

УДК 338.48:330.15

DOI: 10.31651/2076-5843-2025-3-196-205

ДРОБОТОВА Марина Володимирівна¹

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і маркетингу,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2676-0588>
marinadrobotova2@vu.edu.edu.ua

ОПАЛЬКО Вікторія Вікторівна¹

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та міжнародних
економічних відносин
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0803-4040>
opalko633@vu.edu.edu.ua

ЦВІТОК Анна Андріївна¹

здобувач другого (магістерського) рівня
зі спеціальності 242 Туризм і рекреація,
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-6293-498X>
saviczka.anna@vu.edu.edu.ua

МУЗИЧКА Андрій Романович¹

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня
зі спеціальності 051 Економіка,
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-2854-2708>
muzychka.andrii423@vu.edu.edu.ua

¹Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
м. Черкаси, Україна

РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ З ПОЗИЦІЇ ГЕОЕКОНОМІКИ

У статті досліджено розвиток ринку туристичних послуг України з позицій геоekonomіки. Систематизовано ключові просторові, інституційні та технологічні чинники конкурентоспроможності туризму. Визначено вплив воєнних викликів, цифровізації та євроінтеграції на трансформацію туристичного ринку й напрями його післявоєнного відновлення.

Ключові слова: геоekonomіка, туристичні послуги, туристичний ринок, геоekonomічні чинники, туристичні дестинації, інфраструктура, регіональний розвиток, інтеграція, сталий туризм, цифровізація.

Постановка проблеми. Туризм у ХХІ столітті зберігає статус одного з найперспективніших секторів світової економіки, відновлюючи після криз спроможність генерувати значні потоки людей, валютні надходження, створювати робочі місця та стимулювати розвиток суміжних галузей. Водночас сучасні виклики — глобалізація, зростаюча геополітична нестабільність, екологічні ризики, технологічні зміни, зміни поведінки споживачів — суттєво впливають на просторову структуру туристичного ринку. У цьому контексті постає проблема: традиційні підходи до аналізу та розвитку туризму часто не враховують складної взаємодії географічних, економічних, інфраструктурних та соціокультурних чинників. В умовах нестабільності або кризи такі підходи виявляються недостатніми. Саме тому виникає потреба застосування геоekonomічного підходу — системного, багаторівневого аналізу, який дозволяє побачити повну картину і адаптувати туристичну стратегію до мінливих умов.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковій літературі туризм традиційно розглядається як багатовимірне соціально-економічне явище, що формує значний мультиплікативний ефект у національній економіці. Водночас у сучасних умовах вчені дедалі частіше аналізують туризм у межах геоekonomічного підходу, який розкриває просторову логіку туристичного розвитку.

У контексті туризму геоekonomіка розглядає територію як базову основу формування туристичних систем і пояснює, як географічне розташування, природно-кліматичні ресурси, транспортна доступність, політична стабільність та рівень інтегрованості у світові ринки впливають на туристичний попит і пропозицію. Територія у цьому випадку стає економічним

активом, здатним генерувати додану вартість завдяки локалізації в системі міжнародних потоків — туристичних, фінансових, інформаційних. Дослідники наголошують, що простір є не лише фізичним середовищем, а економічним ресурсом, який визначає структуру туристичного ринку.

Туристичний ринок України в умовах геоекономіки, геополітичних трансформацій та глобальних викликів розглядався у працях як українських, так і зарубіжних науковців через призму глобалізації, безпеки, регіональної конкурентоспроможності та воєнних ризиків.

Л. Бондаренко розглядає міжнародний досвід розвитку туристичних регіонів з використанням потенціалу території [1]. О. Гайдучок, розглядає геоекономіку, яка формує систему економічних відносин, що виникають під впливом просторових, політичних і ресурсних факторів [2]. Такий підхід дозволяє зрозуміти механізми інтеграції держави у світову економіку, а в туризмі — сприяє раціональному використанню рекреаційного потенціалу та формуванню політики просторового розвитку.

В. Македон акцентує, що геоекономічні методи дають змогу формувати зовнішньоекономічну політику з урахуванням територіальних закономірностей [3]. У сфері туристичного розвитку це означає необхідність формування єдиної геоекономічної стратегії, яка включала б створення туристичних кластерів, розвиток інфраструктурних вузлів, підвищення інвестиційної привабливості та використання транзитного потенціалу країни.

Крім того, відповідно до сучасних наукових підходів, ефективний розвиток туризму в умовах геоекономіки залежить від здатності держави адаптуватися до зовнішньоекономічних викликів, залучати партнерства та використовувати механізми просторової інтеграції. Геоекономічний підхід допомагає забезпечити узгодження національних інтересів з міжнародними тенденціями та формувати стійкі конкурентні позиції в глобальному туристичному середовищі.

Таким чином, аналіз наукових джерел демонструє зростання уваги дослідників до геоекономічного аспекту туризму, однак залишається недостатній рівень досліджень, присвячених його застосуванню в умовах відновлення туристичної галузі після криз, особливо в Україні. Це створює підґрунтя для подальших досліджень, спрямованих на формування нових моделей просторового управління туристичною діяльністю.

Мета статті — систематизувати геоекономічні чинники розвитку і конкурентоспроможності ринку туристичних послуг та визначити стратегічні напрями використання територіального потенціалу в умовах глобальних змін.

Викладення основного матеріалу дослідження. Ринок туристичних послуг є однією з найдинамічніших і найбільш чутливих до зовнішніх змін галузей світової економіки. Його розвиток визначається не лише внутрішніми економічними факторами, а й геоекономічними умовами, до яких належать природні, культурні, інфраструктурні, політичні та технологічні чинники. Геоекономіка як наукова дисципліна досліджує взаємозв'язки між економічними процесами та географічним розташуванням, визначає конкурентні переваги держав і регіонів, що стає особливо важливим для формування стратегії розвитку туристичних послуг у сучасних умовах.

Природні ресурси України створюють значний потенціал для розвитку різних видів туризму. Карпатські гори, численні річки, водоспади, мінеральні джерела, узбережжя Чорного та Азовського морів забезпечують умови для активного, гірськолижного, рекреаційного та лікувально-оздоровчого туризму. Національні парки та заповідні зони сприяють розвитку екологічного туризму, а історичні міста, монастирі, фортеці, музеї та культурні фестивалі — культурно-пізнавального туризму. Комплексне використання природних та культурних ресурсів дозволяє створювати туристичні маршрути, які забезпечують як економічну віддачу, так і соціокультурне збагачення регіонів.

Інфраструктурні чинники також відіграють визначальну роль у формуванні туристичної привабливості. Розвинена транспортна мережа, готельно-ресторанний сектор, сервіси бронювання та туристичні інформаційні центри формують основу для реалізації туристичних продуктів. Проте війна 2022 року спричинила значні руйнування інфраструктури, що

тимчасово обмежило доступність окремих регіонів і вплинуло на міжнародний імідж країни. Водночас сучасні цифрові рішення, включно з онлайн-бронюванням, інтерактивними картами та мобільними додатками, створюють нові можливості для підтримки внутрішнього туризму та адаптації до кризових умов.

Розвиток ринку туристичних послуг України з позицій геоeкономіки — це не лише питання відпочинку чи сервісу, а стратегічне управління національним ресурсом у глобальному просторі. Геоeкономічний підхід розглядає туризм як інструмент конкурентної боротьби за капітал, вплив та інтеграцію у світові господарські зв'язки.

Станом на 2024–2025 роки український туризм перебуває у стані глибокої трансформації, де безпекові ризики поєднуються з новими геоeкономічними можливостями.

Війна докорінно змінила просторову структуру ринку і обумовила геоeкономічну реконфігурацію ринку.

Тимчасова окупація півдня та мілітаризація Чорного й Азовського морів вивели з обігу потужні приморські кластери, що змушує країну переорієнтуватися на бальнеологічний, гірський та діловий туризм.

Карпатський регіон (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська обл.) перетворився на головний геоeкономічний хаб. У 2024 році надходження від туристичного збору тут зросли на 23%, а податкові виплати галузі у першому кварталі 2025 року сягнули 799 млн грн, що на 27% більше, ніж у довоєнному 2021 році.

З позицій геоeкономіки, Україна формує новий бренд — "Країна стійкості", тобто використовує туризм, як інструмент "М'якої сили".

Очікується, що після завершення бойових дій цей сегмент Military Tourism (Військовий туризм) стане ключовим для залучення іноземного капіталу (відвідування місць пам'яті, деокупованих територій).

Синхронізація стандартів сервісу з ЄС є частиною геоeкономічної стратегії, що формує євроінтеграційний чинник розвитку туризму в Україні. Вступ до європейських туристичних мереж дозволяє Україні претендувати на структурні фонди ЄС для відновлення інфраструктури. Проаналізувавши макроекономічні показники туристичного ринку України, можна зазначити, що попри війну, туристичний ринок демонструє адаптивність до змін геоeкономічного середовища (табл.1).

Таблиця 1 - Макроекономічні показники туристичного ринку України 2024-2025 рр.

Показник	Стан у 2024-2025 рр.	Геоeкономічне значення
Податкові надходження	Зростання (перевищили рівень 2021 р.)	Підтримка обороноздатності та бюджетної стабільності.
Кількість платників податків	~12 700 суб'єктів	Формування мікро- та середнього бізнесу як основи економіки.
Вартість послуг	Ріст на 20–40%	Відображення інфляційних процесів та високого попиту на "безпечні" зони.
Інвестиції	Внутрішні (REIT-фонди, готельні мережі)	Утримання капіталу всередині країни.

Складено авторами

Наведені макроекономічні показники свідчать про відносну адаптивність туристичного ринку України до умов воєнної та геоeкономічної нестабільності у 2024–2025 рр. Зростання податкових надходжень і кількості платників податків підтверджує посилення ролі туристичного бізнесу у формуванні бюджетних ресурсів та підтримці фінансової стійкості держави. Підвищення вартості туристичних послуг відображає вплив інфляційних процесів і структурний зсув попиту у бік внутрішнього туризму та відносно безпечних регіонів. Домінування внутрішніх інвестицій у туристичну інфраструктуру засвідчує тенденцію до збереження капіталу в національній економіці та формування внутрішніх джерел відновлення і розвитку туристичного ринку в середньостроковій перспективі.

Узагальнені тенденції макроекономічного розвитку туристичного ринку свідчать не лише про його адаптаційний потенціал, але й про наявність системних обмежень і ризиків, що зумовлюють необхідність комплексної оцінки внутрішніх та зовнішніх чинників його функціонування. З огляду на це, доцільним є застосування SWOT-аналізу як інструменту ідентифікації сильних і слабких сторін туристичного ринку України, а також можливостей і загроз його подальшого розвитку в умовах геоекономічних трансформацій (табл. 2).

Таблиця 2 - SWOT-аналіз туристичного ринку України

	<i>Strengths (Сильні сторони)</i>	<i>Weaknesses (Слабкі сторони)</i>
Внутрішнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Вигідне географічне положення України на перетині європейських транспортних та туристичних коридорів. <input type="checkbox"/> Значний природно-рекреаційний потенціал (Карпати, Чорне море, лікувально-оздоровчі ресурси, мінеральні води). <input type="checkbox"/> Багата історико-культурна спадщина, наявність об'єктів ЮНЕСКО, унікальна нематеріальна культурна спадщина. <input type="checkbox"/> Високий потенціал внутрішнього туризму та зростання патріотично орієнтованих туристичних практик. <input type="checkbox"/> Конкурентні цінові переваги туристичних послуг порівняно з країнами ЄС. <input type="checkbox"/> Розвиток нішевих видів туризму: сільський, гастрономічний, медичний, подієвий, військово-історичний. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Високий рівень безпекових ризиків та руйнування туристичної інфраструктури внаслідок повномасштабної війни. <input type="checkbox"/> Недостатній рівень інвестиційної привабливості туристичної галузі. <input type="checkbox"/> Нерозвинена або зношена транспортна та сервісна інфраструктура в окремих регіонах. <input type="checkbox"/> Фрагментарність державної туристичної політики та слабка координація між стейкхолдерами. <input type="checkbox"/> Обмежене використання цифрових технологій, маркетингу та брендингу туристичних дестинацій. <input type="checkbox"/> Дефіцит кваліфікованих кадрів через міграцію та демографічні втрати.
	<i>Opportunities (Можливості)</i>	<i>Threats (Загрози)</i>
Зовнішнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Післявоєнне відновлення країни та інтеграція туризму в програми реконструкції регіонів. <input type="checkbox"/> Розширення європейської інтеграції, доступ до фондів ЄС і міжнародної технічної допомоги. <input type="checkbox"/> Розвиток сталого, зеленого та соціально відповідального туризму відповідно до ESG-підходів. <input type="checkbox"/> Активізація цифрової трансформації туристичних послуг (e-tourism, smart destinations). <input type="checkbox"/> Зростання інтересу міжнародної спільноти до України як до символу стійкості та культурної ідентичності. <input type="checkbox"/> Формування нових туристичних продуктів: туризм пам'яті, відбудови, волонтерський та освітній туризм. 	<ul style="list-style-type: none"> • Тривалість воєнних дій та невизначеність безпекового середовища. • Макроекономічна нестабільність, інфляційні процеси та обмеженість фінансових ресурсів. • Посилення конкуренції з боку інших туристичних напрямів у Східній та Центральній Європі. • Відтік людського капіталу та підприємців туристичного сектору за кордон. • Погіршення екологічного стану окремих територій. • Репутаційні ризики та негативні інформаційні нарративи на міжнародному туристичному ринку.

Складено авторами

Відповідно до здійсненого нами аналізу та проведеного різними дослідниками SWOT-аналізу туристичного ринку можна представити такі узагальнені можливості [4,5]:

1. Післявоєнне відновлення та ребрендинг туристичного іміджу (можливість показати Україну як безпечну та цікаву туристичну дестинацію);

2. Розвиток нішевих напрямків (гастрономічний, етно-, вело-, агротуризм; гастрономічні фестивалі, маршрути);

3. Інтеграція в міжнародні туристичні продукти та співпраця з ЄС (участь у міжнародних проектах, обмінах і заходах);

4. Зростання внутрішнього попиту та тренд на локальні подорожі (українці все активніше подорожують власною країною);

5. Діджиталізація та інновації (розвиток цифрових продуктів, онлайн-маркетингу та систем бронювання).

А також зазначаються такі загрози [4,6].

1. Тривала війна та геополітичні ризики (вплив військового конфлікту на безпеку, інфраструктуру, туристичні потоки);
2. Економічна нестабільність та фінансові ризики (інфляція, коливання валют, зниження купівельної спроможності);
3. Посилена конкуренція з сусідніми країнами (країни Європи з більш розвинутими туристичними брендами);
4. Демографічні зміни та міграція робочої сили (відтік кваліфікованих кадрів за кордон);
5. Екологічні виклики та зміна клімату (загрози для природних ресурсів і рекреаційних зон).

Найбільш значущі, на наш погляд, проблеми для національного туристичного ринку виявляються у наступному:

1. Дефіцит людського капіталу, що обумовлений скороченням штату (у 29% компаній у 2025 році) та міграцією фахівців за кордон. І це послаблює конкурентоспроможність ринку.
2. Інфраструктурний розрив - руйнування аеропортів та залізничних вузлів блокує логістичні ланцюги, що є критичним для міжнародного туризму.
3. Екологічна геоэкономика - замінування територій та руйнування природних парків (наприклад, через підрив Каховської ГЕС) на десятиліття виключають величезні ресурси з економічного обігу.

Геоелекономічний аналіз підкреслює важливість цифрової трансформації туристичних **послуг**, яка дозволяє оптимізувати просторові ресурси, створювати онлайн-маркетинг і розширювати доступ до туристичних продуктів [6].

З урахуванням зазначеного, доцільним є систематизування ключових геоелекономічних чинників, що визначають розвиток і конкурентоспроможність ринку туристичних послуг, з метою комплексного відображення впливу просторових, інституційних, економічних та технологічних детермінант, що узагальнено в табл. 3.

Таблиця 3 - Геоелекономічні чинники розвитку та конкурентоспроможності ринку туристичних послуг

Група чинників	Зміст геоелекономічного чинника	Вплив на розвиток і конкурентоспроможність туристичного ринку
Геопросторові	Географічне положення, транзитність території, близькість до міжнародних туристичних ринків	Формування транспортної доступності, включення до міжнародних туристичних маршрутів і коридорів
Геополітичні	Безпекова ситуація, міжнародні відносини, політична стабільність	Визначення туристичних ризиків, інвестиційної привабливості та довіри іноземних туристів
Економічні	Рівень економічної стабільності, доходи населення, валютна політика	Формування платоспроможного попиту, цінової конкурентоспроможності та інвестиційної активності
Інституційні	Державна туристична політика, регуляторне середовище, податкові стимули	Створення сприятливих умов для розвитку бізнесу та залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру
Інфраструктурні	Транспортна, готельна, цифрова та рекреаційна інфраструктура	Підвищення якості туристичних послуг, доступності та комфорту туристичних дестинацій
Соціокультурні	Культурна спадщина, історична пам'ять, національна ідентичність	Формування унікальної туристичної пропозиції та нематеріальної конкурентної переваги
Технологічні	Рівень цифровізації, онлайн-платформи, туристичні ІТ-рішення	Підвищення ефективності управління, маркетингу та глобальної видимості туристичного продукту
Геоелекономічні ризики	Воєнні дії, глобальні кризи, пандемії, кліматичні зміни	Обмеження туристичних потоків, трансформація попиту та необхідність адаптивних стратегій
Інтеграційні	Європейська та міжнародна економічна інтеграція	Доступ до спільних ринків, програм підтримки та міжнародних туристичних мереж

Складено авторами

Наведена систематизація геоелекономічних чинників свідчить про їх комплексний і взаємопов'язаний вплив на формування конкурентних позицій туристичного ринку, при цьому особливої ваги набувають технологічні та цифрові детермінанти, які в умовах просторових, безпекових і інфраструктурних обмежень трансформуються у ключовий драйвер адаптації та подальшого розвитку галузі.

Цифровізація туристичних послуг стає стратегічним інструментом розвитку галузі. Онлайн-екскурсії, інтерактивні мапи безпечних маршрутів, мобільні додатки для планування подорожей, сервіси бронювання та інформаційні портали забезпечують доступність туристичних продуктів навіть у регіонах із частково зруйнованою інфраструктурою. Використання цифрових технологій дозволяє адаптувати галузь до нових геоелекономічних умов, підтримує попит і створює нові конкурентні переваги.

З позиції геоелекономіки туристичний ринок України слід розглядати як відкриту просторово-елекономічну систему, що функціонує під впливом глобальних потоків капіталу, людей, інформації та культурних цінностей. Туризм у цьому контексті виконує не лише економічну, але й репутаційну, дипломатичну та інтеграційну функції, формуючи імідж країни на міжнародній арені.

Геоелекономічне положення України — між Європейським Союзом і країнами Східного партнерства, на перехресті транзитних шляхів — створює потенціал для інтеграції у світовий туристичний ринок. Водночас реалізація цього потенціалу залежить від безпекових, інституційних та інфраструктурних чинників.

Актуальні напрямки інтеграції України у світовий туристичний простір можна зазначити такі.

По-перше, меморіальний і воєнно-історичний туризм. В Україні формується новий напрям — меморіальний та воєнно-історичний туризм, орієнтований на: іноземних журналістів, дослідників, дипломатів; українську діаспору; міжнародні організації. З геоелекономічної точки зору цей вид туризму - несе не лише економічну, але й інформаційну та репутаційну функцію; формує наратив України у глобальному інформаційному просторі.

По-друге, цифрова інтеграція туристичного ринку. Україна активно інтегрується у світовий туристичний ринок через: онлайн-платформи бронювання; соціальні мережі; віртуальні тури та цифрові маршрути. Цифровізація зменшує значення фізичних кордонів і дозволяє Україні залишатися присутньою у глобальному туристичному дискурсі навіть за умов обмеженої мобільності.

По-третє, гастрономічний і культурний туризм як елемент глобальної ідентичності. Українська кухня, традиції та культурні практики інтегруються у світовий туристичний простір через: міжнародні фестивалі; гастрономічні події; туристичні бренди регіонів.

З позиції геоелекономіки це сприяє - підвищенню нематеріальної вартості країни; формуванню довгострокового попиту на український туристичний продукт.

У середньо- та довгостроковій перспективі розвиток туристичного ринку України в геоелекономічному вимірі ґрунтуватиметься на сукупності стратегічних постулатів, що відображають трансформацію ролі туризму в системі міжнародних економічних зв'язків. До ключових з них належать: поступове відновлення міжнародних туристичних потоків після стабілізації безпекової ситуації; інтеграція України до європейських туристичних коридорів і транскордонних маршрутів; формування та розвиток регіональних туристичних кластерів на основі територіальних конкурентних переваг; активне використання туризму як інструменту міжнародної економічної інтеграції та посилення геоелекономічних позицій держави.

З метою узагальнення зазначених напрямів та візуалізації механізмів включення України до глобального туристичного середовища на рис. 1 представлено схему геоелекономічної інтеграції туризму України у світовий туристичний простір.

Запропонована схема ілюструє багаторівневу модель геоелекономічної інтеграції туристичного ринку України, де кожен рівень виконує специфічну економічну та просторову функцію.

На глобальному рівні туристичний ринок України взаємодіє зі світовими туристичними потоками, міжнародними брендами, цифровими платформами бронювання та глобальними стандартами обслуговування. Саме на цьому рівні формується конкурентоспроможність національного туристичного продукту у світовому масштабі.

Європейський туристичний простір виступає ключовим гео економічним середовищем інтеграції України, з огляду на транскордонну співпрацю, програми ЄС, мобільність туристів і спільні туристичні маршрути. У цьому контексті Україна поступово інтегрується до європейських туристичних мереж, незважаючи на обмеження безпекового характеру.

На національному рівні відбувається формування цілісного туристичного ринку України, який включає внутрішній і в'їзний туризм, цифровізацію сервісів, розвиток інфраструктури та національного туристичного бренду. Цей рівень виконує роль інтеграційної платформи між глобальними та регіональними процесами.

Регіональні туристичні системи забезпечують просторову диверсифікацію туристичних послуг, враховуючи природні, історико-культурні та економічні особливості окремих територій. Саме на цьому рівні формуються туристичні кластери та спеціалізовані дестинації.

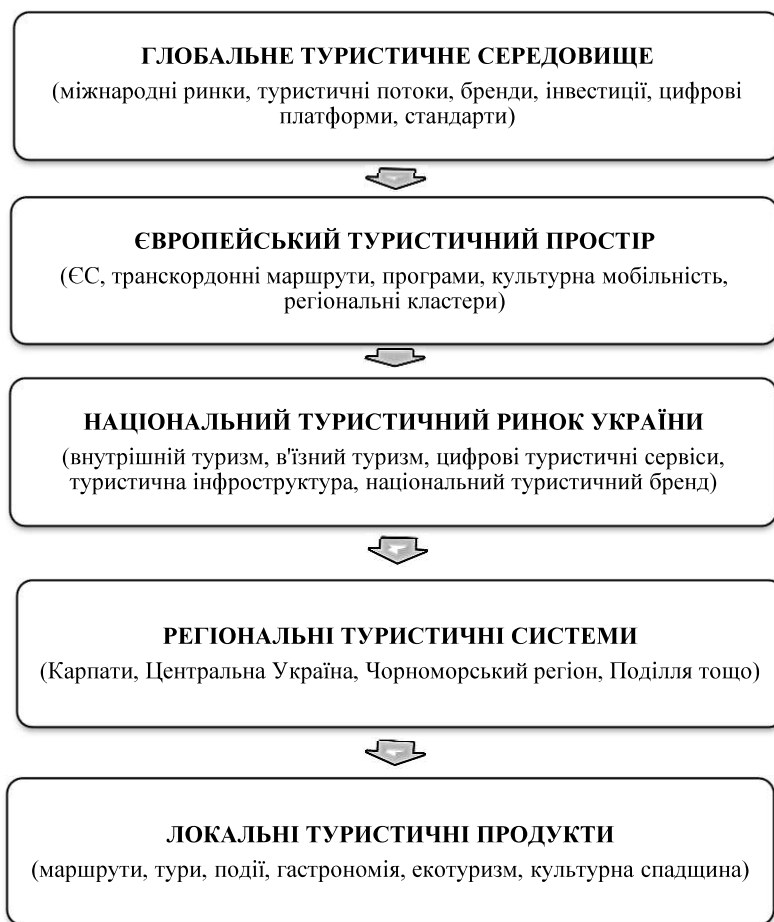


Рисунок 1 - Схема гео економічної інтеграції туристичного ринку України

Складено авторами

На локальному рівні створюється безпосередній туристичний продукт — маршрути, тури, події заходи, гастрономічні та екологічні ініціативи, які забезпечують реальний економічний ефект та зайнятість населення.

Висновки. Геоелекономічний підхід до аналізу туристичного ринку України дозволяє побачити не лише економічні показники, а й просторові, політичні й соціально-культурні чинники, що формують конкурентоспроможність галузі.

Основні висновки:

- туризм має важливу роль у відновленні економіки та соціального життя;
- географічні ресурси та локальні маршрути стають ключовими активами у сучасних умовах;
- геоелекономічна нестабільність (війна, безпека, інфраструктурні виклики) продовжує впливати на структуру і динаміку ринку;
- цифровізація та інновації — важливі інструменти подальшого розвитку;
- посилення статистичного моніторингу і стратегічне планування підвищують рівень управління туристичною сферою.

Таким чином, розвиток ринку туристичних послуг України з позиції геоелекономіки характеризується складною динамікою, зумовленою поєднанням географічних переваг, геополітичних викликів та глобальних економічних трансформацій. Незважаючи на значні втрати, туристичний ринок України демонструє здатність до адаптації та формування нових моделей інтеграції у світовий туристичний простір, що створює передумови для його стратегічного розвитку у післявоєнний період.

Запропонована схема відображає багаторівневу модель геоелекономічної інтеграції туристичного ринку України у світовий туристичний простір. Вона демонструє взаємозв'язок між глобальним, європейським, національним, регіональним і локальним рівнями формування туристичного продукту та руху туристичних потоків. Центральне місце в системі посідає національний туристичний ринок України, який забезпечує адаптацію міжнародних тенденцій до регіональних особливостей та експорт локального туристичного продукту на зовнішні ринки.

Список використаної літератури

1. Бондаренко, Л. (2023). Міжнародний досвід розвитку туристичних регіонів. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, (1 (7)), 15-20. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.3)
2. Гайдучок О. І. Новітні глобальні виклики та загрози як детермінанта трансформації геоелекономічного суперництва. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2019.
3. Македон, В. Геоелекономіка та її вплив на стратегії розвитку національної економіки країни: теоретико-методологічний підхід. *Глобальні та національні проблеми економіки*, №13, 2016, с. 33–38.
4. Степанік Р. А., Білос С. В. Туризм як важлива сфера відновлення національної економіки у післявоєнний період. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, Київ, 6-7 квіт., 2023 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; Київ. ун-т культури; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2023. С.244. URL: <https://lib.knukim.edu.ua/materiali-konferenciy/>
5. *Tourism and Hospitality in Conditions of Digital Economy: Problems and Perspectives* [Electronic resource]: monograph / K. Naumik-Gladka, O. Sushchenko, O. Stryzhak et al.; under the general editorship of DSc in Economics, Professor K. Naumik-Gladka. – Kharkiv: S. Kuznets KhNUE, 2023. – 237 p. (English)
6. Vagrii, K. (2022). SWOT analysis as a basis for strategies designed for the management of tourism development in Ukraine. *Tourism and Rural Space*, 48(2), 21–36. ISSN: 2971-9151.
7. Якубовський, С., & Кириченко, О. (2024). Стан і перспективи розвитку індустрії туризму в Україні в умовах глобальних викликів. *Економіка та суспільство*, (67). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-55>

References

1. Bondarenko, L. (2023). *Mizhnarodnyi dosvid rozvytku turystychnykh rehioniv* [International experience in the development of tourism regions]. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and*

Food Industry, 1(7), 15–20. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.3)

2.Haiduchok, O. I. (2019). Novitni hlobalni vyklyky ta zahrozy yak determinanta transformatsii heoekonomichnoho supernytstva [The latest global challenges and threats as a determinant of the transformation of geo-economic rivalry] (Doctoral dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine).

3.Makedon, V. (2016). Heoekonomika ta yii vplyv na stratehii rozvytku natsionalnoi ekonomiky krainy: Teoretyko-metodolohichni pidkhid [Geo-economics and its influence on national economic development strategies: A theoretical and methodological approach]. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, (13), 33–38.

4.Stepanyk, R. A., & Bilos, S. V. (2023). Turyzm yak vazhlyva sfera vidnovlennia natsionalnoi ekonomiky u pisliavoiennyi period [Tourism as an important sphere of national economic recovery in the post-war period]. In Hostynnist, servis, turizm: dosvid, problemy, innovatsii: Proceedings of the 10th International Scientific and Practical Internet Conference (p. 244). Publishing Center of Kyiv National University of Culture and Arts. <https://lib.knukim.edu.ua/materiali-konferency/>

5.Naumik-Gladka, K., Sushchenko, O., Stryzhak, O., et al. (2023). Tourism and hospitality in conditions of digital economy: Problems and perspectives. S. Kuznets KhNUE.

6.Bagrii, K. (2022). SWOT analysis as a basis for strategies designed for the management of tourism development in Ukraine. Tourism and Rural Space, 48(2), 21–36.

7.Yakubovskiy, S., & Kyrychenko, O. (2024). Stan i perspektyvy rozvytku industrii turizmu v Ukraini v umovakh hlobalnykh vyklykiv [The state and prospects of tourism industry development in Ukraine under global challenges]. Ekonomika ta suspilstvo, (67). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-55>

DROBOTOVA Marina¹

PhD in Economics, Associate Professor

OPALKO Viktoriia¹

PhD in Economics, Associate Professor

TSVITOK Anna¹

Applicant for the second (Masters) level of higher education

MUZYCHKA Andriy¹

Postgraduate student

¹Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
Cherkasy, Ukraine

DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES MARKET FROM A GEO-ECONOMIC PERSPECTIVE

Introduction. *The article examines the development of the tourist services market of Ukraine from a geo-economic perspective under conditions of global transformations and geopolitical instability. Tourism is considered not only as a service sector, but also as a strategic component of national economic competitiveness and international integration.*

Purpose. *The study aims to systematize key geo-economic factors influencing the formation, spatial structure and competitiveness of the tourism market, as well as to identify priority directions for the effective use of territorial potential in a changing global environment.*

Results. *The research is based on a comprehensive analysis of spatial, economic, institutional, infrastructural, socio-cultural and technological determinants of tourism development. Particular attention is paid to the impact of war-related risks, security challenges and infrastructure destruction on the restructuring of tourist flows and regional specialization. The article highlights the geo-economic reorientation of Ukraine's tourism market toward safer regions, especially the Carpathian area, and the growing role of domestic tourism as an adaptive response to crisis conditions.*

The study emphasizes the importance of digital transformation as a key driver of resilience and competitiveness of the tourism sector. Digital platforms, online booking systems, virtual tours and smart destination tools are identified as mechanisms that reduce spatial constraints and ensure Ukraine's presence in the global tourism space despite limited physical mobility.

A SWOT analysis of Ukraine's tourism market is conducted to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats in the context of geo-economic transformations. Based on the results, a multi-level

model of geo-economic integration of Ukraine's tourism market into the global tourism system is proposed, encompassing global, European, national, regional and local levels.

Originality. *The proposed framework illustrates a multi-level model of the geo-economic integration of Ukraine's tourism market into the global tourism environment. It highlights the interconnections between the global, European, national, regional, and local levels in shaping the tourism product and directing tourist flows. The national tourism market of Ukraine occupies a central position within this system, ensuring the adaptation of international trends to regional specifics and facilitating the export of local tourism products to foreign markets.*

Conclusion. *The article concludes that the geo-economic approach provides a holistic framework for understanding tourism development in Ukraine and creates a foundation for strategic planning, post-war recovery and sustainable integration into the international tourism market.*

Keywords: *Geo-economics, tourism services, tourism market, geo-economic factors, tourist destinations, infrastructure, regional development, integration, sustainable tourism, digitalization.*

*Одержано редакцією: 15.06.2025
Прийнято до публікації: 17.08.2025*