сучасних інформаційних та інтерактивних стендів, проведення екскурсій, автентичних свят та тематичних заходів) дасть змогу створити комфортні умови для туристів та залучити нових споживачів туристичного продукту. Оцінка туристичного потенціалу громад на основі інвентаризації наявних туристичних ресурсів дасть змогу виділити найбільш привабливі туристичні дестинації, спланувати тематичні екскурсійні маршрути, виділити потенційні джерела залучення фінансових потоків, виокремити проблемні питання щодо організації туристичної діяльності громади, сформуванню конкурентоспроможну стратегію сталого розвитку регіону. У перспективі розвитку висвітленої у дослідженні тематики є формування інтерактивної платформи, яка вміщуватиме базу даних об'єктів та територій різних видів туризму, де зазначатиметься інформація щодо розміщення, наявних послуг, супутньої інфраструктури, контактних даних тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Anhelko I. V., Oryshchyn I. S., Popadynets N. M., Zhuravel Y. V., Nezveshchuk-Kohut T. S. Theoretical and methodological principles of tourist attractiveness of territories. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. 2020. № 3(143). P. 43–47.
2. Sustainable Growth: Tourism Statistics. URL: <https://wttc.org/Initiatives/Sustainable-Growth> (дата звернення: 16.09.2022).
3. Брич В., Галиш Н. Сталий розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 23–30.
4. Тарасова В. В. та ін. Географія туризму. *Екологічний туризм* : підручник. Житомир : ЖНАЕУ, 2021. 252 с.
5. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентність підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.

6. Мазаракі А. А. та ін. Інновінг в туризмі : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.

7. Ляшенко В. В. Маркетингові стратегічні напрями сталого розвитку регіональних туристично-рекреаційних систем : *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»* : Збірник тез доповідей (I частина). Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2016. С. 89–92.

8. Національна туристична організація України : веб-сайт. URL: <http://www.ntoukraine.org/> (дата звернення: 16.09.2022).

9. Тарасова В. В. та ін. Основи організації наукових досліджень в туризмознавстві : підручник. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 456 с.

10. Скидан О. В., Осіпчук А. С. Економічний ефект від екологізації послуг розміщення та харчування. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 травня 2021 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 17–20.

11. Туристичний барометр України: інфографіка. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster-2020.pdf> (дата звернення: 29.08.2022).

REFERENCES

1. Anhelko, I. V., Oryshchyn, I. S., Popadynets, N. M., Zhuravel, Y. V. and Nezveshchuk-Kohut, T. S. (2020), “Theoretical and methodological principles of tourist attractiveness of territories”, *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, vol. 3(143), pp. 43–47.

2. Brych, V. and Halysh, N. (2020), “Sustainable development of the tourism industry: ecological and statistical dimensions”, *Economic analysis*, vol. 30, no. 4, pp. 23–30. (in Ukrainian)

3. Liashenko, V. V. (2016), “Marketing strategic directions of sustainable development of regional tourism and recreation systems”: *Materialy IV Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Materials of the 4th All-Ukrainian scientific and practical

conference], *Suchasni tendentsii rozvytku turyzmu* [Modern trends of tourism development] Zbirnyk tez dopovidei (I chastyna). VP «MF KNUKIM», Mykolaiv, Ukraine.

4. Mazaraki, A. A., Melnychenko, S. V., Mykhailichenko, H. I., Tkachenko, T. I., etc. (2016), *Innovinh v turyzmi* [Innovation in tourism] / za zah. red. A. A. Mazaraki. Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

5. Ofitsiyni sait NTOU [Official site of NTOU], available at: <https://www.ntoukraine.org/> (accessed 16.09.2022).

6. Skydan, O. V., Osipchuk, A. S. (2021), “Ekonomichniy efekt vid ekolohizatsii posluh rozmishchennia ta kharchuvannia”, *Turyzm: mizhnarodnyi dosvid ta natsionalni priorytety* [Tourism: international experience and national priorities]: zb. materialiv III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. coll. [materials of the III International science and practice Conf], 26 travnia 2021 r. Poliskyi nats. un-t, Zhytomyr, Ukraine.

7. “Sustainable Growth: Tourism Statistics”, available at: <https://wtcc.org/Initiatives/Sustainable-Growth> (accessed 16 September 2022).

8. Tarasova, V. V., Nesterchuk, I. K., Kovalivska, I. M. and Martynchuk I. V. (2018), *Osnovy orhanizatsii naukovykh doslidzhen v turyzmознавстві* [Basics of organization of scientific research in tourism], ZhNAEU, Zhytomyr, Ukraine.

9. Tarasova, V. V., Nesterchuk, I. K., Kovalivska, I. M. and Osipchuk, A. S. (2021), *Heohrafiia turyzmu, Ekolohichniy turyzm* [Geography of tourism: Ecological tourism]. ZhNAEU, Zhytomyr, Ukraine.

10. Turystychnyi barometr Ukrainy [Tourist barometer of Ukraine]: infografika. [Infographic], available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-poster-2020.pdf> (accessed 29 August 2022).

11. Zaburanna, L. V. and Kulik, A. V. (2018), *Konkurentnostiikist pidpriemstv silskoho zelenoho turyzmu: teoriia, mekhanizm formuvannia ta upravlinnia* [Competitiveness of rural green tourism enterprises: theory, mechanism of formation and management]. Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

*Стаття надійшла до редакції
28 жовтня 2022 р.*