

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

**ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ:
ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ**
(теорія і практика)

Монографія

За загальною редакцією д-ра геог. наук, професора А. Кузюшина

Тернопіль 2025

УДК 796.5:649.9+17.024.4

Т 87

Рецензенти:

Брич В.Я., доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук, директор навчально-наукового інституту інноватики, природокористування та інфраструктури Західноукраїнського національного університету

Калько А.Д., доктор географічних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне)

Бучко Ж.І., доктор географічних наук, професор кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

*Рекомендовано до друку Вченою радою Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка,
протокол № 7 від 25 листопада 2025 р.*

Туризм і рекреація: виклики сьогодення (теорія і практика):
Т 87 Монографія / за заг. ред. д-ра геогр. наук, проф. А. Кузишина;
Тернопіль : Осадца Ю. В., 2025. 298 с.

ISBN 978-617-8607-12-8

Монографія присвячена комплексному аналізу становлення, функціонування та сучасних трансформацій туристичної сфери й індустрії гостинності в умовах глобальних соціально-економічних змін. Структура дослідження побудована за логікою поєднання історико-теоретичних, ресурсних, управлінсько-економічних та інноваційно-технологічних аспектів розвитку туризму.

Монографія орієнтована на науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, а також фахівців туристичної та готельно-ресторанної сфери.

УДК 796.5:649.9+17.024.4

ISBN 978-617-8607-12-8

© Колектив авторів., 2025

© ФОП Осадца Ю. В., 2025

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

**TOURISM AND RECREATION:
CONTEMPORARY CHALLENGES**
(theory and practice)

Monograph

Edited by Doctor of Geographical Sciences, Professor A. Kuzyshyn

Ternopil 2025

UDC 796.5:649.9+17.024.4

T 87

Reviewers:

Brych V., Doctor of Economic Sciences, Professor, Academician of the Academy of Economic Sciences, Director of the Educational and Research Institute of Innovation, Environmental Management and Infrastructure, West Ukrainian National University

Kalko A., Doctor of Geographical Sciences, Professor, Department of Tourism, Hotel, and Restaurant Business, National University of Water and Environmental Engineering (Rivne)

Buchko Zh., Doctor of Geographical Sciences, Professor, Department of Geography and Tourism Management, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

*Recommended for publication by the Academic Council of Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University,
Minutes No. 7 of November 25, 2025*

T 87 **Tourism and Recreation: Contemporary Challenges (theory and practice):** Monograph / edited by Doctor of Geographical Sciences, Professor A. Kuzyshyn; Ternopil: Osadtsa Y. V., 2025. 298 p.

ISBN 978-617-8607-12-8

The monograph is devoted to a comprehensive analysis of the formation, functioning, and contemporary transformations of the tourism sector and the hospitality industry in the context of global socio-economic changes. The structure of the study is built around an integrated approach that combines historical and theoretical foundations, resource potential, managerial and economic dimensions, as well as innovative and technological aspects of tourism development.

The monograph is intended for researchers, academic staff, higher education students, as well as professionals working in the tourism, hotel, and restaurant sectors.

ISBN 978-617-8607-12-8

ЗМІСТ

ПЕРЕДНЄ СЛОВО	6
ФОРМУВАННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ ЯК СУСПІЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ: ШЛЯХ ВІД МИНУЛОГО ДО СУЧАСНОСТІ (<i>Андрій Кузишин</i>)	8
ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН(<i>Сергій Задворний</i>)	64
ПОЄДНАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РІЗНИХ ВИДІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (<i>Катерина Дударчук</i>)	93
КЛІМАТИЧНІ УМОВИ І РЕСУРСИ ТА ЇХ ОЦІНКА ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (<i>Петро Царик</i>).....	130
СУЧАСНИЙ РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: ЕКОНОМІКА, ЗАКОНОДАВСТВО, ІННОВАЦІЇ (<i>Інна Поплавська</i>)	180
ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА (<i>Наталія Флінта</i>)	207
МЕНЕДЖМЕНТ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: НОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОМАНДИ (<i>Богдан Пушкар</i>)	229
СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ (<i>Іван Рудакевич</i>).....	252
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ (<i>Тарас Заставецький</i>)	275
КОЛЕКТИВ АВТОРІВ	297

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Міжнародні економічні відносини – це унікальний суспільний феномен, який відіграє надзвичайно велику роль у глобальному контексті взаємодії між країнами та сприяє якісному формуванню світового господарства. На сучасному етапі вони виступають потужним рушієм інтеграційних процесів, економічного зростання та підвищення якості товарів і послуг. Світовий ринок товарів і послуг наразі є надзвичайно динамічним та таким, що швидко розвивається під впливом викликів сьогодення. Тут, зокрема, варто відзначити, що останнім часом у міжнародній економіці поступово зростає роль послуг, насамперед, невиробничих. Так, поряд із фінансовими, кредитними, транспортними, інформаційно-комунікаційними послугами, значну частку починають займати послуги у системі туризму, відпочинку і розваг. Даний сегмент комплексно формує індустрію гостинності, яка повною мірою задовольняє потреби туристів та відвідувачів у розміщенні, харчуванні, екскурсійному і транспортному обслуговуванні, організації розважально-дозвіллевих заходів тощо. Тому наразі є необхідність розглянути роль та місце індустрії гостинності у системі міжнародних економічних відносин.

У цьому розділі монографічного дослідження висвітлено теоретичні аспекти міжнародних економічних відносин та індустрії гостинності, а також обґрунтовано їхній взаємозв'язок. Актуалізовано місце індустрії гостинності у системі міжнародних економічних відносин, окреслено ключові проблеми і перспективи її розвитку у цьому контексті. Дослідження проведено у практичній площині на глобальному, національному, регіональному та локальному рівнях.

У загальному розумінні міжнародні економічні відносини – це система відносин, що виникають між суб'єктами з різних країн з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання товарів, послуг, капіталів, ідей в умовах обмеженості ресурсів і міжнародного поділу

праці в межах світового господарства [9, с. 10]. Об'єктами міжнародних економічних відносин виступають товари, послуги, фактори виробництва, валютні цінності, а суб'єктами найчастіше – держави, міжнародні організації, національні підприємства і фірми, міжнародні неурядові організації, фізичні особи.

Міжнародні економічні відносини ґрунтуються на низці принципів, які виходять із міжнародного права, рівноправного партнерства та мирного співіснування, забезпечення сталого розвитку та вільної інтеграції національних ринків у світогосподарський простір. Вони реалізуються на трьох рівнях, а саме: мікрорівень (окремі суб'єкти господарювання), мезорівень (регіональні об'єднання, галузеві асоціації та транскордонні кластери) та макрорівень (державна політика та міждержавні угоди, що регулюють рух капіталу, товарів і послуг).

Наразі виділяють декілька форм міжнародних економічних відносин. Серед найважливіших є такі: міжнародна торгівля, міжнародний рух капіталу, міжнародна міграція робочої сили, міжнародна передача технологій, міжнародні валютно-фінансові відносини та міжнародна економічна інтеграція. Вони проявляються і розвиваються в межах зовнішнього середовища. У свою чергу, середовище розвитку міжнародних економічних відносин – це сукупність умов та факторів (зовнішніх макроелементів), з урахуванням і в межах яких формуються і функціонують міжнародні економічні відносини [9, с. 32]. Структура середовища міжнародних економічних відносин складається із природно-географічного, політико-правового, економічного, соціально-культурного, інфраструктурного та технологічного середовища.

Важлива роль тут також відводиться міжнародному поділу праці. Він полягає в спеціалізації окремих країн на виробництві певних товарів або наданні послуг, якими вони обмінюються між собою для досягнення взаємної економічної вигоди. Основними факторами міжнародного поділу праці виступають природно-географічні, соціально-економічні та демографічні. Формами міжнародного поділу праці є міжнародна спеціалізація (концентрація на виробництві певних товарів або наданні послуг, орієнтуючись на світовий ринок) та міжнародна кооперація (міжнародні зв'язки між підприємствами різних країн, з метою координації зусиль для спільного створення

кінцевого продукту). Спеціалізація може бути галузевою або територіальною, кооперація – горизонтальною або вертикальною.

Провідною формою міжнародних економічних відносин є міжнародна торгівля. Міжнародна (світова) торгівля – це торгівля, яка передбачає переміщення товарів та послуг за межі державних кордонів. Її ще можна трактувати як відносини країн з метою вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг. Стан зовнішньої торгівлі характеризується низкою показників, серед яких основними є її обсяг, динаміка експорту та імпорту, товарна та географічна структура. Обсяг світової торгівлі визначається в натуральних і вартісних показниках. Зміна обсягів торгівлі характеризується динамікою зовнішньоторговельного товарообігу, що становить суму її експорту й імпорту. Різниця між сукупним експортом і імпортом впродовж певного періоду становить сальдо торгового балансу. Географічна структура міжнародної торгівлі – це розподіл торговельних потоків між окремими країнами чи групами країн, виділеними за територіальною або груповою ознакою. Товарна ж структура характеризує товарне наповнення експорту та імпорту [14, с. 90-92]. Комплексний аналіз цих індикаторів дає змогу оцінити ступінь інтеграції національної економіки у світогосподарські зв'язки та визначити рівень її міжнародної конкурентоспроможності.

Міжнародна торгівля формує світовий ринок товарів і послуг. Світовий ринок послуг являє собою сферу обміну послуг між країнами. Поряд із світовими товарними ринками він є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин [8, с. 139]. Ринок послуг динамічно розвивається і стає ключовою сферою сучасної економіки, що охоплює широкий спектр нематеріальних благ. Ключовими тенденціями, що формують сучасний ринок послуг, є його цифрова трансформація, глобалізація та посилення конкуренції. Як наслідок – він стає все більш складним, інноваційним і орієнтованим на задоволення різноманітних потреб споживачів, що швидко змінюються.

Послуги – це результат економічної діяльності, відносно якого не можна встановити права власності. Послуги не підлягають продажу окремо від процесу їх виробництва. Момент завершення виробництва послуги збігається з моментом надання її споживачеві [17]. Експорт послуг формується як загальна вартість операцій з надання послуг

резидентом нерезиденту згідно з договорами (контрактами) або в усній формі договору за датою їх фактичного надання на основі принципу нарахування (за виписаними рахунками). Імпорт послуг формується як загальна вартість операцій з одержання послуг резидентом від нерезидента згідно з договорами (контрактами) або в усній формі договору за датою їх фактичного одержання на основі принципу нарахування (за виписаними рахунками). Сальдо послуг формується як різниця експорту та імпорту послуг [4]. Зовнішньоекономічні послуги структуруються відповідно до класифікації на такі розділи: послуги з переробки матеріальних ресурсів; послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій; транспортні послуги; послуги, пов'язані з подорожами; послуги з будівництва; послуги зі страхування; послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю; роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності; послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги; ділові послуги; послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги; державні та урядові послуги [17]. Наведена структуризація дозволяє детально аналізувати динаміку міжнародних сервісних потоків та визначати місце кожної галузі, зокрема індустрії гостинності, у системі глобальних економічних зв'язків.

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин ключовими каталізатором виступають інтеграційні процеси, оскільки вони стимулюють зближення національних ринків, знімають торговельні бар'єри та створюють спільні регуляторні простори, що веде до формування цілісних успішних економічних об'єднань, що суттєво посилюють колективну конкурентоспроможність країн-учасниць.

Сучасні виклики, які постають перед міжнародними економічними відносинами включають глобальні кризи, кліматичні зміни та екологічні проблеми, соціальну нерівність, демографічні зміни та необхідність адаптації до нових умов, зокрема через глобальну координацію зусиль і підвищення виробничої гнучкості. Подібні виклики вимагають інтеграції різноманітних факторів у стратегічне планування для забезпечення сталого розвитку.

Сучасна система міжнародних економічних відносин трансформується під впливом різноманітних глобальних викликів,

зміщуючи акцент з обміну матеріальними товарами на динамічний розвиток ринку послуг, де в тому числі індустрія гостинності посідає важливе місце. Ефективне функціонування цієї сфери базується на міжнародному поділі праці та глибокій виробничій кооперації на різних рівнях, що дозволяє країнам оптимізувати власні ресурси та впроваджувати високі стандарти сервісу. Інтеграційні процеси та усунення торговельних бар'єрів створюють сприятливе середовище для формування цілісної інфраструктури сфери послуг, яка здатна гнучко адаптуватися до змін.

Гостинність як універсальна морально-етична категорія, яка включає привітність, доброзичливість та забезпечення потреб мандрівників з часом трансформувалась у складову частину сфери послуг. Тому саме у контексті побудови міжнародних економічних відносин на основі мирного співіснування держав, індустрія гостинності відіграє важливу консолідуючу позитивну роль. Перебування туристів у тій чи іншій країні, їх знайомство із історико-культурною спадщиною та традиціями, особливостями розвитку на сучасному етапі сприяє подоланню ментальних упереджень та сприяє зміцненню крос-культурної комунікації, а також окресленню перспективних векторів бізнесової та гуманітарної співпраці. Наразі дієва зовнішньоекономічна діяльність неможлива без елементів індустрії гостинності, яка забезпечує комплексний набір послуг у рамках різноманітних видів ділової взаємодії. Загалом індустрія гостинності відіграє надзвичайно велику роль у міжнародній економіці, культурі, суспільстві та нерозривно пов'язана із глобалізаційними трендами.

У загальному вимірі гостинність – це загальна психологічна атмосфера, в яку потрапляє турист, перебуваючи за межами звичного життєвого середовища (в країні, регіоні, поселенні, під час подорожі чи в місці відпочинку), яку формують доброзичливість, культура та якість обслуговування. У цьому контексті гостинністю виступає також позитивний психологічно-туристичний імідж окремого рекреаційно-туристичного закладу, району, чи держави в цілому [19, с. 33-34]. Позитивні враження від окремого регіону, чи країни загалом, є одним із першочергових посилів для розширення зовнішньоекономічної діяльності. Це, зокрема, включає можливість започаткування або нарощення інвестиційної діяльності, технологічного обміну,

залучення кваліфікованих працівників, організації і проведення виставок, контрактної співпраці та збільшення туристичних потоків.

Незалежно від сектору, гостинність ґрунтується на п'яти психологічних компонентах: 1) атмосфера (створення затишного та естетичного середовища); 2) якість обслуговування (професіоналізм персоналу); 3) очікування гостей (передбачення та персоналізація послуг); 4) увага до деталей (дрібниці, що формують загальне враження); 5) гнучкість (здатність адаптуватися до запитів клієнта в реальному часі) [25]. Гармонійне поєднання цих елементів дозволяє трансформувати стандартну послугу в унікальний емоційний досвід клієнта, що є головною запорукою формування його лояльності і як наслідок формування високої конкурентоспроможності бренду на світовому ринку.

Наразі існує значний масив дефініцій терміну «індустрія гостинності». Кожен науковець чи практик має своє трактування цього терміну. Окрім цього, у кожній країні світу є своя специфіка щодо значення, структури та місця в системі сфери послуг індустрії гостинності. Ключовими елементами індустрії гостинності виступають комерційні послуги з розміщення та харчування, тобто готельно-ресторанний бізнес. У нашій публікації ми опираємось на визначення, що індустрія гостинності – це сукупність галузей сфери обслуговування, які включають послуги розміщення, харчування, туристичного супроводу, а також послуг відпочинку і розваг.

Відповідно до міжнародної стандартизації зовнішньої торгівлі послугами, індустрія гостинності загалом відповідає розділу «Послуги, пов'язані з подорожами», який включає такі складові: послуги під час відряджень, ділових переговорів; послуги, надані сезонним робітникам та працівникам прикордонних районів; послуги під час інших ділових подорожей; послуги, пов'язані з подорожжю з оздоровчою метою; туристичні послуги; послуги під час інших особистих подорожей. Також спорідненими до індустрії гостинності є культурні та рекреаційні послуги із розділу «Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги» [16].

Станом на сьогодні в національному законодавстві немає єдиного офіційно закріпленого визначення терміну «індустрія гостинності». Складність полягає у міждисциплінарності цього поняття, адже гостинність об'єднує готельний бізнес, ресторанну справу, туризм,

організацію дозвілля та транспортні послуги. Частково це питання висвітлено у Законі України «Про туризм», де, зокрема, зазначається, що туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [18].

Індустрія гостинності водночас є невід'ємною та тісно інтегрованою частиною сфери туризму і рекреації, що забезпечує її повноцінне функціонування. У той же час заклади індустрії гостинності можуть виступати за межами туристичного сектору, адже вони також надають послуги поза туризмом безпосередньо місцевим мешканцям відповідних територіальних спільнот. Сьогодні для назви індустрії гостинності оператори ринку часто використовують акронім HoReCa, сформований від перших двох літер слів Hotel (готель), Restaurant (ресторан), Cafe/Catering (Кафе/кейтеринг).

Індустрія гостинності поряд із туризмом пройшла довготривалий історичний процес розвитку та становлення, де на межі XIX-XX століть було актуалізовано її важливість, особливо у країнах Західної Європи та Північної Америки. На початку 2000-х років було закладено основні тенденції її розвитку, а саме: поглиблення спеціалізації готельної та ресторанної пропозиції, створення міжнародних готельних і ресторанних ланцюгів, впровадження інноваційних технологій тощо. Важливим етапом було запровадження використання можливостей міжнародних систем бронювання і резервування, інтегрованих у мережу Інтернет (AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre та інші) [22, с. 192, 195]. Ця технологічна та структурна трансформація перетворила розрізнені сервісні підприємства на високотехнологічну глобальну індустрію, здатну забезпечувати миттєву комунікацію між виробником послуг та споживачем у будь-якій точці світу.

Станом на сьогодні є ціла низка чинників, які впливають на світові тенденції розвитку індустрії гостинності. До найбільш вагомих належать: природно-географічні, економічні, соціально-культурні та технологічні. Крім того, стратегічним фактором прогресу галузі стало

підвищення рівня професійної підготовки кадрів та інтелектуалізація праці.

Окремо слід зазначити, що зростання ролі міжнародного ділового туризму зумовило формування сектору МІСЕ-туризму, який тісно інтегрований в індустрію гостинності. Цей напрямок охоплює організацію та проведення корпоративних заходів: Meetings (зустрічі), Incentives (заохочувальні тури), Conferences (конференції), Exhibitions (виставки), а також спеціалізовані професійні події. Ключовою особливістю цього сегменту є орієнтація на специфічні бізнес-потреби корпоративних клієнтів

Міжнародні економічні відносини та індустрія гостинності перебувають у тісному зв'язку, оскільки ця галузь є важливою частиною міжнародної торгівлі послугами, а також значним джерелом валютних надходжень, що впливає на розвиток економіки цілих країн. Цей сектор сприяє розвитку інфраструктури, створенню робочих місць та зміцненню міжнародного економічного співробітництва. Міжнародна виробнича інфраструктура індустрії гостинності являє собою комплексну сукупність матеріально-технічних об'єктів та систем забезпечення, що включає засоби розміщення, заклади харчування, транспортні мережі та цифрові платформи, які спільно створюють умови для надання послуг на світовому рівні. Вона функціонує як єдина глобальна мережа, що інтегрує ресурси різних країн для безперебійного обслуговування міжнародних туристичних потоків та підтримки стандартів сервісу незалежно від географічного розташування.

Індустрія гостинності в системі міжнародних економічних відносин займає унікальне місце, оскільки вона є водночас і результатом, і каталізатором глобалізаційних процесів. Зовнішньоекономічна діяльність у сфері гостинності включає експорт та імпорт послуг, а також залучення інвестицій та обмін науково-технічними розробками. Роль індустрії гостинності в міжнародних економічних відносинах полягає у залученні валютних надходження від іноземних туристів в економіку країни, забезпечує створення нових робочих місць, стимулює інвестиції у розвиток інфраструктури, є значним експортером послуг, сприяє міжкультурному обміну та забезпечує диверсифікацію економіки у кризові періоди. У системі міжнародних економічних відносин індустрія гостинності наразі

орієнтована на розробку та впровадження стратегій гнучкості та сталого розвитку.

Загалом, зазначимо, що індустрія гостинності трансформувалася з морально-етичної категорії у високотехнологічну глобальну галузь. Її сучасний розвиток базується на поєднанні психологічного комфорту, інноваційної інфраструктури та стратегіях сталого розвитку, що робить її невід'ємним фундаментом для сучасної зовнішньоекономічної діяльності.

Дослідження світового ринку послуг та місця індустрії гостинності в ньому є стратегічно значущим для розуміння глобальних економічних трансформацій та інтеграції національних підприємств у міжнародний простір. Аналіз глобальних трендів дозволяє країнам адаптувати власні моделі обслуговування до сучасних стандартів якості, цифровізації та інклюзивності, що безпосередньо підвищує їхню конкурентоспроможність. Окрім цього, таке вивчення допомагає країнам прогнозувати динаміку валютних надходжень та формувати ефективну інвестиційну політику, перетворюючи сферу гостинності на потужний інструмент експорту та економічного зростання.

Міжнародна торгівля є основою світової економіки, забезпечуючи обмін товарами, послугами та ідеями через кордони. Вона сприяє економічному зростанню, підвищує продуктивність та стимулює інновації [29]. Політика торгівлі послугами є важливим фактором, що визначає прямі іноземні інвестиції, участь у глобальних ланцюгах створення вартості, продуктивність та експорт промислової продукції. Політика щодо торгівлі послугами також сприяє досягненню широкого кола національних цілей, включаючи досягнення Цілей сталого розвитку [31]. Таким чином, лібералізація та раціональне регулювання ринку послуг стають визначальними інструментами для зміцнення міжнародної конкурентоспроможності держав.

У 2024 році світова торгівля товарами та комерційними послугами, на основі платіжного балансу, зросла на 4% і сягнула 32,2 трлн дол. США після 2% скорочення у 2023 році. Торгівля товарами зросла на 2%, тоді як послуги продовжували стрімко зростати, збільшившись на 10%, перевищивши зростання, зафіксоване у 2023 році. Частка послуг у світовій торгівлі зросла до 27,2%, що є найвищим показником з 2005 року. За підсумками 2024 року лідерами

експорту послуг за розділом «Подорожі (Travel)» були країни Європейського Союзу – 508 млрд дол. США (29,17% від загального обсягу експорту), Сполучені Штати Америки – 213,78 млрд дол. США (12,28%) та Велика Британія – 84,46 млрд дол. США (4,85%). Стосовно імпорту, то тут першість посіли теж країни Європейського Союзу – 433 млрд дол. США (26,18%), Китай – 251,03 млрд дол. США (15,15%) та Сполучені Штати Америки – 178,91 млрд дол. США (10,80%) [30]. За даними UN Tourism, до кінця 2024 року кількість міжнародних туристів майже досягла рівня 2019 року, що свідчить про повне відновлення сектору [28]. Випереджальні темпи зростання сектору послуг порівняно з товарним ринком підтверджують ключову роль подорожей у сучасній реструктуризації глобальної економіки та зміцненні позицій згаданих вище країн та інтеграційних угруповань.

Сьогодні значна кількість країн спеціалізуються на індустрії гостинності, що підтверджується високою часткою від туризму у структурі валового внутрішнього продукту. Так, за даними UN Tourism за підсумками 2023 року найвищий показник був зафіксований серед країн Америки у Панамі (10,8%), Європи – Португалії (9,1%), Африки – Мозамбіку (4,02%), Східної Азії та Тихоокеанського басейну – Філіппінах (8,58), Близького Сходу – Бахрейну (7,14%) [28]. Ці дані демонструють, що індустрія гостинності стала критично важливим сектором для національних економік у різних географічних регіонах, виступаючи основою економічної стійкості та валютної стабільності держав. Також стрімке зростання сектору послуг підтверджує трансформацію індустрії гостинності у ключовий драйвер глобальних економічних процесів та стратегічний напрям для країн із різним рівнем розвитку.

Розгляд індустрії гостинності в системі міжнародних економічних відносин є стратегічно важливим для формування позитивного міжнародного іміджу та залучення прямих іноземних інвестицій у національну економіку. Ця галузь виступає потужним інструментом експорту послуг, що забезпечує стабільні валютні надходження до бюджету та сприяє інтеграції України у світовий ринок послуг. У підсумку, ефективний розвиток цього сектору стає засобом суспільного зростання, що дозволяє державі адаптуватися до вимог глобальної економіки.

Сьогодні індустрія гостинності в Україні функціонує в складних умовах невизначеності та демонструє адаптацію до умов воєнного часу. Антикризові заходи у цій галузі забезпечили стійкість та поступове зростання ключових показників. Так, за даними Державного агентства розвитку туризму України за перше півріччя 2025 року представники туристичної сфери сплатили до державного бюджету 1 млрд 613 млн грн податків. Це майже на 30% більше, аніж за аналогічний період 2024 року. Окрім інфляційних чинників, зростання пояснюється поживленням внутрішнього туризму – дедалі більше українців подорожують всередині країни, зокрема до західної частини країни. Адже в людей є базова необхідність у відпочинку, аби продовжувати ефективно працювати, підтримувати своє фізичне та психологічне здоров'я. І саме у західних регіонах зосереджується найбільший попит, що на пряму впливає на доходи підприємств, податкові надходження до бюджету і, як наслідок, це сприяє адаптації ринку загалом. Зростає й кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у сфері туризму. Їх зараз налічується понад 14,5 тис. Серед лідерів-платників податків залишаються готелі – саме вони склали 71% від загальної суми усіх надходжень (1 млрд 144 млн грн). Також туроператори сплатили майже 195 млн грн, туристичні агентства – 153 млн грн, бази відпочинку та дитячі табори – більше 92 млн грн. Поряд з тим, на ринку кількість фізичних осіб-підприємців зросла на 6%, натомість кількість юридичних осіб зменшилась на 1%. Це наслідки високого рівня динаміки та гнучкості ринку, де малий бізнес активно займає свою нішу [5]. Загалом, позитивна податкова динаміка на фоні структурної перебудови ринку підтверджує стратегічну роль індустрії гостинності як стійкого джерела наповнення бюджету навіть у кризових умовах. Подальше зміцнення сектору обумовлюватиметься здатністю малого та середнього бізнесу інтегруватися у великі інфраструктурні проекти та підтримувати високі стандарти обслуговування клієнтів.

Позитивною динамікою також характеризується туристичний збір. За даними Державної податкової служби України у першій половині 2025 року туристичний збір в Україні побив усі попередні рекорди: 142,6 млн грн надходжень у місцеві бюджети. Це на третину більше, ніж торік, і вдвічі більше, ніж у 2021 році. Кошти надходили майже

рівномірно від великого бізнесу та малих підприємців: 55% сплатили готелі та великі заклади розміщення, а 45% – власники квартир, садиб та невеликих туристичних об'єктів. Лідерами туристичного збору стали місто Київ (33,6 млн грн), Львівська (26,6 млн грн) та Івано-Франківська область (22,1 млн грн), що забезпечило 58% всіх надходжень [21]. За кількістю платників лідирують Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська та Одеська області і місто Київ. Дані демонструють стабільну туристичну активність у привабливих регіонах, що мають розвинену інфраструктуру та природно-культурні ресурси. Зростання обсягів податкових надходжень свідчить про розвиток внутрішнього ринку, покращення адміністрування, а також про поступове відновлення інфраструктури [5]. Таким чином, рекордна динаміка туристичного збору підтверджує високу адаптивність сектору гостинності та його зростаючу роль у формуванні фінансової спроможності територіальних спільнот. Це створює сприятливі умови для подальшого інвестування у перспективні туристичні дестинації та стимулює підвищення прозорості економіки.

Загалом ринок послуг індустрії гостинності в Україні складний, динамічний та багатогранний. Структурно він сформований із чотирьох блоків – готельний, ресторанний, туристичний та блок розваг, дозвілля і рекреації. Їм притаманні своя специфіка функціонування і розвитку. Станом на 01.01.2025 року в Україні було зареєстровано фізичних осіб-підприємців за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщування й організація харчування» – 71888 осіб, а «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» – 18004 осіб. Юридичних осіб за згаданими видами економічної діяльності налічувалось 20672 та 13600 відповідно. Впродовж 2022-2024 рр. динаміка є позитивною. Наприкінці 2024 р. кількість підприємств з розміщування й організації харчування налічувалось 5578, серед яких 97,3% були малими, а у системі мистецтва, спорту і розваг – 1631 підприємство, де малих – 92,7% [15]. Домінування малих підприємств та висока питома вага фізичних осіб-підприємців свідчать про гнучкість галузі та її здатність до швидкої адаптації в умовах невизначеності. Така структура підкреслює, що саме мікро- та малий бізнес наразі є основою національної індустрії гостинності, забезпечуючи значну частину пропозиції на ринку послуг.

Стосовно закладів розміщення, то станом на середину 2024 р. в Україні працювало 2017 готельних закладів. Колективні засоби розміщення по території України розподілені не рівномірно та мають виражену концентрацію в регіонах морського та літнього дозвілля, ділової, освітньої та виробничої активності, у рекреаційних регіонах гірського туризму та відпочинку. У 2023–2024 рр. найвищу завантаженість у 60–70% демонстрували готелі у Львові та Карпатах. Як зазначають аналітики, особливо швидко розвивається сегмент хостелів [1]. Сучасні тренди у готельному бізнесі зорієнтовані на цифровізацію, безпеку та психологічне відновлення у контексті внутрішнього туризму.

Щодо закладів харчування, то вони характеризуються розгалуженою мережею та різноманітністю у форматах обслуговування. Активно розвиваються сегменти кав'ярень та суші-закладів. У суспільно-географічному вимірі часткове зростання бізнесу простежується у Західному регіоні України. Сьогодні орієнтація у ресторанному бізнесі – це швидкість, якість та стабільність. Поряд із діджиталізацією акцент здійснюється на локальні (автентичні) продукти, а також високу адаптивність до роботи в умовах енергетичної й безпекової нестабільності.

Ключові туристичні підприємства розташовуються у великих містах та курортних зонах України. В останні роки важливими викликами залишались релокація, адаптація до переорієнтації туристичних потоків та антикризова діяльність. За дослідженнями Г. Сухорукової, наразі у галузі працює близько 600 тис. осіб. Присутня значна плінність кадрів та неуккомплектованість штату. У тренді сьогодні оздоровчий туризм, сімейні й індивідуальні поїздки, важливість безпекового фактору та короткострокове планування. Нові напрями – воєнний та інклюзивний туризм [10]. У той же час зауважимо, що переорієнтація туризму на соціально-реабілітаційну місію потребує посилення інфраструктурного та кадрового забезпечення.

Сектор розваг, дозвілля і рекреації базується, насамперед, на опорному каркасі мережі державних закладів культури і спорту (театрів, музеїв, кінотеатрів, бібліотек, будинків культури, спортивних об'єктів), який активно доповнюють приватні підприємства, поступово нарощуючи власні показники діяльності. Ця взаємодія

державного та приватного секторів посилює стійкість індустрії гостинності, адаптуючи рекреаційний простір до сучасних запитів і викликів воєнного часу та повоєнного відновлення. Наразі у тренді в цьому блоці є розвиток інклюзивних просторів та акцент на психологічній рекреації як невід'ємній частині оновленої системи індустрії гостинності.

В Україні є ціла низка громадських організацій та професійних об'єднань, що сприяє координації дій бізнесу, обміну досвідом та налагодження міжнародної співпраці. Їхня діяльність є важливою для лобювання інтересів галузі на державному рівні, залучення іноземних інвестицій та формування «порядку денного» на ринку індустрії гостинності.

Такі позитивні тенденції, окреслені вище, створюють необхідне підґрунтя для подальшої трансформації сектору гостинності України та його інтеграцію у міжнародний простір індустрії гостинності. Це підтверджується оприлюдненими статистичними показниками зовнішньоекономічної діяльності у сфері послуг. Так за 9 місяців 2025 р. експорт послуг становив 6338,7 млн дол. США, або 84,3% порівняно із 9 місяцями 2024 року, імпорт – 5481,9 млн дол. США, або 93,0%. Позитивне сальдо склало 856,8 млн дол. США (за 9 місяців 2024 року також позитивне – 1625,8 млн дол. США). Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 1,16 (за 9 місяців 2024 року – 1,28). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 211 країн світу [15]. Збереження позитивного сальдо зовнішньої торгівлі послугами навіть у складних умовах свідчить про високу життєздатність національного сервісного сектору та наявність стабільного попиту на нього на міжнародному ринку.

Водночас, аналізуючи зовнішньоторговельний баланс України, слід зазначити, що за 9 місяців 2025 року експорт товарів та послуг становив загалом 35279,9 млн дол. США, або 93,5% порівняно із 9 місяцями 2024 року, імпорт – 65671,3 млн дол., або 114,9%. Негативне сальдо склало 30391,4 млн дол. США (за 9 місяців 2024 р. також негативне – 19385,2 млн дол. США). Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,54 (за 9 місяців 2024 р. – 0,66). Прикметно, що позитивне сальдо у структурі зовнішньої торгівлі було зафіксовано лише у сфері послуг і становило 856,8 млн дол. США, зокрема у співпраці із країнами Європейського Союзу цей показник сягнув

89,5 млн дол. США [15]. Такі показники свідчать про те, що саме сфера послуг, перспективною частиною якої є індустрія гостинності, наразі виступає стабілізаційним фактором національної економіки, частково компенсуючи дефіцит у торгівлі товарами. Утримання позитивного торговельного балансу з країнами Європейського Союзу підкреслює високу конкурентоспроможність національного сервісного продукту та успішну інтеграцію українських підприємств у європейський ринок послуг.

Стосовно географічної структури зовнішньої торгівлі послугами України за 9 місяців 2025 року, то лідируючі позиції щодо експорту займають такі країни-партнери як США – 1406,9 млн дол. США (22% до загального обсягу експорту), Німеччина – 510,7 млн дол. США (8,1%) та Польща – 432,1 млн дол. США (6,8%). Лідерами у частині імпорту є Польща – 425,3 млн дол. США (7,8% до загального обсягу імпорту), Ірландія – 388 млн дол. США (7,1%) і Швейцарія – 128 млн дол. США (6,8%). Частка експорту із країнами Європейського Союзу становила 49,9%, а імпорту відповідно – 56,1%. Найвище позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами зафіксоване із США – 1080,4 млн дол. США, максимальне від’ємне – із Ірландією – - 298,9 млн дол. США, а найбільш збалансованими виявилися торговельні операції з Естонією (позитивне сальдо 1,5 млн дол. США). Високі показники експортних операцій на ринках США та країн Європейського Союзу свідчать про успішні кроки інтеграції України у західну сервісну економіку та відповідність національних послуг відповідним міжнародним стандартам. Також домінування країн Європейського Союзу у структурі імпорту підкреслює стратегічну роль цього інтеграційного об’єднання, як ключового партнера у забезпеченні України інноваційними рішеннями, необхідними для поступального функціонування сфери послуг.

Сьогодні критично важливим для виявлення специфічних точок росту та інвестиційної привабливості кожної області є аналіз регіональних особливостей зовнішньої торгівлі послугами. Це дозволяє формувати ефективні стратегії комплексного соціально-економічного розвитку та забезпечує можливість адаптувати державну політику під унікальний ресурсний потенціал регіонів, зокрема індустрію гостинності чи інші сектори економіки, таким чином максимізуючи їхній внесок у загальнонаціональний експортний

баланс. Аналізуючи оприлюднені регіональні обсяги зовнішньої торгівлі послугами за підсумками 2022 року, слід відзначити що лідируючі позиції за часткою у загальному обсязі експорту послуг займали місто Київ (44,3%), Львівська (8,8%) та Одеські області (6,4%). У частині імпорту повідні позиції належать місту Києву (25,9%), Одеській (6,6%) та Дніпропетровській (2,5%) областям [4]. Такі суспільно-географічні особливості свідчать про домінування великих міських агломерацій та прикордонних і приморських регіонів, які мають найбільш розвинену ділову інфраструктуру та логістичні потужності. Високі показники Львівської та Одеської областей підкреслюють стратегічну роль цих регіонів як головних центрів сфери послуг, що забезпечують стабільність експортних потоків навіть в умовах різноманітних змін в структурі економіки України.

Розглядаючи структуру зовнішньої торгівлі послугами України за 9 місяців 2025 року, то слід відзначити, що лідируючі позиції тут займали послуги у сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги (2560,6 млн дол. США), в тому числі комп'ютерні послуги, які були найбільшими за обсягом (1936,3 млн дол. США). Щодо імпорту, то переважали державні та урядові послуги, обсяг яких становив 1407,1 млн дол. США. У свою чергу, послуги, пов'язані із подорожами у структурі експорту становили 1,7% (105,8 млн дол. США), а імпорту – 12,3% (148,9 млн дол. США). Споріднені із індустрією гостинності послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги у експорті займали частку у 0,3% (17,3 млн дол. США), а імпорту – (0,2%) 12,3 млн дол. США [15]. Аналіз наведених вище даних свідчить про збереження цифрової орієнтації національного експорту, де ІТ-сектор залишається головним джерелом валютних надходжень. Водночас порівняно невисока частка послуг, пов'язаних із подорожами та рекреацією, вказує на значний невикористаний потенціал індустрії гостинності у зовнішньоекономічній діяльності. Подальша стратегія розвитку галузі має бути спрямована на формування конкурентоспроможного міжнародного продукту, що дозволить збільшити обсяг даних послуг у загальній структурі експорту України.

Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності України в галузі гостинності характеризується різким скороченням експорту послуг

через закриття повітряного простору та безпекові ризики, що значно зменшило обсяги класичного в'їзного туризму. Сьогодні для розкриття потенціалу індустрії гостинності необхідно забезпечити прозорий інвестиційний клімат, просувати національний бренд тощо. Удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю у поєднанні з міжнародним досвідом та інноваціями дозволить галузі швидко відновитися у повоєнний період. Орієнтація на нові види туризму та залучення іноземних інвестицій стануть основою для повноцінної інтеграції України у світовий ринок послуг.

Отже, незважаючи на безпекові виклики, індустрія гостинності України демонструє високу адаптивність, забезпечуючи рекордні податкові надходження та позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами. Гнучка структура ринку з домінуванням малого бізнесу із переорієнтацією на внутрішній туризм стають одним із елементів стабілізації національної економіки. Подальша цифровізація послуг та інтеграція у європейські туристичний простір дозволять галузі стати стратегічним напрямом для залучення іноземних інвестицій у повоєнний період.

Своєчасним та актуальним наразі є також розгляд питань, які пов'язані із зовнішньоекономічною діяльністю у розрізі регіонів України, що здійснюється за видами економічної діяльності, які відносяться до індустрії гостинності. Вони, насамперед, охоплюють широкий спектр напрямків, які пов'язані із прибуттям іноземних туристів, залученням закордонних інвестицій, налагодження дієвої співпраці з міжнародними партнерами та просуванням регіонального туристичного продукту на світовому ринку.

Окремо слід відзначити, що у даному контексті регіони за політико- і економіко-географічним розташуванням поділяються на дві групи. До першої групи відносяться ті, які є прикордонними, до другої – ті які розташовані всередині країни та межують виключно із іншими регіонами країни. Підкреслимо, що кращі перспективи у нарощенні зовнішньоекономічної діяльності у торгівлі як товарами так і послугами мають регіони першої групи. Перед ними, насамперед, відкриваються широкі можливості транскордонного співробітництва, в тому числі й в індустрії гостинності. Це дає можливість реалізовувати спільні проекти та ініціативи з метою розвитку туристичної інфраструктури, обміну досвідом, розробки,

просування і реалізації спільного туристичного продукту та залучення більшої кількості туристів з обох сторін кордону та третіх країн. Дещо менші можливості у нарощенні зовнішньоекономічної діяльності у індустрії гостинності мають ті регіони, які розташовуються всередині країни. Їм, відповідно, потрібно докладати більше зусиль для формування власної впізнаваності, де була б підкреслена їхня унікальність та самобутність через маркетингову систему брендингу, в тому числі й територіального. Відсутність потужного транзитного потенціалу, логістичних хабів і віддаленість від державного кордону унеможлиблює участь регіону у транскордонних проєктах та вимагає креативних підходів у нарощенні показників міжнародного економічного співробітництва. Ключовими напрямками тут постають інноваційні рішення у туристичній сфері (розробка унікального сучасного продукту, діджиталізація і цифровізація, контент-менеджмент, креативно-технологічні інфраструктурні рішення), залучення інвестицій, партнерська взаємодія усіх зацікавлених сторін, участь у міжнародних виставках та співпраця із міжнародними партнерами (регіонами, містами, громадами, юридичними та фізичними особами), залучення організацій діаспори та впливових представників земляцтв. Разом з тим, суттєвим фактором, який на впливає на соціально-економічний розвиток регіонів України є військово-безпекова ситуація. Він впливає на майже усі види економічної діяльності в регіонах України та систему зовнішньоекономічних зв'язків.

Сучасний стан та перспективи зовнішньоекономічної діяльності в індустрії гостинності у регіональному вимірі розглянемо на прикладі Тернопільської області. Регіон розташовується на Заході України та в адміністративному відношенні межує із п'ятьма областями (Рівненською, Хмельницькою, Чернівецькою, Івано-Франківською, Львівською), чотири з яких, за винятком Хмельницької, мають вихід до державного кордону. Це, відповідно, загострює міжрегіональну конкуренцію, створює цілу низку викликів, але зрештою веде до покращення якості послуг.

Транспортна галузь Тернопільської області сформувалася завдяки вигідному транспортно-географічному розташуванню на перетині міжнародних магістралей. Через область проходять залізничні та автомобільні міжнародні транспортні коридори. Це створює

можливості для вигідного розташування логістичних центрів, оптових ринків, транспортних компаній [23, с. 282].

Так як через регіон проходять міжнародні транспортні коридори, які ведуть до країн Європейського Союзу (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), це дещо підвищує конкурентність Тернопільської області, створюючи сприятливі умови для залучення, насамперед, іноземних інвестицій та розбудови інфраструктури гостинності, в тому числі вздовж основних комунікаційних вузлів та осей.

Таке географічне положення області у поєднанні з унікальним природним та культурним туристично-рекреаційним потенціалом, людським капіталом створюють можливості для розвитку різноманітних видів туризму та індустрії гостинності загалом. Стабільність функціонування внутрішнього туризму формує передумови для розвитку в'їзного туризму, який забезпечить надходження валютних ресурсів, оновлення інфраструктури, створення нових робочих місць та нарощення міжнародних культурно-освітніх обмінів. Також комплексна орієнтація регіонального розвитку на використання експортного потенціалу області сприятиме зміцненню позицій місцевих підприємців на зовнішніх ринках та підвищенню загальної інвестиційної привабливості.

Оприлюднена статистика зовнішньоекономічної діяльності Тернопільської області [2] за останні роки демонструє відносно позитивні показники експорту і імпорту. Це простежуються як у частині географічної структури зовнішньої торгівлі товарами і послугами так і у товарній структурі та структурі послуг за видами. Відповідно за 9 місяців 2025 року (січень-вересень) експорт послуг становив 91202,9 тис. дол. США, або 97,7% порівняно із січнем–вереснем 2024 р., імпорт – 31849,4 тис. дол. США, або 49,3%. Позитивне сальдо склало 59353,5 тис. дол. США. Частка експорту в країни Європейського Союзу з Тернопільської області складає 90%, а імпорту – 96,23%. Сальдо зовнішньої торгівлі з країнами Європейського Союзу позитивне і склало відповідно 51434,9 тис. дол. США.

Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами Тернопільської області представлена торгівлею із 86 суб'єктами.

Найбільший обсяг експорту послуг до Польщі – 57722,5 тис. дол. США, що складає відповідно 63,29%, Швейцарії – 3243,3 тис. дол. США (3,55%) та Естонії – 3183,6 тис. дол. США (3,49%). Стосовно імпорту, то провідні позиції тут займають Польща – 15130,8 тис. дол. США (47,5%), Бельгія – 3387,1 тис. дол. США (10,63%) й Німеччина – 2764,6 тис. дол. США (8,68%). Найбільше значення позитивного сальдо зовнішньої торгівлі послугами регіону зафіксовано із Польщею (42591,7 тис. дол. США), а найбільше від’ємне сальдо із Бельгією (-2467,7 тис. дол. США). Отже, географічна структура демонструє, що основними зовнішньоторговельними партнерами регіону залишаються країни Європейського Союзу

Стосовно структури зовнішньої торгівлі послугами Тернопільської області, то за 9 місяців 2025 року найбільшу частку в експорті склали послуги з переробки матеріальних ресурсів, а саме послуги для переробки товарів з метою реалізації за кордоном – 57,62% (52547,5 тис. дол. США). В імпорті переважали транспортні послуги, які включали послуги залізничного транспорту, автомобільного та інші допоміжні та додаткові транспортні послуги. Їх частка становила 77,95%, що відповідно складає 24827,7 тис. дол. США.

Ключовим елементом індустрії гостинності регіону в структурі зовнішньоекономічної діяльності стали послуги, пов’язані з подорожами. Обсяг їх експорту за звітний період досяг 1923 тис. дол. США (2,11% від загального обсягу), а імпорту – 1274 тис. дол. США (4%). Зовнішньоторговельна діяльність за цією групою послуг характеризується позитивним сальдо (649,1 тис. дол. США). Основою експорту стали послуги, пов’язані з освітньою подорожжю (1480,6 тис. дол. США), а імпорту – послуги під час інших ділових подорожей (1130,7 тис. дол. США) [2].

Аналізуючи наведені дані, зазначимо, що структура зовнішньої торгівлі регіону має чітко виражену функціональну асиметрію: в експорті домінує освітня функція (індустрія гостинності працює на обслуговування учасників освітнього процесу), а в імпорті домінує транспортна функція (область активно споживає зовнішні логістичні послуги для забезпечення товарообігу).

Тернопільська область володіє значними перспективами нарощення показників зовнішньоекономічної діяльності послугами індустрії гостинності. Насамперед, варто розширювати географічну структуру зовнішньої торгівлі послугами, освоювати нові ринки, зокрема у країнах Європейського Союзу. Стосовно видової структури торгівлі послугами, то можливості для масштабування, окрім згаданих вище, мають наступні послуги групи послуг, пов'язаних з подорожами: 1) послуги під час відряджень, ділових переговорів; 2) туристичні послуги; 3) послуги під час інших особистих подорожей. Також мають потенціал зростання у зовнішній торгівлі послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги.

Сьогодні індустрія гостинності Тернопільської області перебуває на етапі трансформації та розширення успішних напрямків зростання. Вона все більше переорієнтується на створення комплексного туристичного продукту із інтегруванням переваг локальної ідентичності у сферу обслуговування. Ключова мета це – перетворення області на самодостатній туристичний регіон.

Компонентно-функціональна структура індустрії гостинності регіону включає: сектор розміщення та проживання (готелі, мотелі, курорти, кемпінги); сектор харчування (ресторани, бари, кафе, їдальні, кейтиринг та служби доставки їжі); сектор подорожей і туризму (туристичні фірми, організатори турів, екскурсійне обслуговування, транспортне забезпечення, організація МІСЕ-туризму); сектор дозвілля, розваг і рекреації (державні і приватні заклади культури і мистецтва, парки та атракції, розважальні заклади, стадіони та заклади для активного відпочинку, SPA-центри).

Основними туристично-рекреаційними зонами за розподілом закладів індустрії гостинності є Центральна (Тернопільська), Північна (Кременецько-Почаївська) та Південна (Придністерська), що відповідає трьом адміністративним районам області – Тернопільському, Кременецькому та Чортківському. Головними ж центрами гостинності у Тернопільському районі є місто Тернопіль (найвища концентрація готелів, закладів харчування, організація культурного, спортивного й освітнього туризму, МІСЕ-послуги, транспортний вузол), міста Збараж, Бережани Тербовля (організація культурно-пізнавального туризму (замкового), стилізовані готелі і ресторани), село Зарваниця (розвинена інфраструктура для

паломницького туризму). Кременецький район представлений містами Кременець (організація культурно-пізнавального і спортивного туризму), Почаїв (забезпечення паломницького туризму) та селище Вишнівець (організація культурно-пізнавального туризму та ділових, спеціальних і корпоративних інвентів). У Чортківському районі виділяються міста Чортків (концентрація готельно-відпочинкових комплексів, організація культурного туризму), Заліщики (відпочинкові комплекси), Бучач (організація культурно-пізнавального туризму). У цьому районі відпочинкова інфраструктура транзитної гостинності розвинена у селах Оришківці і Тудорів.

Значний туристичний інтерес викликають ключові об'єкти природно-заповідного фонду Тернопільської області: Природний заповідник «Медобори» (у межах Гримайлівської, Гусятинської Підволочиської, Скалатської громад, центр – селище Гримайлів), Національний природний парк «Дністровський каньйон» (у межах Більче-Золотецької, Бучацької, Заліщицької, Золотопотіцької, Коропецької, Мельнице-Подільської, Товстенської громад, центр – місто Заліщики), Національний природний парк «Кременецькі гори» (у межах Кременецької і Шумської громад, центр – місто Кременець). Функціонування цих заповідних територій виступає потужним стимулом для розвитку екологічного та активного туризму, що сприяє розбудові мережі спеціалізованих закладів індустрії гостинності, зокрема екосадиб, рекреаційних комплексів та кемпінгів у сільській місцевості регіону.

Крім переліченого вище, існує низка локальних центрів, де розташовуються приватні заклади харчування і розміщення, які забезпечують надання послуг сезонного характеру та індивідуально-групового спрямування. Усі ці центри формують територіально-функціональний каркас регіону, де експорт послуг поступово зростає за рахунок внутрішнього туризму та розвитку придорожного транзитного сервісу.

Повномасштабне вторгнення та введення воєнного стану в Україні мали стримуючий вплив на розвиток туристичної сфери області. З 24 лютого 2022 року всі зусилля суб'єктів туристичної галузі області спрямовуються на реалізацію волонтерських проєктів, в тому числі й міжнародних. Через введення обмежень щодо організації масових заходів не проводилися презентаційні заходи – туристичні виставки,

форуми, конференції, фестивалі, які традиційно організовувалися і сприяли популяризації туристично-рекреаційного потенціалу області [с. 30, 12]. Це наклало суттєвий негативний відбиток на перспективи зовнішньоекономічної діяльності регіону, експорту та імпорту послуг туристичного спрямування. Водночас в останні роки індустрія гостинності регіону, попри виклики воєнного часу, почала демонструвати поступове відновлення та стабілізацію. Основою даного процесу став унікальний туристично-рекреаційний потенціал регіону, інфраструктурні можливості, а також креативні підходи до створення та/або оновлення і просування регіонального туристичного продукту. Загалом, реалізація антикризових заходів у цьому напрямку дала можливість залучити внутрішніх туристів на нові місця реалізації туристичного продукту, що створило апробаційні передумови для прибуття іноземних туристів. Також це стало драйвером для підтримки з надання супутніх туристичних послуг та виробництва і реалізації товарів.

Після відносної стабілізації ситуації, у сфері гостинності робота спрямовувалась на формування комплексних туристичних продуктів у пріоритетних для області видах туризму (релігійний, пригодницький, культурно-пізнавальний тощо) для внутрішніх та іноземних туристів, представлення туристичних продуктів Тернопільщини на міжнародних, всеукраїнських та регіональних спеціалізованих виставкових заходах. Важливу роль у просуванні регіонального туристичного продукту відіграють туристично-інформаційні центри міст Тернополя, Терєбовлі, Чорткова та Заліщиків, які популяризують локальні туристичні продукти. В умовах воєнного стану в Україні, вони також реалізують волонтерські проєкти. Наразі тривають роботи щодо створення та налагодження діяльності таких центрів у Збаразькій, Золотопотіцькій, Більче-Золотецькій, Хоростківській, Борщівській і Буцацькій територіальних громадах [с. 31-32, 12]. Розвиток мережі туристично-інформаційних центрів у громадах Тернопільської області стає базовим елементом забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності, оскільки дозволяє конвертувати локальний туристично-рекреаційний потенціал у конкурентоспроможний експортний продукт, адаптований до стандартів міжнародного ринку послуг індустрії гостинності.

Загалом, за підсумками 2024 року розвиток туризму став одним із пріоритетних напрямків регіональної політики. Туристичний збір зріс на 57% і досяг 2 млн гривень. Тернопільщина взяла участь у численних форумах і туристичних ініціативах, представивши регіон на «Масі безбар'єрності України». Значна увага приділялася підтримці внутрішньо переміщених осіб через організацію екскурсій та культурних заходів. Перспективні заходи 2025 року спрямовані на формування нових маршрутів, облаштування рекреаційних пунктів у національних природних парках та інфраструктурне покращення туристичних локацій [13]. З огляду на це, зазначимо, що синергія соціальної відповідальності, інклюзивних ініціатив та активного інфраструктурного оновлення створює надійне підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій індустрії гостинності області на національному та міжнародному ринках послуг.

Сьогодні виникає важлива необхідність поряд із розвитком внутрішнього регіонального туризму, створення локального туристичного продукту в межах територіальних громад, які мають бути привабливі для міжнародного споживача. У Тернопільській області найпотужніші перспективи тут займає Тернопільська міська територіальна громада, де зосереджено значний природний, історико-культурний, кадровий та інфраструктурний потенціал. Особливості просторової організації території громади розкривають широкі можливості для розвитку як міського туризму так і сільського та екологічного (зеленого). Поєднання урбаністичних та природних переваг робить Тернопільську громаду універсальною дестинацією для туристів із різними запитамі та стає фактором успішного соціально-економічного зростання.

На місцевому рівні реалізацію та координацію туристичної політики у сфері гостинності здійснює Управління стратегічного розвитку Тернопільської міської ради. У його структурі функціонує Відділ міжнародного співробітництва та туризму. Таке поєднання функцій є стратегічно доцільним, оскільки воно сприяє ефективній інтеграції громади у міжнародний туристичний простір.

Громада має встановлені побратимські та партнерські стосунки з 34 муніципалітетом та регіоном в 19 країнах світу. Найбільше міст-партнерів у Польщі (15), Болгарії (2), Німеччині (2) та США (2). За 10 місяців 2024 року було організовано 7 міжнародних заходів у місті,

10 міжнародних офіційних візитів представників міської ради за кордон та 15 міжнародних офіційних візитів до міської ради [11]. Активна міжнародна діяльність громади є ключовим інструментом для залучення зовнішніх інвестицій та популяризації локального туристичного продукту на міжнародному ринку.

Станом на початок 2025 року індустрія гостинності Тернопільської міської громади була представлена 22 готелями та хостелами, 47 ресторанами, 202 іншими закладами харчування та 87 туристичними фірмами. Впродовж останніх років динаміка кількості суб'єктів індустрії гостинності є стабільною [11]. Такі показники свідчать про високу адаптивність місцевого бізнесу до викликів воєнного часу та наявність міцного фундаменту для подальшого розвитку галузі. Розгалужена мережа закладів дозволяє громаді ефективно забезпечувати потреби зростаючих туристичних потоків, що створюючи умови для якісного обслуговування та економічної стійкості регіону.

Воєнний стан суттєво впливає на туристичний сектор громади, змінюючи напрями розвитку та потоки відвідувачів. Відбувається помітний приріст індивідуальних туристів. Основна частина відвідувачів приїжджає з сусідніх регіонів, серед яких Київська, Львівська, Хмельницька, Івано-Франківська, Волинська, Чернівецька та Вінницька області. Крім того, спостерігається невеликий потік іноземних туристів з країн Європи, зокрема з Польщі, Німеччини, Словаччини та Чехії [11]. Такі зміни змушують місцеву індустрію гостинності адаптувати сервіси під потреби індивідуальних клієнтів, фокусуючись на гнучких умовах бронювання, заходах безпеки та персоналізованих пропозиціях. Загалом, попри складні зовнішні умови, громада демонструє стійкість туристичного попиту завдяки переорієнтації на внутрішній ринок та підтримці сталих зв'язків із європейськими партнерами.

Динаміка туристичного потоку до громади є позитивною: у 2023 році – 265 тис. осіб, у 2024 році – 285 тис. осіб та за 10 місяців 2025 року – 305 тис. осіб. Протягом 10 місяців 2024 року управлінням стратегічного розвитку міста спільно з Комунальним підприємством «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя» проведено 326 (157 безкоштовних) екскурсій, (за 2023 рік 340 (165 безкоштовних) екскурсій). Кількість відвідувачів Туристично-інформаційного центру

м. Тернополя у 2024 році становило майже 14 тис. осіб [11]. Постійно вдосконалюються та розробляються нові туристичні маршрути, туристичні квести та ігри, сувенірна та брендова продукція. Активно відбувається популяризація туристичного продукту на місцевих, регіональних, національних та міжнародних формах. Так, у 2024 р. було проведено 17 заходів із туристичної промоції. Системний підхід до оновлення туристичних пропозицій та активна промоція дозволяють громаді не лише зберігати високі показники відвідуваності, а й стабільно нарощувати туристичний капітал навіть у складних реаліях сьогодення.

Сьогодні ключовими векторами розвитку зовнішньоекономічної діяльності у Тернопільській області в індустрії гостинності є такі: 1) залучення іноземних інвестицій; 2) нарощення експорту туристичних послуг; 3) розвиток туристичних дестинацій; 4) підвищення якості послуг у відповідності до стандартів якості; 5) розвиток транскордонної співпраці з країнами Європейського Союзу. Реалізація окреслених вище пріоритетів забезпечить інтеграцію регіону до, насамперед, європейського ринку та сприятиме стабільному економічному зростанню.

Тернопільська область та її громади демонструють високу адаптивність до викликів воєнного стану, забезпечуючи стабільне зростання туристичного потоку та позитивне сальдо у торгівлі послугами, де ключовим партнером залишаються країни Європейського Союзу. Стратегічне поєднання вигідного транспортного розташування, активної міжнародної співпраці та розвитку мережі туристично-інформаційних центрів дозволяє ефективно конвертувати локальний потенціал у конкурентоспроможний експортний продукт. Подальша інтеграція регіону в європейський простір індустрії гостинності базується на цифровізації, впровадженні міжнародних стандартів якості та створенні унікальних маршрутів, що підкреслюють самобутність регіону. Це створює надійне підґрунтя для перетворення індустрії гостинності на один із потужних рушіїв комплексного соціально-економічного розвитку та інвестиційної привабливості.

Отже, із викладеного вище, варто зробити висновок, що індустрія гостинності трансформувалася у стратегічний сектор міжнародних економічних відносин, демонструючи випереджальні темпи зростання

та рекордну частку в світовій торгівлі послугами. Зокрема, в умовах глобальних викликів та воєнного стану в Україні галузь виявила надзвичайну адаптивність, ставши стабільним джерелом податкових надходжень і позитивного сальдо зовнішньоторговельного балансу. Домінування малого бізнесу та активізація внутрішнього туризму сприяли не лише фінансовій стійкості територіальних громад, а й підтвердили роль гостинності як важливого інструменту соціально-психологічної рекреації та міжнародної крос-культурної комунікації. Таким чином, подальший розвиток індустрії гостинності громади та регіону через використання інноваційних напрямків та інструментів є ключовим фактором зміцнення конкурентоспроможності держави на світовому ринку.

Список використаних джерел:



1. В Україні зростає кількість готелів та хостелів – дослідження. URL: <https://gwaramedia.com/v-ukra%D1%97ni-zrosta%D1%94-kilkist-goteliv-ta-hosteliv-doslidzhennya/>.
2. Головне управління статистики у Тернопільській області. URL: <https://www.te.ukrstat.gov.ua/>.
3. Демчук Л., Тарасюк Г., Каленська В. Індустрія гостинності: до визначення поняття. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-89>.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>.
6. Задворний С. Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами Тернопільської області з країнами Європейського Союзу. Вісник Тернопільського відділу Українського географічного товариства. Тернопіль: СМП «Тайп». №5 (вип. 5). 2021. С. 26-30.
7. Кузишин А. В. Міжнародний туризм: Навчальний посібник. Тернопіль: Вектор, 2016. 204 с.
8. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник / за ред. Ю. Г. Козака. «Центр учбової літератури», 2019. 400 с.

9. Міжнародні економічні відносини: підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.

10. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi>.

11. Офіційний сайт Тернопільської міської ради. Звіт про роботу управління стратегічного розвитку міста за 2024 рік. URL: <https://ternopilcity.gov.ua/vikonavchiy-komitet/rishennya-vikonavchogo-komitetu-2019/83870.html>.

12. Офіційний сайт Тернопільської обласної військової адміністрації. Довідка про стан виконання у 2021–2023 роках Плану заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Тернопільської області на 2021-2027 роки URL: <https://oda.te.gov.ua/diyalnist/ekonomika/rehionalnyi-ekonomichnyi-rozvytok>.

13. Офіційний сайт Тернопільської обласної військової адміністрації. Брифінг щодо підсумків роботи департаменту культури та туризму у 2024 році та пріоритетні напрямки роботи на 2025 рік. URL: <https://surl.li/kvnuhd>.

14. Патица Н. І., Мартинюк О. В., Кучеренко Д. Г. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2021. 560 с.

15. Портал офіційної статистики. URL: <https://stat.gov.ua/uk>.

16. Про затвердження Класифікації зовнішньоекономічних послуг (КЗЕП): Наказ Державної служби статистики України від 27.02.2013 № 69 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0069832-13#Text>.

17. Про затвердження Методологічних положень з організації державного статистичного спостереження щодо основних показників економічної діяльності підприємств сфери нефінансових послуг: Наказ Державної служби статистики України від 30.01.2015 № 27. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0027832-15#Text>.

18. Про туризм: Закон України від 15.11.2024 р. №324/95-ВР. URL: <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

19. Смаль І. В. Географія туризму та рекреація: Словник-довідник. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2010. 208 с.

20. Тарасюк Г. М., П'янков В. С. Індустрія гостинності України: становлення та розвиток. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. Вип. 43. С. 140–143.

21. Туризм в Україні б'є рекорди: туристичний збір вперше перевищив довоєнний показник. URL: <https://www.unian.ua>.

22. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек, Т. А. Дьорова, О. О. Любіцева, М. П. Мальська та ін. Київ: ВЦ Академія, 2013. 368 с.

23. Фалович Н. М., Фалович В. А., Шевчук О. С., Попович П.В., Прогній П.В., Мельниченко В.В. Логістична інфраструктура Тернопільської області. Центральнотуркранський науковий вісник. Технічні науки: зб. наук. пр. Кропивницький: ЦНТУ, 2022. Вип. 5 (36). Ч. 2. С. 274–283.

24. HoReCa-Україна. Інформаційний аналітичний інтернет-портал про сферу гостинності. URL: <https://horeca-ukraine.com/>.

25. Kroon Elana. What is Hospitality? The Complete Definition. URL: <https://restaurant.eatapp.co/blog/what-is-hospitality#:~:text=The%20five%20elements%20of%20hospitality,and%20memorable%20experience%20for%20guests>.

26. Pabian B., Kuzyshyn A., Pabian A., Poplavska I., Zadvornyi S. Hotel industry in Poland and Ukraine – selected aspects of functioning, management and development. Czestochowa: Publishing Office of Czestochowa University of Technology, 2019. 112 p.

27. Salvatore Dominick. International economics. 11th ed. Wiley, 2019. 790 p.

28. UN Tourism. URL: <https://www.untourism>.

29. United Nations Conference on Trade and Development. URL: <https://unctad.org/>.

30. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>.

31. World Trade Organization. URL: <https://www.wto.org>.