

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-141>

УДК 338.48-7/8(477)

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АНІМАЦІЙНОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГУ В УКРАЇНІ: КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ АСПЕКТ

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ANIMATION TOURISM IN UKRAINE: CULTURAL AND ARTISTIC ASPECT

Буторіна Вероніка Борисівнакандидат економічних наук, доцент,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6657-5718>**Опря Богдана Олексіївна**кандидат історичних наук, доцент,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6751-1030>**Butorina Veronika, Opria Bohdana**

Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University

У статті розглянуто тенденцію використання анімаційного туropolерейтингу для досягнення найбільшого економічного ефекту у практиці культурного туризму. Встановлено, що анімаційний туropolерейтинг передбачає створення комплексної туристичної послуги у трьох формах, активним учасником якої є сам турист. Наведено механізм підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери регіонів шляхом розвитку анімаційного туropolерейтингу. Показано, що Україна до 2021 р. мала потенціал для підвищення конкурентоспроможності туризму. Найбільшою проблемою була визначена транспортна інфраструктура, водночас людські та культурні ресурси були високо оцінені. Аналіз загальних і специфічних негативних чинників, які впливають на розвиток культурної, мистецької і дозвілєвої сфер, уможливив визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності анімаційного туropolерейтингу України.

Ключові слова: туropolерейтинг, конкурентоспроможність, анімаційний туropolерейтинг, культура, мистецтво, дозвілля, анімаційна діяльність.

The socio-cultural component of tourism has the potential to increase its competitiveness. To achieve the greatest economic effect in the practice of cultural tourism, animation tour operating is increasingly used, which comprehensively combines the resources of cultural and historical heritage, art and methods of organizing leisure during travel. At the same time, there is a lag in scientific and methodological developments from the practice of animation tour operating. It has been established that animation tour operating involves the creation of a complex tourist service of three forms, in which the tourist is an active participant. The high effect of animated tours can be achieved by using various types of art, appealing to cultural and historical heritage. It has been established that animation tour operating provides all the functions of animation, the risks of which are given. Attention is focused on the fact that cultural-cognitive and creative animation programs make maximum use of the cultural, historical, artistic and ethnic heritage of a country or region. Eight areas of use of cultural and artistic potential in animation tour operating are identified, for each of which resource potential is selected and examples of use in animation tour operating are proposed. A mechanism for increasing the competitiveness of the tourism sector of regions through the development of animation tour operating and the synergy of effective animation technologies with existing and popular cultural and art resources is presented. According to the Travel and Tourism Development Index and the analysis of statistical data, it was found that Ukraine had the potential to increase the competitiveness of tourism by 2021, in particular through human and cultural resources. The analysis of general and specific negative factors that affect the development of the cultural, artistic and leisure spheres made it possible to identify areas for increasing the competitiveness of the animation tourism industry in Ukraine. The methods of the systemic and structural approach, scientific abstraction, and the synergistic method were used.

Keywords: tour operating, competitiveness, animation tour operating, culture, art, leisure, animation activities.



Постановка проблеми. Пізнаючи світ під час туристичних подорожей люди завжди традиційно трактують культуру і мистецтво як невід'ємну складову загального враження від спожитого туристичного продукту. Тому соціально-культурна складова туризму має потенціал збільшення його конкурентоспроможності. Для досягнення найбільшого економічного ефекту у практиці культурного туризму все ширше використовується анімаційний туроперейтинг, який комплексно поєднує ресурси культурної, історичної спадщини, мистецтва та прийоми організації дозвілля під час мандрівок. Водночас, спостерігається помітний розвиток анімаційного туроперейтингу у конкурентній боротьбі на ринку туристичних послуг і недостатня кількість актуальних наукових досліджень у даній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях О. Недзвецької розглянуто інноваційні підходи до розвитку дозвілєвої культури та анімаційних програм у сфері туризму з теоретичної, методичної та практичної точок зору [5]. І. Панова визначає сутність туристичної анімації як об'єкта дослідження та висвітлює її основні види і функції [6]. Ю. Паришкура, Т. Колісниченко, В. Демко, І. Бистра, К. Сефіханова у своїх працях узагальнюють витоки розвитку анімації та характеризують анімаційну діяльність [7]. Дослідження С.Тимчук і Л. Нещадим присвячено окремим аспектам розвитку анімаційного туроперейтингу, діяльність відповідних туристичних об'єктів анімаційного туризму в Україні [12]. У фокусі наукових пошуків Ю. Бірюкової, О. Кривеня, Н. Синюри-Ростуна розробка напрямків підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу України, аналіз проблем, які ускладнюють формування та розвиток стратегічного, соціокультурного потенціалу, людського капіталу [1]. Питання конкурентоспроможності туристичної сфери на рівні економічних районів України аналізує Н. Почерніна [9]. Н. Щербакова аналізує зміну розрахунку індексу конкурентоспроможності туристичної галузі країн (ТТСІ) та індексу розвитку туристичної галузі (ТТДІ), досліджує зміни у метриках цих індексів [13]. У своїх працях І. Соловей, Б. Луговий, З. Герасимів проводять аналіз сучасного рівня конкурентоспроможності туристичної галузі України, встановлюють місце України у рейтингу Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму та Індексом розвитку туристичної галузі [11]. Вчені М. Дарчик [2], С. Дичковський [4], А. Сивенко [10] досліджують туристичний потенціал і перспективи

розвитку культури та мистецтва, арт-туризму як елементу культурної дипломатії та міжкультурної комунікації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. За умов необхідності міждисциплінарного розгляду культурно-мистецького розвитку анімаційного туроперейтингу виникає необхідність підбору видів анімаційних технологій для різних напрямів культурного туризму. Також доцільним є пошук шляхів підвищення анімаційного туроперейтингу в Україні і виявлення негативних чинників і напрямів їх подолання.

Формулювання цілі статті: розглянути культурно-мистецький аспект підвищення конкурентоспроможності анімаційного туроперейтингу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поєднання подорожей, розваг і відпочинку дедалі більше потребує змістовного наповнення. Сфери культури та мистецтва містять у собі потужний ресурсний потенціал для підвищення конкурентоспроможності окремих туристичних продуктів і туристичної анімації в цілому. Анімаційні технології урізноманітнюються, зокрема, у напрямку культурно-пізнавальної, етно-культурної анімації. Розширення світогляду туриста, пізнання ним культури свого та інших народів, а також осмислення мистецтва цілком може бути частиною анімаційної програми як під час мандрівки, так і під час перебування у закладі розміщення [5].

Анімаційний туроперейтинг з використанням культурно-мистецьких ресурсів містить потенціал соціалізації, виховання, творчих пошуків, розвитку особистості. Витоки теоретичного дослідження культурно-пізнавальної анімації можна знайти у працях Ж. Дюмазедьє у межах поняття «соціокультурна анімація» [14].

Дозвілля несе в собі низку загроз, які пов'язані з надмірною технізацією, ризиком руйнування власної особистості із використанням окремих видів дозвілля, ризиком завдання шкоди оточуючим людям або навколишньому середовищу при безвідповідальній його організації. Однак тенденції технізації в анімаційному туроперейтингу, його цифровізація, популярність екстремальних видів дозвілля не повинні суперечити культурно-мистецькому аспекту анімації. Навпаки, синергія тенденцій попиту на ринку туристичних послуг та культурно-мистецького потенціалу дозвілєвої сфери покликана сприяти створенню конкурентоспроможних туристич-

них продуктів, змістовно наповнених турів, інноваційній інтерпретації туристичних магнітів. На цьому шляху надважливою є роль професіоналів анімаційного туропереїтингу та їх розуміння як запитів споживачів, так і перспектив розвитку соціокультурної сфери регіону, країни, світу.

Анімаційний туропереїтинг передбачає створення комплексної туристичної послуги, активним учасником якої є сам турист. Тому важливо перед створенням продукту дослідити цільову аудиторію детально, не виключено також використання індивідуального підходу.

Анімаційний туропереїтинг охоплює три форми [6]:

1. Анімаційна подорож передбачає формування туру, ціллю якого є занурення туриста у спеціально розроблену програму, яка триває увесь період надання туристичної послуги. Туристичним операторам доцільно у цьому випадку багатогранно розкрити, наприклад, культурний, етнічний, мистецький потенціал територій, якими мандрує турист. Для різноманітності вражень поєднуються перформанси, івенти, екскурсії, майстер-класи, творчі вечори, арт-туристичні заходи тощо.

2. Наповнення туру пропозиціями участі у анімаційних заходах, підібраних для туристів за їхніми інтересами. При цьому варто подбати про змістовну наповненість анімаційних заходів, яка б справляла враження єдиної анімаційної програми. Тут на допомогу туроператорам також приходить культурно-мистецький потенціал дозвілля.

3. Анімаційні програми готельних комплексів. Вони часто стають визначальною конкурентною перевагою туристичного продукту, який обирає споживач. Організація активного і наповненого дозвілля у закладі розміщення може приваблювати різні типи туристів – як шанувальників спокійного, так і прихильників активного відпочинку. Однак, у пошуках сценаріїв анімаційних програм для готельних комплексів розробники стикаються з необхідністю створення вражень, які запам'ятовуються гостем у тривалій перспективі. Це можливо, якщо зміст не поверховий, а містить компоненти внутрішнього збагачення, розвитку, пізнання, здивування, емоційного наповнення. Такого ефекту можна досягти, використовуючи різні види мистецтва, апелюючи до культурних та історичних надбань.

Анімаційний туропереїтинг забезпечує усі функції анімації – адаптаційну, компенсаційну, освітню, стабілізуючу, оздоровчу, інформа-

ційно-культурну. І культурно-мистецький аспект містить в собі ресурси не лише для забезпечення останньої з перелічених функцій. Його можна вдало імплементувати у анімаційні програми з різними пріоритетними функціям. Але процес розробки має бути максимально фаховим, щоб уникнути таких ризиків:

1. Недостатня кваліфікація безпосередніх надавачів анімаційної послуги в туризмі. Поверхневі або спотворені знання у областях культури, мистецтва, історії, етнології.

2. Невідповідність вимогам ринку інтерпретації культурно-історичної та природної спадщини туристичних дестинацій зацікавленими стейкхолдерами із числа органів місцевого самоврядування та бізнесу.

3. Зростаючі кількісно і якісно потреби споживачів туристичних послуг, які потребують нових конкурентоспроможних продуктів із застосуванням анімації [6].

Анімаційний туропереїтинг передбачає поєднання технологій розробки туру, спрямованого на надання анімаційної послуги за певною сюжетною лінією з візуальним та аудіальним супроводом. Максимально охопити культурні, історичні, мистецькі та етнічні надбання країни або регіону можна з використанням культурно-пізнавальної та творчої анімаційних програм. Тур може включати в себе відвідування виставок, музеїв, театрів, цирків, карнавалів, ярмарок, концертів, фольклорних заходів, творчих зустрічей, майстер-класів від діячів культури, мистецтва [7].

Використання культури та мистецтва у анімаційному туропереїтингу можна деталізувати за напрямками культурного туризму (таблиця 1).

Розвиток анімаційного туропереїтингу відкриває можливості підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери регіонів і, як наслідок, їх розвитку:

1. Зростання потоку туристів у несезонні періоди.

2. Розробка нових туристичних маршрутів.

3. Підвищення зайнятості.

4. Розвиток музейної справи та збереження архітектурних пам'яток.

5. Збереження культурних цінностей.

6. Доступність культурної спадщини.

7. Збереження традицій.

8. Взаємне толерантне ставлення представників різних народів, культур і релігій.

Культура і мистецтво володіють унікальним потенціалом для підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів і туристичної сфери регіонів. Професійна

Таблиця 1

**Напрями використання культурно-мистецького потенціалу
у анімаційному туropolерейтингу**

Напрямок культурного туризму	Ресурсний потенціал	Використання у анімаційному туropolерейтингу
Подієвий	Мистецькі фестивалі, традиційні регіональні святкування, шоу, тематичні виставки тощо	Організація турів з однією яскравою подією, але з доповненням у формі залучення аніматорами туриста до творчості, культурного компоненту, символіки даної події. Надання можливості взяти у даній події участь не лише як спостерігачеві, а й як безпосередньо учасника. Отримання пам'ятного сувеніра.
Археологічний	Пам'ятники давнини, розкопи	Важлива частина такого туру полягає у інформуванні туриста про історико-культурну складову локації. Тому аніматор повинен мати відповідну кваліфікацію. Пізнавальну частину потрібно обов'язково поєднати з активністю туриста – як от екскурсія та участь у розкопках, описі, пошуку інформації тощо.
Історико-архітектурний	Пам'ятки архітектури, зокрема ансамблі, пам'ятні історичні місця	Екскурсії у даному випадку доцільно доповнювати анімаційними прийомами – костюмування, залучення акторів, реконструкція історичних подій, залучення туриста до виконання ролі, фотосесії.
Етнографічний	Традиції місцевого населення, фольклор, побут, мова, звичаї, творчість	Важливо зробити акцент на можливості туриста відчувати себе на деякий час частиною культури народу, з якою він знайомиться. Майстер-класи, участь у івентах, вивчення мови, виконання побутових дій у традиційній обстановці, участь у фольклорних заходах, костюмування тощо.
Релігійний	Релігійні звичаї, культові споруди, місця паломництва, обряди	Анімаційні працівники повинні бути особливо толерантними, неупередженими, не виявляти проявів дискримінації під час супроводу туристів. Вони повинні мати відповідні знання, якими ділитимуться з туристами. Доцільною є форма вербальної анімації, надання туристам можливості прослуховування органної музики, медитації, молитви, виконання ритуалів, які не суперечать чинному законодавству і моральним нормам; проживання у аскетичних умовах.
Арт-туризм	Театри, перформанси, виставки, мистецькі фестивалі, покази мод, місця, пов'язані з кіноіндустрією чи письменництвом.	Такі тури більш привабливі для туристів, якщо поєднують у собі різні мистецькі прояви і дають можливість людині отримати великий спектр емоцій від кількох заходів на різних локаціях. Важливо надати туристам можливість реалізувати своє натхнення у формі творчої діяльності. Завдання аніматора розширити кругозір туриста і надати йому можливість сформулювати своє ставлення до різних видів мистецтва.
Музейний	Музей, виставки, презентації	Такі тури можуть орієнтуватись на відвідання одного великого музею чи виставки, але краще надати можливість туристу охопити під час туру різні тематичні локації. Доцільним є організація обговорення побаченого, отримання кваліфікованого пояснення сутності мистецьких напрямків. Можна організувати творчі зустрічі з митцями.
Креативний	Майстер-класи	Для ефективного залучення туриста до творчості обов'язковими є варіативність творчих занять, інформування про технологію обраної творчої діяльності, залучення фахівців для підтримки учасників туру, екскурсії, виставки та дегустації для натхнення до творчої діяльності.

Джерело: сформовано авторами

інтерпретації нематеріальної (традицій, кухні, обрядовості, творчості, нематеріальні твори мистецтва) і нематеріальної культурної спадщини (історико-архітектурні пам'ятки, матеріальні твори мистецтва) може стати основою розробки турів, маршрутів. Створюється унікальна комерційна пропозиція як громадами, так і суб'єктами господарювання. Водночас, саме комерціалізація культурно-мистецького потенціалу у сфері туризму уможливорює зростання фінансування на збереження, відновлення і примноження культурної спадщини [2].

Особливого значення у структурі туристичного продукту для туриста набувають емоційні переживання і нові враження, пов'язані не лише від споглядання, а й від включеності у тематичні події. Тут туристи розподіляються на більш і менш обізнаних у культурно-мистецьких питаннях, що обов'язково необхідно враховувати під час розробки турів. Для цього туроператори мають використовувати синергетичний ефект, поєднуючи ефективні анімаційні технології з наявними та тенденційними культурно-мистецькими ресурсами [4].

Для оцінки конкурентоспроможності туризму з 2021 р. використовують індекс конкурентоспроможності туризму та подорожей (Travel and Tourism Development Index, TTDI), який спрямовує сталий розвиток сектора подорожей і туризму на забезпечення розвитку країни [15]. Світова сфера туризму гостро

відчуває потребу в стійкості, адаптивності, інклюзивності. Тому індекс TTDI включає екологічну, соціальну стійкість, цифровізацію, інновації, адаптацію до викликів, екологічність тощо. На відміну від введеного раніше Travel and Tourism Development Index (TTDI) індекс TTDI зорієнтований на довгостроковій перспективі розвитку туризму [13].

Україна має потенціал для підвищення конкурентоспроможності туризму. У 2019 р. вона посіла 78-ме місце в рейтингу 140 країн (у попередньому періоді вона була 88-мою). Найбільшою проблемою була визначена транспортна інфраструктура, водночас людські та культурні ресурси були високо оцінені [14]. З 2022 р. з початком повномасштабного вторгнення ворога на територію України її не включали до рейтингу TTDI. Ключовим параметром зниження конкурентоспроможності туризму сьогодні, безперечно, виступає безпековий аспект, який полягає у зниженні стабільності подорожі для туриста, скороченні іміджу, скорочення інвестиційної активності галузі, знищення частини туристичних ресурсів, зниження доходів населення [1; 11].

Анімаційний туроперейтинг попри активний розвиток у світі і Україні стикається з негативними чинниками розвитку як загального, так і специфічного характеру (рис. 1).

Для досягнення економічного розвитку сфери анімаційного туроперейтингу варто акцентувати увагу на створенні інвестицій-



Рис. 1. Подолання негативних чинників розвитку анімаційного туроперейтингу в Україні

Джерело: сформовано на основі [1]

ного клімату, підвищенні якості сервісу і створенні привабливого бренду.

Офіційні статистичні дані 2021 р. підтверджують інтерес бізнесу і споживачів до анімаційного туropolерейтингу і культурного туризму [3; 8]: індекс капітальних інвестицій у мистецтво, спорт, розваги та відпочинок 2021 р. становив 201,5 % і був найвищим за останні 5 років; кінцеві споживчі витрати домашніх господарств на відпочинок і культуру зросли за рік на третину.

Дослідники відзначають, що в останні роки спостерігаються нові тенденції у культурно-мистецькій сфері: суспільство цікавиться культурними діями минулого, змінюють ставлення до історико-архітектурних пам'яток, культурного надбання, традицій. Регіони України для розвитку туризму все більше роблять акцент на своїй автентичності, а туристичні оператор розробляють нові колоритні туристичні продукти, у тому числі з використанням анімаційних технологій [10]. Для посилення позитивних тенденцій потрібно сприяння з боку держави, органів місцевого самоврядування, освітніх, наукових установ та приватних інвесторів.

Висновки. Встановлено, що анімаційний туropolерейтинг передбачає створення комплексної туристичної послуги, активним учасником якої є сам турист, і охоплює три формами: анімаційна подорож, наповнення туру пропозиціями участі у анімаційних заходах, анімаційні програми готельних комплексів. Високого ефекту анімаційних турів можна досягти, використовуючи різні види мисте-

цтва, апелюючи до культурних та історичних надбань. Встановлено, що анімаційний туropolерейтинг забезпечує усі функції анімації, ризики виконання яких наведено у статті.

Акцентовано увагу на тому, що культурно-пізнавальні та творчі анімаційні програми максимально використовують культурні, історичні, мистецькі та етнічні надбання країни або регіону. Визначено вісім напрямів використання культурно-мистецького потенціалу у анімаційному туropolерейтингу, для кожного з яких підібрано ресурсний потенціал і запропоновано приклади використання у анімаційному туropolерейтингу.

Наведено механізм підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери регіонів шляхом розвитку анімаційного туropolерейтингу. Наголошено, що при створенні туристичного продукту доцільна синергія ефективних анімаційних технологій з наявними та популярними культурно-мистецькими ресурсами.

За індексом конкурентоспроможності туризму та подорожей і аналізом статистичних даних показано, що Україна до 2021 р. мала потенціал для підвищення конкурентоспроможності туризму. Найбільшою проблемою була визначена транспортна інфраструктура, водночас людські та культурні ресурси були високо оцінені. Аналіз загальних і специфічних негативних чинників, які впливають на розвиток культурної, мистецької і дозвіллевої сфер, уможливив визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності анімаційного туropolерейтингу України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бірюкова Ю.А., Кривень О.В., Синюра-Ростун Н.Р. Підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу України. *Економічний простір*. № 190, 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-48>
2. Дарчик М. Теоретичні основи дослідження туристичного потенціалу культурно-мистецького явища українського бароко. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. № 3/4(90/91)/2024. С. 103-107. DOI: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2024.90-91.14>
3. Державний комітет статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25 грудня 2025 р.);
4. Дичковський С. І. Культурний туризм індустріальної епохи: глобальні та локальні перспективи. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. № 2'2020. С. 17-26.
5. Недзвецька О. В. Сучасні підходи до розвитку дозвіллевої культури та анімаційних програм у туризмі: теорія, методологія, практика. *Наукові перспективи*. № 12(54) 2024. С. 788-798. URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12\(54\)-788-798](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12(54)-788-798)
6. Панова І. О. Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг у туризмі. *Бізнес Інформ*. № 6. 2021. С. 170–175. https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_6_0_170_175
7. Паришкура Ю. В., Колісниченко Т. О., Демко В. С., Бистра І. І., Сефіханова К. А. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. № 1 (11) 2024. С. 40-45. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.7)

8. Портал відкритих даних Дія. URL: <https://data.gov.ua/dataset/e0896c50-f438-40fb-84d3-92ec14733f40/resource/65b15b3c-c1c4-4080-8d00-76606d4ca4f7> (дата звернення: 25 грудня 2025 р.)
9. Почерніна Н. Конкурентоспроможність туристичної сфери на рівні макрорегіонів у фокусі теорії регуляції. *Економіка та суспільство*. Випуск № 66 / 2024. С. 265-268. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-80>
10. Сивенко А. В. Арт-туризм як елемент культурної дипломатії та міжкультурної комунікації. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio*. № 3, 2025. С. 178-191. DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-16>
11. Соловей І.С., Луговий Б.В., Герасимів З.М. Оцінка рівня конкурентоспроможності туристичної галузі України. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*, № 1 (90), 2025 С. 216-226. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2025-1-216-226>.
12. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Перспективи розвитку анімаційного туropolерейтингу в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 65. С.123-127.
13. Щербакова Н.О. Оцінювання рівня конкурентоспроможності туристичної галузі країн світу. *Вісник КНЛУ. Серія Історія, економіка, філософія*. 2021. Випуск 26. С. 57-71. DOI: <http://doi.org/10.32589/24129321.26.2021.269895>
14. Dumazedier J. Vers une civilisation du loisir? Paris, 1962. 319 p.
15. Travel & Tourism Economic Impact, 2021. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf

REFERENCES:

1. Biriukova Yu.A., Kryven O.V., Syniura-Rostun N.R. Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnoho biznesu Ukrainy (2024). [Increasing the competitiveness of Ukraine's tourism business]. *Ekonomichnyi prostir*. № 190. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-48> (in Ukrainian).
2. Darchyk M. Teoretychni osnovy doslidzhennia turystychnoho potentsialu kulturno-mystetskoho yavyshcha ukrainskoho baroko (2024). [Theoretical foundations of research into the tourism potential of the cultural and artistic phenomenon of the Ukrainian Baroque]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. № 3/4(90/91) (pp. 103-107). DOI: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2024.90-91.14> (in Ukrainian).
3. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [State Statistics Committee of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian).
4. Dychkovskiy S. I. (2020) Kulturnyi turizm industrialnoi epokhy: hlobalni ta lokalni perspektyvy. (2020). [Cultural tourism in the industrial era: global and local perspectives]. *Bulletin of the National Academy of Culture and Arts Management*. № 2'2020 (pp. 17-26).
5. Nedzvetska O. V. Suchasni pidkhody do rozvytku dozvillievoi kultury ta animatsiinykh prohram u turyzmi: teoriia, metodolohiia, praktyka. (2024). [Modern approaches to the development of leisure culture and animation programs in tourism: theory, methodology, practice]. *Naukovi perspektyvy*. № 12(54) (pp. 788-798). DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-48> (in Ukrainian).
6. Panova I. O. Teoretychni osnovy doslidzhennia animatsiinykh posluh u turyzmi. (2021). [Theoretical foundations of research into animation services in tourism]. *Biznes Inform*. № 6 (pp. 170–175). Available at: https://www.business-inform.net/article/?year=2021&abstract=2021_6_0_170_175 (in Ukrainian).
7. Paryshkura Yu. V., Kolisnychenko T. O., Demko V. S., Bystra I. I., Sefikhanova K. A. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. (2024). [Origins of development and characteristics of animation services in tourism]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*. № 2(11) (pp. 40-45). DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.7) (in Ukrainian).
8. Portal vidkrytykh danykh Diia [Open Data Portal Diia]. Available at: <https://data.gov.ua/dataset/e0896c50-f438-40fb-84d3-92ec14733f40/resource/65b15b3c-c1c4-4080-8d00-76606d4ca4f7> (in Ukrainian)
9. Pochernina N. Konkurentospromozhnist turystychnoi sfery na rivni makrorehioniv u fokusi teorii rehuliatcii.. (2024). [The competitiveness of the tourism sector at the level of macroregions is in the focus of regulation theory]. *Naukovi perspektyvy*. Vypusk № 66 (pp. 265-268). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-80> (in Ukrainian).
10. Syvenko A. V. Art-turizm yak element kulturnoi dyplomatii ta mizhkulturnoi komunikatsii. (2025). [Art tourism as an element of cultural diplomacy and intercultural communication]. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio*. № 3 (pp. 178-191). DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-16> (in Ukrainian).

11. Solovei I.S., Luhovyi B.V., Herasymiv Z.M. Otsinka rivnia konkurentospromozhnosti turystychnoi haluzi Ukrainy. (2025). [Assessment of the level of competitiveness of the tourism industry of Ukraine]. *Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti*. № 1 (90) (pp. 216-227). DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2025-1-216-226> (in Ukrainian).
12. Tymchuk S.V., Neshchadym L.M. Perspektyvy rozvytku animatsiinoho turopereitynhu v Ukraini. (2022). [Prospects for the development of animation tour operating in Ukraine]. *Infrastruktura rynku*. № 65 (pp. 123-127). (in Ukrainian).
13. Shcherbakova N.O. Otsiniuvannia rivnia konkurentospromozhnosti turystychnoi haluzi krain svitu. (2021). [Assessing the level of competitiveness of the tourism industry in countries around the world. *Visnyk KNLU. Seriia Istorii, ekonomika, filosofiia*. Випуск 26 (pp. 57-71). DOI: http://doi.org/10.32589/2412_9321.26.2021.269895 (in Ukrainian).
14. Dumazedier J. (1962) Vers une civilisation du loisir? Paris. 319 p.
15. Travel & Tourism Economic Impact, 2021. Available at: [https:// www3. weforum. org/ docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf)