



УДК 338.48 (477)

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.14273409>

Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу в територіальних громадах Хмельниччини

Бялковська Оксана Антонівна

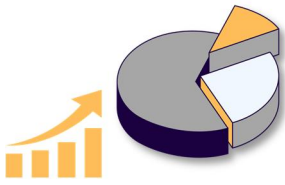
Доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів, Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», м. Кам'янець-Подільський, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-8239-2700>

Оганесян Світлана Анатоліївна

Здобувач вищої освіти ступеня доктор філософії кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів, Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», м. Кам'янець-Подільський, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-2043-2869>

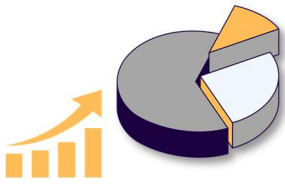
Прийнято: 19.11.2024 | Опубліковано: 29.11.2024

Анотація. У даній статті авторами проаналізовано сучасний стан туристичного бізнесу в територіальних громадах Хмельниччини, зокрема враховано їхні природні, історико-культурні та економічні ресурси. Досліджено основні показники туристичної галузі регіону, включаючи динаміку кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення по регіонах, частку Хмельницької області по Україні (за кількістю осіб, що перебували у колективних засобах розміщення), кількість осіб обслуговуваних у колективних засобах розміщення іноземців та резидентів України у Хмельницькій області,



кількість ліжко-днів у Хмельницькій області. Дослідження включає огляд ключових напрямків туризму в регіоні. Особливу увагу приділено вивченню соціально-економічного значення туристичного бізнесу на селі. Здійснено порівняння туристичних показників Хмельниччини з іншими регіонами України, що дозволило використовувати конкурентні переваги та недоліки області. Результати дослідження показують, що основними перешкодами для розвитку туристичного бізнесу в громадах Хмельниччини є недостатнє фінансування, брак кваліфікаційних кадрів, нерозвиненість транспортної інфраструктури та недостатній рівень просування туристичних можливостей. Водночас громади мають значний потенціал для зростання, завдяки інтеграції сучасних цифрових технологій. На основі зібраних даних виокремлено основні проблеми, що сприяють розвитку туристичного бізнесу територіальних громадах Хмельниччини. Результати дослідження можуть бути корисними для органів місцевого самоврядування, підприємців і дослідників, які прагнуть сприяти сталому розвитку туристичного бізнесу в Хмельницькій області. У контексті децентралізації територіальні громади мають усі можливості стати активними учасниками розвитку цієї перспективної галузі, що сприятиме підвищенню їхньої економічної ефективності та покращенню якості життя місцевого населення. Разом із цим визначено фактори, що можуть сприяти зростанню галузі, зокрема покращення інфраструктури громад, залучення інвестицій, створення якісних туристичних продуктів, співпраця між громадами, органами місцевого самоврядування та бізнесом.

Ключові слова: децентралізація, туристична галузь, сільський туризм, турист, колективні засоби розміщення, ліжко-дні, інфраструктура.



Analysis of the current state of the tourism business in territorial communities of Khmelnytskyi region

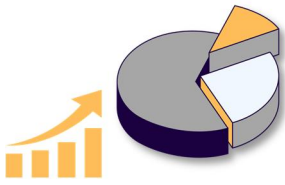
Oksana Bialkowska

Doctor of Economics, Professor of the Department of Management, of Public Management and Administration, Educational and Research Institute of Business and Finance, Higher educational institution «Podillia State University», Kamianets-Podilskyi, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-8239-2700>

Svitlana Ohanesian

Candidate for higher education degree of Doctor of Philosophy of the Department of Management, Public Administration and Administration, Educational and Research Institute of Business and Finance, Higher educational institution «Podillia State University», Kamianets-Podilskyi, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-2043-2869>

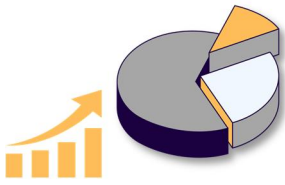
Abstract. In this article, the authors analyze the current state of the tourism business in the territorial communities of Khmelnytskyi region, in particular, their natural, historical, cultural and economic resources. The main indicators of the tourism industry in the region are studied, including the dynamics of the number of people staying in collective accommodation facilities by region, the share of Khmelnytskyi region in Ukraine (by the number of people staying in collective accommodation facilities), the number of people served in collective accommodation facilities by foreigners and residents of Ukraine in Khmelnytskyi region, and the number of bed days in Khmelnytskyi region. The study includes an overview of key tourism destinations in the region. Special attention is paid to the socio-economic importance of the rural tourism business. A comparison of tourism indicators of Khmelnytskyi region with other regions of Ukraine was made, which allowed to use the competitive advantages and disadvantages of the region. The results of the study show that the main obstacles to the development of tourism business in Khmelnytskyi communities are



insufficient funding, lack of qualified personnel, poor transport infrastructure and insufficient promotion of tourism opportunities. At the same time, communities have significant potential for growth through the integration of modern digital technologies. Based on the collected data, the main problems that contribute to the development of the tourism business in the territorial communities of Khmelnytskyi region are identified. The results of the study may be useful for local governments, entrepreneurs and researchers seeking to promote the sustainable development of the tourism business in Khmelnytskyi region. In the context of decentralization, territorial communities have every opportunity to become active participants in the development of this promising industry, which will increase their economic efficiency and improve the quality of life of the local population. At the same time, the factors that can contribute to the growth of the industry are identified, including improving community infrastructure, attracting investment, creating quality tourism products, and cooperation between communities, local governments, and businesses.

Keywords: decentralization, tourism industry, rural tourism, tourist, collective accommodation facilities, bed days, infrastructure.

Постановка проблеми. Дослідження сучасного стану туристичного бізнесу на Хмельниччині виникає у тому, що, незважаючи на багатий потенціал регіону, туристична галузь не досягає свого повного розвитку. Хмельниччина має вигідне географічне розташування, багатий природний і культурно-історичний ресурс, однак інфраструктурні обмеження, недостатній рівень інвестицій та обмеженість у сучасних маркетингових підходах не розкриває усього потенціалу галузі. Крім того, пандемія COVID-19 та повномасштабна війна проти російської федерації значно вплинула на туристичний бізнес, спричинивши зменшення кількості туристів і фінансові втрати. Усе це вимагає аналізу та розробки ефективних стратегій відновлення й подальшого розвитку туризму в регіоні, адаптувавши туристичний бізнес до сучасних реалій.



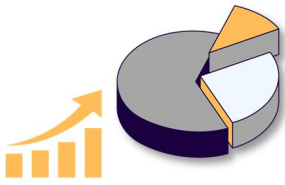
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження в галузі туризму на Хмельниччині представлено в працях вітчизняних науковців: І. Ковтун, І. Юричина [1], І. Антоненко, І. Курбацький [2], М. Лущик [3], І. Шоробура [4], О. Долинська [5], Н. Паньків, Н. Стрельбіцька, А. Коновал [6], І. Журба, Ю. Цвігун [7], В. Коваль, І. Несторишен [8], Ю. Стельмах, Д. Марчук [9], Т. Васильців, О. Микитин [10] та інших.

У процесі становлення і розвитку туризму, особливого значення набуває вивчення соціально-економічного значення туристичного бізнесу на селі, яка надає можливість ознайомитись з традиціями, звичаями, культурою, історично-етнографічними та духовно-релігійними цінностями нашої країни, і водночас, наповнюючи державний бюджет та бюджети територіальних громад в цілому.

М. Мальська та В. Худо вважають, що у зв'язку з демонополізацією попередніх туристичних структур і появою великої кількості нових туристичний бізнес в Україні розвивається надзвичайно швидкими темпами, адже, незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію, для цього є всі передумови [11, с.7].

І. Труніна, О. Сущенко та Г. Ліхоносова стверджують, що туристичний бізнес виступає як єдина в часі і просторі система виробництва і споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, а підприємництво в туризмі – це сукупність різних видів діяльності, спрямованих на задоволення комплексу потреб туристів і забезпечення отримання прибутку підприємцями [12, с.35].

Г. Богатирьова, М. Головань, Г. Горіна, О. Літвінова-Головань, Т. Коптева та К. Снігур у своїх дослідженнях зазначають, що туристичний бізнес завжди активно використовує події для формування туристичного продукту і залучення туристів саме на подію. Якщо в житті туристичного об'єкта немає події сформованої історично як традиції, її придумують навмисно. Отже, має місце проведення кампанії по просуванню туристичного продукту, орієнтованого на подію, залучення маси відвідувачів, а отже отримання доходу від туристів бажаючих відвідати місцевість не тільки з метою огляду визначних пам'яток, але



й з метою взяти участь у святкуванні разом з місцевими жителями і розділити їх емоції [13, с.21].

П. Пуцентейло розглядає туристичний бізнес – як одну з найбільш динамічних галузей що швидко розвиваються у світовому господарстві та є привабливою для підприємців з таких причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний строк окупності витрат [14, с.70].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на існуючі дослідження туристичного бізнесу на Хмельниччині, існує безліч невирішених проблем, які потребують більш детального аналізу та обговорення.

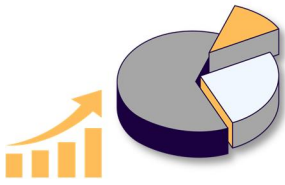
По-перше, недостатньо вивчені можливості інтеграції локальних ресурсів у створення туристичних продуктів, які б відповідали запитам сучасного туриста. По-друге, обмежений рівень міжгромадської координації та недостатня реалізація кластерного підходу у розвитку туризму залишаються бар'єрами для формування конкурентоспроможного регіонального туристичного бренду.

В першу чергу, потрібно вирішити в регіоні проблему якості доріг, транспорту та розміщення туристів, особливо для малих міст і сільських територій, де інфраструктура часто не відповідає потребам сучасного туризму.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Основними цілями статті є:

- виявлення основних тенденцій та проблем розвитку туристичного бізнесу на Хмельниччині, враховуючи регіональні особливості;
- оцінити рівень розвитку туристичної інфраструктури регіону;
- розкрити природні, культурні, історичні ресурси Хмельниччини, які сприяють розвитку туризму з окресленням основних категорій туристів, що відвідують регіон, та їхні вподобання;
- дослідити вплив економічних, соціальних та екологічних чинників на розвиток туристичної галузі;



- визначити потенційні напрями та стратегії для покращення туристичного бізнесу на Хмельниччині;
- надати практичні рекомендації для місцевої влади, підприємців та інвесторів щодо розвитку туристичного бізнесу в регіоні.

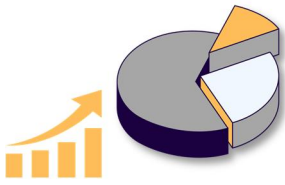
Стаття спрямована на комплексне розкриття стану туристичного бізнесу на Хмельниччині та його потенціалу для подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм у сільській місцевості на Хмельниччині набуває все більшої популярності в сучасних умовах розвитку територіальних громад. Це явище сприяє не лише економічному зростанню, але й культурному відродженню сільських регіонів, збереженню традицій та природних ресурсів. Зважаючи на децентралізацію в Україні та розширення прав і можливостей територіальних громад, сільський туризм стає важливим елементом їхнього соціально-економічного розвитку.

Згідно з реформою децентралізації, громади отримали більше можливостей для управління власними ресурсами, що створило сприятливі умови для розвитку сільського туризму. У багатьох громадах Хмельниччини розпочато програми підтримки малого та середнього бізнесу, включаючи туризм. Місцеві бюджети стали джерелом фінансування проєктів із розбудови інфраструктури, яка є ключовою для залучення туристів.

Сучасні тенденції свідчать про зростання інтересу до екологічно чистих і автентичних туристичних продуктів, які пропонують громади Хмельниччини. Сільський туризм також сприяє інтеграції локальних виробників у глобальні туристичні мережі, що дозволяє громадам приваблювати більше туристів і розвивати нові напрями економічної діяльності. Однак, для повного розкриття потенціалу цього сектору необхідні покращення в інфраструктурі, підвищення кваліфікації кадрів та ефективне просування сільських туристичних продуктів.

Незважаючи на значний потенціал, розвиток туристичного бізнесу в сільських громадах Хмельниччини часто гальмується через обмеженість ресурсів, недостатній рівень туристичної інфраструктури та відсутність



стратегічних підходів до розвитку. Тому дослідження сучасного стану та перспектив розвитку сільського туризму у територіальних громадах є надзвичайно актуальним, оскільки воно дозволяє визначити ключові проблеми та запропонувати рішення для ефективного використання цього економічного сегмента.

Рис. 1 відображає динаміку кількості осіб, які перебували у колективних засобах розміщення по регіонах України в 2020 році, де беззаперечним лідером з показником 566 876 осіб – є Київ, що значно більше, ніж у будь-якому іншому регіоні, що свідчить про столицю як центр туризму та ділової активності. Одеська область займає друге місце з показником 229 983 осіб, що можна пояснити популярністю Одеси як курортного та туристичного міста. Дніпропетровська область (151 077 осіб) не відстає від лідерів, що можна також пояснити високою діловою активністю регіону. Львівська область – також один із лідерів, маючи 136 818 осіб, що свідчить про високий туристичний потік завдяки культурно-історичній привабливості Львова.

Слід виділити Івано-Франківську (92 794 осіб) та Закарпатську області (47 266 осіб), динаміку кількості осіб, що може бути обумовлено популярністю туристичних об'єктів Карпатського регіону та з активним внутрішнім туризмом через гірські курорти.

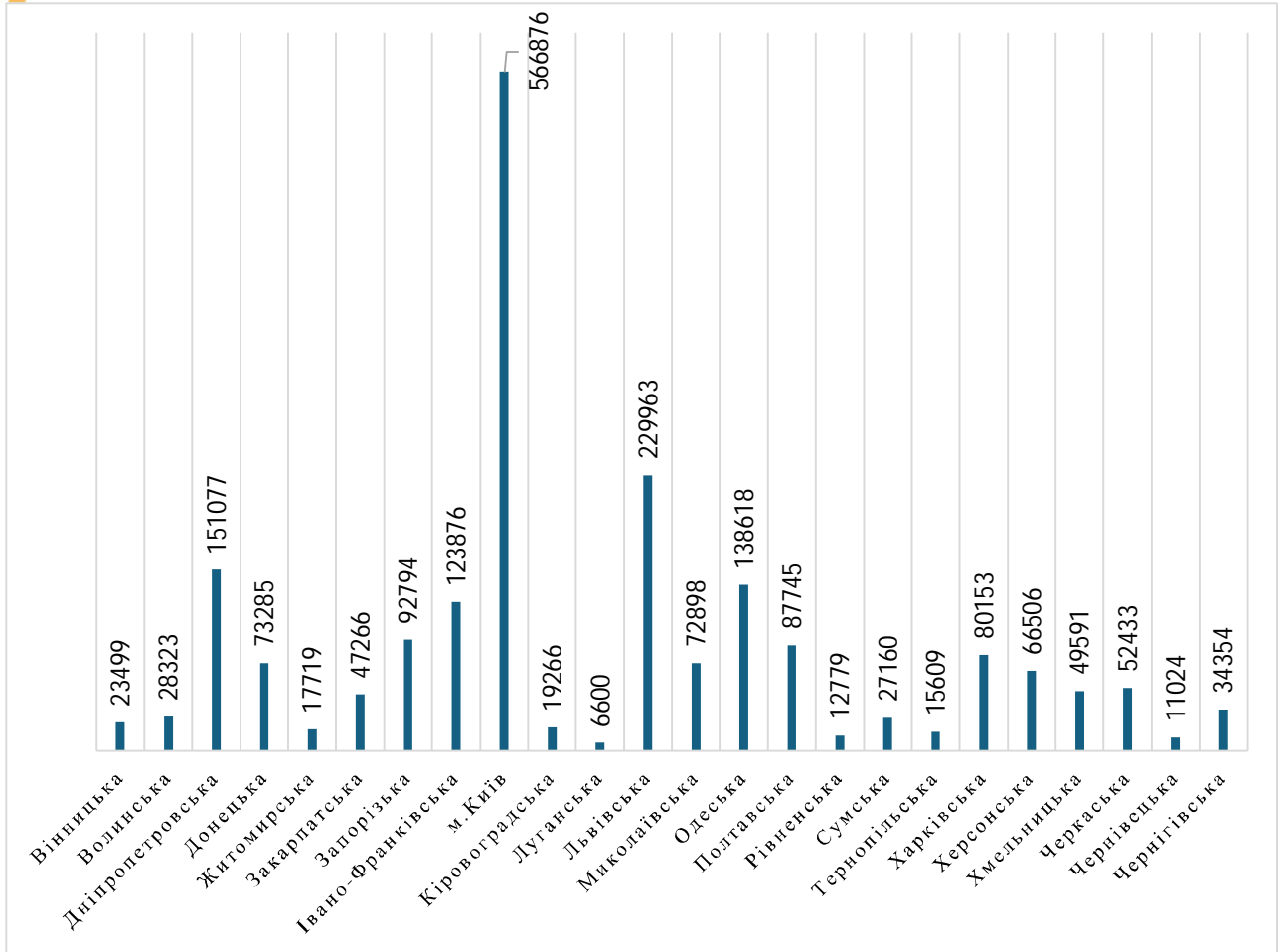
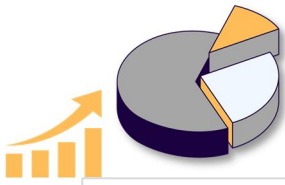


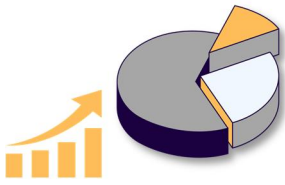
Рис. 1. Динаміка кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення по регіонах у 2020 році

Джерело: розробка авторів на основі [15]

*Примітка. Статистична інформація за даним показником за період 2021-2024 роки не оприлюднювалась органами державної статистики у зв'язку із військовою агресією російської федерації проти України, відповідно до закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни».

Показники Хмельницької області з кількістю 49 591 осіб свідчать про помірний рівень туристичної активності в регіоні. Хоча область не є лідером за кількістю відвідувачів, вона приваблює певну кількість туристів завдяки наявності історичних пам'яток, таких як Кам'янець-Подільська фортеця, а також природних об'єктів та оздоровчих комплексів.

У багатьох регіонах кількість осіб, що перебували в колективних засобах розміщення, є значно нижчою. Наприклад, Чернівецька область має лише 11 024 осіб, Миколаївська – 6 600, Кіровоградська – 19 266. Це може бути пов'язано з



менш розвинутою туристичною інфраструктурою або нижчою популярністю цих регіонів серед туристів.

Ця динаміка відображає вплив як економічних факторів, так і туристичної привабливості кожного регіону України у 2020 році, зокрема з урахуванням наслідків пандемії COVID-19 та військової агресії російської федерації.

На круговій діаграмі (рис.2) видно, що частка Хмельницької області щодо кількості осіб, які перебували в колективних засобах розміщення, становить 2,24% по Україні. Це засвідчує низьку зайнятість регіону в загальній туристичній інфраструктурі країни, що може бути пов'язано як з меншим розвитком туристичних послуг у цьому регіоні, так і з меншим потоком туристів у порівнянні з іншими областями, зокрема тими, що мають розвинуту туристичну інфраструктуру.

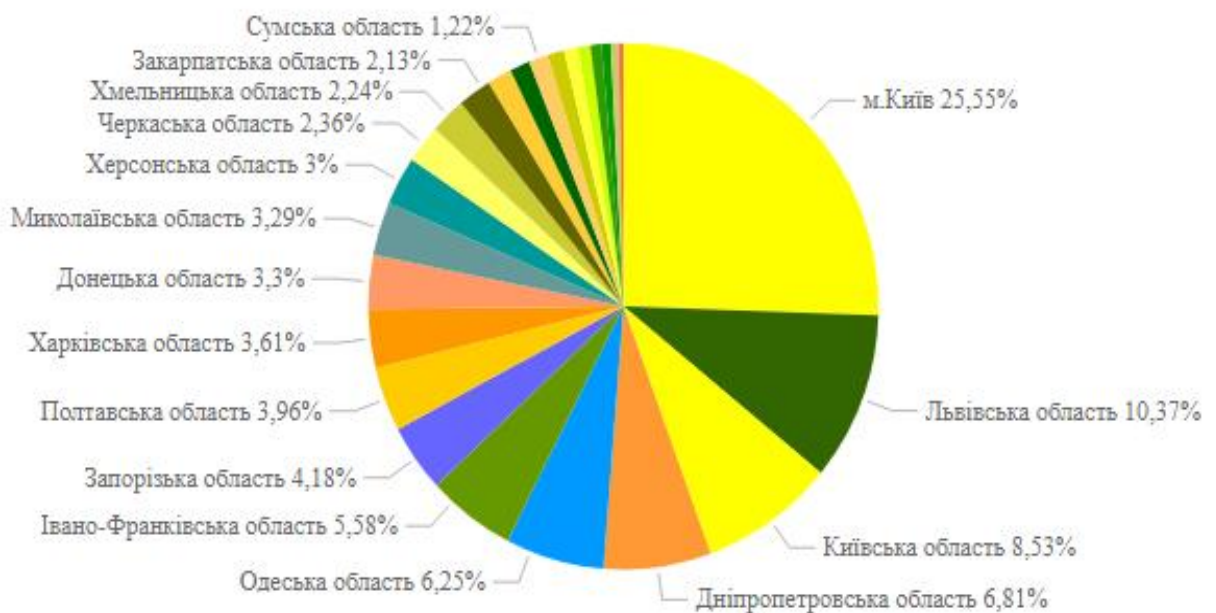
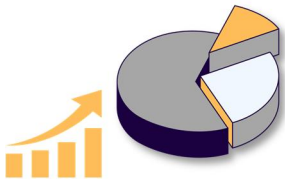


Рис. 2. Частка Хмельницької області по Україні (за кількістю осіб, що перебували у колективних засобах розміщення), %

Джерело: розробка авторів на основі аналізу [15]

*Примітка. Статистична інформація за даним показником за період 2021-2022 роки не оприлюднювалась органами державної статистики у зв'язку із військовою агресією російської федерації проти України, відповідно до закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни».



Аналіз табл.1 кількості обслуговуваних у колективних засобах розміщення резидентів України у Хмельницькій області показав відхилення 2020 року порівняно з 2009 роком становило (-1791958) осіб, що відповідає 78,9% від рівня 2009 року. Відхилення 2020 року порівняно з 2019 роком становило (-826901) осіб, що свідчить про суттєве зниження через глобальні обмеження на подорожі.

Кількість іноземців у 2009 році, що користувалися колективними засобами розміщення, становила 2827156 осіб. Показник у 2012 році різко зріс до 6332612 осіб, що пов'язано із загальним збільшенням внутрішнього туризму в країні. Відхилення 2020 року порівняно з 2009 роком становило (-576671) осіб, що відповідає 60,3% від рівня 2009 року. Відхилення 2020 року порівняно з 2019 роком склало (-594394) осіб, що свідчить про суттєве зменшення внутрішнього туризму на 72,5 %. Кількість іноземців у 2020 році впала майже до рівня 2009 року, тоді як кількість резидентів суттєво знизилася, показавши лише 60,3% від рівня 2009 року.

Таблиця 1

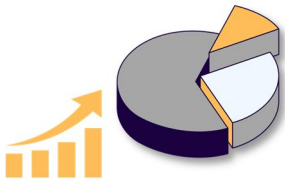
Кількість обслуговуваних у колективних засобах розміщення іноземців та резидентів України у Хмельницькій області, осіб

Показник	Роки								Відхилення, (+, -)		Відношення, %
	2009	2010	2012	2014	2016	2018	2019	2020	2022 р. до 2009 р.	2020 р. до 2019р.	2020 р. до 2009 р.
Кількість іноземців	4746	6757	12052	3925	16432	12973	12471	3743	-1003	-8728	78,9
Кількість резидентів України	75983	119274	183856	162972	167244	106874	108500	45848	-30135	-62652	60,3

Джерело: розробка авторів на основі аналізу [15]

*Примітка. Статистична інформація за даним показником за період 2021-2022 роки не оприлюднювалась органами державної статистики у зв'язку із військовою агресією російської федерації проти України, відповідно до закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни».

Далі визначимо кількість ліжко-днів (табл.2), що є важливим показником, який характеризує туристичну активність у регіоні. Цей показник відображає обсяги використання готельних та інших колективних засобів розміщення і дозволяє оцінити як внутрішній, так і міжнародний туристичний потік.



У Хмельницькій області, як і в інших регіонах України, кількість ліжко-днів є індикатором розвитку туристичної інфраструктури, а також соціально-економічних умов, що впливають на вибір напрямків подорожей.

Аналіз кількості ліжко-днів у Хмельницькій області за останні роки дозволяє виявити ключові тенденції, фактори, що впливають на зміну цього показника, а також оцінити вплив глобальних подій, таких як економічні кризи та пандемія COVID-19, на туристичну галузь. Визначення динаміки кількості ліжко-днів є важливим для формування стратегій розвитку туристичного сектору, вдосконалення сервісу, а також підвищення конкурентоспроможності області на внутрішньому та міжнародному ринку.

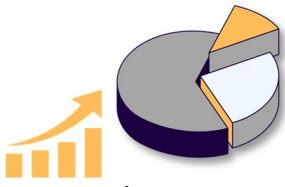
Таблиця 2

Кількість ліжко-днів у Хмельницькій області

Показники	Роки					Відхилення (+, -)	
	2010	2014	2018	2019	2020	2020 р. до 2010 р.	2020 р. до 2019 р.
ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ							
Кількість ліжко-днів, проведених у КЗР	230674	629908	249419	254897	119813	-110861	-135084
Кількість ліжко-днів, проведених з іноземцями у КЗР	11543	8076	18982	16171	4532	-7011	-11639
Кількість ліжко-днів, проведених з резидентами у КЗР	219131	621832	2304371	238726	115281	-103850	-123445
УКРАЇНА							
Кількість ліжко-днів, проведених у КЗР	12255794	29632741	12768626	12446841	6227427	-6028367	-6219414
Кількість ліжко-днів, проведених з іноземцями у КЗР	2631093	1482749	1647394	1687148	430744	-2200349	-1256404
Кількість ліжко-днів, проведених з резидентами у КЗР	9624701	28149992	11121232	10759693	5796683	-3828018	-4963010

Джерело: розробка авторів на основі аналізу [15]

*Примітка. Статистична інформація за даним показником за період 2021-2022 роки не оприлюднювалась органами державної статистики у зв'язку із військовою агресією російської федерації проти України, відповідно до закону України «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни».



Різкий приріст кількості ліжко-днів у Хмельницькій області у 2014 році можна пов'язати з внутрішніми міграційними процесами через політичну кризу та війну.

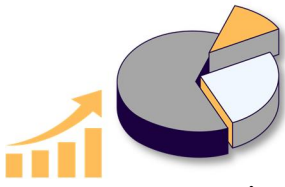
Пандемія COVID-19 у 2020 році призвела до суттєвого зменшення кількості ліжко-днів, як серед іноземців, так і серед резидентів.

Подібні тенденції спостерігаються і на рівні всієї України, що вказує на значний вплив пандемії на туристичну галузь і галузь розміщення в країні.

Хмельницька область показала більш різкі зміни в динаміці, порівняно з середніми показниками по Україні, що може свідчити про меншу стійкість місцевої туристичної інфраструктури до кризових ситуацій.

Низький показник ліжко-днів може бути наслідком економічних факторів, таких як обмежені фінансові можливості населення та зниження купівельної спроможності. Також важливо врахувати, що пандемія COVID-19 вплинула на туристичний сектор, обмеживши подорожчання та зменшивши загальну кількість турів. Для підвищення показників ліжко-днів у Хмельницькій області необхідно провести ряд заходів, спрямованих на розвиток туризму. Серед таких заходів можна виділити покращення інфраструктури, створення нових туристичних маршрутів, розвиток культурних і спортивних заходів, а також активну промоцію регіону.

Висновки. Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу в територіальних громадах Хмельниччини свідчить про значний потенціал регіону для розвитку туристичної галузі. Розмаїття природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів створює основу для залучення як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Водночас, дослідження виявило низку проблем, що стримують розвиток туристичного бізнесу, зокрема недостатній рівень туристичної інфраструктури, обмеженість інвестицій та відсутність ефективної маркетингової стратегії. Позитивні зрушення, такі як активізація місцевих громад у створенні туристичних продуктів та підтримка туризму на рівні державних і регіональних програм, демонструють перспективи для сталого

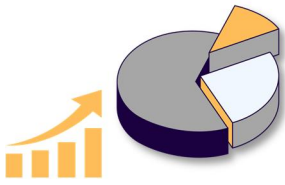


розвитку галузі. Особливу роль відіграють територіальні громади, які можуть стати ключовими учасниками процесу розвитку туризму через ініціативи з розвитку зеленого туризму, організації фестивалів і відновлення історичних об'єктів.

Таким чином, для забезпечення сталого розвитку туристичного бізнесу в Хмельницькій області необхідно впроваджувати комплексні заходи: розбудовувати інфраструктуру, залучати інвестиції, створювати якісні туристичні продукти та підвищувати рівень промоції регіону.

Список використаних джерел

1. Ковтун І., Юричина І. Актуальні виклики та перспективи розвитку туристичної галузі Хмельницької області. Університетські наукові записки. № 3 (81).2021. С. 120-129. URL: <https://irlykhuml.univer.km.ua/items/22fba0e1-b4dc-4bda-b499-6ed03a29ff91/full>.
2. Антоненко І., Курбацький І. (2023). Стан та перспективи розвитку туризму за видами в Хмельницькій області. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (15), 244-251. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.30>.
3. Лущик М. Функціонування туристичного сектору Хмельницької області в сучасних умовах. Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету. № 2, Том 1. 2022. С.90-100. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/05/2022-es-21-11.pdf>.
4. Шоробура І., Долинська О. Туризм Хмельниччини. Збірник наукових праць. Проблеми безперервної географічної освіти і картографії. Харків. Випуск 25. 2017. С.69-73.
5. Dolynska O. (2017) Peculiarities of tourism in Khmel'nitsky region. Visnyk Kyivskogo natsionalnogo universytetu, Geografiya [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Geography], 1-2 (66-67), 146-149.
6. Паньків Н., Стрельбіцька Н., Коновал А. (2024). Сучасний стан та тенденції розвитку сталого туризму у Сатанівській об'єднаній територіальній



громаді Хмельницької області. *Development Service Industry Management*, (3), 141–155.

7. Журба І., Цвігун Ю. (2024). Науково - теоретичні засади становлення підприємництва у сільському зеленому туризмі. *Development Service Industry Management*, (2), 279–283.

8. Коваль В., Несторишен І. (2024). Європейський досвід розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму . *Development Service Industry Management*, (1), 274–277.

9. Несторишен І., Стельмах Ю., Марчук Д. (2023). Сучасні тренди трансформації попиту на ринку туристичних послуг Україні. *Development Service Industry Management*, (2), 42–47.

10. Васильців Т., Микитин О. (2024). Проблеми та пріоритети розвитку туристичного комплексу України. *Development Service Industry Management*, (1), 289–293.

11. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. К. Центр учбової літератури. 2007. 424 с.

12. Труніна І. М. Конкурентоспроможність підприємницької діяльності (туристична галузь): підручник / І. М. Труніна, О. А. Сущенко, Г. С. Ліхоносова. – 2-ге вид., переробл. і доповн. Кременчук: вид-во ПП Щербатих О. В. 2017. 268 с.

13. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптева Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм. Навч. посіб. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. 2021. 173 с.

14. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навч. пос. К. Центр учбової літератури. 2007. 344 с.

15. Національна система туристичної статистики. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.