

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/D2026-86-228>

УДК 338.48(477):339.92

ТУРИСТИЧНА СФЕРА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

THE TOURISM SECTOR OF UKRAINE IN THE SYSTEM OF EUROPEAN INTEGRATION TRANSFORMATIONS OF SOCIAL POLICY

Долинська Олеся Олегівна

доктор філософії, доцент,

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7977-5700>

Dolynska Olesia

Khmelnytskyi Humanitarian-Pedagogical Academy

У статті досліджено процеси інтеграції національного ринку туристичних послуг України у глобальне та євро інтеграційне середовище як важливого чинника реалізації соціальної політики держави. Обґрунтовано роль туристичної сфери як багатофункціонального інструменту впливу на рівень зайнятості, доходи населення та якість життя. Проаналізовано ключові теоретичні підходи до вивчення туризму, зокрема концепції сталого розвитку, конкурентоспроможності та соціального туризму. Визначено основні складові інтеграційних процесів: економічну, соціальну, екологічну та інституційну. Розкрито значення державного регулювання, цифровізації та інституційного забезпечення розвитку туристичного ринку. Доведено, що інтеграція туристичних послуг сприяє економічному зростанню, розвитку підприємництва та формуванню позитивного міжнародного іміджу країни. Окреслено перспективи подальших досліджень у сфері підвищення ефективності функціонування туристичної галузі.

Ключові слова: туристичні послуги, національний туристичний ринок, євроінтеграція, глобалізація, соціальна політика, конкурентоспроможність, сталий розвиток, якість життя.

The article examines integration processes of the national tourism services market of Ukraine in to the global and European integration environment as a key factor in implementing social policy. The tourism sector is analyzed as a multifunctional instrument influencing employment levels, population income, and quality of life. The paper identifies and generalizes the main theoretical approaches to the study of tourism, including concepts of sustainable development, competitiveness, social and inclusive tourism. Special attention is paid to the institutional, economic, social and environmental components of integration processes. The purpose of the article is to provide a theoretical substantiation and a comprehensive analysis of the processes of integrating Ukraine's national tourism services market into the global and European integration environment, as well as to determine their impact on the implementation of social policy, the enhancement of the tourism sector's competitiveness, and the improvement of the population's quality of life. The importance of state policy in regulating the tourism market, ensuring its adaptation to European standards, and stimulating investment and innovation activity is substantiated. The article highlights the role of digitalization in the transformation of tourism services and improving their accessibility and quality. It is determined that the integration of the national tourism market contributes to economic growth, development of entrepreneurship, creation of jobs, and strengthening of social security. The positive impact of tourism on related industries, including transport, accommodation, and service sector, is also emphasized. The paper proves that integration processes enhance the country's international image and increase its competitiveness in the global tourism market. Particular attention is given to challenges caused by external factors, such as pandemic and war, as well as post-crisis recovery trends in the tourism sector. The findings confirm that tourism is an effective instrument of socio-economic development and European integration of Ukraine. The prospects for further research are determined in the context of improving mechanisms of state regulation, digital transformation, and development of sustainable and inclusive tourism.

Keywords: tourism services, national tourism market, European integration, globalization, social policy, competitiveness, sustainable development, quality of life.



Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та євроінтеграційних процесів розвиток національного ринку туристичних послуг набуває стратегічного значення як складова соціально-економічної політики держави. Інтеграція туристичної сфери України у глобальне та європейське середовище виступає важливим чинником підвищення ефективності реалізації соціальної політики, спрямованої на забезпечення потреб населення, підвищення якості життя та соціального добробуту.

Інтеграція передбачає гармонізацію національної туристичної політики із європейськими стандартами, впровадження сучасних механізмів регулювання туристичного ринку, а також адаптацію інституційного середовища до вимог міжнародної конкуренції. Такий підхід сприяє формуванню конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного забезпечити інтеграцію України до світового туристичного простору. Важливим аспектом інтеграції є її вплив на якість життя населення, яка розглядається як інтегральний показник ефективності соціальної політики. Туристична сфера забезпечує задоволення широкого спектра потреб населення, включаючи рекреаційні, культурні, соціальні та духовні, що сприяє підвищенню рівня соціального комфорту та добробуту.

Розкриття ролі туристичної сфери як інструменту реалізації соціальної політики потребує ґрунтового теоретичного обґрунтування, що спирається на міждисциплінарні підходи сучасної економічної, соціальної та інституційної науки. Зважаючи на багатовимірність впливу туризму на зайнятість населення, рівень доходів, якість життя та соціальну безпеку, доцільним є звернення до фундаментальних наукових концепцій, які дозволяють системно пояснити зазначені процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З цією метою доцільно розглянути ключові теорії та наукові підходи, які визначають сучасне розуміння функціонування туристичної сфери в системі соціально-економічних відносин. Поняття якості життя як інтегрального показника соціального розвитку обґрунтовано у працях А. Sen [16] та J. Stiglitz [17]. Основні положення: добробут визначається не лише доходами, а й можливостями людини; соціальна політика має забезпечувати доступ до послуг, у тому числі туристичних. Вплив туризму на економіку досліджено D. Ricardo [12] (опосередковано) та сучасними дослідниками туризму, зокрема L. Dwyer [11]. Дове-

дено, що туризм генерує мультиплікативний ефект; сприяє зростанню ВВП та зайнятості.

Концепція конкурентоспроможності, розроблена М. Porter [14], пояснює здатність галузей і країн досягати сталих переваг у глобальному середовищі. У сфері туризму конкурентоспроможність формується під впливом комплексу взаємопов'язаних факторів. Насамперед, важливу роль відіграє рівень розвитку інфраструктури, що включає транспортну доступність, засоби розміщення та туристичні об'єкти. Не менш значущим є якість туристичних послуг, яка визначає задоволеність і лояльність споживачів. Крім того, вагомий вплив має інституційне середовище – ефективність державного управління, регуляторна політика та підтримка туристичної галузі. Таким чином, конкурентоспроможність туристичних послуг є результатом синергії матеріальних ресурсів, рівня сервісу та сприятливих умов функціонування галузі, що разом забезпечують її привабливість і стійкі позиції на міжнародному ринку [14].

Соціальний та інклюзивний туризм досліджується у працях S. McCabe та ін. Основні ідеї: доступність туризму для всіх груп населення; зменшення соціальної нерівності; підвищення якості життя [13]. Концепція сталого розвитку була сформульована у доповіді United Nations «Brundtland Report», яка підкреслює необхідність гармонійного поєднання економічного зростання, соціального добробуту та збереження довкілля [15].

Суттєвий внесок у розвиток теоретичних і прикладних аспектів туризму зробили українські науковці, праці яких є важливою базою для дисертаційних досліджень. Зокрема, Т. Ткаченко досліджує економіку туризму, розкриваючи механізми функціонування галузі та її вплив на національну економіку [9]. В. Ки́фяк зосереджується на питаннях розвитку туристичного ринку, аналізуючи його структуру та тенденції [2]. О. Любіцева вивчає географію туризму, зокрема територіальну організацію туристичних ресурсів і потоків [3]. Водночас М. Мальська досліджує управління туристичною діяльністю, акцентуючи увагу на ефективних моделях організації галузі [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість наукових праць, присвячених розвитку туристичної сфери та її соціально-економічному значенню, недостатньо дослідженими залишаються питання трансформації туристичної політики України в умовах євроінтеграційних процесів. Зокрема, потребують подальшого

наукового обґрунтування механізми інтеграції європейських стандартів у сферу туризму як складову соціальної політики держави, а також визначення ролі туристичної сфери у забезпеченні соціальної згуртованості, зайнятості населення, регіонального розвитку та підвищення якості життя. Недостатня увага приділяється аналізу інституційних змін, адаптації національної туристичної інфраструктури до європейських вимог і формуванню ефективної моделі державної підтримки туристичної галузі в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування та комплексний аналіз процесів інтеграції національного ринку туристичних послуг України у глобальне та євроінтеграційне середовище, а також визначення їх впливу на реалізацію соціальної політики, підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери та покращення якості життя населення.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: дослідити теоретичні засади функціонування туристичної сфери в системі соціальної політики; проаналізувати вплив євроінтеграційних процесів на розвиток туристичної галузі України; визначити основні напрями трансформації державної політики у сфері туризму відповідно до європейських стандартів; охарактеризувати соціально-економічне значення туристичної сфери в умовах сучасних викликів; обґрунтувати перспективи розвитку туристичної сфери України в контексті європейської інтеграції та удосконалення соціальної політики держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічні, соціальні та екологічні теорії формують комплексне бачення ролі туризму як інструменту підвищення якості життя населення, забезпечення зайнятості та досягнення соціальної стабільності. Результатом такого впливу є досягнення ключових цілей соціальної політики, зокрема підвищення рівня зайнятості населення, покращення якості життя, зміцнення соціальної безпеки та забезпечення соціальної інтеграції.

У структурі інтеграційних процесів доцільно виокремити такі ключові складові: 1) культурна складова, яка передбачає збереження та популяризацію національної культурної спадщини, розвиток культурного туризму та формування позитивного іміджу країни на міжнародному рівні; 2) демографічна складова, що проявляється у впливі туризму на

мобільність населення, зменшення міграційних дисбалансів та стимулювання розвитку людського потенціалу; 3) громадянська складова, яка сприяє розвитку соціальної активності населення, формуванню громадянської свідомості та інтеграції у європейський соціокультурний простір; 4) рекреаційна складова, що забезпечує відновлення фізичних та психоемоційних ресурсів населення, підвищення продуктивності праці та загального рівня життєдіяльності; 5) екологічна складова, яка передбачає розвиток сталого туризму, раціональне використання природних ресурсів та збереження довкілля.

Інтеграція національного туристичного ринку у глобальне середовище також сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг, що досягається через впровадження міжнародних стандартів якості, розвиток інноваційних форм обслуговування та цифровізацію туристичної діяльності. Це, у свою чергу, стимулює розвиток підприємництва у сфері туризму, підвищує рівень інвестиційної привабливості галузі та сприяє формуванню сучасної туристичної інфраструктури.

Суттєвим результатом інтеграційних процесів є забезпечення економічного зростання, яке проявляється у збільшенні обсягів туристичних потоків, зростанні доходів суб'єктів господарювання та наповненні державного бюджету. Туризм виступає мультиплікатором економічного розвитку, впливаючи на суміжні галузі, зокрема транспорт, готельний бізнес, сферу харчування та розваг.

Водночас інтеграція туристичного ринку має важливе значення для забезпечення соціальної безпеки, оскільки сприяє підвищенню рівня зайнятості населення, створенню нових робочих місць та розвитку самозайнятості. Туристична сфера характеризується високою трудомісткістю, що дозволяє залучати різні категорії населення до економічної діяльності, у тому числі молодь, жінок та осіб, які проживають у сільській місцевості.

Особливого значення набуває розвиток самозайнятості населення, який реалізується через створення малих підприємств у сфері туризму, розвиток сімейного бізнесу, зеленого туризму та локальних туристичних ініціатив. Це сприяє диверсифікації джерел доходів населення та зменшенню рівня безробіття.

Розвиток туристичної сфери у контексті євроінтеграції також передбачає формування сучасної інфраструктури та ринкових послуг, що відповідають міжнародним стандартам якості та безпеки. Це включає модернізацію

транспортної системи, розвиток готельного господарства, впровадження цифрових технологій у сфері обслуговування та створення комфортного середовища для туристів.

Крім того, інтеграція сприяє формуванню позитивного іміджу країни, що має важливе значення для залучення іноземних туристів та інвесторів. Туризм виступає інструментом міжнародної комунікації, який дозволяє презентувати країну як привабливу туристичну дестинацію та підвищувати її конкурентні позиції на світовому ринку.

У соціальному вимірі інтеграція туристичного ринку забезпечує: 1) підвищення рівня зайнятості населення; 2) зростання доходів та добробуту; 3) створення нових робочих місць; 4) зниження рівня безробіття; 5) покращення якості життя населення.

Інтеграція національного ринку туристичних послуг у глобальне та євроінтеграційне середовище виступає важливим напрямом реалізації соціальної політики держави. Вона забезпечує підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери, стимулює економічне зростання, сприяє розвитку зайнятості та самозайнятості населення, а також підвищує рівень соціального комфорту та якості життя. Комплексний характер інтеграційних процесів дозволяє розглядати туризм як ефективний інструмент соціально-економічного розвитку та інтеграції України у європейський та світовий простір.

Важливо зазначити, що у 2024 році Україну відвідало понад 2,54 млн іноземців [8]. У 2022 році доходи від туризму зменшилися більш ніж на третину [6]. У 2025 році податкові надходження перевищили 1,8 млрд грн (півріччя) [5]. Влітку 2025 року спостерігається поступове відновлення туристичної галузі після кризи за даними аналітичних джерел цього літа туристичний потік в Україні зріс на 70 % [7].

Наведені статистичні дані свідчать про значну залежність розвитку туристичної сфери України від зовнішніх кризових чинників, зокрема пандемії COVID-19 та повномасштабної війни. Водночас позитивна динаміка 2023–2024 років демонструє поступове відновлення галузі, що супроводжується зростанням туристичних потоків, податкових надходжень та зайнятості населення. Це підтверджує високий потенціал туристичної сфери як інструменту реалізації соціальної політики, спрямованої на підвищення рівня зайнятості, доходів населення та загального соціального добробуту.

Додатково слід зазначити, що розвиток туристичної сфери як складової соціальної політики супроводжується низкою системних ефектів, серед яких важливе місце займають інституційне забезпечення, цифровізація послуг, інклюзивність доступу до туристичних ресурсів, а також орієнтація на принципи сталого розвитку. Туризм виступає не лише чинником економічного зростання та підвищення зайнятості населення, але й інструментом розвитку людського капіталу, формування позитивного міжнародного іміджу держави та підвищення соціальної резильєнтності суспільства в умовах сучасних викликів [12].

Важливим напрямом посилення соціально-економічного ефекту розвитку туристичної сфери є інституційне забезпечення функціонування ринку туристичних послуг. У цьому контексті ключову роль відіграє держава, яка формує нормативно-правову базу, визначає стратегічні пріоритети розвитку туризму та забезпечує регуляторні механізми підтримки галузі. Ефективна державна політика у сфері туризму сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг, стимулює інвестиційну активність, створює передумови для розвитку сучасної інфраструктури та забезпечує баланс між економічними, соціальними й екологічними інтересами.

Водночас сучасні тенденції розвитку туристичного ринку зумовлюють необхідність переходу до моделі багаторівневого управління, що передбачає активну взаємодію державних органів, бізнес-структур та місцевих громад. Така взаємодія забезпечує узгодження інтересів різних суб'єктів ринку, сприяє ефективнішому використанню туристичного потенціалу територій та підвищує рівень зайнятості населення, зокрема через розвиток малого та середнього підприємництва і самозайнятості [10].

Особливого значення набуває розвиток механізмів публічно-приватного партнерства, які виступають інструментом мобілізації фінансових, організаційних та інноваційних ресурсів для реалізації туристичних проєктів. Використання таких механізмів дозволяє зменшити навантаження на державний бюджет, прискорити модернізацію туристичної інфраструктури та підвищити якість туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів.

Отже, інституційне забезпечення розвитку туристичних послуг слід розглядати як один із ключових факторів стабільності соціальної політики, оскільки воно створює умови для підвищення зайнятості населення, зростання

доходів, покращення якості життя та забезпечення соціальної безпеки в умовах трансформації економіки [1]. Функції основних суб'єктів інституційного забезпечення розвитку туристичних послуг описано в таблиці 1.

З огляду на багаторівневий характер інституційного забезпечення розвитку туристичної сфери та його вплив на реалізацію соціальної політики, доцільним є систематизувати функції ключових суб'єктів цього процесу. Такий підхід дозволяє чітко визначити роль кожного учасника у формуванні соціально-економічних результатів, зокрема у підвищенні зайнятості населення, розвитку підприємництва та забезпеченні якості туристичних послуг. Узагальнення функцій основних суб'єктів інституційного забезпечення розвитку туристичних послуг свідчить про необхідність їх узгодженої та системної взаємодії для досягнення ефективних соціально-економічних результатів.

Водночас для більш глибокого розуміння механізмів реалізації соціальної політики у туристичній сфері доцільно візуалізувати характер взаємозв'язків між ключовими учасниками цього процесу. З цією метою на рис. 1 представлено модель взаємодії суб'єктів (держава – бізнес – громади), яка відображає їх функціональну взаємозалежність та спрямованість на забезпечення зайнятості населення, зростання доходів і підвищення якості життя [3].

Нами запропоновано модель (рисунок 1), що відображає взаємодію ключових суб'єктів:

держава – бізнес – громади.

Представлена модель відображає взаємодію ключових суб'єктів інституційного забезпечення розвитку туристичних послуг, серед яких провідну роль відіграє держава як регулятор та стратегічний координатор. Бізнес-структури забезпечують безпосереднє надання туристичних послуг, інвестиційну активність і створення робочих місць, тоді як місцеві громади виступають носіями туристичного потенціалу та соціального капіталу. Взаємодія цих суб'єктів формує комплекс соціально-економічних результатів, зокрема підвищення рівня зайнятості, зростання доходів населення, покращення якості життя та забезпечення соціальної безпеки.

Таким чином, туристична сфера не лише реагує на кризові виклики, але й виступає інструментом відновлення соціально-економічної системи, сприяючи підвищенню рівня зайнятості, стабілізації доходів населення та формуванню стійких передумов для подальшого розвитку. У цьому контексті забезпечення резильєнтності туристичного ринку є одним із ключових пріоритетів державної соціально-економічної політики.

З метою узагальнення викладених теоретичних положень та наочного відображення ролі туристичної сфери у підвищенні соціально-економічної резильєнтності держави, доцільно представити відповідну структурно-логічну схему (Таблиця 1).

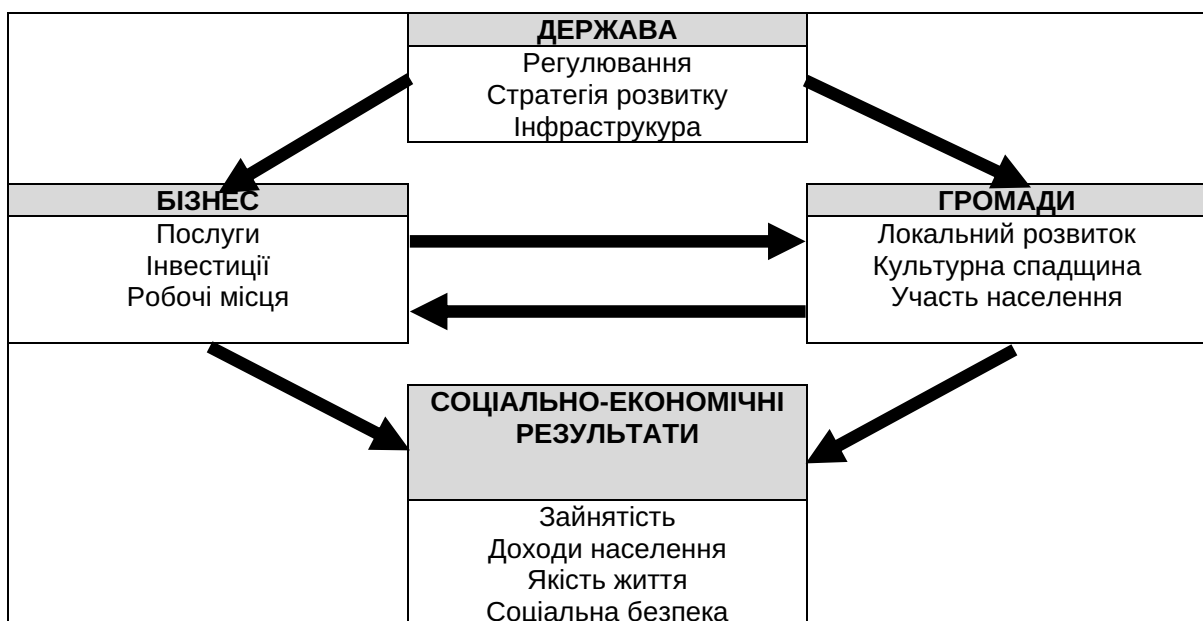


Рис. 1. Модель взаємодії суб'єктів у системі розвитку туристичних послуг (держава – бізнес – громади)

Джерело: сформовано автором на основі [1–3]

Таблиця 1

Туристична сфера як чинник підвищення соціально-економічної резильєнтності і держави в умовах кризових трансформацій

Підвищення соціально-економічної резильєнтності держави у туристичній сфері		
Кризові виклики	Інституційні умови	Позитивні результати
Пандемії	Стратегічне планування	Економічне Зростання
Економічні кризи	Державна підтримка	Стабільна зайнятість
Соціальна нестабільність	Партнерство з бізнесом	Зростання доходів населення
Кліматичні зміни		Покращення якості життя

Джерело: сформовано автором на основі [5–8]

Отже, представлені концептуальні моделі дозволяють системно узагальнити взаємозв'язок між теоретичними підходами до розвитку туристичної сфери та практичними результатами реалізації соціальної політики.

Висновки. Туризм виступає не лише сектором економіки, а й важливим соціальним інструментом, який забезпечує підвищення добробуту населення, розвиток ринку праці, зростання конкурентоспроможності країни та її інтеграцію у світовий соціально-економічний простір. Таким чином, інституційне та теоретичне забезпечення розвитку туристичних послуг є необхідною умовою формування ефективної соціальної політики, орієнтованої на потреби людини та забезпечення високого рівня соціального комфорту.

Проведений аналіз дозволяє дійти висновку, що туристична сфера виступає складним багаторівневим механізмом реалізації соціальної політики, який поєднує економічні, соціальні, екологічні та інституційні складові. Її розвиток забезпечує підвищення зайнятості населення, зростання доходів, покращення якості життя та зміцнення соціальної безпеки. Запропонований теоретичний підхід створює основу для подальшого формування ефективних механізмів державного регулювання та практичної реалізації соціальної політики у сфері надання туристичних послуг.

Перспективи подальших досліджень доцільно пов'язати з поглибленням теоретико-методологічних та прикладних аспек-

тів інтеграції національного ринку туристичних послуг у глобальне та євроінтеграційне середовище. Зокрема, актуальним є: розроблення комплексних моделей оцінювання впливу інтеграційних процесів на соціально-економічний розвиток регіонів та якість життя населення; удосконалення механізмів державного регулювання туристичної сфери в умовах євроінтеграції, з урахуванням принципів багаторівневого управління та публічно-приватного партнерства; дослідження впливу цифровізації та інноваційних технологій на конкурентоспроможність туристичних послуг і трансформацію бізнес-моделей у туризмі; аналіз розвитку інклюзивного, соціального та сталого туризму як інструментів підвищення соціальної згуртованості та зменшення нерівності; обґрунтування стратегій післякризового відновлення туристичної галузі України в умовах воєнних та глобальних викликів; поглиблення досліджень регіональних особливостей розвитку туристичних дестинацій; оцінювання ефективності міжнародної співпраці та імплементації європейських стандартів у сфері туризму; вивчення поведінкових моделей туристів, їх мотивацій та попиту в умовах трансформації глобального туристичного ринку.

Подальші дослідження у зазначених напрямках сприятимуть формуванню науково обґрунтованої стратегії розвитку туристичної сфери України, підвищенню її конкурентоспроможності та ефективнішій інтеграції у світовий туристичний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Долинська О. О., Шоробура І. М., Гільберг Т. Г. Роль реклами у просуванні туристичного продукту. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. № 13. С. 11–17.
2. Кифяк О. Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 8. С. 68–84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2018_8_7

3. Любіцева О. О., Мальська М. П., Зінько Ю. В. Концептуальні засади географії рекреації і туризму. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 11. С. 3–14. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_11_3
4. Мальська М., Бордун О., Жук І. *Управління персоналом у туризмі: теорія та практика*. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 234 с.
5. Надходження від туристичного збору в Україні зросли на 35 % у порівнянні з минулим роком. *Міністерство розвитку громад та територій України*. 2025. URL: <https://mindev.gov.ua/news/nadkhodzhennia-vid-turystychnoho-zboru-v-ukraini-zrosly-na-35-u-porivnianni-z-mynulym-rokom> (дата звернення: 02.04.2026).
6. Сухорукова Г. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. *Kyivstar Business Hub*. 2025. 5 трав. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turystichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-naprjamki-ta-perspektivi> (дата звернення: 02.04.2026).
7. Повертаємося до подорожей. В Україні зафіксовано зростання туристичного потоку на 70 % [Електронний ресурс]. *NV Бізнес*. 2025. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/join-up-ukrajina-turystichniy-potik-zris-na-70-ta-novi-naprjamki-u-2025-50541529.html> (дата звернення: 01.04.2026).
8. Скільки іноземців відвідало Україну у 2024 році та з яких країн вони приїжджали найчастіше. *Visit Ukraine*. 2025. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/5780/how-many-foreigners-visited-ukraine-in-2024-and-from-which-countries-did-they-come-most-often> (дата звернення: 01.04.2026).
9. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* [Електронний ресурс]: монографія. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 463 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/tkachenko.htm (дата звернення: 01.04.2026).
10. Castro C., Quisimalin M., de Pablos C., Gancino V., Jerez J. Tourism marketing: measuring tourist satisfaction. *Journal of Service Science and Management*. 2017. Vol. 10. P. 280–308. DOI: 10.4236/jssm.2017.103023.
11. Dwyer L. Tourism development in a wellbeing economy. *Sustainability*. 2025. Vol. 17. Article 3706. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17083706>.
12. King J. E. The life and times of David Ricardo. In: *David Ricardo*. Great Thinkers in Economics Series. London: Palgrave Macmillan, 2013. DOI: https://doi.org/10.1057/9781137315953_1.
13. McCabe S., Joldersma T., Li Ch. Understanding the benefits of social tourism: linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*. 2010. Vol. 12, No. 6. P. 761–773. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.791>.
14. Porter M. E. *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press, 1990. 564 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1>.
15. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future [Electronic resource]. New York: United Nations, 1987. URL: <https://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (accessed: 01.04.2026).
16. Sen A. A decade of human development. *Journal of Human Development*. 2000. Vol. 1, No. 1. P. 17–23.
17. Stiglitz J. E. *Making globalization work* [Electronic resource]. New York; London: W. W. Norton & Company, 2006. URL: https://garevna.ucoz.com/metod-mat/books/Joseph_Stiglitz.pdf (accessed: 01.04.2026).

REFERENCES:

1. Dolynska O. O., Shorobura I. M., Hilberh T. H. (2025). Rol reklamy u prosuvanni turystychnoho produktu [The role of advertising in promoting a tourist product]. *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*, no. 13, pp. 11–17. (in Ukrainian).
2. Kyfiak O. (2018). Turystychni destynatsii ta yikh vplyv na funktsionuvannia rynku turyzmu i rekreatsii v prykor-donnykh rehionakh [Tourist destinations and their influence on the functioning of the tourism and recreation market in border regions]. *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, no. 8, pp. 68–84. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2018_8_7 (in Ukrainian).
3. Liubitseva O. O., Malska M. P., Zinko Yu. V. (2011). Kontseptualni zasady heohrafiyi rekreatsii i turyzmu [Conceptual foundations of geography of recreation and tourism]. *Heohrafiia ta turyzm*, no. 11, pp. 3–14. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_11_3 (in Ukrainian).
4. Malska M., Bordun O., Zhuk I. (2019). Upravlinnia personalom u turyzmi: teoriia ta praktyka [Personnel management in tourism: theory and practice]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 234 p. (in Ukrainian).
5. Ministerstvo rozvytku hromad ta terytorii Ukrainy (2025). Nadkhodzhennia vid turystychnoho zboru v Ukraini zrosly na 35 % u porivnianni z mynulym rokom [Tourist tax revenues in Ukraine increased by 35% compared to last year]. Available at: <https://mindev.gov.ua/news/nadkhodzhennia-vid-turystychnoho-zboru-v-ukraini-zrosly-na-35-u-porivnianni-z-mynulym-rokom> (accessed 02 April 2026). (in Ukrainian).

6. Sukhorukova H. (2025). Ohliad turystychnoi haluzi v Ukraini: vyklyky, novi napriamky ta perspektyvy [Overview of the tourism industry in Ukraine: challenges, new directions and prospects]. *Kyivstar Business Hub*, 5 May. Available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi> (accessed 02 April 2026). (in Ukrainian).
7. NV Biznes (2025). Povertaiemosia do podorozhei. V Ukraini zafiksovano zrostantnia turystychnoho potoku na 70 % [عزودا to travel. Tourist flow in Ukraine increased by 70%]. Available at: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/join-up-ukrajina-turistichny-potik-zris-na-70-ta-novi-napryamki-u-2025-50541529.html> (accessed 01 April 2026). (in Ukrainian).
8. Visit Ukraine (2025). Skilky inozemtsiv vidvidalo Ukrainu u 2024 rotsi ta z yakykh krain vony pryizhdzhaly naihastishe [How many foreigners visited Ukraine in 2024 and from which countries they came most often]. Available at: <https://visitukraine.today/uk/blog/5780/how-many-foreigners-visited-ukraine-in-2024-and-from-which-countries-did-they-come-most-often> (accessed 01 April 2026). (in Ukrainian).
9. Tkachenko T. I. (2009). Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities]. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet, 463 p. Available at: http://tourlib.net/books_ukr/tkachenko.htm (accessed 01 April 2026). (in Ukrainian).
10. Castro C., Quisimalin M., de Pablos C., Gancino V., Jerez J. (2017). Tourism marketing: measuring tourist satisfaction. *Journal of Service Science and Management*, vol. 10, pp. 280–308. DOI: 10.4236/jssm.2017.103023. (in English).
11. Dwyer L. (2025). Tourism development in a wellbeing economy. *Sustainability*, vol. 17, art. 3706. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17083706>. (in English).
12. King J. E. (2013). The life and times of David Ricardo. In: *David Ricardo. Great Thinkers in Economics Series*. London: Palgrave Macmillan. DOI: https://doi.org/10.1057/9781137315953_1. (in English).
13. McCabe S., Joldersma T., Li Ch. (2010). Understanding the benefits of social tourism: linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, vol. 12, no. 6, pp. 761–773. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.791>. (in English).
14. Porter M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press, 564 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1>. (in English).
15. World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future* [Report of the World Commission on Environment and Development]. New York: United Nations. Available at: <https://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (accessed 01 April 2026). (in English).
16. Sen A. (2000). A decade of human development. *Journal of Human Development*, vol. 1, no. 1, pp. 17–23. (in English).
17. Stiglitz J. E. (2006). *Making globalization work*. New York; London: W. W. Norton & Company. Available at: https://garevna.ucoz.com/metod-mat/books/Joseph_Stiglitz.pdf (accessed 01 April 2026). (in English).

Дата надходження статті: 24.04.2026

Дата прийняття статті: 18.05.2026

Дата публікації статті: 27.05.2026