

УДК 379.85

Цитування:

Шевченко Н. О. Диверсифікація напрямів туристичної діяльності як ресурс розвитку соціокультурної сфери місцевих громад. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 1. С. 101–106.

Shevchenko N. (2024). Diversification of Tourist Activities as A Resource for Development of Socio-Cultural Sphere of Local Communities. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 1, 101–106 [in Ukrainian].

Шевченко Наталія Олександрівна,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри кафедри артменеджменту
та івент-технологій
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0003-0645-8648>
nataliya-ametist@ukr.net

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ МІСЦЕВИХ ГРОМАД

Метою роботи є дослідження та обґрунтування напрямів туристичної діяльності, наповнення новими формами і новим розумінням видів туризму, які мають потенціал для розвитку соціокультурної сфери місцевих громад. **Методологію дослідження** склали принципи комплексу загальнонаукових методів і підходів, зокрема соціокультурного і полісистемного аналізу, систематизації матеріалів і узагальнення, що дають можливість виявити ресурси взаємодії туристичної та соціокультурної сфер для розвитку локальної й регіональної туристичної діяльності. **Наукова новизна** дослідження полягає у розширенні уявлень про перспективи диверсифікації напрямів туристичної діяльності в об'єднаних територіальних громадах, розбудови туристичних маршрутів і дестинацій, як різновидів соціокультурного простору, зміну підходів до оцінки природної та матеріальної й нематеріальної культурної спадщини кожного з регіонів нашої країни. **Висновки.** Виявлення пріоритетів інноваційної туристичної й соціокультурної діяльності на споживчому ринку регіональних туристичних продуктів, сприяє появі нових туристично-рекреаційних об'єктів, що підкреслюють локальну ідентичність; оптимізації процесів залучення широких верств населення до співпраці з різними культурними спільнотами; виробленню стратегій, пов'язаних з довгостроковим прогнозуванням розвитку територій об'єднаних територіальних громад.

Ключові слова: напрями туристичної діяльності, соціокультурна сфера місцевих громад.

Shevchenko Nataliia, Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Department of Art Management and Ivent-Technologies, National Academy of Culture and Arts Management

Diversification of Tourist Activities as A Resource for Development of Socio-Cultural Sphere of Local Communities

The purpose of the work is to research and substantiate the directions of tourist activity, filling with new forms and a new understanding of types of tourism that have potential for the development of the socio-cultural sphere of local communities. **The research methodology** consisted of the principles of a complex of general scientific methods and approaches, in particular, sociocultural and polysystemic analysis, systematisation of materials and generalisation, which make it possible to identify resources of interaction of touristic and sociocultural spheres for the development of local and regional tourism activities. **The scientific novelty** of the study consists in the expansion of ideas about the prospects of diversification of tourist activities in territorial communities, the development of tourist routes and destinations as types of socio-cultural space, the change of approaches to the assessment of the natural and tangible and intangible cultural heritage of each of the regions of our country. **Conclusions.** Identifying the priorities of innovative tourist and socio-cultural activities in the consumer market of regional tourist products, contributes to the emergence of new tourist and recreational facilities that emphasise local identity; optimisation of the processes of involving broad segments of the population in cooperation with various cultural communities; development of strategies related to long-term forecasting of the development of territories of local communities.

Keywords: directions of tourist activity, socio-cultural sphere of local communities.

Актуальність теми дослідження. Туристично-рекреаційна діяльність, що ґрунтується на продуманій стратегії розвитку

об'єднаних територіальних громад, об'єктивному аналізі наявних й потенційних природних, історико-культурних та соціально-

економічних ресурсів та визначення найперспективніших видів туризму на їх основі, формуванні туристичної інфраструктури, є важливим чинником розбудови гуманітарної, економічної та соціальної сфер українських регіонів у повоєнний період. Пріоритетним завданням в цьому напрямі має стати впровадження в практичну туристичну діяльність основ соціокультурного менеджменту, зміна векторів щодо забезпечення галузі висококваліфікованими спеціалістами за рахунок підготовки та перепідготовки фахівців для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, екскурсійної діяльності з числа фахівців місцевих громад й стейкхолдерів.

Аналіз досліджень і публікацій. Осмислення шляхів подальшого туристичного розвитку в українських громадах в умовах децентралізації та виходу із кризових явищ повоєнного періоду, постало важливим завданням для багатьох вітчизняних науковців, спеціалістів соціокультурного менеджменту [1] та органів державної й місцевої влади [2, 6, 7, 10]. В першу чергу обговорюються питання переоцінки туристично-рекреаційного потенціалу і туристичної інфраструктури регіонів, які постраждали в меншій мірі: Н. Барвінок розглядає можливості окремих громад Кіровоградщини [3], С. Качала та Б. Іваночко рекреаційно-туристичний потенціал ОТГ Івано-Франківської області [5], а Л. Чижевська, Р. Качаровський та Н. Чир специфіку туристичної атрактивності місцевих громад Волинської області [9]. Водночас, такі автори, як В. Глушко [4] та Г. Фесенко [8] приділяють більше уваги гастрономічному туризму, гастрономічним традиціям та автентичним кулінарним звичаям кожної області й локальної громади, що можуть стати драйвером регіонального розвитку.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування напрямів туристичної діяльності, наповнення новими формами і новим розумінням видів туризму, які мають потенціал для розвитку соціокультурної сфери місцевих громад.

Виклад основного матеріалу. Розвиток вітчизняного внутрішнього туризму, що поживався із початком процесів децентралізації, розширення елементів туристичної сфери за рахунок розбудови туристично-рекреаційних об'єктів ОТГ, почав набувати стратегічного значення під час епідемії ковіду для виправлення кризової ситуації в українському туризмі, згладжування відмінностей в економічних та

інфраструктурних показниках окремих регіонів. Особливо це проявилось на рівні надходжень до місцевих бюджетів, розвитку малого бізнесу, адже туризм стимулює створення робочих місць у понад 50 суміжних галузях економіки [10, 81].

Для того щоб туризм став прибутковим бізнесом в ОТГ, крім налагодження співпраці із широким колом зацікавлених осіб, які готові вкладати кошти, в першу чергу необхідно визначити цікаві туристичні об'єкти з місцевим колоритом, і на їх основі створити особливий туристичний продукт, який має промотуватися на туристичних порталах, виставках, культурних подіях, здійснювати постійний моніторинг його сильних і слабких сторін та вдосконалювати форми туристичних послуг. Додатково, вже на етапі підготовки стратегій розвитку туризму в громадах потрібно визначили алгоритм дій, які необхідно зробити для розвитку туризму, визначитися з наявними можливостями та ресурсами, організувати низку семінарів та тренінгів для навчання співробітників, котрі займаються розвитком туризму в громадах.

Як зазначає О. Альбещенко, аналіз вітчизняної законодавчої бази засвідчує, що після затвердження територій громад областей, прийняття низки законів (2018–2020), які розширювали повноваження органів місцевого самоврядування, держава створила сприятливі умови для впровадження інноваційних підходів до розкриття потенціалу регіонального туристичного та готельного підприємництва, відкритого доступу до міжнародного фінансування конкурсів і заходів туристичного спрямування, можливості брати участь у тренінгах і навчальних семінарах для спеціалістів територіальних громад, обмінюватися досвідом впровадження в практичну діяльність основ соціокультурного менеджменту в туристичну сферу, а органи місцевого самоврядування отримали повноваження з розроблення і затвердження програм розвитку видів туризму, що спираються на локальні екосистеми. [2, 52].

Втім подальші події повномасштабного вторгнення, що призвели до втрати туристично-рекреаційного потенціалу територій внаслідок бойових дій у російсько-українській війні, стагнації туристичних потоків навіть на неокупованих територіях, призвели до нищівних наслідків для вітчизняного туристичного бізнесу. Одним із напрямів повоєнної відбудови країни та популяризації національних природних й культурно-історичних ресурсів, на думку Н. Барвінок, має

бути розвиток різновидів активного та пасивного туризму в об'єднаних територіальних громадах. Зважаючи на нерівномірне розподілення туристично-рекреаційних ресурсів, диференціацію туристичної інфраструктури по всій території країни, доцільно терміново починати дослідження сучасного стану природних й антропогенних ландшафтів, потенціалу культурно-історичних ресурсів та індустриальних пам'яток, рівень забезпечення туристично-готельними закладами, що є важливим чинником формування конкурентоспроможного туристичного продукту в об'єднаних територіальних громадах [3, 6]. На прикладі територіальних громад Кіровоградщини, дослідниця аналізує туристично-рекреаційний потенціал геоморфологічних, кліматичних, гідрологічних, біотичних й етнографічних ресурсів, що можуть стати основою для розвитку рекреаційно-оздоровчого туризму, екстремальних видів туризму, таких як рафтинг, скелелазіння, зелений туризм, велотуризм, туризм верхової їзди. Для покращення туристично-рекреаційної атрактивності цих мальовничих сільських територій пропонується розвивати етнографічний і подієвий види туризму, які за рахунок створення «тематичних сіл» і спеціалізованих туристичних маршрутів, заходів розважального характеру, що має позитивно відобразитися на загальному вигляді інфраструктури місцевості, сприяти нарощуванню обсягів туристичних послуг й розвитку малого та середнього бізнесу [3, 17]

Реформування місцевого самоврядування створило сприятливі умови для об'єднаних територіальних громад щодо міжнародного співробітництва в галузі будівництва та реконструкції туристичних об'єктів, створення туристично-інвестиційних центрів, зазначають С. Качала та Б. Іваночко і наголошують на необхідності розвитку, передусім, сільського зеленого туризму, оскільки він є джерелом надходження податків до місцевого бюджету. Однак, його розвиток може стримуватися через ряд чинників: у більшості сільських регіонів, особливо в гірських районах Івано-Франківщини, відсутні дороги з твердим покриттям; слабка розвиненість інфраструктури засобів розміщення, закладів харчування і торговельних підприємств; низький рівень інформаційних повідомлень про привабливі туристичні локації та не сформований туристичний імідж громад [5, 93].

туристичного іміджу окремих громад, міст та регіонів, дослідники пропонують за допомогою розвитку подієвого туризму, зокрема фестивальних заходів різного масштабу та спрямування. Переваги фестивальних заходів, окрім потужної реклами місцевих природних, культурних та економіко-соціальних ресурсів, збільшенні обсягів проданого товару та надання послуг місцевих підприємців, ще й у тому, що всі подієві заходи мають тимчасовий характер, а отже, сприяють збереженню вразливих рекреаційно-туристичних ресурсів [5, 94].

Унікальний досвід інформаційного супроводу туристичної діяльності, потужної подієвої підтримки та популяризації природних та історико-культурних об'єктів напрацьований у бібліотеках міст і сіл об'єднаних територіальних громад [1]. Краєзнавчі ресурси та досвід культурно-просвітницької й пошуково-дослідницької діяльності сучасних бібліотек у регіональному інформаційному просторі може використовуватися для розвитку туристичної діяльності за такими напрямками: формування тематичних електронних каталогів даних про туристичні об'єкти регіону; надання довідково-інформаційних послуг для розробки нових туристичних маршрутів; підбір матеріалів про видатні події та особистості для підготовки екскурсій; комплектування фотоальбомів та відеоматеріалів для створення віртуальних турів по експозиціях місцевих музеїв, музейних кімнат при бібліотеках, історичних місцях; створення осередків культурного, бібліотечного, літературного, краєзнавчого, подієвого туризму у дозвіллевих зонах бібліотек; організація наукових семінарів за участі фахівців, з метою консультування власників сільських садиб, які виявили бажання розвивати зелений, сільський та агротуризм.

Популяризація туристичного потенціалу, робота над підтримкою привабливого туристичного іміджу та ребрендингом місцевих громад має відбуватися постійно, що можна проілюструвати на прикладі Закарпатської області, де постійно оновлюється офіційний туристично-інформаційний портал «Вітаємо на Закарпатті»; створюється мережа туристично-інформаційних центрів, які надають інформацію щодо наявного туристично-рекреаційного потенціалу окремих районів та громад; представники структурних підрозділів з питань розвитку туризму об'єднаних територіальних громад та суб'єкти туристичної діяльності беруть участь у спеціалізованих туристичних заходах та промотурах

регіонального і міжнародного рівнів. Для покращення поінформованості про іміджеві туристичні продукти Закарпаття (пригодницькі тури, маршрути екологічного туризму, історико-пізнавальні екскурсії) підготовлені відеоролики англійською та українською мовами; на територіях інших регіонів України встановлені інформаційні стенди про популярні фестивалі, які проводяться в закарпатських ОТГ; для представників вітчизняної та закордонної преси і туристичних компаній організовуються інформаційно-пізнавальні тури місцями туристично-рекреаційної привабливості області, зокрема «Закарпаття відкрите для всіх», «Винний тур Боржавською вузькоколією», скаут-тур для українських та іноземних режисерів, операторів і продюсерів. У гірських селах реалізована низка програм із створення мережі закладів сільського туризму та залучення місцевого населення до надання послуг з розміщення, харчування та організації дозвілля у власних садибах [7].

Виникнення нових туристичних маршрутів і послуг сільського туризму може відбуватися і шляхом започаткування власної підприємницької справи, яка пізніше стає привабливим місцем для відвідування туристами, поштовою для створення оригінальних туристичних продуктів для рекреантів, покращення місцевої транспортної й соціальної інфраструктури, як це трапилося в селі Нижнє Селище після реалізації проекту із створення сільської сироварні. У цьому і навколишніх селах зростає кількість людей зацікавлених у будівництві нових гостьових будинків для туристів, які дають місцевим громадам можливість створити робочі місця, розвивати унікальні гастрономічні маршрути.

Оскільки гастрономічне розмаїття притаманні кожній українській області, а ніші гастрономічного туризму властива низька наповненість, констатує Г. Фесенко, то вітчизняним туристичним компаніям варто акцентувати увагу на багатих національно-культурних особливостях кулінарних традицій і звичаїв, рецептах інших народностей, що проживають на території нашої країни, харчових уподобаннях населення кожного регіону України [8]. При цьому варто звернути увагу, що можливості для розвитку гастрономічного туризму мають всі туристичні місця; на гастрономічний туризм не впливає сезонність, а тому туристичні потоки можуть забезпечити стабільне наповнення місцевого бюджету протягом року; програма будь-якого виду туризму має гастрономічну складову, яка може в повній мірі презентувати гастрономічну

культуру всіх регіонів та стати засобом просування продуктів місцевих господарств, підприємств та фірм, які залучені до туристичних маршрутів, екскурсій, майстер-класів, фестивалів, свят, ярмарок зазначається в науковій праці.

Створення гастрономічних путівників і маршрутів регіонами України за допомогою єдиної інформаційної бази дозволить виявити гастрономічну унікальність кожного регіону, популяризувати потенціал гастрономічного туризму для українців й для іноземців, особливо про наявність концептуальних ресторанів і кулінарних центрів, туристичних дестинацій, в яких проводяться гастрономічні свята і фестивалі. Актуальним є реалізація національного проекту «Українська національна кухня», що передбачає створення: реєстру закладів ресторанного господарства, які спеціалізуються на стравах національної кухні; путівника з місцями локації закладів харчування, що популяризують кухню окремих українських регіонів; календаря народних свят та гастрономічних фестивалів, пов'язаних з традиційною українською кухнею; переліку майстер-класів, семінарів та конференцій для науковців та практиків; тематичних сайтів, на яких є можливість комунікувати всім стейкхолдерам гастрономічної культури України, пропонує О. Глушко [4, 172]. Щодо створення тематичних сайтів, варто зазначити, що кожна область і великі громади вже мають такі платформи для комунікації про гастрономічні дестинації та внесені до переліку елементів нематеріальної культурної спадщини традиції приготування певних страв, а от на рівні державних інституцій бракує інформаційних комунікаційних систем.

Туристично-рекреаційна атрактивність об'єднаних територіальних громад залежить від своєчасного вжиття органами місцевого самоврядування низки дієвих заходів: аналізу успішного досвіду реалізації стратегій, програм, проєктів функціонування чи реорганізації галузі туризму; розробки Стратегії розвитку громади та створення структурного підрозділу, що відповідатиме за розвиток туризму; залучення коштів іноземних інвестиційних фондів та бюджету громади для відродження і збереження історико – культурних та природних об'єктів туризму ОТГ (на жаль, найчастіше саме місцеві жителі завдають найбільшої шкоди цим об'єктам); розширення чи удосконалення мережі доріг і засобів розміщення; покращення обслуговування в закладах харчування та

розваг; промоція цікавих туристичних об'єктів мереж Інтернет [9, 123]

Серед інших успішних практик розвитку туризму на місцевому рівні, науковці називають створення туристичного кластеру, що формується за рахунок вертикальної та горизонтальної інтеграції підприємств, шляхом об'єднання туристично-рекреаційних активів кількох об'єднаних територіальних громад для підвищення ефективності туристичної діяльності. Крім взаємопов'язаних туристичних компаній і постачальників послуг, що належать до географічно сконцентрованої групи в межах певного регіону, туристичний кластер забезпечує взаємодію між органами державної і місцевої влади, закладами культури та освіти, торговельними організаціями, що розкриває можливості для створення конкурентоздатних і привабливих туристичних дестинацій.

Побудова партнерської взаємодії між туристичними підприємствами, представниками органів влади і місцевого бізнесу, освітніх та громадських організацій, дозволила створити відомі та успішні українські туристичні кластери, серед яких варто назвати: туристичний кластер у м. Кам'янець-Подільському Хмельницької області, кластери екотуризму в Івано-Франківській області, кластер «Південне туристичне кільце» за участі кількох курортних міст Миколаївської, Херсонської, Одеської областей; кластер сільського «зеленого туризму» в пониззі Дунаю; транскордонний туристичний кластер за участі України та Польщі; агротуристичні кластери у Львівській та Харківській областях [6, 169]. На жаль, деякі з цих кластерів опинилися в зоні впливу бойових дій, тож про розвиток туристичної діяльності в них на сьогодні не йдеться. Втім, як перспективний напрям співпраці у туристично-рекреаційній сфері ОТГ, туристичні кластери мають всі механізми для підтримки розвитку сільських територій, стимулювання альтернативних форм аграрного підприємництва, розробки нових туристичних маршрутів і створення об'єктів інфраструктури у повоєнний час.

Наукова новизна дослідження полягає у розширенні уявлень про перспективи диверсифікації напрямів туристичної діяльності в об'єднаних територіальних громадах, розбудови туристичних маршрутів і дестинацій, як різновидів соціокультурного простору, зміну підходів до оцінки природної та матеріальної й нематеріальної культурної спадщини кожного з регіонів нашої країни.

Висновки. Виявлення пріоритетів інноваційної туристичної й соціокультурної діяльності на споживчому ринку регіональних туристичних продуктів, сприяє появі нових туристично-рекреаційних об'єктів, що підкреслюють локальну ідентичність; оптимізації процесів залучення широких верств населення до співпраці з різними культурними спільнотами; виробленню стратегій, пов'язаних з довгостроковим прогнозуванням розвитку територій об'єднаних територіальних громад. Водночас, є нагальна необхідність створення освітніх програм, тематичних семінарів і майстер-класів для підготовки висококваліфікованих кадрів, які зможуть реалізувати кампанії з виявлення нових туристичних об'єктів та елементів культурної спадщини, проведення спеціальних курсів для фахівців соціокультурної сфери, які зацікавлені у збереженні і відродженні національних традицій.

Література

1. Адаменко Марина. Бібліотека і туризм: грані взаємодії. 2018. URL: <https://oth.nlu.org.ua/?p=1616> (дата звернення: 01.01.2024).
2. Альбещенко О. С. Основні елементи понятійного апарату «готельне підприємство» та особливості управління його розвитком в об'єднаних територіальних громадах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. Вип. 1 (34). С.49–54.
3. Барвінок Н. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу і туристичної інфраструктури Гайворонської та Завалівської територіальних громад Кіровоградської області. *Економічні горизонти*. 2023. № 2(24). С. 4–20.
4. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*. 2016. Вип. 39-40. С. 166–175.
5. Качала С. В., Іваночко Б. Р. Шляхи раціонального зростання рекреаційно-туристичних комплексів ОТГ Івано-Франківської області. *Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування*. 2020. № 20 (1). С. 91–100.
6. Семенова М. В. Туристичний кластер як інноваційний інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. 2019. С. 167–172. URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/29.11.19/_29_11_2019_25.pdf (дата звернення: 01.01.2024).
7. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області 2022. URL: <https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/> (дата звернення: 01.01.2024).
8. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884>
(дата звернення: 01.01.2024).

9. Чижевська Л. Т., Качаровський Р. Є., Чир Н. В. Особливості туристично-рекреаційної атрактивності Любешівської селищної ОТГ Волинської області. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки*. Луцьк, 2019. № 9 (393). С. 118–125.

10. Яковець Т. А. Туризм в об'єднаних територіальних громадах як основа стратегії розвитку внутрішньої туристичної індустрії. *Соціальні та економічні вектори інноваційного розвитку бізнес-структур* : матер. ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції (Тернопіль, 23 квітня 2020 р.). С. 81–82 URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/31654/2/SEVIRBS_2020_Yakovets_T_A- (дата звернення 01.02.2024).

References

1. Adamenko, Maryna (2018). Library and tourism: facets of interaction. Retrieved from: <https://oth.nlu.org.ua/?p=1616> [in Ukrainian].

2. Albeshchenko, O. S. (2022). The main elements of the conceptual apparatus "hotel entrepreneurship" and the peculiarities of managing its development in united territorial communities. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, 1 (34), 49–54 [in Ukrainian].

3. Barvinok, N. (2023). Assessment of tourist and recreational potential and tourist infrastructure of Hayvoron and Zavaliv territorial communities of Kirovohrad region. *Ekonomichni horyzonty*, (2(24), 4–20 [in Ukrainian].

4. Hlushko, V. O. (2016). Gastronomic tourism as a separate type of tourism: concept, essence, classification. *Torhivlia i rynek Ukrainy*, 39-40, 166-175 [in Ukrainian].

5. Kachala, S.V., Ivanochko, B. R. (2020). Ways of rational growth of recreational and tourist complexes of OTG of Ivano-Frankivsk region. *Ekolohichna bezpeka ta zbalansovane resursokorystuvannya*, 20 (1), 91–100 [in Ukrainian].

6. Semenova, M. V. (2019). The tourist cluster as an innovative tool for increasing the competitiveness of the tourism industry. Retrieved from: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/29.11.19/_29_11_2019_25.pdf [in Ukrainian].

7. The tourism industry is a powerful factor in the development of the region. (2022). Retrieved from: <https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infras-truktura/turyzm-i-rekreatsiya/> [in Ukrainian].

8. Fesenko, H. O. (2021). Gastrotourism as a current trend in the modern development of tourism in Ukraine. *Efektyvna ekonomika*, 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884> [in Ukrainian].

9. Chyzhevska, L., Kacharovskiy, R., Chyr, N., (2019). Peculiarities of tourist and recreational attractiveness of the Lyubeshiv settlement OTG of the Volyn region. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 9 (393), 118–125 [in Ukrainian].

10. Yakovets, T. A. (2020). Tourism in united territorial communities as the basis of the strategy for the development of the domestic tourism industry. *Social and economic vectors of innovative development of business structures* : Proceedings of the: Materials of the IX All-Ukrainian Scientific and Practical Conference. Ternopil, 81–82. Retrieved from: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/31654/2/SEVIRBS_2020_Yakovets_T_A- [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 04.01.2024
Отримано після доопрацювання 07.02.2024
Прийнято до друку 15.02.2024*