

М. В. СЕМИКІНА**МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ:
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Стаття присвячена дослідженню сучасних викликів і перспектив міжнародного співробітництва України у сфері туризму та гостинності. Розкрито зміст і природу основних груп викликів, визначено їх вплив на партнерські зв'язки, попит, інвестиційну динаміку та якість сервісу. Використано методи аналізу, систематизації, порівняння, структурно-функціональний та узагальнювальний підходи, що дозволило комплексно оцінити чинники, які обмежують реалізацію потенціалу міжнародного партнерства. Визначено три ключові виміри сучасних викликів – воєнний, глобальний і цифровий. Показано, що воєнні чинники звужують географію подорожей і ускладнюють подієву активність; глобальні посилюють конкуренцію та вимоги сталості; цифрові виклики знижують видимість у мережі, ефективність маркетингових дій і довіру користувачів. Систематизовано наслідки впливу кожної групи викликів для міжнародних партнерств, структури попиту, інвестиційних процесів і якості обслуговування. Запропоновано інноваційні форми міжнародної співпраці, що відповідають умовам українського туристичного ринку: створення спільних туристичних продуктів, подієві та маркетингові партнерства, узгоджене використання даних про попит. Розкрито їх практичне значення для підвищення видимості DESTINATIONS, диверсифікації ринків і перетворення домовленостей у реальні продажі та інвестиції. Систематизовано підходи до підготовки персоналу як ключового чинника розвитку партнерств. Запропоновано короткі «інтенсиви» з безпеки, стандартів сервісу та онлайн-бронювань, програми перепідготовки під конкретні ролі й ринки, моделі оплати, пов'язаної з якістю, наставництво та партнерські стажування. Такі інструменти сприяють швидкому вирівнюванню сервісу, підвищенню готовності кадрів до інновацій і формуванню стабільного рівня довіри партнерів. Розкрито послідовність дій, що забезпечує перехід від узагальнення викликів до практичного зміцнення міжнародної співпраці: зростання туристичних потоків, інвестицій, підвищення якості обслуговування та зміцнення міжнародної репутації українських DESTINATIONS.

Ключові слова: міжнародне співробітництво, потенціал, туризм, гостинність, воєнні виклики, цифровізація, партнерство, підготовка персоналу, якість сервісу, інновації.

MARYNA SEMYKINA**INTERNATIONAL COOPERATION OF UKRAINE IN THE SPHERE OF TOURISM AND
HOSPITALITY: CURRENT CHALLENGES AND PROSPECTS**

The article is devoted to the study of current challenges and prospects of Ukraine's international cooperation in the field of tourism and hospitality. The content and nature of the main groups of challenges are revealed, and their impact on partnerships, demand, investment dynamics, and service quality is determined. The research employs methods of analysis, systematization, comparison, structural-functional and generalization approaches, which made it possible to comprehensively assess the factors limiting the realization of international partnership potential. Three key dimensions of contemporary challenges are identified: military, global, and digital. It is shown that military factors narrow the geography of travel and complicate event activity; global factors intensify competition and sustainability requirements; digital challenges reduce online visibility, marketing effectiveness, and user trust. The consequences of each group of challenges for international partnerships, demand structure, investment processes, and service quality are systematized. Innovative forms of international cooperation are proposed that correspond to the conditions of the Ukrainian tourism market: creation of joint tourism products, event and marketing partnerships, and coordinated use of demand data. Their practical significance for enhancing destination visibility, market diversification, and transforming agreements into real sales and investments is revealed. Approaches to staff training as a key factor in partnership development are systematized. Short intensive courses on safety, service standards, and online booking, retraining programs for specific roles and markets, quality-linked pay models, mentoring, and partner internships are proposed. These tools contribute to rapid service alignment, increased staff readiness for innovation, and building a stable level of partner trust. The sequence of actions ensuring the transition from the generalization of challenges to the practical strengthening of international cooperation is revealed: growth of tourist flows and investments, improvement of service quality, and strengthening of the international reputation of Ukrainian destinations.

Keywords: international cooperation, potential, tourism, hospitality, war challenges, digitalization, partnership, staff training, service quality, innovations.

Постановка завдання. Туризм і гостинність України мають значний потенціал для розвитку міжнародного співробітництва, особливо з урахуванням перспектив євроінтеграції. Разом з тим, його реалізація утруднена поєднанням воєнних, глобальних і цифрових викликів. Безпекові ризики та логістичні обмеження звужують географію подорожей і стримують ділові події; висока конкуренція на світових ринках і вимоги до екологічності та доступності підвищують планку якості; цифрові прогалини у продажах і роботі з даними знижують видимість і конверсію. Додатково гальмують розвиток інституційна розпорошеність, часткова невідповідність регуляцій європейським вимогам, обмежений доступ до фінансування та дефіцит підготовлених кадрів. Тому є актуальними наукові дослідження, спрямовані на пошук прийнятних рішень для активізації розвитку міжнародного співробітництва, щоб перетворювати партнерства на зростання потоків туристів, інвестицій

та забезпечення якості сервісу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій фіксує увагу науковців до проблем міжнародної співпраці у туристичній галузі та сфері гостинності. Цей напрямок активно вивчають Головня О., Ставська Ю. [1], Демко В., Свиноус І. [2], Жиленко К., Редько В. та інші [3]. Всебічно аналізують проблеми відновлення розвитку туризму і гостинності в умовах війни Грищенко С. [4], Кізюн А., Гуцал Л., Цуркан І. [5], Корчевська Л. [6]. Аспекти функціонування міжнародного туризму в кризових умовах досліджують Омельченко Г., Даниленко В. [7]. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму та гостинності в Україні висвітлюють Моца А., Шевчук С., Серета Н. [8]. Бордун О., Шевчук В. [9], Захарова Т. [10] та інші. Водночас, не зважаючи на плідні напрацювання, потребують більш поглибленого вивчення інноваційні форми міжнародного партнерства, практичні кроки їх впровадження, інструменти прискореної підготовки

персоналу до інноваційних змін. Недостатня вивченість цих питань ускладнює перехід від намірів до вимірюваних результатів міжнародної співпраці.

Мета дослідження полягає у визначенні сучасних викликів для міжнародного співробітництва України у сфері туризму і гостинності, оцінці їх наслідків та формуванні орієнтирів інноваційного розвитку партнерства.

Виклад основного матеріалу. Український туризм і гостинність розвиваються нині в умовах невизначеності і воєнних реалій, але демонструють здатність до адаптації. Внутрішні поїздки концентруються у відносно безпечних регіонах; зростає інтерес до коротких мандрівок, оздоровчих і культурних маршрутів, місцевих подій. Ділова активність поступово відновлюється у форматі компактних заходів, професійних зустрічей, тематичних фестивалів. Підприємства активніше працюють в онлайн: удосконалюють сайти, підключаються до платформ бронювання, збирають і використовують відгуки, впроваджують базову аналітику для планування та промоції. Вимоги гостей до якості послуг підвищилися: очікуються зрозуміла інформація, чіткі правила, швидкий зворотний зв'язок, підтверджені стандарти безпеки. Партнери та інвестори все уважніше оцінюють ризики, компетентність команди, наявність стандартів і реалістичність планів модернізації.

Разом із тим, низка сучасних викликів суттєво стримує розвиток потенціалу міжнародного співробітництва у сфері туризму та гостинності. Такий потенціал трактуємо як узгоджену здатність країни, регіонів/дестинацій і підприємств створювати, підтримувати та розширювати партнерства з іноземними учасниками ринку так, щоб вони стабільно перетворювалися на зростання туристичних потоків, інвестицій, доходів і якості сервісу.

З нашої точки зору, ключові виклики для потенціалу міжнародного співробітництва туризму та гостинності мають три виміри: воєнні, глобальні і цифрові.

Воєнні виклики та їх руйнівні наслідки звужують географію подорожей, ускладнюють логістику та організацію подій, підвищують витрати на безпеку й обслуговування, знижують готовність іноземних партнерів заходити з продуктом.

Глобальні виклики посилюють конкуренцію та мінливість попиту, вимагають екологічності, доступності та відповідального використання ресурсів, що стимулює оновлення продукту й зміцнення бренду.

Цифрові виклики проявляються у недостатній видимості в мережі, слабкому використанні даних, повільних відповідях і вразливості до кіберризиків; наслідком стають втрачені бронювання, нижча конверсія продажів і ускладнення спільних маркетингових дій з партнерами. У результаті складніше укласти й виконувати угоди, попит концентрується у «точках безпеки» та нішевих продуктах, інвестори висувують жорсткіші вимоги до прозорості та стандартів, а якість сервісу прямо залежить від швидкості операційних рішень і рівня підготовки персоналу.

Усі три зазначені групи викликів різноаспектно, з різними наслідками впливають на розвиток та реалізацію потенціалу міжнародного співробітництва у сфері туризму та гостинності, зокрема на такі аспекти:

- міжнародне співробітництво (важче укласти й виконувати угоди);
- попит (він концентрується в «островах безпеки» та нішевих продуктах);
- інвестування (зростає вимога до прозорості та стандартів);
- якість сервісу (потрібні швидкі операційні рішення та навчений персонал).

Сучасні виклики та наслідки їхнього впливу на міжнародне співробітництво у сфері туризму і гостинності систематизовано у таблиці 1.

Таблиця 1 – Сучасні виклики та наслідки їх впливу в контексті розвитку потенціалу міжнародного співробітництва України у сфері туризму та гостинності

Група викликів	Вплив на партнерства	Вплив на попит	Вплив на інвестиції	Вплив на якість сервісу
Воєнні (безпека, логістика, інфраструктура)	Укласти та виконувати угоди складніше; обмеження на події й маршрути	Попит зміщується в безпечні регіони; іноземні поїздки скорочуються	Підвищена премія за ризик, відкладання проєктів	Перебої та нерівність якості, додаткові вимоги до протоколів безпеки
Глобальні (конкуренція, волатильність, сталість)	Потрібні спільні продукти й сильні бренди для виходу на ринки	Мінливі вподобання, більший запит на змістовні й «зелені» подорожі	Перевага проєктам зі зрозумілими стандартами та відповідальністю	Вищі вимоги до стандартів і постійного навчання персоналу
Цифрові (продажі, дані, кіберзахист)	Важко координувати спільні кампанії без узгоджених інструментів	Низька онлайн-видимість зменшує бронювання і повторні візити	Очікування прозорих показників і захисту даних для масштабування	Впливає на швидкість реакції, стабільність сервісу і довіру гостей

Джерело: укладено на основі узагальнення наукової думки [1-10].

З аналізу змісту табл. 1 можна зробити низку висновків стосовно подолання наслідків впливу тих чи інших викликів:

- воєнні виклики: першочергові дії – це прозорі заходи безпеки для подій і маршрутів, планування логістики з резервними варіантами, пріоритет підтримки «островів безпеки», поетапне відновлення інфраструктури (це зменшує бар'єри для міжнародних партнерів і знижує ризикові надбавки у ціноутворенні);

- глобальні виклики: потрібні спільні продукти з іноземними партнерами (маршрути, пакети, подієві серії), цілеспрямоване посилення бренду дестинацій, запровадження зрозумілих стандартів якості та сталості (це полегшує вихід на вимогливі міжнародні ринки й підвищує інвестиційну привабливість організацій туризму та гостинності);

- цифрові виклики: критичні кроки – це підключення до пріоритетних онлайн-каналів продажів, запровадження базової аналітики попиту та репутації, скорочення часу відповіді, мінімальні стандарти кіберзахисту (це підвищує видимість вітчизняних туроператорів, туристичних послуг, конверсію бронювань і довіру до сервісу);

- кадровий вимір: для всіх трьох груп викликів спільною є потреба прискореного навчання персоналу, тобто короткі практичні програми під вимоги партнерів, поєднання оплати з показниками якості, регулярний обмін досвідом і наставництво.

- узгоджене управління: необхідні єдині орієнтири між рівнями «країна – регіон/дестинація – підприємство» (безпека, стандарти сервісу, прості індикатори готовності: доступність, онлайн-видимість, наявність спільних продуктів, сертифікації, це дозволяє регулярно фіксувати та вимірювати прогресивні зміни і своєчасно коригувати дії).

Отже, передусім варто забезпечити безпеку та зрозумілі правила співпраці, щоб швидко зняти бар'єри для партнерів і проведення подій. Паралельно слід створювати спільні туристичні продукти та організовувати події разом з іноземними

партнерами, аби перетворювати домовленості на реальний попит і фінансові надходження. Водночас необхідно розвивати онлайн-продажі та послідовно навчати персонал, щоб утримувати стабільну якість послуг і мати змогу масштабувати діяльність.

У сукупності зазначені заходи мають з часом переводити розвиток наявного потенціалу міжнародного співробітництва України у сфері туризму та гостинності у відчутні результати, а саме: зростання туристичних потоків і інвестицій, підвищення рівня сервісу та зміцнення міжнародної репутації українських дестинацій.

Для активізації розвитку й використання потенціалу міжнародного партнерства варто обирати такі форми співпраці, які реально працюють в українських умовах і не потребують надмірних ресурсів на старті. Перевагу слід надавати простим форматам із чітким розподілом відповідальності, прозорими правилами та зрозумілими результатами. Йдеться про такі форми партнерства, які мають швидко переводити домовленості у конкретні поїздки, події, спільні проекти та інвестиції, водночас посилюючи присутність у мережі й підтримуючи стабільну якість сервісу через періодичні короткі програми навчання персоналу.

Пропозиції в цьому контексті містить таблиця 2, в якій наведено окремі інноваційні форми міжнародного партнерства.

Разом з тим, організаторам туристичного та готельно-ресторанного бізнесу варто усвідомити, що запровадження кожної інноваційної форми міжнародного партнерства доцільно супроводжувати короткими програмами навчання персоналу під вимоги партнерів і базовими стандартами якості та безпеки, щоб утримувати довіру й масштабувати успішні формати. У таблиці 3 пропонуються практичні підходи до підготовки персоналу на етапі впровадження інноваційних форм міжнародного співробітництва, які ми розглядаємо як важливий інструмент активізації міжнародного партнерства.

Таблиця 2 – Окремі інноваційні форми міжнародного партнерства у сфері туризму та гостинності

Види форм партнерства	Зміст міжнародної співпраці	Очікуваний результат (короткостроковий)	Приклад застосування
Спільний туристичний продукт	Узгоджені пакети «проживання + маршрут/подія + трансфер» з іноземним партнером; прозорий поділ доходів	Перехід від домовленостей до реальних продажів і бронювань	Тематичні вікенди з партнером із ЄС; культурні чи гастрономічні тури
Подієве партнерство	Серії подій у кількох містах за єдиними стандартами та спільним просуванням	Додаткові ділові потоки поза сезоном; підвищення впізнаваності	Невеликі форуми, фестивалі, «дні дестинації» із закордонним співорганізатором
Партнерство маркетингу та даних у	Спільні промо-кампанії, узгоджені показники результативності, обмін знеособленими даними про попит	Краща видимість онлайн, вища конверсія запитів у бронювання	Спільні акції з платформами бронювання та метапошуком

Джерело: пропозиції автора.

Таблиця 3 – Практичні підходи до підготовки персоналу у сфері туризму та гостинності як інструмент активізації міжнародного партнерства

Напрямок підготовки	Зміст і формат	Очікуваний результат
Швидке навчання	«Інтенсиви» 2–6 тижнів: безпека, стандарти сервісу, онлайн-бронювання, базові скрипти іноземними мовами	Швидке вирівнювання якості на «першій лінії»
Перепідготовка під ролі/ринки	«Швидкі треки» для адміністраторів, менеджерів подій, онлайн-продажів; проєктні завдання	Готовність до запуску конкретних продуктів і подій
Оплата, пов'язана з якістю	Ставка + змінна за 2–3 показники (оцінка гостя, швидкість відповіді, повторні бронювання)	Мотивація працювати на сервіс і конверсію
Соціальні й економічні стимули	Курси мов/сервісу, ваучери в «низький» сезон, бонуси за події, наставництво з доплатою	Утримання кадрів і передача знань
Навчання на робочому місці	Чек-листи процесів і безпеки, «п'ятихвилинки», рольові міні-сценарії	Стабільний сервіс і швидка адаптація новачків
Партнерські програми	Гостьові майстер-класи, короткі стажування, спільні тренінги з безпеки подій	Перенесення кращих практик і розширення контактів

Джерело: пропозиції автора.

Приклади запропонованих інноваційних форм міжнародного партнерства (табл.3) ілюструють «коротку дорогою» до практичних результатів. Так, спільний туристичний продукт дозволяє швидко перевірити попит і налагодити стабільний продаж. Подієве партнерство допомагає вирівнювати сезонність, залучати професійні аудиторії та зміцнювати ділові зв'язки. Партнерство у маркетингу та даних підвищує видимість туристичних послуг, забезпечує більш точне налаштування промоції та прискорює зворотний зв'язок із ринком.

Стосовно навчання працівників закладів гостинності і туризму, зауважимо, що підготовка персоналу має бути швидкою, прикладною і пов'язаною з конкретними цілями партнерства. Поєднання коротких «інтенсивів», перепідготовки під конкретні ролі, прозорі оплати за якість і привабливих стимулів дозволяє швидко вирівняти сервіс, підняти конверсію в онлайн-каналах і підготувати команду до інновацій, що безпосередньо підсилює привабливість міжнародного співробітництва та результати дестинацій і підприємств. Прив'язка винагороди до зрозумілих (для персоналу) показників якості формує прозору мотивацію, стимулює швидкі відповіді та роботу на повторні бронювання. Соціальні й економічні стимули допомагають утримати працівників і передати знання від досвідчених колег до новачків; навчання «на робочому місці» через чек-листи, короткі наради та рольові вправи підтримує стабільність сервісу щодня. У свою чергу, партнерські програми з іноземними учасниками приносять корисний досвід («живі» практики), дають прямий доступ до ринкових очікувань і розширюють мережу контактів.

Запропоновані практичні підходи до підготовки персоналу створюють можливості для активізації міжнародного партнерства у сфері туризму та гостинності: швидше переводять домовленості у якісний сервіс і підтверджені бронювання,

зменшують операційні ризики під час подій, підвищують довіру партнерів і забезпечують вимірювані результати для дестинацій і підприємств.

Висновки. У статті систематизовано сучасні виклики для міжнародного співробітництва у туризмі та гостинності України та окреслено їх наслідки. Воєнні виклики й логістичні обмеження звужують географію подорожей і ускладнюють подієву активність; глобальна конкуренція та вимоги сталості підвищують планку якості продукту й сервісу; цифрові прогалини у видимості, роботі з даними та швидкості відповіді знижують конверсію і послаблюють ефект спільного маркетингу. У сукупності все це ускладнює укладання і виконання міжнародних угод, зміщує попит у «точки безпеки», підвищує вимоги інвесторів до прозорості та стандартів і робить якість сервісу більш залежною від оперативних рішень і рівня підготовки персоналу.

З огляду на виявлені виклики та наслідки запропоновано інноваційні форми міжнародного партнерства, які сприятимуть отриманню таких результатів, як спільні туристичні продукти з прозорим поділом відповідальності та доходів, подієві партнерства з єдиними стандартами організації та просування, а також узгоджений маркетинг і робота з даними для підвищення видимості та точності попиту. Для впровадження цих форм подано прикладний алгоритм підготовки персоналу як ключової умови монетизації партнерств: короткі періоди швидкої підготовки - «інтенсиви» (2–6 тижнів) з безпеки, стандартів сервісу й онлайн-бронювань; перепідготовка під конкретні ролі й цільові ринки; прозора прив'язка оплати до показників якості (оцінки гостей, швидкість відповіді, повторні бронювання); прийнятні та зрозумілі соціальні та економічні стимули; навчання на робочому місці та короткі спільні стажування з іноземними партнерами. Така послідовність кроків – від систематизації викликів та їх наслідків до інноваційних форм співпраці та алгоритму підготовки персоналу має

забезпечити активізацію розвитку міжнародного партнерства у туристичній галузі і гостинності, отже, і поступовий перехід від задумів до вимірюваних результатів: приросту туристичних потоків, підвищення інвестиційної привабливості, стабільно вищих оцінок гостей і зміцнення міжнародної репутації українських DESTINATIONS.

Перспективи подальших досліджень пов'язуємо з розробкою стратегій активізації міжнародного партнерства у сфері туризму та гостинності.

Список літератури

1. Головня О. М., Ставська Ю. В. Міжнародний туризм: навч. посіб. Вінниця, 2020. 316 с.
2. Демко В. С., Свиноус І. В. Потенціал міжнародного співробітництва України в геоелектронічному просторі туристичної галузі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 48. С. 38–50. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-2023-48-38-50>
3. Жиленко К., Редько В., Самоїленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро, 2023. 206 с. URL: http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf
4. Грищенко С. І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
5. Кізіун А. Г., Гуцал Л. А., Цуркан І. М. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. Вип. 8. С. 79–87. <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-8-11>
6. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці: Технодруку, 2022. С. 337–341. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm
7. Омелченко Г. Ю., Даниленко В. В. Особливості функціонування міжнародного туризму в кризових умовах. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. Вип. 9. С. 58–63. <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-9-7>
8. Моца А., Шевчук С., Середя Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560>

9. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya-22.pdf
10. Захарова Т. Напрямки розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 49. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>

References (transliterated)

1. Holovnia, O. M., & Stavskaya, Yu. V. (2020). International tourism: A textbook. Vinnytsia.
2. Demko, V. S., & Svinous, I. V. (2023). The potential of Ukraine's international cooperation in the geoeconomic space of the tourism industry. *Collection of Scientific Papers of Dmytro Motornyi TDATU (Economic Sciences)*, 48, 38–50. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-2023-48-38-50>
3. Zhilenko, K., Redko, V., Samoilenko, A., Slivenko, V., & Stavyska, A. (2023). International tourism and hospitality: Theory and practice (Monograph). Dnipro. http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf
4. Hryshchenko, S. I. (2023). Ukraine's tourism industry: Trends and drivers in the coordinates of post-war recovery. *Economy and Society*, 52. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
5. Kiziun, A. H., Hutsal, L. A., & Tsurkan, I. M. (2023). Analysis of tourism industry development in Ukraine under the Russia–Ukraine war. *Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, 8, 79–87. <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-8-11>
6. Korchevska, L. (2022). The state, features and prospects of tourism in the war and post-war periods. In *Management of hospitality development: Regional aspect (International conf. proc., Chernivtsi, May 5, 2022)* (pp. 337–341). Chernivtsi: Tekhnodruk. https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm
7. Omelchenko, H. Yu., & Danylenko, V. V. (2023). Features of international tourism functioning under crisis conditions. *Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, 9, 58–63. <https://doi.org/10.32782/tourismhospce-9-7>
8. Motsa, A., Shevchuk, S., & Sereda, N. (2022). Prospects for post-war recovery of the tourism sector in Ukraine. *Economy and Society*, 41. <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560>
9. Bordun, O., Shevchuk, V., Monastyrskiy, V., & Luchka, O. (2022). Losses and directions to rescue Ukraine's tourism business during the war. *Visnyk of the Lviv University. Economic Series*, 62. https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya-22.pdf
10. Zakharova, T. (2023). Directions of development of Ukraine's tourism business. *Economy and Society*, 49. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>

Надійшла (received) 25.12.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Семикіна Марина Валентинівна (Semykina Maryna) – доктор економічних наук, професор, Центральноукраїнський національний технічний університет, професор кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи, м. Кропивницький, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6995-1267>; тел.: (099) 345-93-65; e-mail: SemikinaMV@i.ua