

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництво та туризму

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Селіверстова Арина Олександрівна

УДК 338.48(477.42)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Сучасний стан та перспективи післявоєнного розвитку ринку туристичних
послуг Житомирської області**

242 - «Туризм»

Подається на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Селіверстова А. О.

Керівник роботи
Таїсія ЧЕРНИШОВА
к.б.н., доцент

Житомир - 2025

Висновок кафедри

за результатами попереднього захисту:

Протокол засідання кафедри

№ _____ від « _____ » _____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

« _____ » _____ 20__ р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив (ла)

(прізвище, ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____ за

національною шкалою _____ Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Селіверстова А. О. Сучасний стан та перспективи післявоєнного розвитку ринку туристичних послуг Житомирської області – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 – «Туризм і рекреація». – Поліський національний університет, Житомир, 2025.

У роботі досліджено сучасний стан і перспективи післявоєнного розвитку ринку туристичних послуг у Житомирській області. Проаналізовано туристично-рекреаційний потенціал регіону, діяльність туристичних підприємств та економічні передумови для відновлення галузі. Визначено основні проблеми, що стримують розвиток туризму, та окреслено можливості застосування інноваційних підходів і зарубіжного досвіду. Запропоновано шляхи удосконалення управління туристичною сферою в умовах післявоєнного відновлення.

Ключові слова: туристичні послуги, Житомирська область, післявоєнний розвиток, інновації, туризм.

SUMMARY

Selivestrova A. O. The Current State and Post-War Development Prospects of the Tourism Services Market in Zhytomyr Region - Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 242 - "Tourism". – Polisia National University, Zhytomyr, 2025.

The paper examines the current state and post-war development prospects of the tourism services market in Zhytomyr Region. The study analyzes the region's tourism and recreational potential, the activity of tourism enterprises, and the economic conditions for industry recovery. Key challenges hindering tourism development are identified, and opportunities for implementing innovative approaches and foreign experience are outlined. Recommendations for improving tourism management in the post-war recovery period are proposed.

Keywords: tourism services, Zhytomyr Region, post-war development, innovations, tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	21
2.1 Туристично-рекреаційний потенціал Житомирської області.....	21
2.2 Аналіз туристичної діяльності підприємств Житомирської області	26
2.3. Економічний потенціал розвитку ринку туристичних послуг у післявоєнний період	30
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	34
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що в умовах відновлення України після масштабної збройної агресії постає нагальна потреба у переосмисленні та розвитку окремих галузей економіки, зокрема туристичної сфери, яка є одним із чинників регіонального зростання, створення нових робочих місць, активізації малого та середнього бізнесу. Туризм може стати важливим інструментом відновлення соціальної єдності, збереження культурної спадщини та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Житомирська область, яка має значний природний, історико-культурний та рекреаційний потенціал, до повномасштабної війни лише частково використовувала свої туристичні можливості. Післявоєнний період відкриває нові можливості для її туристичного переосмислення, зокрема через розвиток внутрішнього туризму, впровадження інноваційних форм організації туристичних послуг, а також залучення інвестицій у реконструкцію інфраструктури та створення конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Водночас галузь стикається з низкою викликів: порушення логістики, зменшення купівельної спроможності населення, дефіцит кадрів, пошкодження туристичних об'єктів, недостатній рівень цифровізації послуг. Саме тому дослідження сучасного стану ринку туристичних послуг у регіоні та обґрунтування перспектив його розвитку в післявоєнних умовах є своєчасним і надзвичайно важливим як на науковому, так і на практичному рівні. Отримані результати можуть бути використані для формування стратегічних програм регіонального розвитку та державної політики підтримки туризму.

Метою роботи є аналіз сучасного стану туристичних послуг у Житомирській області та визначення перспектив їх післявоєнного розвитку з урахуванням інноваційних підходів та зарубіжного досвіду.

Завдання дослідження:

- Розкрити поняття, характерні риси та структуру туристичного ринку.

- Розглянути класифікацію та типізацію ринку туристичних послуг.
- Визначити методичні підходи до дослідження ринку туристичних послуг, визначивши їхню доцільність у контексті Житомирської області.
- Дослідити туристично-рекреаційний потенціал Житомирської області та проаналізувати його складові.
- Проаналізувати діяльність туристичних підприємств Житомирської області, виявити тенденції та особливості їх функціонування.
- Оцінити економічний потенціал регіону щодо розвитку ринку туристичних послуг у післявоєнний період.
- Визначити основні проблеми, які стримують розвиток туристичного ринку Житомирської області.
- Обґрунтувати перспективні інноваційні форми туристичної діяльності, здатні стимулювати розвиток туризму в регіоні.
- Дослідити можливості імплементації зарубіжного досвіду відновлення туристичної галузі в умовах післявоєнного періоду.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг Житомирської області.

Предметом дослідження теоретичні та прикладні засади функціонування та розвитку ринку туристичних послуг Житомирщини в умовах післявоєнного періоду.

Методика дослідження – комплекс загальнонаукових та спеціальних методів (порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, індукція, дедукція, системно-структурний та порівняльний аналіз, моделювання, статистичні методи, розрахунково-аналітичні методи, методи кількісного та якісного аналізу, прогнозування тощо).

Перелік публікацій автора за темою дослідження. *Результати досліджень були апробовані на таких конференціях:*

1. Чернишова Т. М., Мутасова С. А., Селіверстова А. О. Вплив воєнного стану на готельно-ресторанну галузь Житомирської області. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференція (м. Житомир, 02 травня 2025 р.).* Житомир: Поліський національний університет, 2024. С.73-76.

2. Чернишова Т. М., Селіверстова А. О. Стан туристичної інфраструктури Житомирської області в умовах війни. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів. III-ій Міжнародний науково-практичний форум, 23 квітня 2025 року*. Львів зб. матер. електрон. дан. Львів: «Камула», 2025. 320с.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання сформульованих рекомендацій органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами та громадськими організаціями для відновлення і розвитку туристичної галузі Житомирської області у післявоєнний період.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг становить 54 сторінок, у тому числі 2 таблиці, 8 рисунків та 3 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туризм – одна з найбільш динамічних галузей економіки, котра відіграє важливу роль у розвитку держави, сприяючи наповненню скарбниці, створенню робочих місць та розбудові інфраструктури. В умовах глобалізації та зростаючого попиту на подорожі туристичний ринок набуває дедалі більшого значення, формуючи специфічні економічні взаємини між його учасниками.

Реалізація туристичних продуктів відбувається на специфічному ринку – туристичному, який об'єднує суб'єктів, задіяних у наданні та споживанні туристичних послуг. На цьому ринку формуються економічні відносини між продавцями (туроператорами, турагентствами, готельними комплексами, транспортними компаніями) та покупцями (туристами), які обирають та оплачують відповідні послуги.

Туристичний ринок є складною системою, де взаємодіють різноманітні суб'єкти, що забезпечують повний цикл надання туристичних послуг – від планування подорожі до її реалізації та надання послуг на місці.

Наприклад, О. Любіцева визначає туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних із відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням» [24, с. 53].

Т. Ткаченко, С. Мельниченко та М. Бойко визначають «ринок туристичних послуг» як сукупність економічних взаємозв'язків між туристами (покупцями), туроператорами (продавцями) та турагентами (торговими посередниками), а також їх партнерами, які обумовлюють рух туристичних продуктів і фінансових потоків, що відображають економічні інтереси учасників ринкових відносин [37, с. 36].

Таким чином, основним аспектом системного підходу є створення та розвиток організаційно-економічної системи ринку туристичних послуг через задоволення основних потреб туристів, що формує попит на туристичні продукти та послуги, задоволення якого забезпечується через відповідну пропозицію на ринку.

О. Колесник трактує «ринок туристичних послуг» як сукупність економічних взаємин між туристами, туристичними компаніями та іншими учасниками господарської діяльності, які пов'язані з виробництвом, продажем і споживанням туристичних продуктів і послуг, а також обігом фінансових коштів. Ці взаємини відображають інтереси учасників ринкових процесів у межах певного географічного регіону (місто, область, країна, світ) [20, с. 38].

Г. Горіна пропонує визначати «ринок туристичних послуг» як один із видів рекреаційної та соціально-культурної діяльності людей; частину загального ринку товарів та послуг; сферу, в якій реалізуються товари і послуги для задоволення потреб подорожуючих; як сукупність економічних зв'язків, що поєднує попит і пропозицію; як форму міграції населення; як галузь національної економіки; як сукупність усіх фактичних та потенційних споживачів; як складну соціально-економічну систему; як механізм узгодження інтересів покупців і продавців туристичних продуктів [11, с. 28].

На думку К. Зайчук, туристичний ринок – це простір економічних взаємодій, у межах якого здійснюється купівля-продаж туристичних послуг, турів та туристичного продукту, формуючи специфічні відносини між його учасниками [14, с. 8].

За Г. Заячківською ринок туристичних послуг – це «складна, багаторівнева система взаємовідносин між суб'єктами ринку (виробниками, постачальниками, посередниками, споживачами, конкурентами та контактними аудиторіями) у процесі купівлі-продажу туристичних послуг з приводу узгодження і реалізації їхніх економічних інтересів» [17, с. 155].

Отже, туристичний ринок являє собою систему організаційно-економічних відносин, що виникають у процесі надання, реалізації та споживання туристичних послуг. Його основною особливістю є взаємодія між покупцями (споживачами туристичних послуг) та продавцями (туристичними операторами, агентствами, готельними комплексами тощо). На відміну від традиційних товарних ринків, де продукція надходить від продавця до покупця, у сфері туризму споживачі самостійно

подорожують до визначеного місця, щоб скористатися придбаними послугами.

Проаналізувавши визначення від науковців, можемо виділити такі відмінні унікальні риси туристичного ринку, які відрізняють його від інших типів ринків: (рис. 1.1)

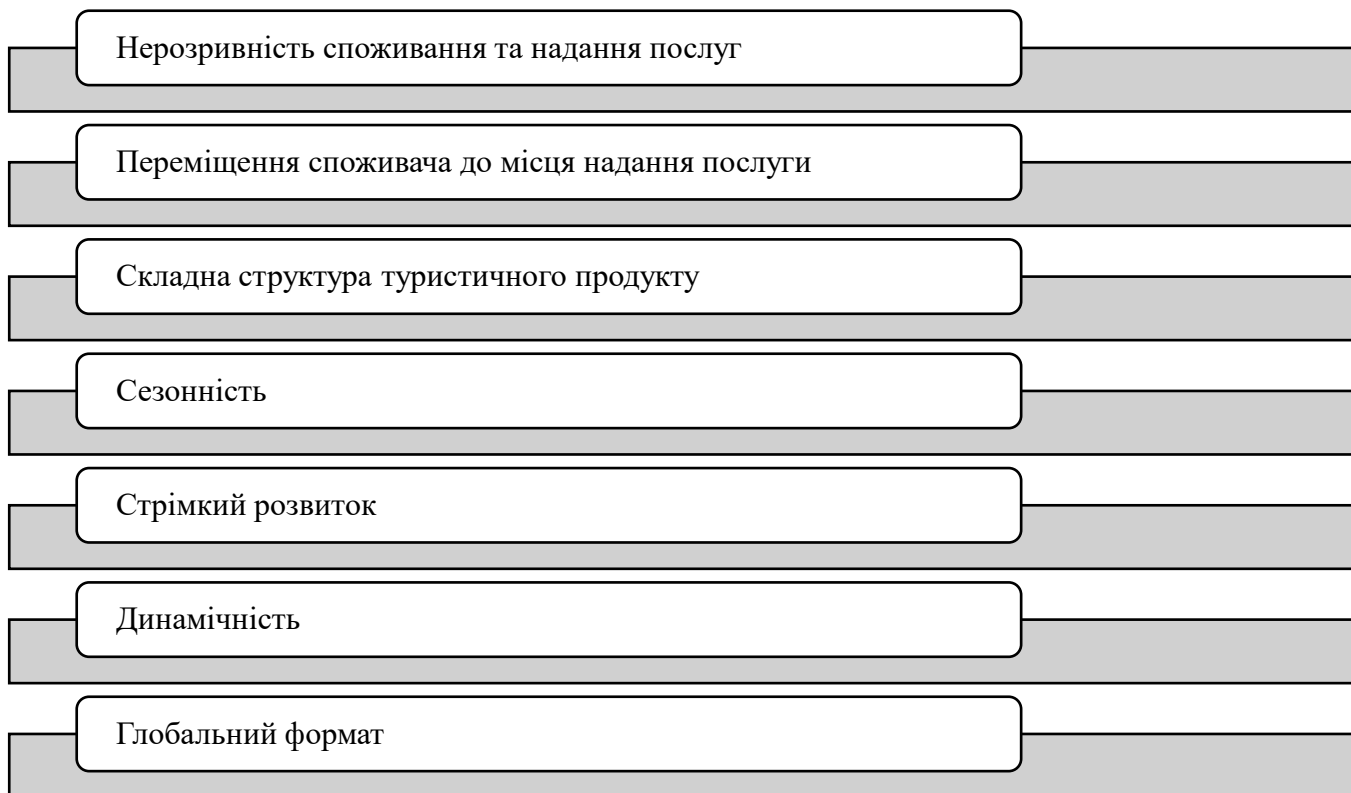


Рис. 1.1. Характерні риси туристичного ринку

Джерело: сформовано автором за [41]

Ринок туристичних послуг має свою специфічну структуру, що відповідає особливостям споживання цих послуг. Учасниками цього ринку є як юридичні, так і фізичні особи, які залучені до виробництва та організації споживання туристичних продуктів для туристів.

Суб'єктами ринку пропозиції можуть бути майже всі елементи функціональної та територіальної складових індустрії туризму.

Об'єктом туристичної діяльності є туристи-споживачі, чия мотивація та уподобання лежать в основі маркетингових стратегій виробників. Тому ринок поділяється на ринок споживачів-туристів (ринок попиту) та ринок виробників (ринок пропозиції), оскільки ці два аспекти є основними для ефективного

функціонування ринку [24, с. 8].

Економічний зміст ринку туристичних послуг розкривається через його функції, основними з яких є: (рис. 1.2)

Регулятивна функція	• забезпечує збалансованість попиту та пропозиції, а також узгодження виробництва та споживання туристичних послуг як в цілому, так і в окремих сегментах.
Стимулююча функція	• стимулює підвищення економічної ефективності виробництва туристичних послуг у умовах конкуренції та удосконалення пропозиції з урахуванням попиту в різних міжнародних регіонах.
Оптимізаційна функція	• оптимізує використання факторів виробництва туристичних послуг, визначаючи, які послуги, у якій кількості та для яких споживачів необхідно виробляти.
Інформаційна функція	• надає дані про середні показники попиту та пропозиції на різні види туристичних послуг, забезпечує формування цінових еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів.
Сануюча функція	• відбирає з обігу ті туристичні послуги або їх виробників, які не відповідають мінімальним стандартам якості.

Рис. 1.2. Функції туристичного ринку

Джерело: сформовано автором за [7, с. 199]

Отже, можна зробити висновок, що туристичний ринок є складною та динамічною системою. Він охоплює різноманітні сфери діяльності та аспекти життя людини, що робить його невід’ємною частиною сучасного світу. Туристична індустрія пропонує широкий спектр послуг, який постійно розширюється та диверсифікується з кожним днем.

Основою функціонування ринку туристичних послуг є обмін, який слугує засобом задоволення потреб населення в туристичних послугах. Обмін здійснюється в товарно-грошовій та інформаційній формах. Однією з форм обміну є переміщення туристів до місця споживання послуг. Для здійснення обміну необхідна наявність учасників (не менше двох), їх згода на співпрацю, що завершується укладанням угоди

про купівлю-продаж туристичної послуги.

Угода є торговою операцією, яка укладається між двома сторонами. Її основними елементами є мінімум два товари, які мають споживчу цінність (туристична послуга або продукт і гроші), а також час і місце укладання угоди.

Один із можливих формальних документів угоди – це туристичний ваучер, який є фінансово-правовим підтвердженням статусу особи або групи осіб як туристів, гарантує оплату послуг і є підставою для отримання туристичних послуг.

Механізм функціонування туристичного ринку – це сукупність економічних заходів, спрямованих на забезпечення балансу між попитом і пропозицією на туристичний продукт, процес обміну «гроші – туристичний продукт», а також організація грошових та товарних потоків туристичних послуг.

Схему функціонування туристичного ринку показано на рис. 1.3.

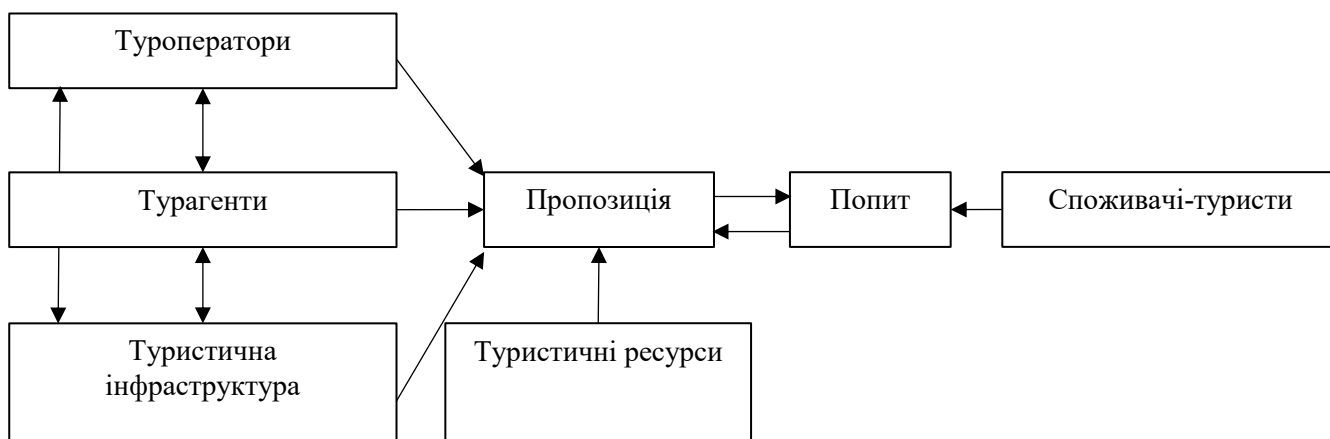


Рис. 1.3. Схема функціонування туристичного ринку

Джерело: сформовано автором за [19, с. 63]

Згідно з наведеною схемою, попит на туристичні послуги формується на основі певних передумов туристів: осіб із потребами та бажаннями подорожувати, людей з високою платоспроможністю, чий попит спрямований на престижні тури, ексклюзивні подорожі та високий рівень обслуговування (зручність, особливе ставлення обслуговуючого персоналу, індивідуальний гід-перекладач, персональний транспорт тощо); а також людей, які мають певну споживчу поведінку.

Турист є покупцем туристичних послуг, і його споживча поведінка визначається низкою природних, психологічних, соціальних та інших факторів, які

спонукають його реагувати на рекламу певним чином. Цей аспект є важливим для ефективного функціонування туристичного ринку, що вимагає поділу ринку на окремі сектори. Вивчення цих секторів дозволяє досягти оптимального балансу між пропозицією і попитом на туристичні послуги.

Взагалі, формування ринків туристичних послуг усіх рівнів. обумовлене дією внутрішніх та зовнішніх чинників. До внутрішніх чинників відносяться наступні:

1. фактори соціально-економічного розвитку, до яких відносяться: науково-технічний прогрес, історичні передумови економічного становлення, стан розвитку галузей виробництва, розвиток транспорту та транспортної інфраструктури, демографічна ситуація і структура населення, міграційні процеси, а також особливості зайнятості.

2. якість життя населення, що включає умови життя (екологічні, житлово-побутові, соціально-культурні) та рівень життя, який визначається рівнем доходів, заощаджень тощо.

3. соціально-політична ситуація, зокрема суспільний устрій, правове забезпечення економічних і соціальних свобод, розвиток громадсько-політичного життя, рівень розвитку інформаційної сфери та роль засобів масової інформації.

Серед зовнішніх факторів, які впливають на формування і функціонування ринку туристичних послуг, можна виокремити економічну та політичну стабільність країни, участь у міжнародних організаціях, характер міжнародних відносин та ступінь інтеграції у світову економічну систему [8, с. 87].

Деякі автори [6, с. 179] чинники, що впливають на ефективність ринку туристичних послуг, поділяють ще на кілька груп: керовані та некеровані, визначені та невизначені. Керовані чинники – це ті, на які туристичне підприємство може впливати в процесі організації та здійснення своєї діяльності. До них належать якість ресурсів і методи їх використання. У деяких випадках підприємства можуть також впливати на умови використання туристичних ресурсів, формуючи більш сприятливе внутрішнє та зовнішнє середовище для досягнення своїх цілей.

Некеровані чинники – це фактори, які знаходяться поза контролем окремого підприємства, оскільки воно не має можливості цілеспрямовано змінювати їх вплив,

а лише адаптується до наявних умов. До таких факторів належать особливості застосування ресурсів, конкуренція, законодавчі норми, урядові рішення та загальна макроекономічна ситуація.

Отже, туристичний ринок є складною та динамічною системою, що включає взаємодію різних учасників – туристів, туристичних компаній та інших суб'єктів, що забезпечують надання та споживання туристичних послуг. Важливою особливістю є те, що туристи самостійно подорожують до місця споживання послуг, що відрізняє цей ринок від традиційних товарних ринків. Основними функціями туристичного ринку є забезпечення балансу між попитом та пропозицією, а також організація товарно-грошових потоків. На ефективність функціонування ринку впливають як внутрішні чинники (якості життя, соціально-економічний розвиток), так і зовнішні (економічна та політична стабільність). Це визначає необхідність врахування різних факторів для успішного розвитку та конкурентоспроможності ринку туристичних послуг.

З огляду на те, що ринок туристичних послуг являє собою відкриту, гетерогенну систему, він складається з різноманітних сегментів та диференціюється за багатьма ознаками. На сьогодні прийнято класифікувати ринок туристичних послуг за такими ознаками: [17;28]

- за мотивацією: пізнавально-розважальний ринок, рекреаційно-оздоровчий ринок, діловий ринок;
- за віком: дитячо-молодіжний, дорослий, осіб «третього віку»;
- за регіональною ознакою: інтенсивних зустрічних потоків туристичних продуктів, зустрічних потоків туристичних продуктів з переважанням, експорту, зустрічних потоків туристичних продуктів з переважанням, імпорту, односторонніх експортних потоків туристичних продуктів;
- за споживачами: молодіжний ринок, масовий ринок, сімейний ринок, дорослий ринок, елітарний ринок, екстремальний ринок;

- за виробниками: ринок туроператорів, ринок турагенцій, ринок екскурсійних бюро, ринок продуцентів окремих туристичних послуг, ринок виробників товарів туристичного призначення, ринок «суміжників»;
- за складом суб'єктів: ринок виробників туристичних послуг, ринок проміжних продавців (тур агенти, посередники), ринок споживачів, ринок громадських установ, міжнародний ринок;
- за просторово- територіальною ознакою: ринок приміського туризму, ринок регіонального туризму, ринок державного туризму, ринок міжнародного туризму;
- за особливостями і змістом туристичної діяльності: цільовий ринок, безплідний ринок, основний ринок, додатковий ринок, зростаючий ринок, прошарений ринок
- за об'ємом продаж: оптовий ринок, роздрібний ринок;
- за кількістю споживачів: масовий ринок, популярний ринок, індивідуальний ринок;
- за масштабом: світовий, національний, локальний;
- за напрямом туристичного потоку: в'їзний ринок, виїзний ринок;
- за географічною приналежністю: світовий ринок, регіональний ринок, місцевий ринок;
- за відношенням до національної території: міжнародний ринок, внутрішній ринок;
- за напрямом руху туристів: ринок, що генерує туристичні послуги, ринок, що приймає туристів;
- за ступенем концентрації виробництва і збуту: монополістичний ринок, олігополістичний ринок, ринок вільної конкуренції;
- за співвідношенням попиту і пропозиції: ринок покупця ринок, продавця

Враховуючи вище наведену сегментацію, та приймаючи до уваги, що світовий туристичний ринок, як частина глобальної світогосподарської системи, поділяється на макрорегіональні та субрегіональні туристичні ринки, а регіональні ринки

туристичних послуг, в свою чергу, складаються з національних ринків, а національні - з місцевих, то саме національні ринки слід розглядати як класифікаційну основу поділу за територіальною ознакою.

Типологічними ознаками національного туристичного ринку прийнято вважати комплексно-пропорційний розвиток індустрії туризму, її орієнтованість на участь в міжнародних туристичних зв'язках і характер цих зв'язків, вплив глобалізаційних процесів і інтегрованість в світогосподарську систему [24, с. 46].

Типологія національних туристичних ринків є такою:

1) ринок туристичних послуг є похідною від соціально-економічного розвитку країни, оскільки індустрія туризму є складовою національної економіки і її розвиток прямо залежний від рівня розвитку всього господарства;

2) інтенсивність діяльності на ринку туристичних послуг залежить від ступеня розвиненості ринкових структур, оскільки суб'єкти туристичного ринку представлені значною мірою малим та середнім бізнесом, який потребує ефективної підтримки шляхом правового та фінансового регулювання діяльності, наприклад, забезпечення вільного доступу до кредитів передбачає розвинену фінансово-кредитну систему, наявність в'ючерного капіталу, гнучкої системи оподаткування та розвиненої банківської інфраструктури;

3) інтегрованість національного туристичного ринку в світовий туристичний простір залежить від ступеня розвитку туризму в певній країні, який ґрунтується на певному рівні та стилі життя населення як результаті сукупної дії глобалізаційних тенденцій та етно-культурних особливостей даної країни. Тому в основу типології туристичних ринків покладена типологія країн світу за їх місцем в світовій економіці та міжнародних відносинах, яка включає означені принципи і є загальновизнаною [9;24;26].

Відповідно до особливостей економічного розвитку та ролі у міжнародному туристичному обміні, національні туристичні ринки можна поділити на кілька типів: [28]

1. Високоактивні ринки — притаманні країнам з високим рівнем економіки, що виступають або основними постачальниками туристів (наприклад, США,

Німеччина, Велика Британія, держави Скандинавії), або провідними приймаючими сторонами (зокрема, Італія, Австрія, Ізраїль, ПАР).

2. Стабільні ринки — характерні для країн із середнім рівнем економічного розвитку, які спеціалізуються на прийомі туристів (Іспанія, Греція, Туреччина, Кіпр), для нових індустріальних держав (Мексика, Аргентина, Чилі, Гонконг, Таїланд, Малайзія), а також для постсоціалістичних країн Центральної Європи з активним туристичним прийомом (Польща, Чехія, Угорщина, Хорватія, Словенія, Словаччина).

3. Трансформаційні ринки — властиві країнам із перехідною економікою, які перебувають у процесі становлення ринкових відносин. Вони можуть виконувати як функцію приймаючої сторони (Болгарія, Румунія), так і бути джерелом туристичних потоків (Україна, Казахстан). До цієї ж групи належать країни зі змішаною економікою, як-от Китай.

4. Акумулятивні ринки — охоплюють держави, що розвиваються, з обмеженим економічним потенціалом. Деякі з них виступають приймаючими країнами (Індія, Єгипет, Туніс, Танзанія, Барбадос), інші — мають централізовано-планову модель (Куба), а найменш розвинені країни, зокрема багато держав Центральної Африки, майже не залучені до міжнародного туристичного обміну.

Отже, національні туристичні ринки класифікуються відповідно до рівня соціально-економічного розвитку країни, участі у міжнародному туристичному обміні та ступеня інтегрованості у світову господарську систему. Вони поділяються на високоактивні, стабільні, трансформаційні та акумулятивні ринки. Такий поділ дозволяє глибше зрозуміти специфіку розвитку туристичної галузі в різних країнах і ефективніше формувати туристичну політику відповідно до їх потенціалу та ролі у глобальному туризмі.

Методика дослідження туристичного ринку відбувається на двох рівнях: макро (світовий) та мікро (національний).

Оцінка на макрорівні передбачає дослідження характеристик функціонування та розвитку туризму як частини світового ринку послуг, з акцентом на виявлення механізмів формування глобальних геопросторових структур. Дослідження базується на синтезі аналітичних даних, які відображають специфіку розвитку регіональних

ринків та глобальні тенденції у розвитку туризму як соціального явища і галузі світової економіки.

Основою даного дослідження є синтез аналітичних даних, що відображають особливості розвитку регіональних ринків та глобальні тенденції туризму як суспільного явища і галузі світового господарства. Туристичний ринок в межах світової економіки сформувався і функціонує в різних формах, зокрема територіальних. Геопросторові структури туристичного ринку виникають під впливом загального механізму функціонування світового ринку та ринку послуг зокрема, являючи собою часткове втілення світогосподарської організації суспільного виробництва і споживання. Тому основою макрорегіонального дослідження є загальні суспільно-географічні закони та закономірності [24].

Ринок туристичних послуг, як частина світової економіки, підпорядковується діям основних світогосподарських законів та їх специфічним проявам у сфері послуг. Як відкрита функціонально-галузева система, цей ринок зазнає впливу всіх глобалізаційних процесів, характерних для сучасного етапу розвитку світової економіки, зокрема технологічної та інформаційної глобалізації. Вони виявляються у формі концентрації капіталу та механізмів його циркуляції, а також у централізації управління, що базується на глобальних розподільчих мережах, які зараз є основним інструментом збуту та маркетингу в міжнародній торгівлі туристичними послугами. Отже, ринок туристичних послуг є залежним від інформаційних та технологічних механізмів світової економіки та органічно інтегрований у глобальні процеси.

Основою макрорегіонального аналізу є вивчення характеру туристичного процесу та його територіальної диференціації. Туристичний процес проявляється через туристичне споживання, яке є кінцевим результатом функціонування ринку туристичних послуг. Споживання туристичних благ, послуг та товарів на глобальному рівні визначається обсягом, напрямком та ритмікою міжнародних туристичних потоків. Саме стабільність географії цих потоків дозволяє виявити ціннісну шкалу у мотиваційній структурі туристичного попиту, від абсолютних до відносних переваг.

Якщо говорити про національний туристичний ринок, то оцінка ролі

національного ринку туристичних послуг у глобальному ринку ґрунтується на загальних тенденціях, притаманних розвитку і ринку послуг. Дана методика дослідження включає:

1. Аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на ринкову діяльність країни, який включає оцінку стану економічного розвитку та виявлення чинників, що сприяють або стримують цей процес.

2. Оцінка потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів та стану туристичної індустрії, що дозволяє визначити можливості та перспективи країни на світовому та регіональному туристичному ринку.

3. Аналіз рівня активності туристичних процесів у країні, що оцінює інтенсивність розвитку туризму та його вплив на економіку і соціальні процеси [24, с. 115].

Ця методика має конструктивне спрямування, яка заснована на можливостях національного ринку і включає такі основні етапи:

1) оцінку умов та чинників функціонування національного ринку туристичних послуг;

2) комплексний аналіз рівня розвитку національного ринку [24, с. 117].

Загальна схема дослідження виглядає наступним чином: (рис. 1.4)

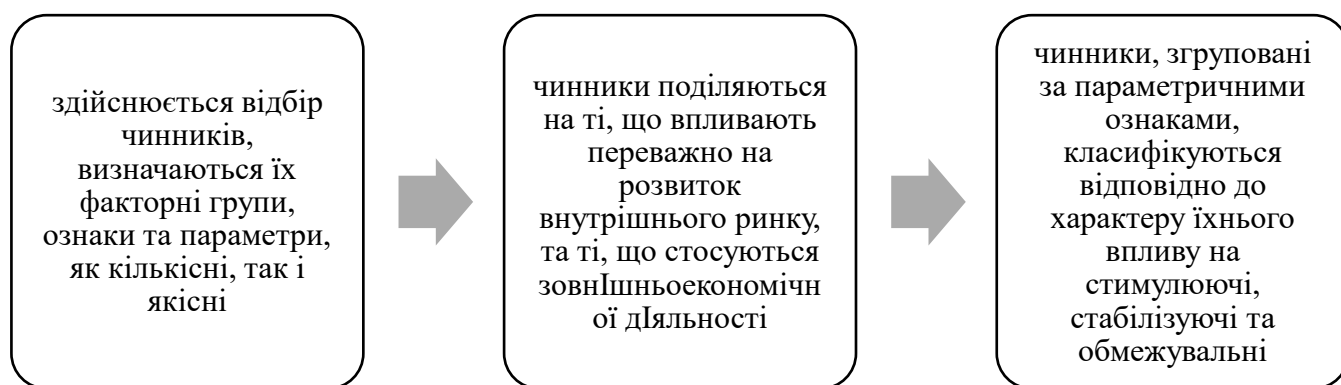


Рис. 1.4. Загальна схема дослідження національного туристичного ринку

Джерело: сформовано автором за [24]

З урахуванням наведеного, комплексний аналіз національного туристичного ринку дозволяє: визначити обсяг і структуру попиту, а також його видову та

територіальну диференціацію; оцінити обсяг і структуру пропозиції, її галузеву та територіальну диференціацію; оцінити рівень розвитку туристичної індустрії та міру задоволення потреб населення в туристичних послугах; оцінити взаємозв'язок попиту та пропозиції на внутрішньому та міжнародному ринках туризму, для різних видів і форм туризму, а також на місцевих ринках; виявити існуючі диспропорції.

Отже, можна зробити висновок, що туристичний ринок є складовою частиною світової економіки, яка зазнає впливу глобалізаційних процесів, таких як технологічна та інформаційна глобалізація. Ринок туристичних послуг, як відкриту функціонально-галузеву систему, визначають глобальні економічні механізми та процеси, що впливають на його структуру і динаміку. Вивчення туристичних потоків і географії споживання на макрорегіональному рівні дозволяє зрозуміти мотиваційну структуру попиту та визначити тенденції розвитку цієї галузі.

На національному рівні оцінка туристичного ринку здійснюється через аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, потенціалу туристичних ресурсів, а також активності туристичних процесів. Цей підхід дає змогу визначити можливості для розвитку туризму в межах країни, оцінити її позицію на світовому та регіональному ринку, а також знайти диспропорції між попитом та пропозицією туристичних послуг.

Прогнозування та планування розвитку туристичної діяльності вимагають комплексного підходу, який включає аналіз попиту, оцінку пропозиції та оптимізацію їх співвідношення. Такий підхід дозволяє досягти ефективності у використанні наявних ресурсів та залученні нових можливостей для розвитку туристичної індустрії, забезпечуючи сталий розвиток та покращення конкурентоспроможності на національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Туристично-рекреаційний потенціал Житомирської області

Туристично-рекреаційний потенціал Житомирської області є сукупністю природних, культурних, історичних та інфраструктурних ресурсів, які можуть бути використані для розвитку туризму та рекреації. Цей потенціал включає в себе як природні, так і культурно-історичні об'єкти, що створюють можливості для залучення туристів, розвитку регіональної економіки та підвищення соціальної та культурної привабливості області. Житомирщина має багаті ресурси для розвитку різних видів туризму, включаючи екологічний, культурний, пізнавальний та спортивний туризм.

Проведемо характеристику за головними групами: історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал.

Історико-культурні туристичні ресурси Житомирської області привертають увагу як туристів, так і дослідників, сприяючи розвитку пізнавального та історичного туризму. Область багата культурною спадщиною, на її території збережено 3172 пам'ятки історії та культури. Особливо варто відзначити культурно-архітектурні пам'ятки в Овручі, Житомирі та Новоград-Волинську, що датуються часами Київської Русі та є важливою частиною української спадщини. Десять населених пунктів Житомирщини внесені до Списку історичних місць України.

В області функціонують три державних історико-архітектурних заповідники з десяти, що існують в Україні. Окрім цього, на території розташовано численні музеї, присвячені видатним особистостям, зокрема С.П. Корольову, Лесі Українці, родині Косачів та іншим. Всього в регіоні є 36 музеїв, серед яких Житомирський обласний краєзнавчий музей, Державний музей коштовного та декоративного каміння, музей української ікони та старожитностей. Кожен з цих музеїв містить цінні колекції та експозиції.

Житомирська область багата на культурний досвід та традиції, які можна оцінити, відвідуючи різноманітні історико-культурні об'єкти, садиби, пам'ятники

архітектури та музеї.

Перелік історико-культурних туристичних ресурсів Житомирської області за видами наведений у додатку А.

У Житомирській області на державному обліку перебуває 3213 пам'яток культурної спадщини, серед яких 808 — археології, 2321 — історії, 84 — монументального мистецтва. До Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення занесено 17 об'єктів, з них 12 — археологічні, 4 — історичні, 1 — монументального мистецтва. У регіоні також налічується 316 пам'яток архітектури, з яких 255 мають місцеве значення, 61 — національне. До об'єктів національної спадщини віднесено музей-садибу Евеліни Ганської в селі Верхівня Ружинського району, будинок Лесі Українки у місті Новоград-Волинський, братську могилу учасників повстання Коліївщини 1767 року в селі Кодня Житомирського району [40].

Окремі культурно-архітектурні пам'ятки в Овручі, Житомирі та Новограді-Волинському мають свої витoki ще з часів Київської Русі, що робить їх цінною частиною української історичної спадщини. До Списку історичних населених місць України входять десять населених пунктів Житомирської області, зокрема Житомир, Бердичів, Коростень, Коростишів, Любар, Миропіль, Новоград-Волинський, Овруч, Олевськ і Радомишль, засновані у період від X до XVIII століття.

Історичні пам'ятки відіграють важливу роль у розвитку туризму регіону. Найдавнішою кам'яною архітектурною спорудою Житомирщини вважається Василівська церква в Овручі, збудована наприкінці XII — на початку XIII століття князем Рюриком Ростиславовичем. Серед інших архітектурних об'єктів, які викликають інтерес у туристів, — залишки замку в Новограді-Волинському XVI століття, Миколаївська церква в Олевську, монастир босих кармелітів у Бердичеві XVII–XVIII століть, палацово-парковий комплекс у Верхівні XVIII століття та палаци родини Терещенків XIX століття.

Природна компонента туристично-рекреаційного потенціалу території відіграє важливу роль у розвитку туризму та є основою формування багатьох туристичних DESTINATION.

У геоструктурному аспекті Житомир і його околиці розташовані в межах північно-західної частини Українського кристалічного щита, який є частиною Руської платформи. Ця територія знаходиться на Волино-Подільському блоці, що сприяло формуванню характерного рельєфу з підвищеним положенням у порівнянні з іншими регіонами українського Полісся, а також із наявністю вузьких і глибоких долин річок [25]. Поверхня області має вигляд хвилястої моренної та моренно-зандрової рівнини, з загальним спадом у напрямку півдня та південного сходу.

Попри переважно рівнинний характер, значну туристично-рекреаційну цінність має Словечансько-Овруцький кряж, що досягає висоти 316 м. Цей геологічний об'єкт є унікальним не лише для України, а й для всієї Європи. Кряж створив незвичний для Полісся рельєф, що більше нагадує гірську місцевість. Особливою цінністю є наявність тут єдиних у Європі покладів пірофіліту — рідкісного і унікального мінералу [21].

Серед природних об'єктів, що приваблюють туристів, слід відзначити скелю «Голова Чацького» на схилах річки Тетерів, «Баранячі лоби», «Велетенські котли» та «Ольжині купальні» поблизу Коростеня, а також скелю «Кам'яний гриб» неподалік Новоград-Волинського на правому березі річки Случ. Цікавою є також скеля «Волянщина» у Володарсько-Волинському районі з пісковиками, у яких збереглися відбитки рослин третинного періоду.

Таким чином, рельєф Житомирської області відіграє ключову роль у формуванні різноманітних кліматичних, біологічних і туристичних ресурсів, а також слугує вагомим оздоровчим чинником для розвитку спортивно-оздоровчого туризму й активних видів відпочинку.

Бальнеологічний потенціал Житомирської області представлений мінеральними водами та лікувальними грязями. Одним із найвідоміших місцевих курортів є «Денеші», що знаходиться в курортній зоні за 22 км від Житомира. Тут для лікування використовуються радонові гідрокарбонатно-хлоридно-кальцієво-магнієві води, які сприяють активації імунної системи та покращують обмінні процеси в організмі.

У північно-західній частині області поширені торф'яні лікувальні грязі, серед

яких найбільш відоме Зарічанське родовище. Воно вирізняється високим вмістом гіпсових і купоросних торфів, а також мінералізованим грязьовим розчином із концентрацією понад 2 г/л. У районі села Вільшани також виявлені сапропелеві грязі, однак вони поки не використовуються в рекреаційних цілях.

Забезпеченість населення Житомирщини бальнеологічними ресурсами становить 0,059 м³ мінеральних вод та 0,008 м³ лікувальних грязей на одну особу.

Мережа природно-заповідного фонду Житомирської області представлена 228 об'єктами загальною площею 137,2 тис. га, відсоток заповідності становить 4,5% (Додаток Б).

Загальнодержавне значення мають 2 природні заповідники (Поліський природний заповідник та природний заповідник «Древлянський»), 5 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва (Івницький, Верхівнянський, Трощанський, Городницький та Новочортирський).

Центральним об'єктом природно-заповідного фонду Житомирщини є Поліський природний заповідник, створений у 1968 році на півночі області на території Овруцького та Олевського району. Площа заповідника сягає майже 200 км². Серед заказників загальнодержавного і місцевого значення слід виділити: Городницький (ботанічний заказник), Часниківський (орнітологічний); «Галове», Забарський, Червоновільський та Дідове озеро (гідрологічні), Кутне та Козява (загально зоологічні), Плотниця та Поясківський (лісові). Нажаль усі заказники загальнодержавного значення в Житомирській області розташовані на території районів, постраждалих внаслідок аварії на ЧАЕС, що негативно позначилося на туристичних потоках у даний регіон.

Більше 200 об'єктів природно-заповідного фонду Житомирщини мають місцеве значення (зокрема, заказники: над Тетеревом, замок Терещенка, діброва лісного Вронського, урочище Тригир'я, мальовничі скелі; парк-пам'ятка садового-паркового мистецтва – Бондарецький). Порядок використання та охорони даних територій регламентується Законом України «Про природно-заповідний фонд України» від 16.06.1992 року [32].

Туристичну привабливість Житомирської області складають заповідні

об'єкти, які мають геологічне значення. Так, геологічний заказник державного значення «Кам'яне село», розміщений в Олевському районі, є одним із загадкових туристичних місць України. Тут посеред лісу безладно розкидані валуни різної форми та розмірів. На думку вчених ці брили були принесені льодовиком або є підніжжям древніх гір.

Більшість об'єктів природно-заповідного фонду області – це геологічні пам'ятки природи (додаток В).

Бальнеологічний потенціал Житомирської області представлений мінеральними водами та лікувальними грязями. Одним із найвідоміших місцевих курортів є «Денеші», що знаходиться в курортній зоні за 22 км від Житомира. Тут для лікування використовуються радонові гідрокарбонатно-хлоридно-кальцієво-магнієві води, які сприяють активації імунної системи та покращують обмінні процеси в організмі.

У північно-західній частині області поширені торф'яні лікувальні грязі, серед яких найбільш відоме Зарічанське родовище. Воно вирізняється високим вмістом гіпсових і купоросних торфів, а також мінералізованим грязьовим розчином із концентрацією понад 2 г/л. У районі села Вільшани також виявлені сапропелеві грязі, однак вони поки не використовуються в рекреаційних цілях.

Забезпеченість населення Житомирщини бальнеологічними ресурсами становить 0,059 м³ мінеральних вод та 0,008 м³ лікувальних грязей на одну особу.

Також варто згадати про природно-заповідний фонд м. Житомира, до складу якого входять 5 об'єктів:

- ботанічний сад Національного агроекологічного університету (35,4 га);
- парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення імені Ю. Гагаріна (36,0 га);
- гідрологічна пам'ятка природи місцевого значення «Радонові джерела» (0,01 га);
- геологічна пам'ятка природи місцевого значення Скеля «Голова

Чацького» (0,01 га);

— геологічна пам'ятка природи місцевого значення Скеля «Чотири брати» (0,2 га).

Житомирська область має значний туристично-рекреаційний потенціал, який включає природні, культурні та історичні ресурси, що можуть сприяти розвитку різноманітних видів туризму. Історико-культурні пам'ятки, такі як музеї, архітектурні об'єкти та заповідники, є важливою частиною культурної спадщини області, а природні ресурси, зокрема унікальні геологічні об'єкти та бальнеологічні курорти, додають регіону привабливості для екологічного, оздоровчого та активного туризму.

2.2 Аналіз туристичної діяльності підприємств Житомирської області

Житомирщина розташована на півночі України. Обласним центром є місто Житомир. Загальна площа області становить 29,8 тис. км², що ставить її на 5 місце серед регіонів України за розміром території.

Житомирська область входить до складу Поліського туристично-рекреаційного району. Через прикордонне розташування та близькість до районів з підвищеним рівнем безпеки, регіон стикається з певними викликами у сфері туризму. Особливо це стало помітно після 2022 року, коли через військові загрози, зокрема ризики ракетних ударів та можливого замінування територій, було призупинено більшість туристичних маршрутів.

Попри це, область має значний туристичний потенціал, який зберігається завдяки природним ресурсам, історико-культурній спадщині та вигідному географічному положенню. Одним із ключових показників, що характеризує загальний стан економіки регіону, включно з туристичною сферою, є валовий регіональний продукт (ВРП).

Для Житомирської області динаміка цього показника представлена на рисунку 2.1.

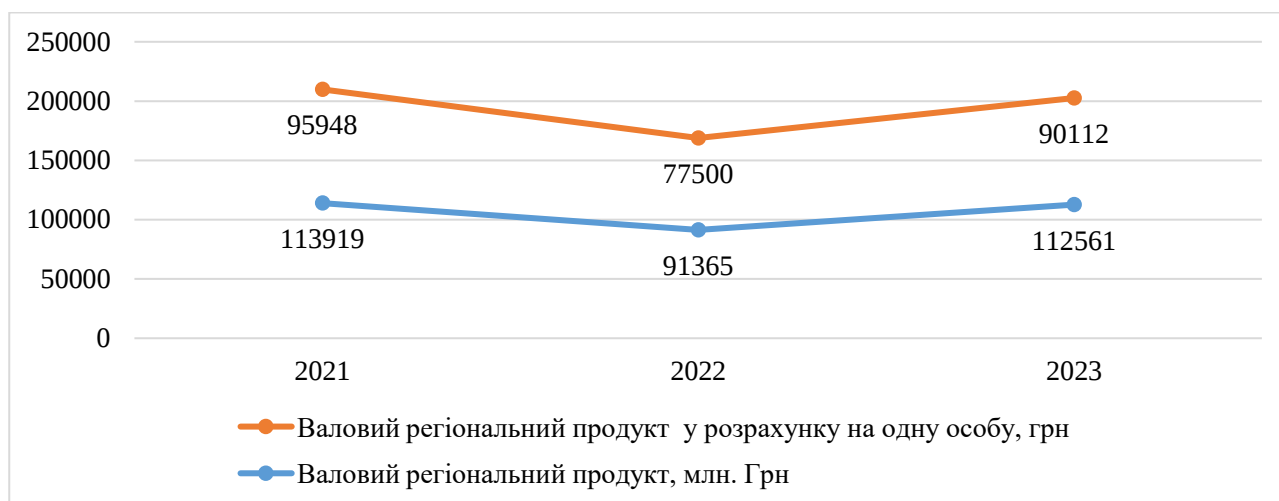


Рис. 2.1. Динаміка ВРП в Житомирській області за 2021-2023 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [10;30]

Динаміка валового регіонального продукту (ВРП) Житомирської області за 2021–2023 роки свідчить про вплив загальнодержавної економічної ситуації на регіон. Після незначного зростання у 2021 році відбулося різке зниження ВРП у 2022 році як у загальному обсязі, так і в розрахунку на одну особу, що зумовлено повномасштабним вторгненням та супутніми економічними наслідками. У 2023 році показники почали відновлюватися, проте рівень ВРП на душу населення ще не досягнув докризового значення. За обсягом валового регіонального продукту Житомирська область традиційно входить до другої половини рейтингу регіонів України, поступаючись промислово розвиненим областям, таким як Київська, Дніпропетровська чи Львівська. Це свідчить про потребу в активізації інвестиційної діяльності, підтримці малого й середнього бізнесу та розвитку інноваційних секторів економіки для забезпечення стійкого зростання.

Важливим етапом дослідження стану у регіоні є аналіз готельного та ресторанного господарства Житомирської області (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Підприємства тимчасового розміщення та організації харчування у
Житомирській області за 2020-2023 роки**

	Усього, од	з них фізичні особи-підприємці, од
2020	1630	1537
2021	1573	1483
2022	1449	1383
2023	1743	1678

Джерело: сформовано автором на основі [10;30]

Важливо розглянути кількість туристичних підприємств на території регіону (рис. 2.2)

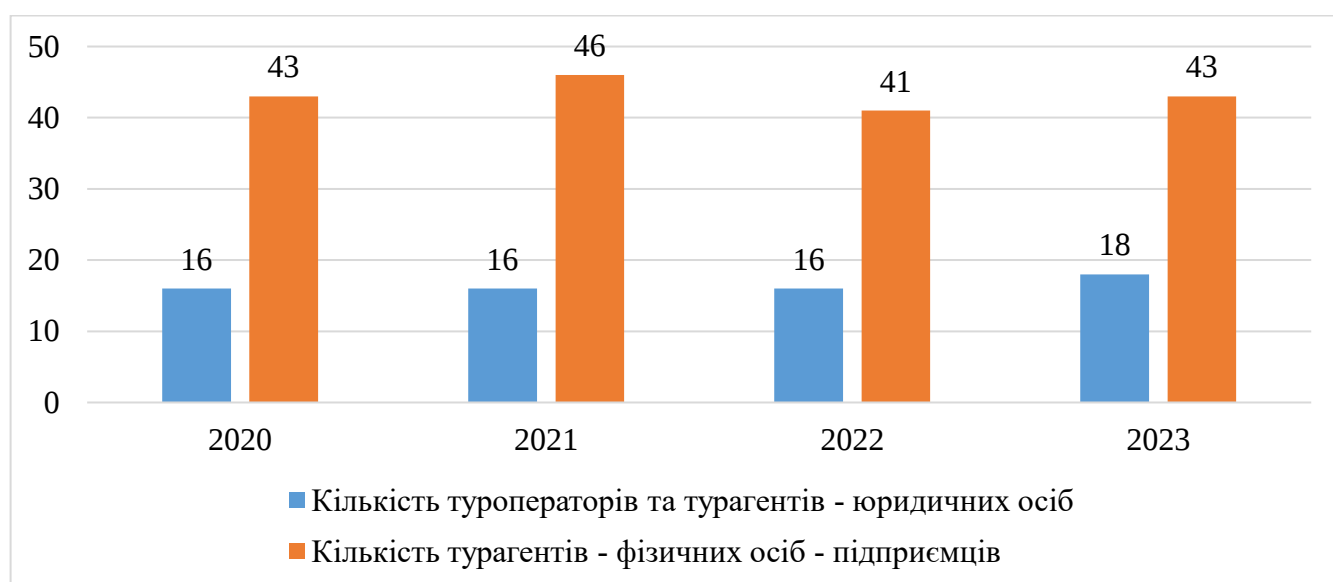


Рис. 2.2 Кількість туроператорів та турагентів Житомирської області за 2020-2023 роки

Джерело: сформовано автором на основі [10;30]

За досліджуваний період кількість підприємств-юридичних осіб була незмінною – 16, лише у 2023 відбулось збільшення на дві одиниці. У той час як ФОП-и змінювались протягом періоду.

24 лютого 2022 року російські війська увійшли на територію Житомирської області з боку Білорусі. Найбільше постраждали Народицька та Малинська громади.

На території Народицької селищної громади розташований Природний

заповідник «Древлянський», який зазнав значних втрат унаслідок бойових дій. Було пошкоджено ґрунти, виникли масштабні лісові пожежі, що знищили велику частину лісового фонду, а також завдали шкоди флорі та фауні заповідника. Зокрема, окупанти знищили 600-річний дуб висотою понад 25 метрів, який мав статус об'єкта природно-заповідного фонду й був огорожений парканом із відповідною табличкою. Дерево було навмисно підпалене. Наразі значна частина території заповідника залишається замінованою, що унеможливлює повноцінне виконання його основних функцій — охорони та наукового дослідження природи.

Крім екологічної шкоди, війна спричинила суттєві втрати й для культурно-історичної спадщини регіону. Серед зруйнованих об'єктів — Свято-Покровська церква в місті Малин, Церква Покрови Пресвятої Богородиці в селі В'язівка та Церква Воздвиження Чесного і Животворчого Хреста Господнього в селі Новосілка.

Після початку повномасштабного вторгнення, попри суттєві втрати в екологічній, культурній та інфраструктурній сферах, туристичні підприємства Житомирської області почали поступово адаптуватися до нових реалій. З огляду на загрози безпеці та призупинення туристичної діяльності в окремих районах, бізнеси, пов'язані з туризмом, переорієнтували свою діяльність.

Багато закладів розміщення — готелі, бази відпочинку, санаторії — були перепрофільовані під тимчасове проживання внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Це дало змогу підтримати функціонування підприємств та надати важливу соціальну допомогу постраждалим від бойових дій.

Туropератори та турагенти почали змінювати напрямки своєї діяльності. Зокрема, вони зосередились на розробці безпечних внутрішніх маршрутів у центральних і західних областях України, які не перебувають під прямою загрозою. Деякі агентства почали пропонувати тури на основі патріотичних тем, екскурсії до відносно безпечних історичних місць, культурних пам'яток або природних територій, що залишилися доступними.

Також активізувалася співпраця з волонтерськими та гуманітарними організаціями, що дозволило туристичному сектору залишатись задіяним у допомозі населенню. Участь у таких ініціативах не лише підтримала туристичні підприємства,

а й сприяла формуванню нового образу регіону як солідарного й життєздатного.

У перспективі, враховуючи необхідність післявоєнного відновлення, підприємства галузі орієнтуються на розвиток соціального туризму, ековідпочинку, а також освітньо-просвітницьких програм, що можуть посприяти як реабілітації населення, так і пожвавленню туристичного потенціалу області.

2.3. Економічний потенціал розвитку ринку туристичних послуг у післявоєнний період

Післявоєнний період відкриває нові можливості для відновлення та зростання туристичної галузі. Туризм традиційно є потужним каталізатором економічного розвитку, що сприяє зайнятості, активізації малого та середнього бізнесу, розбудові інфраструктури та міжнародній інтеграції. Відновлення миру створює передумови для формування нової туристичної моделі, орієнтованої на сталий розвиток, внутрішній туризм, екологічність і цифровізацію.

Під економічним потенціалом ринку туристичних послуг у контексті післявоєнного розвитку слід розуміти сукупність ресурсів, інституційних передумов і стратегічних можливостей, що здатні забезпечити відновлення та зростання галузі в умовах стабілізації держави.

У післявоєнний період саме внутрішній туризм матиме ключове значення для відновлення попиту на туристичні послуги. Очікується зростання зацікавленості до локальних маршрутів, природних об'єктів, етнографічних локацій, а також нових форматів відпочинку (екотуризм, сільський туризм, волонтерські подорожі). Це відкриває нові можливості для розвитку мікробізнесу та зниження регіональної економічної диспропорції. Можливий розвиток Житомирської області як нового туристичного регіону країни у розрізі зеленого, сільського, екстремального туризму.

Важливою складовою економічного потенціалу є оновлення транспортної, готельної та рекреаційної інфраструктури. Залучення інвестицій у відновлення доріг, залізничного сполучення, а також у будівництво або реконструкцію туристичних об'єктів сприятиме підвищенню якості послуг та конкурентоспроможності

дестинацій. Через вигідне розташування області та наявність великих транспортних розв'язок, буде легко налаштувати відповідну інфраструктуру для подорожей туристів у майбутньому.

Для інноваційного розвитку є наявний потенціал інвестицій з-за кордону. За наявною інформацією [38], найбільший інтерес до інвестиційних можливостей в Україні нині виявляють представники США, Німеччини, Великобританії, Польщі та Туреччини. Іноземних інвесторів в Україні особливо приваблюють сфери інновацій та ІТ, сільське господарство, фінансовий сектор, інфраструктура, логістика, альтернативна енергетика, корисні копалини та оборонна промисловість. Близько десяти потенційних стратегічних інвесторів з Великобританії розглядають проєкти в галузях оборонно-промислового комплексу, суднобудування, ІТ, енергетики та інфраструктури. В Британії також представлено ідею створення інвестиційних фондів, спрямованих виключно на інвестування в Україну.

Зважаючи на продовження війни в Україні, ключовим у процесі формування інвестиційного потенціалу є оцінка привабливості інвестування в певну сферу як джерела прибутку на вкладений капітал. Основою для формування інвестиційного потенціалу є низка переваг, які Україна мала ще до війни. Серед них: вдале географічне розташування, низькі витрати на ведення бізнесу, ухвалення закону про підтримку значних іноземних інвестицій, спрощені юридичні процедури для ведення бізнесу, державні гарантії безпеки інвестицій, надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС, скасування мит та квот на український експорт, «транспортний безвіз», включення українських логістичних шляхів до індикативних мап Трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T), покращення бізнес-клімату в країні, та впровадження урядом інвестиційних стимулів. Таким чином, Україна зараз позиціонується як одна з найперспективніших і найбільш конкурентоспроможних країн у Європі за інвестиційним доходом [35;36].

Післявоєнний період надає Україні, а зокрема, Житомирській області, значні можливості для відновлення та розвитку туристичної галузі, зокрема через стимулювання внутрішнього туризму, створення нових інфраструктурних проєктів та

залучення іноземних інвестицій. У цьому контексті важливим є розвиток екологічного, сільського та волонтерського туризму, що сприятиме зменшенню економічної диспропорції між регіонами та підтримці мікробізнесу. Підвищення інвестиційної привабливості через інфраструктурні оновлення, розвиток транспортних і рекреаційних об'єктів дозволить підвищити конкурентоспроможність українських туристичних дестинацій на міжнародному рівні. Водночас, стратегічні інвестиції з-за кордону в ключові сектори, такі як інновації, ІТ та інфраструктура, можуть стати важливими чинниками для економічного відновлення країни та зміцнення її позицій на європейській арені. Україні слід активно використовувати свої географічні, економічні та інституційні переваги для залучення інвестицій і розвитку галузі, що забезпечить сталий економічний ріст в післявоєнний період.

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна зробити наступні висновки:

1. Житомирська область має значний туристично-рекреаційний потенціал, який включає природні, культурні та історичні ресурси, що можуть сприяти розвитку різноманітних видів туризму. Історико-культурні пам'ятки, такі як музеї, архітектурні об'єкти та заповідники, є важливою частиною культурної спадщини області, а природні ресурси, зокрема унікальні геологічні об'єкти та бальнеологічні курорти, додають регіону привабливості для екологічного, оздоровчого та активного туризму.

2. Загалом туристична діяльність Житомирської області зазнала значних змін унаслідок кількох факторів, включаючи пандемію COVID-19, військове вторгнення, а також специфічні риси самого регіону. До пандемії область не була однією з найбільш популярних туристичних дестинацій, що позначалося на рівні обслуговуваних туристів. Кількість туристів, як і кількість туристичних підприємств, залишалася на середньому рівні, з поміркованою динамікою зростання. Незважаючи на такі труднощі, Житомирська область має значний потенціал для розвитку туризму в майбутньому. Зокрема, екологічний та сільський туризм, а також соціальний туризм можуть стати важливими напрямками для відновлення регіону, що може сприяти не тільки економічному розвитку, а й реабілітації постраждалих від бойових дій. Однак, для того щоб зробити Житомирщину більш привабливою для туристів, необхідно поліпшити інфраструктуру, безпеку на туристичних маршрутах та підвищити

інвестиційну привабливість.

3. Післявоєнний період відкриває для України, зокрема для Житомирської області, значні можливості для відновлення та розвитку туристичної галузі, зокрема через підтримку внутрішнього туризму, реалізацію нових інфраструктурних проєктів і залучення іноземних інвестицій. Важливим напрямком є розвиток екологічного, сільського та волонтерського туризму, що сприятиме зменшенню економічної нерівності між регіонами та підтримці малого бізнесу. Підвищення інвестиційної привабливості через модернізацію інфраструктури, розвиток транспортної та рекреаційної мережі дозволить підвищити конкурентоспроможність українських туристичних напрямків на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Ринок туристичних послуг Житомирщини, як і багато інших регіонів України, стикається з низкою проблем, які стримують його повноцінний розвиток. Незважаючи на значний туристичний потенціал області, зокрема наявність природних, культурних та історичних пам'яток, туристичний сектор зазнає впливу різноманітних викликів.

Основні проблеми включають: [13]

1. Недостатній рівень інфраструктури. У регіоні бракує належних умов для комфортного перебування великої кількості туристів. Обмежена кількість готелів, закладів харчування та якісних транспортних маршрутів ускладнює подорожування областю.

2. Слабка інформаційна підтримка та маркетинг. Житомирщина недостатньо активно просуває свої туристичні об'єкти, що знижує рівень зацікавленості з боку потенційних гостей.

3. Залежність від сезону. Туризм у регіоні має переважно літній характер, що ускладнює функціонування підприємств цієї галузі впродовж усього року та не забезпечує стабільного доходу.

4. Брак фінансування. Для ефективного розвитку туристичної інфраструктури, покращення якості послуг і реалізації рекламних кампаній необхідні значні інвестиції, однак як державні, так і приватні вкладення залишаються обмеженими.

Для вирішення цих проблем Житомирській області необхідно розробити цілісну стратегію розвитку туризму. Вона має бути спрямована на покращення інфраструктури, активне просування туристичних ресурсів регіону, розширення сезонного потенціалу та залучення інвестицій для сталого зростання галузі.

Якщо говорити саме про вплив війни на функціонування туристичного ринку Житомирщини, то тут можна виділити:

- скорочення доходів національного бюджету;

- знищення важливих туристичних об'єктів культурної та історичної спадщини;
- відсутність в'їзного туризму;
- відтік джерел фінансування з українського туристичного сектора;
- відсутність безпекового фактора туризму в Україні;
- незавершене реформування галузі відповідно до вимог ЄС;
- відсутність обслуговування польотів через закриття повітряного простору;
- неможливість виїзду чоловіків закордон;
- зниження купівельної спроможності більшості населення.

Л. Божко та В. Холодок описали проблеми так: [3]

- Небезпека військових дій для туристів і населення.
- Втрата туристичних ресурсів через руйнування і розміщення об'єктів в зонах конфлікту.
- Пошкодження туристичної інфраструктури в зонах активних бойових дій.
- Проблеми з логістикою.
- Втрата трудових ресурсів через міграцію персоналу та його мобілізацію на воєнні дії.

Прогнозують, що втрати України від російського вторгнення складуть падіння ВВП на 45% через значне знищення виробничої інфраструктури, пошкодження наземних транспортних шляхів та втрату доступу до Чорного моря. На думку експертів, Україна в майбутньому потребуватиме додаткової зовнішньої фінансової допомоги. Також, ймовірно, доведеться реструктуризувати її борг для підтримки ефективної реконструкції та відновлення, а також забезпечення фіскальної стійкості. Нестабільне середовище створило нові загрози та ризики для ефективної діяльності суб'єктів туристичної індустрії, висуваючи жорсткіші вимоги до організації управління безпекою та здоров'ям туристів. Управління цими загрозами виходить за межі туристичного ринку. Подальший розвиток та безпека національного

туристичного сектору значною мірою залежать від злагодженості зусиль державних органів, громадськості та бізнес-спільноти.

Подолання наявних негативних тенденцій потребуватиме розробки комплексних та системних заходів, а також алгоритмів їх реалізації з використанням правових, фінансових та інноваційних методів впливу на туристичну сферу [39].

Узагальнимо схематично на рисунку 3.1.

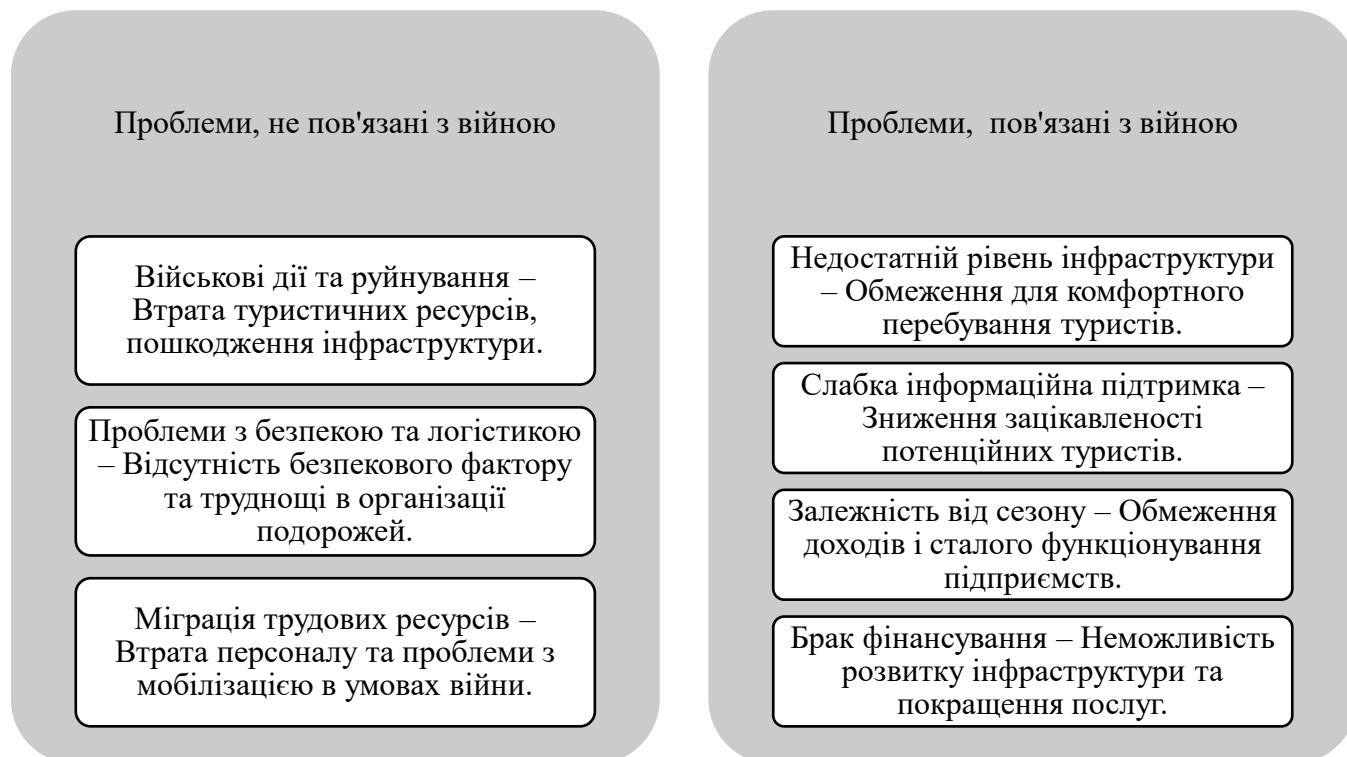


Рис. 3.1. Класифікація проблем розвитку туристичної діяльності Житомирщини

Джерело: сформовано автором

Ринок туристичних послуг Житомирщини стикається з багатьма проблемами, які значно ускладнюють його розвиток. Основними чинниками, що гальмують повноцінне функціонування галузі, є недостатній рівень інфраструктури, слабка маркетингова підтримка, сезонність та брак фінансування. Враховуючи ці виклики, а також негативний вплив війни на туристичний сектор, необхідно впроваджувати комплексний підхід для відновлення і розвитку туризму в регіоні.

Зважаючи на поточні проблеми, важливо розробити цілісну стратегію розвитку, яка включатиме покращення інфраструктури, активне просування туристичних

ресурсів, залучення інвестицій і розширення сезонного потенціалу. Важливою складовою також стане відновлення туристичної інфраструктури та збереження культурної спадщини після війни, що допоможе забезпечити сталий розвиток туризму на Житомирщині в майбутньому.

Інноваційні форми туристичної діяльності стають важливим напрямом розвитку туризму в сучасних умовах, коли технології стрімко змінюють спосіб споживання туристичних послуг. Вони можуть стосуватися як появи нових видів туризму, так і інтеграції цифрових та інноваційних технологій у діяльність туристичних підприємств.

Сучасний туристичний ринок вимагає постійного впровадження нових підходів, що дозволяють не лише підвищити ефективність роботи готелів, екскурсійних компаній та інших учасників ринку, але й створити більш персоналізований, зручний та захоплюючий досвід для мандрівників. Від еко- та агротуризму до використання віртуальної реальності та мобільних додатків для планування подорожей, інновації можуть змінити саму сутність туризму, роблячи його доступнішим, інтерактивнішим та сталим.

Інноваційні форми туристичної діяльності можуть стати важливим напрямом розвитку туризму в Житомирській області, оскільки вона володіє унікальними природними, культурними та історичними ресурсами, які відкривають широкі можливості для впровадження нових форм туристичного сервісу.

Одним з перспективних напрямів розвитку є екотуризм, який отримує все більше популярності серед туристів, що прагнуть відпочити в природному середовищі, не порушуючи екологічного балансу. Житомирщина, зі своїми мальовничими лісами, річками та природними парками, має всі умови для організації еко-турів, пішохідних маршрутів та велоекскурсій, що дозволяють туристам насолоджуватися красою природи, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Водночас агротуризм, як форма відпочинку на фермерських господарствах, також може стати важливим елементом туристичної пропозиції. Це надасть можливість відвідати фермерські господарства, дізнатися про виробництво органічної продукції та брати участь у майстер-класах, що безпосередньо пов'язані з місцевими

традиціями.

Іншим важливим аспектом є організація тематичних турів, які дозволяють туристам глибше пізнати історію та культуру регіону. Житомирщина багата на історичні пам'ятки та культурні традиції, що створює великі можливості для організації турів, які охоплюють відомі події, що сталися на території області, або пов'язані з певними аспектами місцевої культури, такими як ремесла, архітектура та народні свята.

Кулінарний туризм також може стати важливим елементом у розвитку туризму на Житомирщині. Місцеві гастрономічні традиції та унікальні страви, що характеризують регіон, можуть стати важливими чинниками приваблення туристів. Організація гастрономічних фестивалів, майстер-класів з виготовлення місцевих страв та дегустаційні тури сприятимуть популяризації локальної кухні та привернуть увагу до кулінарної спадщини.

Інновації також можуть включати цифрові технології, зокрема створення віртуальних турів, що дозволяють туристам, особливо тим, хто не має змоги фізично відвідати область, познайомитися з історичними пам'ятками та культурними об'єктами. Віртуальні екскурсії, які дозволяють здійснювати подорожі по музеях, археологічних розкопках або старовинних містах області, можуть стати чудовим доповненням до традиційних туристичних маршрутів, особливо в міжсезоння.

Одним з нових напрямів є інтеграція гейміфікації в туристичний досвід. Мобільні додатки, які пропонують інтерактивні маршрути та квести по містах та природних об'єктах, можуть стати цікавою альтернативою для молодіжної аудиторії, котра прагне поєднати відпочинок із інтерактивними та розважальними елементами. Це дозволить зробити подорожі по Житомирщині більш захоплюючими та динамічними, зокрема для родин з дітьми та туристів, які шукають нестандартні враження.

Невід'ємною частиною сучасного розвитку туризму є сталий розвиток, і Житомирщина має великий потенціал для впровадження екологічних ініціатив. Розвиток «зелених» готелів, організація екологічних транспорту та заходів з охорони навколишнього середовища дозволить привернути увагу до регіону туристів, що

підтримують ідеї сталого розвитку та екологічної відповідальності.

Цифрова трансформація туристичної діяльності у Житомирській області відкриває нові горизонти для місцевих підприємств, що прагнуть покращити якість обслуговування та зручність для туристів. Перехід від традиційних методів до цифрових технологій стає важливим кроком на шляху до модернізації туристичних послуг. Одним із ключових етапів цього процесу є вдосконалення онлайн-систем для бронювання та планування подорожей. Створення зручних та інтуїтивно зрозумілих платформ дозволяє туристам швидко знаходити необхідну інформацію та бронювати послуги в реальному часі, що значно підвищує рівень задоволення клієнтів.

Важливо також запровадити системи сповіщень та персоналізованих рекомендацій, щоб надавати туристам максимально зручні умови для вибору туристичних послуг. Використання штучного інтелекту та аналітики допомагає прогнозувати потреби користувачів та адаптувати послуги під індивідуальні запити. Персоналізовані рекомендації щодо турів та спеціальних пропозицій дозволяють зробити подорожі більш цікавими та комфортними для кожного туриста [моргулець].

Технології віртуальної та доповненої реальності також можуть стати важливими інструментами для розвитку туризму в Житомирській області. Завдяки віртуальним екскурсіям та 360-градусним переглядам туристи мають можливість ознайомитися з визначними місцями ще до поїздки, що дозволяє їм більш обґрунтовано обирати місця для відпочинку та екскурсій.

Окрім цього, цифрова трансформація забезпечує надійний захист персональних даних. Використання сучасних технологій шифрування та засобів протидії кібератакам гарантує, що особиста інформація клієнтів залишається в безпеці. Це є важливим фактором довіри серед туристів.

З точки зору внутрішніх процесів, впровадження цифрових рішень допомагає місцевим туристичним компаніям оптимізувати роботу. Використання хмарних технологій та автоматизація адміністративних завдань дозволяють знизити витрати та підвищити ефективність роботи, що є ключовим для розвитку бізнесу в умовах сучасного конкурентного середовища.

У Житомирській області, де значна частина туристичних послуг пов'язана з природними та культурними ресурсами, застосування цих інновацій стане потужним стимулом для розвитку туризму. Технології надають можливість не тільки підвищити якість обслуговування туристів, а й розширити бізнес-можливості для місцевих підприємців, що сприятиме розвитку економіки регіону в цілому. Узагальнимо у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Можливі інноваційні шляхи розвитку туризму у Житомирській області

Інноваційний напрям	Опис	Приклад для Житомирщини
Екотуризм	Організація подорожей, які сприяють збереженню природного середовища, з мінімальним впливом на екологію.	Відвідування природних парків, лісів, річок, пішохідні та велоекскурсії.
Агротуризм	Відпочинок на фермерських господарствах, участь у виробництві органічної продукції та знайомство з місцевими традиціями.	Туристи можуть відвідати ферми, брати участь у майстер-класах з виготовлення традиційних страв та продуктів.
Тематичні тури	Туризм, що зосереджується на глибшому пізнанні історії та культури регіону, організація турів, що охоплюють історичні пам'ятки.	Туристичні маршрути по історичних пам'ятках Житомирщини, включаючи екскурсії по культурних та релігійних об'єктах.
Кулінарний туризм	Вивчення гастрономічних традицій регіону, участь у дегустаціях, фестивалях та майстер-класах.	Організація гастрономічних фестивалів, дегустаційних турів по місцевих стравах Житомирщини.
Цифрові технології (віртуальні тури)	Використання віртуальної та доповненої реальності для створення інтерактивних турів та можливості попереднього знайомства з туристичними об'єктами.	Віртуальні екскурсії по історичних місцях Житомирщини, 360-градусні перегляди об'єктів.
Гейміфікація в туризмі	Інтеграція ігор та інтерактивних маршрутів у туристичний досвід для залучення молодіжної аудиторії.	Створення мобільних додатків з квестами по містах та природних об'єктах Житомирщини.
Сталий розвиток	Підтримка екологічної відповідальності та "зелених" ініціатив у туристичному секторі, включаючи екологічні готелі та транспорт.	Створення "зелених" готелів, організація екологічного транспорту для туристів.
Цифрові платформи для бронювання	Розробка зручних онлайн-систем для бронювання та планування подорожей, інтеграція з персоналізованими рекомендаціями.	Створення платформи для бронювання туристичних послуг Житомирщини з персоналізованими пропозиціями.
Інтеграція штучного інтелекту	Використання AI для прогнозування потреб туристів, створення персоналізованих рекомендацій на основі аналітики.	Впровадження AI для надання рекомендацій щодо турів та спеціальних пропозицій на основі переваг клієнтів.

Джерело: сформовано автором

Отже, інноваційні форми туристичної діяльності мають великий потенціал для розвитку туризму в Житомирській області, зокрема завдяки використанню сучасних технологій та нових підходів до організації туристичних послуг. Регіон, багатий на природні, культурні та історичні ресурси, може стати важливим центром для розвитку різних напрямів туризму, таких як екотуризм, агротуризм, тематичні та кулінарні тури. Використання цифрових технологій, зокрема віртуальних турів, інтеграція гейміфікації та впровадження сталих ініціатив, здатні не лише підвищити привабливість регіону для туристів, але й сприяти екологічно відповідальному туризму.

Найважливішим кроком у відновленні туристичної галузі України є засвоєння досвіду країн, які пережили схожі політичні та економічні обставини, зокрема в умовах війни. Зразками для нас можуть слугувати такі країни, як Хорватія, Ізраїль, Кіпр та Грузія.

- Хорватія зазнала значних труднощів у розвитку туристичної сфери під час громадянської війни, однак після завершення бойових дій була реалізована масштабна піар-кампанія, яка сприяла відновленню туристичних і рекреаційних об'єктів. Географічне розташування Хорватії, з численними островами, стало фактором швидкого розвитку туризму. Країна здобула визнання за екологічно чисті пляжі, а відновлення галузі дало значний поштовх економічному зростанню.

Для подальшого розвитку туризму в Хорватії було запропоновано кілька напрямків, зокрема розвиток сільського, екологічного та пригодницького туризму, будівництво невеликих готелів та підтримка малого бізнесу. Інші заходи включали скасування мит для клієнтів, податку на додану вартість, а також податків на імпортне обладнання та інші засоби виробництва, що використовуються для реконструкції існуючих і будівництва нових готелів. Завдяки скасуванню або зниженню податку на послуги, що використовуються при створенні туристичного продукту, такий продукт стає дешевшим і більш конкурентоспроможним.

- Кіпр став одним із найпопулярніших туристичних напрямків після припинення конфлікту між турецьким та грецьким населенням. Відродження туристичної індустрії на Кіпрі відбулося за аналогічною схемою до Хорватії, зокрема

через активну медійну кампанію, що висвітлювала переваги країни як туристичної дестинації.

- Ізраїль є яскравим прикладом відновлення туристичної сфери в умовах постійних військових конфліктів. Незважаючи на безперервні зіткнення з Палестиною, туристичний бізнес Ізраїлю адаптувався до таких умов, успішно функціонуючи навіть під час активних бойових дій.

- Грузія зазнала значних труднощів у розвитку туризму під час російсько-грузинської війни 2008 року, коли туристичні сезони були повністю припинені. Після завершення конфлікту уряд Грузії вживав комплекс заходів для відновлення іміджу країни як привабливої туристичної дестинації. Це сприяло відновленню туристичних потоків і подальшому розвитку галузі.

У 2010 році була розроблена Стратегія регіонального розвитку Грузії до 2017 року, яка серед пріоритетів включала розвиток туризму та захист навколишнього середовища. Ця державна стратегія поступово перетворила туристичну галузь на основу економічного розвитку країни. Важливу роль також відіграв Закон Грузії «Про підтримку розвитку вільних туристичних зон у Кобулеті та Анаклії», який передбачав продаж інвесторам земельних ділянок для будівництва готелів за символічну плату в один ларі за умови збереження профілю протягом 15 років. На цей період інвестори звільнялися від податків на доходи та майно, а держава забезпечувала облаштування інфраструктури [33;34].

Урахування досвіду цих країн з подібними політичними та економічними умовами стане важливим фактором для швидкого й ефективного відновлення туристичної галузі в Україні. Водночас, розвиток воєнного туризму в Україні, що включає відвідування місць битв, пам'ятників, поховань воїнів, оборонних споруд та музеїв, може стати важливим напрямом післявоєнного туризму.

Туризм у післявоєнний період має ґрунтуватися на національно-патріотичному вихованні молоді, адже в умовах реальної загрози втрати державності особливе значення має формування національної свідомості серед підростаючого покоління. Це також дозволить продемонструвати національну ідентичність України в контексті європейських та світових цінностей.

Підсумовуючи, серед найбільш перспективних стратегічних напрямків розвитку туризму в Україні у післявоєнний період можна виокремити:

1. Розвиток освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного та воєнного туризму.
2. Розширення міжнародних туристичних зв'язків.
3. Поглиблення співпраці з країнами ЄС для підтримки туристичної діяльності.
4. Створення умов для залучення іноземних туристів до культурних та архітектурних пам'яток України.
5. Розробка інноваційних підходів до реалізації туристичних послуг.

Отже, імплементація зарубіжного досвіду відновлення туристичної галузі після конфліктів є важливим етапом для України. Досвід таких країн, як Хорватія, Ізраїль, Кіпр і Грузія, демонструє ефективність застосування масштабних медійних кампаній, підтримки малого бізнесу, розвитку нових форм туризму та інвестиційної політики для відновлення інфраструктури та туристичних потоків. Враховуючи ці стратегії, Україні слід сконцентруватися на розвитку освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного та воєнного туризму. Це дозволить не тільки відновити туристичну галузь, а й сприятиме формуванню національної свідомості серед молоді. Розширення міжнародних зв'язків та поглиблення співпраці з країнами ЄС сприятимуть залученню іноземних туристів і створенню нових інноваційних підходів у сфері туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

В рамках даної кваліфікаційної роботи для досягнення поставленої мети поетапно було реалізовано теоретичні та практичні завдання дослідження. Було виокремлено наступні висновки:

1. Туристичний ринок є складною системою, що включає взаємодію між туристами, компаніями та іншими учасниками, які забезпечують надання та споживання туристичних послуг. Його унікальність полягає в тому, що туристи самостійно подорожують до місця споживання послуг, що відрізняє цей ринок від інших. Основними функціями ринку є забезпечення балансу між попитом і пропозицією, а також організація товарно-грошових потоків. Ефективність ринку залежить як від внутрішніх факторів, таких як рівень життя та соціально-економічний розвиток, так і від зовнішніх, таких як економічна та політична стабільність.

2. Національні туристичні ринки класифікуються на основі рівня соціально-економічного розвитку країни, її участі у міжнародному туристичному обміні та інтеграції в світову економіку. Ринки поділяються на високоактивні, стабільні, трансформаційні та акумулятивні. Такий поділ дозволяє краще зрозуміти специфіку розвитку туристичної галузі в різних країнах і більш ефективно формувати туристичну політику, враховуючи їх потенціал та роль у глобальному туризмі.

3. Аналіз ринку туристичних послуг на макро- та мікрорівнях дозволяє виявити основні фактори, що впливають на розвиток цієї галузі як на світовому, так і на національному рівні. Макрорегіональний аналіз дає змогу оцінити глобальні тенденції та механізми функціонування туристичного ринку, зокрема вплив технологічної та інформаційної глобалізації, що формують структуру і динаміку ринку. На національному рівні важливим є вивчення внутрішніх і зовнішніх факторів, потенціалу туристичних ресурсів та активності туристичних процесів, що дозволяє оцінити можливості для розвитку туризму в країні та її позицію на міжнародному ринку. Комплексний підхід до прогнозування і планування туристичної діяльності, включаючи аналіз попиту і пропозиції, сприяє оптимізації їх співвідношення та забезпечує сталий розвиток туристичної індустрії, підвищуючи її конкурентоспроможність на національному та міжнародному рівнях.

4. Житомирська область має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїм природним, культурним і історичним ресурсам. Музеї, архітектурні пам'ятки та заповідники є важливими елементами культурної спадщини регіону, а природні об'єкти, зокрема унікальні геологічні пам'ятки та бальнеологічні курорти, створюють можливості для розвитку екологічного, оздоровчого та активного туризму.

5. Туристична діяльність Житомирської області зазнала значних змін через пандемію COVID-19, військове вторгнення та особливості самого регіону. До пандемії область не була серед лідерів туристичних напрямків, що впливало на кількість туристів та підприємств. Однак, незважаючи на ці труднощі, Житомирщина має великий потенціал для майбутнього розвитку туризму. Особливо перспективними напрямками для відновлення є екологічний, сільський та соціальний туризм, що може сприяти не лише економічному зростанню, а й реабілітації постраждалих від війни. Для цього необхідно покращити інфраструктуру, забезпечити безпеку на туристичних маршрутах і підвищити інвестиційну привабливість.

6. Післявоєнний період відкриває нові можливості для розвитку туристичної галузі в Україні, зокрема в Житомирській області, через підтримку внутрішнього туризму, реалізацію нових інфраструктурних проєктів і залучення іноземних інвестицій. Одним з важливих напрямків є розвиток екологічного, сільського та волонтерського туризму, що допоможе зменшити економічну нерівність між регіонами та підтримати малий бізнес. Модернізація інфраструктури, розвиток транспортної та рекреаційної мережі підвищить конкурентоспроможність українських туристичних напрямків на міжнародному ринку.

7. Ринок туристичних послуг Житомирщини стикається з багатьма проблемами, які значно ускладнюють його розвиток. Основними чинниками, що гальмують повноцінне функціонування галузі, є недостатній рівень інфраструктури, слабка маркетингова підтримка, сезонність та брак фінансування. Враховуючи ці виклики, а також негативний вплив війни на туристичний сектор, необхідно впроваджувати комплексний підхід для відновлення і розвитку туризму в регіоні.

Зважаючи на поточні проблеми, важливо розробити цілісну стратегію розвитку, яка включатиме покращення інфраструктури, активне просування туристичних ресурсів, залучення інвестицій і розширення сезонного потенціалу.

8. Інноваційні форми туризму мають великий потенціал для розвитку Житомирської області. Завдяки екотуризму, агротуризму, тематичним та кулінарним турам, а також використанню цифрових технологій і гейміфікації, регіон може привабити більше туристів і покращити якість обслуговування. Впровадження сталих ініціатив і цифрових платформ для бронювання створить нові можливості для зростання економіки та розвитку туризму в області.

9. Застосування досвіду країн, які успішно відновили свою туристичну галузь після військових конфліктів, є ключовим для України. Приклад Хорватії, Ізраїлю, Кіпру та Грузії показує, як медійні кампанії, підтримка малого бізнесу, розвиток нових видів туризму та інвестиційні заходи допомагають відновленню туризму. Для України важливим є розвиток освітнього, патріотичного та воєнного туризму, що сприятиме відновленню галузі та формуванню національної ідентичності серед молоді. Розширення міжнародних зв'язків з ЄС дозволить залучити більше іноземних туристів і розробити інноваційні підходи до надання туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180
2. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. С. 24-32.
3. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. Культура України. 2022. № 77. С. 60–62. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.077.07>
4. Бойченко М. В. Відновлення та розвиток транспортної інфраструктури у повоєнний період. Економічний вісник Донбасу № 3(73), 2023. С. 132-138.
5. Валінкевич Н. В. Чернишова Т.М. Аналіз діяльності суб'єктів туристичної діяльності в Житомирській області. Економіка та управління підприємствами. Вип. 63. 2022. С. 92-98.
6. Василюх, Н. В., Індус, К. П., & Готько, Н. М. Концептуальні засади ефективності функціонування ринку туристичних послуг. Науковий вісник Ужгородського університету. Вип. 1 (49). 2017. С. 177-182.
7. Гаврилюк С.П. Соціально-економічна природа та особливості ринку туристичних послуг. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. 2004. №2. С.199-203.
8. Гарбера О.Є. Організація туристичної діяльності в системі світового ринку послуг. Економіка та держава. 2010. № 10. С. 86-89.
9. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія. Одеса: Астропринт, 2013. 334 с.
10. Головне управління статистики у Житомирській області. <https://www.zt.ukrstat.gov.ua/> (10.03.2025)
11. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. 305 с.

12. Грищенко, С. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство, 2023. №52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2548/2468>
13. Дорошенко Т. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України. М-ли V міжнар. наук.-практ. конф. 4-5 квіт. 2019 р. Кропивницький: ЛА НАУ, 2019. С. 84-91.
14. Зайчук К. А. Особливості структури туристичного ринку та взаємозв'язку між його суб'єктами. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : журнал. Луцьк, 2016. № 4. С. 7–12.
15. Зарубіна А., Онойко Ю., Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. Економіка та суспільство, № 48.2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-32>
16. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (10.03.2025)
17. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. Інноваційна економіка. 2015. №. 1. С. 153-157.
18. Кізіон, 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. № 8, С. 79-87.
19. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. Вісник Хмельницького національного університету. 2011, № 6, Т. 4. С. 60-66.
20. Колесник, О. О. Кореляційно-регресійне моделювання розвитку ринку туристичних послуг в Україні. «Вісник ЖДТУ»: Економіка, управління та адміністрування, №2(56) Ч.2, 2011. С. 38–40.
21. Корбут Г. О., Мацієвський О. Е., Підгаєцька О. Л. Геологічна будова та мінеральні ресурси Словечансько-Овруцького кряжу. Велика Волинь. 2000. Т. 21. С.

198-199.

22. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці. 2022. С. 337–341

23. Костриця, М. М., Костриця М. Ю. Житомирщина туристична: краєзнавчі нариси. Житомир: ЖДТУ, 2009. 132 с.

24. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Альтерпрес, 2005. 436 с.

25. Максимов В.В., Томілович Л.В., Гайда М.П. Пояснювальна записка до Історико-архітектурного опорного плану м. Житомир з визначенням меж і режимів використання зон охорони пам'яток та історичних ареалів (Том II: межі і режими використання зон охорони пам'яток та історичних ареалів м. Житомир) (договір від 18.06.2015 № 1-П). Розділ 1: Природні особливості місцевості, що визначають своєрідність планування та просторової побудови міста. Київ, 2015.

26. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія. К.: Знання, 2009. 363 с.

27. Малярчук Н.М., Чирва О.Г. Проблеми та перспективи розвитку незвичних видів туризму на території України після закінчення російсько-української війни на прикладі військового туризму. Економічні горизонти. 2022. № 4(22). С. 34–42.

28. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі. Опорний конспект лекцій. Дрогобич: ДДПУ ім. І. Франка, 2005. 203 с.

29. Моргулець, О., Шевченко, О., Агеев, Я. Туристичний бізнес України в умовах геополітичної нестабільності: стратегії розвитку. Економічний простір, №189, 2024. С. 349-354.

30. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>(15.03.2025)

31. Пам'ятки архітектури національного значення. Житомирська область URL: <https://ukrainaincognita.com/derzhavnyi-reestr-nerukhomykh-pam039yatokukrainy->

[2/pamyatky-arkhitektury-natsionalnogo-znachennya-zhy](#)(15.03.2025)

32. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 № 2456-XII. № 928. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12> (20.03.2025)

33. Рейманн М., Корнус О. Г., Венгерська Н. С., Холодок В. Д., Пацюк В. С., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід. Регіональна економіка. 2023. № 1. С. 105–113.

34. Ринкиашвили Н. Проблемы и перспективы развития туризма в Грузии. Вестник Ереванского университета: Экономика. 2012. Т. 3. № (2). С. 73-77.

35. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022. Вип. 46. С. 11–15

36. Скрипаль А. Інвестування в Україну під час війни. 2022. URL: <https://trans.info/ro/investuvannya-vukrayinu-pid-chas-viyny-327240>

37. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія. За заг. ред. Мазаракі А.А. К., 2010. 596 с.

38. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric - economy/3616732-ukraina-mae-blizko-10-potencijnih-strategicnih-investoriv-iz-britanii minekonomiki.html>(10.03.2025)

39. Фастовець О. О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 40. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1481/1427>

40. Шиманська В.В. Конкурентоспроможність туристичного комплексу Житомирщини. Економіка. Управління. Інновації. 2010. № 2 (4). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_2_52 (18.03.2025)

41. Chetyrbuk , O., Holod, A., Fábio Lopes , A. Development of tourism infrastructure in different types of territories. Economy and Society, № 62.2024. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-162> (10.03.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Історико-культурні туристичні ресурси Житомирської області

Назва об'єкта	Розташування
<i>Архітектурна спадщина періоду Київської Русі (IX-XIII)</i>	
Церква Василя в Овручі	Житомирська обл.
<i>Дерев'яне зодчество</i>	
Церква Різдва Богородиці (XVII-XVIII ст.)	с. Жубровичі Житомирської обл.
Троїцька церква (XVIII ст.)	с. Троковичі Житомирської обл.
<i>Кам'яні культові споруди</i>	
<i>Церкви</i>	
Миколаївська церква (XVI ст.)	м. Олевськ, Житомирська обл.
Василівська церква (XII – поч. XIII ст.)	м. Овруч, Житомирська обл.
<i>Собори</i>	
Собор Св. Варвари (XIX ст.)	м. Бердичів, Житомирська обл.
Спасо-Преображенський собор (XIX ст.)	м. Житомир
<i>Монастирі та лаври</i>	
Троїцький монастир (XVст.)	с. Тригир'я, Житомирська обл.
Монастир босих кармелітів (XVII-XVIII ст.)	м. Бердичів, Житомирська обл.
<i>Замки</i>	
Замок «Радомисль»	м. Радомишль, Житомирська обл.
Новоград-Волинський замок (XVI -XVI ст.)	м. Новоград-Волинський Житомирської обл.
Бердичівський замок (XVI ст.)	м. Бердичів, Житомирська обл.
<i>Музеї</i>	
Музей авіації і космосу	м. Житомир
Музей порцеляни	м. Баранівка Житомирської обл.
Музей партизанської слави	с. Словечно Житомирської обл.
Музей пожежної охорони	м. Житомир
Музей МВС	м. Житомир
Музей Житомирського військового інституту радіоелектроніки	м. Житомир
Музей села Копище – «Українська Хатинь»	с. Копище Житомирської обл.
Коростишівський народний історичний музей	м. Коростишів Житомирської обл.
Музей образотворчого мистецтва ім. Й. Д. Буханчука	с. Кмитів, Житомирська обл.
Музей хліба	с. Велика Цвіля, Житомирська обл.
Кмитівський музей	с. Кмитів, Коростишівський р-н, Житомирська обл.

Продовження табл. А.1

<i>Меморіальні музеї-садиби</i>	
Меморіальний музей-садиба Лесі Українки	м. Новоград-Волинський Житомирської обл.
Дім-музей С. П. Корольова	м. Житомир
Музей родини Косачів	м. Новоград-Волинський Житомирської обл.
Музей-садиба родини Рильських	с. Романівка, Попільнянський район, Житомирська обл.
Літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка	м. Житомир
Літературний музей імені Бориса Тена	м. Житомир
Літературно-меморіальний музей Оноре де Бальзака	с. Верхівня, Ружинський район, Житомирська обл.
Музей-садиба Е. Ганської	с. Верхівня, Ружинський район, Житомирська обл.
<i>Палаці і парки</i>	
Палац і парк (XVIII ст.)	с. Верхівня, Житомирська обл.
Палац родини Терещенків (XIX ст.)	с. Андрушівка, Житомирська обл.
Парк «Островського»	м. Коростень, Житомирська обл.
Трощанський парк	Чуднівський р-н, Житомирська обл.

Джерело: складено автором

Структура природно-заповідного фонду Житомирської області

Назва категорії заповідності	Кількість об'єктів	Площа, тис.га
<i>Території та об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного значення</i>		
Національні природні парки	-	-
Природні заповідники	2	51,0
Біосферні заповідники	-	-
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	5	120,0
Заказники	10	6,8
Пам'ятки природи	2	0,051
Ботанічні сади	1	0,035
Зоопарки	-	-
Дендропарки	1	0,015
Разом	20	57,9
<i>Території та об'єкти природно-заповідного фонду місцевого значення</i>		
Заповідні урочища	-	-
Заказники	152	78,9
Пам'ятки природи	35	0,094
Ботанічні сади	-	-
Зоопарки	-	-
Дендропарки	3	0,015
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	18	0,229
Регіональні ландшафтні парки	-	-
Разом:	208	79,3
Усього:	228	137,2

Додаток В

Таблиця В.1

Геологічні пам'ятки природи Житомирської області

№ з/п	Назва об'єкта	Площа, га	Місце розташування
1.	Баранячі лоби	0,1	м. Коростень, міський парк, на березі р. Уж
2.	Велетенські котли	0,1	м. Коростень, міський парк, на березі р. Уж
3.	Виходи гранітів лизниківського типу	4,8	Хорошівський р-н, с. Лизник, північна стінка кар'єру
4.	Відслонення білокоровицьких кварцитів	0,5	Олевський р-н, с. Рудня-Озерянська, ДП «Білокоровицьке ЛГ», Озерянське лісництво кв. 37, вид. 1
5.	Відслонення головинського габро	0,1	Черняхівський р-н, с. Сліпчиці, східний кар'єр
6.	Відслонення іризуючого лабрадориту	0,1	Черняхівський р-н, смт Головине, Головинський кар'єр
7.	Відслонення нижньопротерозойських конгломератів	6,6	Радомишльський р-н, с. Ставки, на північ 1 км.
8.	Відслонення пегматиту	0,01	Коростишівський район, с. Високий Камінь, заплава лівого берега р. Тетерів
9.	Мальовничі скелі	0,1	Житомирський р-н, с. Нова Рудня, правий і лівий береги р. Тетерів
10.	Ольжині купальні	0,2 м.	м. Коростень, міський парк, на березі р. Уж
11.	Скеля «Голова Чацького»	0,01	м. Житомир, лівий берег р. Тетерів, в 200 м від греблі ВАТ «Льонотекс»
12.	Скеля «Кам'яний гриб»	0,1	м. Новоград-Волинський (східна частина міста)
13.	Скеля «Чотири брати»	0,2	м. Житомир, вул. Леся Качинського, правий берег р. Тетерів, в 100 м від греблі ВАТ «Льонотекс»
14.	Скеля Крашевського	0,01	Житомирський р-н, правий берег р. Гнилоп'ять
15.	Флороносні пісковики	0,2	Хорошівський р-н, між с. Волянщина і Невирівка, на правому березі р. Ірша

Джерело: сформовано автором за