

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-45](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-45)

УДК 338.48

ЖУРБА Ігор

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0002-2554-0914>e-mail: igor.zhurba@ukr.net

ЦВІГУН Юрій

Хмельницький національний університет

e-mail : cvigun Yuriy@gmail.com

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто організаційно-економічні особливості функціонування туристичних підприємств Хмельницької області в умовах сучасних викликів. Здійснено аналіз структури, масштабів та динаміки розвитку туристичної діяльності в регіоні, виявлено ключові чинники, що впливають на ефективність функціонування підприємств галузі. Особливу увагу приділено аналізу кількісних і якісних показників, а також стану інфраструктури та кадрового забезпечення. Розкрито основні проблеми організаційного характеру, пов'язані з адаптацією до нових економічних умов, а також запропоновано напрями вдосконалення управління туристичною сферою на регіональному рівні. Стаття має практичну цінність для представників туристичного бізнесу, органів місцевого самоврядування, науковців та здобувачів освіти.

Ключові слова: туризм, туристичне підприємство, організаційно-економічний механізм, Хмельницька область, туристична інфраструктура, економічні показники, регіональний розвиток, туристичний потенціал, управління туризмом, конкурентоспроможність

ZHURBA Ihor, TSVIHUN Yurii

Khmelnytskyi National University

ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF TOURISM ENTERPRISES IN KHMELNYTSKYI REGION

The article examines the organizational and economic characteristics of tourism enterprises in the Khmelnytskyi region under current conditions marked by economic instability, geopolitical challenges, and transformation of consumer demand. The study provides a comprehensive analysis of the structure, scale, and dynamics of tourism development in the region over recent years. Using statistical data and regional reports, the authors identify key trends in tourism flows, business activities, and investment attractiveness.

Special attention is paid to the assessment of both quantitative and qualitative indicators that determine the efficiency of tourism enterprises, including financial performance, employment rates, service quality, and customer satisfaction. The condition of tourism-related infrastructure—such as transport accessibility, accommodation facilities, and information centers—is analyzed in detail, along with an overview of the available human capital and professional training programs for industry personnel.

The article highlights the main organizational and managerial problems encountered by tourism businesses, especially those arising from the need to adapt to new economic realities, digitalization, and growing competition. Challenges such as outdated management practices, insufficient marketing strategies, and limited support from local authorities are thoroughly discussed. Based on this analysis, the authors propose practical recommendations to enhance the strategic management of tourism enterprises and improve coordination between stakeholders at the regional level.

The study's findings have significant implications for policymakers, business owners, and academic researchers. It contributes to the development of more effective regional tourism policies and offers a roadmap for strengthening the competitiveness and resilience of the tourism industry in Khmelnytskyi region. The article may also serve as a valuable educational resource for students and educators specializing in tourism, economics, and regional planning.

Key words: tourism, tourism enterprises, organizational and economic mechanism, Khmelnytskyi region, tourism infrastructure, economic indicators, regional development, tourism potential, tourism management, competitiveness

Стаття надійшла до редакції / Received 11.04.2025

Прийнята до друку / Accepted 07.05.2025

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМ

Актуальність дослідження організаційно – економічних аспектів функціонування туристичних підприємств є надзвичайно важливою, адже туристичне сприяє розвитку малого і середнього бізнесу, створенню нових робочих місць та залученню інвестицій. Хмельницька область має значний туристичний потенціал, адже тут розташовані унікальні історико-культурні пам'ятки, природні заповідники та рекреаційні зони. Водночас функціонування туристичних підприємств області супроводжується низкою організаційно-економічних викликів, що потребують глибокого аналізу та розробки шляхів їх подолання.

Туристична галузь є одним із ключових чинників соціально-економічного розвитку регіонів, сприяючи залученню інвестицій, створенню робочих місць та популяризації культурно-історичної спадщини. Хмельницька область володіє значним туристичним потенціалом, що базується на унікальних природних та історичних ресурсах. Водночас ефективне функціонування туристичних підприємств у регіоні стикається з

низкою організаційно-економічних викликів, які потребують глибокого аналізу та розробки ефективних стратегій розвитку. До основних проблем, що впливають на діяльність туристичних підприємств Хмельницької області, належать по – перше, нерівномірний розвиток туристичної інфраструктури, зокрема зосередження основних туристичних потоків у Кам'янці-Подільському, тоді як інші райони залишаються менш розвиненими, по – друге, недостатня диверсифікація туристичних послуг де спостерігається переважання екскурсійного туризму над іншими видами, такими як екологічний, гастрономічний чи медичний туризм по – третє, низький рівень інвестиційної активності у створення нових туристичних продуктів та об'єктів розміщення по – четверте, проблеми маркетингу та брендингу регіону на національному та міжнародному рівнях по – п'яте, вплив зовнішніх чинників, зокрема таких як економічна нестабільність, безпекові ризики, обмеження через воєнний стан

Проаналізуємо зв'язок проблеми з важливими науковими та практичними завданнями дослідження організаційно-економічних аспектів функціонування туристичних підприємств Хмельницької області, адже вона має як теоретичне, так і практичне значення. Визначимо роль та місце наукового аспекту, для цього проаналізуємо ключові чинники, що впливають на розвиток туристичного бізнесу в регіоні, зокрема оцінку ефективності існуючих бізнес-моделей туристичних підприємств та здійснимо дослідження світових практик розвитку туризму та можливостей їх адаптації до умов Хмельницької області. Зазначимо, що практичний аспект полягає у розробці рекомендацій щодо покращення організаційних структур туристичних підприємств. Окремо варто зазначити про значимість формування стратегії диверсифікації туристичних послуг та продуктів у регіоні, а також пошук механізмів підвищення інвестиційної привабливості туристичної галузі Хмельниччини. Таким чином, дослідження даної проблеми є важливим для подальшого розвитку туристичного сектору Хмельницької області, що сприятиме економічному зростанню регіону та покращенню якості туристичних послуг.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Туристична галузь Хмельницької області є предметом численних наукових досліджень, які охоплюють різноманітні аспекти її організаційно-економічного функціонування. Зауважимо, що проблеми розвитку туристичної галузі в Україні досліджували такі науковці, як Бейдик О.О.[1], Мальська М.П.[8], Киляк В.Ф.[6] та інші. В їхніх працях розглядаються питання ефективного управління туристичними підприємствами, маркетингових стратегій та державного регулювання галузі. Огляд останніх публікацій дозволяє виділити ключові напрями та результати цих досліджень. Так, зокрема сучасний стан та динаміка розвитку туристичного сектору розглядається Марією Луцик [7]. Вона аналізує динаміку змін кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності. Авторка також акцентує увагу на необхідності диверсифікації туристичних послуг та розвитку внутрішнього туризму. Так у своїх дослідженнях професор Інна Шоробура [2] аналізує організаційні основи туристичної діяльності у Хмельницькій області, розкриває сутність туристичної діяльності, її суб'єкти та особливості функціонування в регіоні. Вона акцентує увагу на необхідності вдосконалення організаційних структур управління туристичними підприємствами та підвищення їх адаптивності до змін ринкового середовища. Однак специфіка туристичного ринку Хмельницької області залишається недостатньо дослідженою, що й зумовлює необхідність цього аналізу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою наукової статті є визначення особливостей організаційно-економічного функціонування туристичних підприємств Хмельницької області та розробка рекомендацій щодо підвищення їх ефективності. Виходячи із поставленої мети, були визначені наступні завдання: охарактеризувати туристичний потенціал Хмельницької області; проаналізувати організаційну структуру туристичних підприємств регіону; оцінити економічні показники діяльності туристичного бізнесу; визначити основні проблеми та перспективи розвитку галузі.

Отже, у статті буде проаналізовано: структуру туристичних підприємств регіону та їхню роль у загальній економіці області; основні економічні показники діяльності галузі; ключові проблеми та перспективи розвитку туристичного бізнесу. Детальний аналіз дозволить оцінити поточний стан туристичної сфери в регіоні та визначити стратегічні напрями її вдосконалення

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Туристична галузь є важливим чинником економічного зростання Хмельницької області, оскільки сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, створенню робочих місць та залученню інвестицій. Завдяки вигідному географічному розташуванню, історико-культурній спадщині та природним ресурсам, регіон має значний туристичний потенціал [1,2,4].

На сьогодні функціонування туристичних підприємств у Хмельницькій області визначається низкою організаційних та економічних чинників. З одного боку, розвиток туристичних маршрутів, інфраструктури та сфери гостинності сприяє зростанню туристичних потоків. З іншого боку, існують проблеми, пов'язані з нестачею інвестицій, недостатнім рівнем маркетингових стратегій та коливаннями попиту, викликаними економічними та соціальними чинниками. Зазначимо, що туристична сфера Хмельницької області є однією з

перспективних складових регіональної економіки, зважаючи на значний природно-рекреаційний, історико-культурний та курортний потенціал. Особливе значення має поєднання ресурсів Подільського краю — від фортець у Кам'янці-Подільському, Меджибожі та палацу графа Орловського у с. Маліївці до Національного природного парку «Подільські Товтри». Оригінальним є взаємодоповнення, мальовничих ландшафтів та рекреаційних зон із численними санаторіями та базами відпочинку, що розташовані в екологічно чистих місцевостях — сакральною архітектурою. Отже, найбільш розвиненим є культурно-пізнавальний туризм, що базується на історичних об'єктах області. Проте сектор організованого масового туризму поки що недостатньо розвинений через відсутність масштабної промоції регіону [2,4, 6,11].

Заданими обласного управління статистики та профільних департаментів, туристичну сферу в регіоні представляють такі основні групи суб'єктів (дивись таблицю 1)

Таблиця 1

Структура туристичних підприємств

№П/П	Назва	Характеристика
1.	Туроператори та турагенти	близько 70 ліцензованих компаній, зосереджених переважно у містах Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Нетішин. Основна діяльність: внутрішній туризм, організація екскурсій вихідного дня, фестивалів турів, паломницьких маршрутів
2.	Готельно-ресторанні підприємства	понад 300 закладів різного рівня, зокрема готелі, мотелі, агросадиби, ресторани, кафе. Активно розвивається сільський зелений туризм, особливо в Дунаєвському, Кам'янець-Подільському та Старокостянтинівському районах
3.	Екскурсійні бюро, музеї та культурні установи	що активно співпрацюють із туристичними операторами та є ланкою креативної індустрії.
4.	Санаторно-курортні установи	зокрема на базі мінеральних джерел та лікувальних грязей (наприклад, село Сатанів)
5.	Суб'єкти індивідуального підприємництва (ФОП)	вони організовують авторські тури, майстер-класи, подієвий туризм (етнофестивалі, ярмарки, історичні реконструкції тощо).

Аналізуючи таблицю 1 ми бачимо основні групи суб'єктів та їх структуру, зокрема кількість туроператорів та турагентів нараховується близько 70 ліцензованих компаній, зосереджених переважно у містах Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Нетішин. Основна їхня діяльність це перш за все внутрішній туризм, організація екскурсій вихідного дня, фестивалів турів, паломницьких маршрутів. Інша група суб'єктів сфери гостинності складає готельно-ресторанні підприємства. Вони нараховують понад 300 закладів різного рівня, зокрема готелі, мотелі, агросадиби, ресторани, кафе. Активно розвивається сільський зелений туризм, особливо в Дунаєвському, Кам'янець-Подільському, Новоушицькому та Старокостянтинівському районах. Третю групу суб'єктів туристичної діяльності складають екскурсійні бюро, музеї та культурні установи, що активно співпрацюють із туристичними операторами та є ланкою креативної індустрії. Наступна четверта група, це санаторно-курортні установи, зокрема на базі мінеральних джерел та лікувальних грязей (наприклад, м. Волочиск, Дунаївці, Городок, Теофіполь, Кам'янець – Подільський, Полонне, Шепетівка, а також села Сатанів, Маків, Зйачики тощо). Останньою групою є суб'єкти індивідуального підприємництва (ФОП), які організовують авторські тури, майстер-класи, подієвий туризм (етнофестивалі, ярмарки, історичні реконструкції тощо). Основна діяльність туристичних підприємств орієнтована на внутрішній туризм, оскільки в ізний туризм у Хмельницькій області розвинений слабо через недостатню міжнародну промоцію та слабку інфраструктуру. В окрему групу виділимо туристичну інфраструктуру Хмельниччини, яка охоплює понад 150 суб'єктів туристичної діяльності, серед яких 200 закладів розміщення різних типів, зокрема готелі, мотелі, садиби зеленого туризму, а також понад 400 закладів громадського харчування, значна частина з яких інтегровані у туристичні маршрути. Вони відіграють важливу роль у забезпеченні якісного сервісу для туристів. Важливою ланкою туристичної інфраструктури є транспортні компанії, які надають послуги перевезення та екскурсійного супроводу [3,5,7,8].

Окремо зупинимось та визначимо роль туристичних підприємств у регіональній економіці. Хоча питома вага туристичної галузі в загальному обсязі валового регіонального продукту Хмельниччини поки що не перевищує 3–4%, вона має потужний мультиплікативний ефект. Туризм стимулює розвиток: малого та середнього бізнесу; сфери послуг, зокрема транспорт, харчування та торгівлю, а також зайнятості населення, особливо в сільській місцевості. Зазначимо, динаміка туристичної галузі впливає на розвиток інфраструктури (дороги, об'єкти благоустрою, IT-сервіси), у тому числі на креативні індустрії та громадські ініціативи. У 2023 році приріст кількості іноземних туристів склав близько 9%, внутрішніх — 12%, що свідчить про зростання попиту на локальні турпродукти. Прибутки від туристичної діяльності зросли, за оцінками Департаменту економічного розвитку ОДА, приблизно на 15% у порівнянні з 2022 роком. Окремо проведемо оцінку та визначимо тенденції зменшення туристичного сектору: За експертними оцінками фахівців, у 2024 році спостерігалось зменшення туристичного сектору приблизно на 30% порівняно з довоєнними показниками. Це свідчить про значний вплив зовнішніх факторів на діяльність туристичних підприємств регіону. Скорочення податкових надходжень: Надходження податків від туристичної діяльності у 2023 році зменшилися на 29% порівняно з попереднім роком, що підкреслює складнощі, з якими стикається галузь. Окрім того, область має

сприятливі умови для розвитку сільського зеленого туризму, гастрономічного та екстремального відпочинку. Більшість туристичних підприємств області мають приватну форму власності. Управління здійснюється, переважно, на базі лінійно-функціональної моделі (дивись рисунок 1) [8, 9, 10].

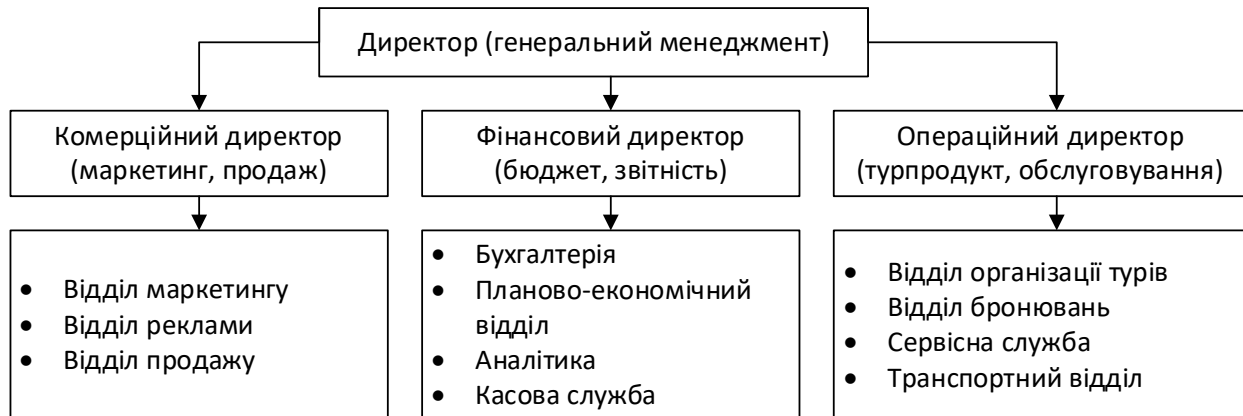


Рис. 1. Лінійно-функціональної модель управління туристичним підприємством

Аналізуючи рисунок 1 бачимо, що невеликі агенції працюють у режимі «менеджер на всі руки», тоді як великі оператори формують чіткий розподіл відповідальності між маркетингом, продажем, логістикою, діяльністю гідів та кейтерингом тощо. Особливості лінійно-функціональної моделі управління туристичним підприємством полягає в тому, що кожен підлеглий має лише одного безпосереднього керівника. Спостерігається чітка ієрархія від директора до відділів, це дозволяє контролювати дисципліну та відповідальність. У структурі лінійно-функціональної моделі особливе місце належить саме її функціональній складовій. Варто зауважити, що у цій частині даної моделі фахівці займаються вузькопрофільною діяльністю, зокрема маркетингологи аналізують стан ринку просування турпродукту, економісти – аналізом ціни та витрат). Адже це допомагає підвищити якість управлінських рішень за напрямками. Перевагами даної моделі є чіткий розподіл повноважень і відповідальності, гнучка спеціалізація управлінського апарату, а також ефективне використання ресурсів. Серед можливих недоліків варто зазначити уповільнене прийняття рішень через координацію між лінією та функціями, а також іноді виникають «перехресні» вказівки з різних підрозділів [4, 5, 11].

Також зазначимо, що основними завданнями управління туристичними підприємствами є, зокрема оптимізація туристичних маршрутів та послуг, а також підвищення якості обслуговування клієнтів та розширення каналів просування туристичних продуктів. Варто з'ясувати особливості взаємодії туристичних підприємств із державними установами. Так, зокрема роль держави у регулюванні туристичної діяльності Хмельницької області є важливою. Зазначимо, що основними напрямками державної підтримки є ліцензування та сертифікація туристичних послуг. Окремою важливою складовою варто вважати фінансову підтримку малих підприємств у сфері туризму, інвестиційні програми розвитку туристичної інфраструктури, а також реклама та міжнародне просування туристичних можливостей регіону [3, 11].

Проаналізуємо організаційну структуру управління туристичними підприємствами (дивись таблиця 3)

Таблиця 3

Організаційна структура управління туристичними підприємствами

№п/п	Назва моделі	Характерні ознаки
1.	Ієрархічна структура	характерна для великих готельних мереж і туроператорів, де чітко визначені рівні управління
2.	Гнучка мережева структура	більш поширена серед малих туристичних агентств, які працюють за агентськими угодами з туроператорами та готелями
3.	Франчайзингова модель	використовується окремими міжнародними готельними мережами, які працюють в Україні

Проводячи дослідження (таблиця 3) ми бачимо, що туристичні підприємства регіону можуть мати різні моделі управління, зокрема ієрархічну структуру, яка є характерною для великих готельних мереж і туроператорів, де чітко визначені рівні управління. На противагу є інша модель так звана гнучка мережева структура, що є більш поширена серед малих туристичних агентств, які працюють за агентськими угодами з туроператорами та готелями. Тоді як франчайзингова модель використовується окремими міжнародними готельними мережами, які працюють в Україні. Зазначимо, що сфера туризму регіону відчуває дефіцит кваліфікованих кадрів. За статистикою Департаменту економіки Хмельницької ОВА, лише 34% працівників туристичних підприємств мають профільну освіту. Університети та фахові коледжі регіону активно співпрацюють із роботодавцями, запроваджуючи практикоорієнтоване навчання [4, 11].

Зазначимо, що у 2023 році туристичні підприємства Хмельниччини сумарно надали послуг на понад 42 млн грн, що на 18% більше, ніж у 2022 році. Основні джерела доходу туристичних підприємств Хмельницької області у 2023 році бачимо на рисунку 2.

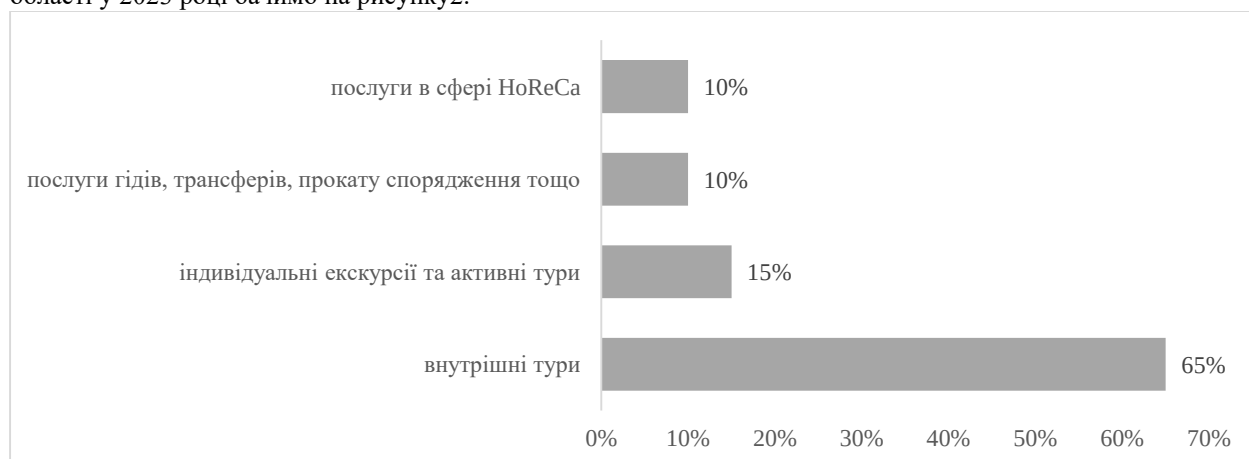


Рис. 2. Джерела доходу туристичних підприємств Хмельницької області у 2023 році

Аналізуючи основні джерелами доходу туристичних підприємств Хмельницької області у 2023 році подані у таблиці 4 бачимо, що 65% надходжень припадає на внутрішні тури, друге місце 15% займають індивідуальні екскурсії та активні тури, тоді як послуги гідів, трансферів, прокату спорядження 10% та послуги в сфері HoReCa 10% замикають даний перелік.

Проводячи аналіз ключових економічних показників діяльності туристичних підприємств (див. рисунок 3) бачимо певні закономірні тенденції.

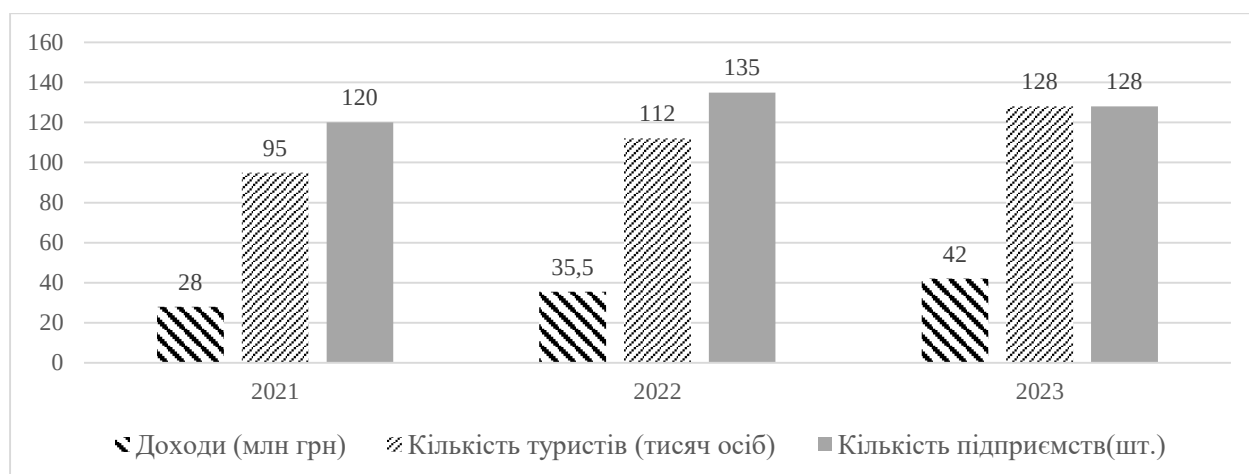


Рис. 3. Ключові економічні показники за 2021 – 2023 роки

Так у 2023 році доходи зросли порівняно з 2021 роком на 67%, а кількість туристів збільшилась на 74,2%, тоді як кількість підприємств зросла лише на 6%.

З'ясуємо сучасний стан інвестиційної активності у туристичній сфері Хмельницької області. Так у зв'язку з безпековою ситуацією в країні, інвестиційна привабливість знизилася, проте залишається дієвою. Найбільш дієвими та ефективними залишаються грантові програми ЄС, а також державна підтримка для малого та середнього бізнесу. Важливими складовими щодо інвестиційної активності є локальні ініціативи в рамках розвитку креативних просторів у межах територіальних громад (наприклад, туристичний кластер у Кам'янці-Подільському). Визначимо місце та роль цифровізація туристичного бізнесу в умовах сьогодення. Так, зокрема близько 45% туристичних підприємств Хмельниччини активно впроваджують онлайн-сервіси бронювання, оплату через сайти, рекламу в соцмережах. Розвиваються партнерства з платформами типу Booking, TripAdvisor, ProZorro. Середні підприємства, які не мають ІТ-фахівців, стикаються з труднощами цифрового переходу. Про те для вирішення даної проблеми проводяться тренінги, майстер – класи, воркшопи та консультації [3,4,.11]

Необхідно у контексті вище сказаного враховувати сезонні «хвилі» завантаженості. Зауважимо, що рівень завантаженості туристичних підприємств у літній сезон становить до 85%, тоді як взимку — лише 25–30%. Для зниження сезонності підприємства організовують тематичні події: фестивалі, гастрономічні тури, історичні реконструкції, зимові екскурсії. Важливою складовою є податкове навантаження, адже

підприємства працюють переважно на спрощеній системі оподаткування. Туристичний збір до місцевих бюджетів у 2023 році склав понад 2,1 млн грн, що свідчить про зростання обсягів надання послуг [9,10,11].

Варто визначити основні проблеми організаційного функціонування підприємств туристичної сфери. До них у першу чергу відноситься нерозвинена туристична інфраструктура, зокрема – нестача якісних готелів та транспортних зв'язків, а також недостатня промоція регіону, яка проявляється у низькій присутності Хмельниччини у міжнародних туристичних рейтингах. Окремо у цьому контексті зауважимо про низький рівень діджиталізації підприємств, що проявляється у слабкому використанні сучасних маркетингових інструментів [12,13,14].

Також необхідно з'ясувати, які є перспективи вдосконалення організаційної діяльності туристичних підприємств Хмельницької області. Для покращення роботи зазначених підприємств необхідно у першу чергу розширювати співпрацю між бізнесом і владою для створення сприятливого середовища розвитку туризму. По – друге, перспективним напрямком є залучення інвестицій в туристичну інфраструктуру, а також необхідно розвивати професійну підготовку кадрів через освітні програми та тренінги. По – третє, необхідно активізувати маркетинг та брендинг регіону через міжнародні виставки, партнерські проекти, а також впроваджувати інноваційні технології для підвищення конкурентоспроможності.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У ході дослідження було з'ясовано, що Хмельницька область володіє значним туристичним потенціалом, який базується на багатій історико-культурній спадщині, унікальних природних ландшафтах, наявності пам'яток архітектури, а також сприятливому географічному положенні.

Аналіз організаційної структури туристичних підприємств регіону засвідчив, що сфера туризму представлена переважно малими підприємствами та приватними ініціативами, що забезпечує гнучкість, проте часто супроводжується нестачею ресурсів, фахівців та системності у просуванні туристичного продукту. Оцінка економічних показників виявила нерівномірний розвиток туристичної діяльності, обмежене інвестування, низький рівень рентабельності більшості підприємств, а також залежність від сезонності. Попри це, зростає зацікавленість у розвитку внутрішнього та пізнавального туризму, що відкриває нові можливості для зростання.

Серед основних проблем розвитку галузі виокремлено: відсутність єдиної стратегії розвитку туризму на обласному рівні, слабка інфраструктура в сільській місцевості, недостатня підтримка з боку держави, низький рівень цифровізації та просування туристичних продуктів.

Отже, організаційно-економічне середовище туристичних підприємств Хмельницької області характеризується динамічністю, гнучкістю та потребою в інноваціях. Успішне функціонування підприємств залежить від здатності адаптуватися до умов ринку, розширювати асортимент послуг та інвестувати у якість сервісу. Ефективне кадрове забезпечення, модернізація інфраструктури та цифровізація — ключові фактори подальшого зростання конкурентоспроможності регіону.

Література

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія районування : монографія / О. О.Бейдик. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с.
2. Гуцал Л., Шоробура І. Формування туристичної привабливості територіальних громад в Україні // Економіка та суспільство, Випуск № 49, 2023. - Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2356/2277>
3. Державна служба статистики України. Туризм в Україні: статистичний щорічник. – Режим доступу: <https://ukrstat.gov.ua>
4. Журба І. Є., Несторишен І. В., Матюх С. А. Реалізація державної туристичної політики в контексті регіонального розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022, № 4, Т.2, С. 56-61
5. Качала Т.М. Організаційні аспекти діяльності підприємств сфери туризму // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2022. №61. С. 98–104.
6. Кицяк В.Ф. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2015. Вип. 2. С. 67-81. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2015_2_9
7. Лущик М.В., Роїк О.Р. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків // Економіка та суспільство, Випуск № 22, 2020. - Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/56/52>
8. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навчальний посібник - К.: Центр учбової літератури, 2012
9. Мельник О.М. Сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії в регіонах України // Наукові записки НУ "Острозька академія". Серія: Економіка. 2022. №24. С. 72–77.

10. Семененко І.С. Стан і перспективи розвитку туристичної галузі Хмельниччини // Вісник соціально-економічних досліджень. 2021. №3. С. 114–120.
11. Хмельницька обласна державна адміністрація. Регіональна програма розвитку туризму Хмельницької області на 2021–2027 роки. – Режим доступу: <https://adm-km.gov.ua>
12. Buhalis D. Smart tourism and eTourism: Managing digital destination ecosystems. – Springer, 2022. – 312 p.
13. Cooper C. et al. Tourism: Principles and Practice. – Pearson Education, 2020. – 624 p.
14. UNWTO. World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2023. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/statistics>

References

1. Beidyk O. O. Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: Metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia raionuvannia : monohrafiia / O. O. Beidyk. – K. : Vydavnycho-polihrafichniy tsentr «Kyivskiy universytet», 2001. 395 s.
2. Hutsal L., Shorobura I. Formuvannia turystychnoi pryvablyvosti terytorialnykh hromad v Ukraini // Ekonomika ta suspilstvo, Vypusk № 49, 2023. - Rezhym dostupu: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2356/2277>
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Turyzm v Ukraini: statystychnyi shchorichnyk. – Rezhym dostupu: <https://ukrstat.gov.ua>
4. Zhurba I. Ye., Nestoryshen I. V., Matiukh S. A. Realizatsiia derzhavnoi turystychnoi polityky v konteksti rehionalnoho rozvytku. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2022, № 4, T.2, S. 56-61
5. Kachala T.M. Orhanizatsiini aspekty diialnosti pidpriemstv sfery turyzmu // Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2022. №61. S. 98–104.
6. Kyfiak V.F. Rozvytok turyzmu yak odyin zi stsenariiv pokrashchennia sotsialno-ekonomichnoho stanu Chernivetskoï oblasti // Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky. 2015. Vyp. 2. S. 67-81. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2015_2_9
7. Lushchik M.V., Roik O.R. Rozvytok turystychnoi sfery Ukrainy v umovakh pidvyshchennykh epidemichnykh ryzykiv // Ekonomika ta suspilstvo, Vypusk № 22, 2020. - Rezhym dostupu: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/56/52>
8. Malska M.P., Bordun O.Iu. Orhanizatsiia ta planuvannia diialnosti turystychnykh pidpriemstv: teoriia ta praktyka: navchalnyi posibnyk - K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2012
9. Melnyk O.M. Suchasni tendentsii rozvytku turystychnoi industrii v rehionakh Ukrainy // Naukovi zapysky NU “Ostrozka akademiia”. Seriia: Ekonomika. 2022. №24. S. 72–77.
10. Semenenko I.S. Stan i perspektivy rozvytku turystychnoi haluzi Khmelnychchyny // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. 2021. №3. S. 114–120.
11. Khmelnytska oblasna derzhavna administratsiia. Rehionalna prohrama rozvytku turyzmu Khmelnytskoi oblasti na 2021–2027 roky. – Rezhym dostupu: <https://adm-km.gov.ua>
12. Buhalis D. Smart tourism and eTourism: Managing digital destination ecosystems. – Springer, 2022. – 312 p.
13. Cooper C. et al. Tourism: Principles and Practice. – Pearson Education, 2020. – 624 p.
14. UNWTO. World Tourism Barometer and Statistical Annex. 2023. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/statistics>