

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

КОСТИНЕЦЬ ВАЛЕРІЯ ВОЛОДИМИРІВНА



УДК 338.48

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ СФЕРИ
ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ**

Спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління
національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Київ – 2021

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у ВНЗ «Національна академія управління».

Науковий консультант: **Єрмошенко Микола Миколайович**,
доктор економічних наук, професор,
Заслужений діяч науки і техніки України
завідувач кафедри маркетингу, економіки,
управління та адміністрування,
ВНЗ «Національна академія управління»

Офіційні опоненти: **Сафонов Юрій Миколайович**,
доктор економічних наук, професор,
заступник директора,
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»

Белякова Оксана Володимирівна,
доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і підприємництва
на морському транспорті,
Азовський морський інститут Національного
університету «Одеська морська академія»

Матвійчук Людмила Юрївна,
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної і соціальної
географії,
Волинський національний університет імені Лесі
Українки

Захист відбудеться «24» вересня 2021 року о 12.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.889.01 у ВНЗ «Національна академія управління» за адресою: 03151, м. Київ, вул. Ушинського, 15, зал засідань.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ВНЗ «Національна академія управління» за адресою: 03151, м. Київ, вул. Ушинського, 15.

Автореферат розісланий «23» серпня 2021 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



М.В. Штань

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Сучасна світова епідеміологічна ситуація спричинила суттєве поглиблення світової фінансової кризи та зачепила всі сфери економіки, зокрема, найбільш потужні негативні наслідки відчули суб'єкти сфери послуг та гостинності. В умовах боротьби із поширенням COVID-19 національні економіки країн світу на певний проміжок часу зіштовхнулися з відсутністю як попиту, так і пропозиції, враховуючи введення жорстких карантинних заходів по всьому світу, обмеження міжнародного транспортного сполучення та режиму роботи підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери. Водночас відбулося суттєве зниження обсягів міжнародних туристичних прибуттів.

У всіх провідних країнах світу для подолання наслідків пандемії було вжито екстраординарні зусилля. Проте на тлі нових хвиль пандемії, що охопили велику кількість країн в останні місяці, вже зараз очевидно, що первинні прогнози про повноцінний вихід світової економіки з кризи в 2021 р. не виправдовуються. Суттєві відмінності в інтенсивності та глибині карантинних обмежень і різна швидкість вакцинації від COVID-19 в окремих країнах, а також поява нових штамів вірусу і далі будуть негативно впливати на стан національних економік. Все це означає, що урядам необхідно адаптувати свою економічну політику до умов більш довгої рецесії, і перспективи відновлення економіки будуть залежати не тільки від дій урядів, але в значній мірі від планів і очікувань на рівні бізнесу. У цьому контексті для вироблення адекватної економічної політики критично важливими є коректне оцінювання наслідків пандемії COVID-19 і породженої нею економічної кризи для сфери туризму та гостинності, а також аналіз стратегій поведінки урядів і тих рішень у відповідь на кризу, які сьогодні формуються на макrorівні. При цьому в Україні принципову складність представляє собою існуюче завдання визначення раціональної політики державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності.

Варто зауважити, що існуюча криза демонструє посилення процесів цифрової трансформації у сфері туризму та гостинності, а в бізнес-структурах при цьому спостерігається зміна моделей і форматів бізнес-діяльності. Відповідно для сфери туризму та гостинності, враховуючи її здатність до відносно швидкої трансформації та перезапуску особливо важливими стають своєчасне удосконалення державного регулювання і усунення нераціональних галузевих обмежень.

Безумовно, діджиталізація економіки держави створює нову платформу для взаємодії з бізнесом, підвищення ефективності інструментів державної підтримки і координації змін. Попри це можливим є посилення спроб контролювати бізнес у всіх рішеннях і вбудовувати його у виконання рішень «зверху вниз». Такий підхід в умовах високої економічної і технологічної невизначеності може привести до накопичення ризиків і диспаритету в сфері туризму та гостинності. Окремою проблемою вбачається посилення адміністративного навантаження на бізнес-структури сфери туризму та гостинності в посткризовий час. Відповідно необхідним є пошук механізмів стійкого зниження адміністративного тиску, що передбачає зміну мотивацій і критеріїв оцінювання діяльності контрольних

органів. Власне, дані дискусійні аспекти і склали актуальність дослідження.

В питанні державного регулювання та управління економічним розвитком різних галузей національної економіки, в тому числі, сфери туризму та гостинності використані напрацювання таких вітчизняних та зарубіжних авторів як А.Ю. Александрова, А.М. Бабіч, О.В. Белякова, Р. Валунд, Є.Ю. Воронова, М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін, А. О. Задоя, В.А. Квартальнов, О.М. Лютак, Л.Ю. Матвійчук, Г.А. Папірян, П.Р. Пуцентейло, Ю.М. Сафонов, Є.А. Файбусович та ряд інших. Автори відзначають, що регулювання в сфері туризму передбачає вплив органів державної влади на діяльність господарюючих суб'єктів з метою реалізації соціально-економічних пріоритетів держави в сучасних умовах. Безумовно, регулювання з боку держави визначається необхідністю планування функціонування туризму, фінансового сприяння йому, нормативно-правового забезпечення, важливістю становлення фінансово-економічних відносин, що відбуваються в туризмі, і просування національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

У процесі дослідження питання особливостей впливу та наслідків поширення COVID-19 на індустрію туризму та гостинності як в межах України, так і на світовій арені було проведено аналіз різних наукових досліджень з визначеної тематики. Так, висвітленню сучасного стану сфери гостинності, а також перспектив її відновлення в нинішніх умовах господарювання і пандемії присвячено деякі наукові напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема С. Буторова, Н. Бакар, Е. Шумакової, В. Уолкера та деяких інших. Попри це, питання використання існуючої коронакризи як можливості для вдосконалення державного регулювання економічним розвитком сфери гостинності як на світовому, так і на національному рівні залишається відкритим, враховуючи динамічність та мінливість існуючого середовища.

В свою чергу, питанням моделювання відкладеного попиту в сфері туризму та гостинності приділена значна увага як у вітчизняних, так і в зарубіжних дослідженнях. Для цілей вивчення відкладеного попиту особливий інтерес представляють роботи, що враховують питання вирівнювання споживання. Це теорії перманентного доходу М. Фрідмена, життєвого циклу А. Андо і Ф. Модільяні, а також модель Каса-Купманса-Рамсея, в якій нормою заміщення виступає ендогенна змінна через два додаткові параметри: інтертемпоральна (міжчасова) еластичність заміщення і норма тимчасової переваги. В рамках останньої моделі обґрунтовано, що на основі своєї тимчасової переваги індивід відмовляється від справжньої переваги на користь майбутньої, якщо процентні ставки є високими. Водночас психологічні чинники ощадної поведінки споживачів послуг висвітлені в роботах Дж. Катона, А. Тверські і Д. Канемана.

На основі проведеного аналізу наукової літератури відзначимо, що попри наявність достатньої кількості наукових доробків, пов'язаних з питанням функціонування сфери туризму та гостинності, відкладеного попиту та управління ринком туристичних послуг, на сьогодні лишається нерозкритою тема державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності з урахуванням функціонування ринку в умовах епідеміологічних загроз та супутніх до них політичних колапсів та економічних криз.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційну роботу виконано у відповідності до тематичного плану науково-дослідної роботи ВНЗ «Національна академія управління» за темою «Інноваційно-інвестиційні чинники сталого соціально-економічного розвитку» (державний реєстраційний номер 0116U003934), у межах якої автором проаналізовано сучасні тенденції розвитку сфери туризму та гостинності та запропоновано шляхи державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні; за темою науково-дослідної роботи КНУТД «Цифрова економіка: сутність та перспективи розвитку» (державний реєстраційний номер 0119U102051), в рамках якої автором визначено інструментарій цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності та встановлено тенденції діджиталізації у сфері брендингу туристичних destinations; за науковим напрямком кафедри економіки та сфери обслуговування КНУТД 23-1/20 «Сталий розвиток соціально-економічних систем регіонів та його забезпечення», в межах якої автором запропоновано тактичні заходи щодо реалізації Стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні шляхом надання пропозиції формування «дорожньої карти» та науковій темі «Управління економічною ефективністю діяльності підприємств» (номер державної реєстрації 0118U000786) Фінансово-економічної наукової ради, в межах якої автором виконано дослідження щодо застосування інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування ресторанного бізнесу.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розроблення науково-методичних підходів до процесу державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні. Відповідно до мети було визначено та вирішено наступні завдання дослідження:

- дослідити історію та теорію розвитку туризму та гостинності;
- визначити роль державного та приватного секторів в забезпеченні інноваційного комплексу у сфері туризму та гостинності;
- встановити методологічні засади державного регулювання розвитком туризму та гостинності;
- провести аналіз особливостей розвитку ринку туристичних та готельних послуг в Україні;
- визначити проблеми та можливості сфери туризму та гостинності в умовах виклику поширення COVID-19 в Україні та зарубіжних країнах;
- проаналізувати процес державного регулювання розвитку сфери туризму та гостинності в Україні на світовому та національному рівнях;
- дослідити тенденції діджиталізації у сфері брендингу туристичних destinations;
- встановити особливості використання інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності;
- визначити специфіку використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації у сфері туризму та гостинності;
- запропонувати модель розвитку внутрішнього ринку туризму та гостинності України;
- здійснити моделювання ефекту відкладеного попиту на ринку

туристичних послуг;

- розробити модель реалізації ефекту відкладеного попиту у сфері гостинності в умовах кризи;
- запропонувати Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні;
- розробити Стратегію регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні;
- запропонувати «дорожню карту» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні.

Об'єкт дослідження – процес державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України.

Предмет дослідження склали теоретико-методологічні основи та практичні пропозиції щодо формування науково-методичних підходів до державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України.

Методи дослідження. Теоретичну базу дослідження склали фундаментальні положення економічної науки, підходи до загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, наукові доробки вітчизняних та зарубіжних вчених стосовно питань державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності. Ключові науково-прикладні результати дослідження отримано в результаті використання системного підходу до дослідження економічних явищ і процесів у їх взаємозв'язку та взаємообумовленості. Для визначення теоретико-методологічних засад економічного розвитку сфери туризму та гостинності використано діалектичний та системний підходи із застосуванням методів аналізу, синтезу, індукції і дедукції. В процесі аналізу сучасних тенденцій розвитку сфери туризму та гостинності застосовано методи системно-структурного аналізу, експертного оцінювання, порівняння, метод SWOT-аналізу. Під час дослідження розвитку сфери туризму та гостинності України в умовах діджиталізації національної економіки використано метод поєднання теоретичного, історичного та логічного підходів, метод теоретичного узагальнення. В ході моделювання процесів розвитку сфери туризму та гостинності застосовано методи аналізу економічної динаміки, структурно-функціонального аналізу, наукової абстракції, а також графічний метод, економетричні методи лінійних та нелінійних регресій, методи економіко-математичного моделювання з використанням комплексу взаємопов'язаних прикладних програм та метод трендових рівнянь і адаптивного прогнозування. В свою чергу, в процесі розроблення безпосередньо засад державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні використано метод програмування.

Інформаційною базою дослідження послужили законодавчі та нормативні акти України, постанови Кабінету Міністрів України, статистичні дані Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму України, офіційні статистичні дані міжнародних організацій, зокрема бюлетені Всесвітньої туристичної організації, експертні оцінки рейтингових агентств. Також в ході дослідження використано спеціальну літературу, матеріали науково-практичних конференцій, довідкові матеріали, публікації в періодичних виданнях.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в наступному:

вперше:

- запропоновано Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України, яка базується на комплексному системному підході та розглядає сферу туризму та гостинності України як цілісний об'єкт регуляторного впливу, що сприятиме підвищенню ефективності розвитку даної економічної сфери на засадах оптимізації державного впливу;

- обґрунтовано методологічний підхід до державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, який включає теоретичний, методичний та практико-технологічний рівні. Реалізація зазначеного підходу створює наукове підґрунтя для розроблення стратегії та організаційно-економічного механізму державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України;

- розроблено науково-методичний підхід до моделювання реалізації ефекту відкладеного попиту у сфері гостинності в умовах кризи, який базується на тому, що існує нелінійна залежність між потенційним та реалізованим попитом у сфері гостинності, яку можна виміряти кількісними показниками, що надає змогу спрогнозувати сценарії розвитку сфери туризму та гостинності, збільшити ефективність управлінських рішень на макрорівні та сформувані програми економічного розвитку сфери туризму та гостинності з метою збільшення її частки у ВВП України;

- розроблено графічну модель впливу державної політики та інновацій на сферу туризму та гостинності, яка демонструє вплив державної політики у сфері туризму та гостинності на інноваційну складову. На відміну від інших подібних підходів, в центр даної моделі поставлено споживача/туриста з його потребами та можливостями, виходячи з яких формується той туристичний продукт в межах країни чи світу, який і буде представлено на ринку туристичних послуг із врахуванням радикальних чи вже використовуваних інновацій;

удосконалено:

- теоретичні положення цифрової економіки шляхом визначення поняття «цифровий споживач», що, на відміну від існуючих, дозволяє суб'єктам господарювання в сфері туризму та гостинності ефективно взаємодіяти з кінцевими споживачами в умовах цифровізації соціально-економічного середовища;

- теоретико-методологічний підхід до інноваційного розвитку сфери туризму та гостинності, який є складним процесом, в якому задіяно споживачів послуг, державні органи управління, а також туристичні підприємства, діяльність яких регламентується нормативно-правовими актами в області туристичної та інноваційної діяльності, та, на відміну від існуючих, може бути використаний для побудови ефективної методики інноваційного розвитку сфери туризму та гостинності;

- науково-методичний підхід до періодизації розвитку сфери туризму та гостинності шляхом виокремлення етапу розвитку туризму в XXI ст. із поділом на такі періоди: з початку XXI ст. до березня 2020 року; час світового локдауну березень-червень 2020 року; відновлення світового туризму після локдауну з

червня 2020 року по теперішній час. Виокремлення даного етапу як окремого в розвитку туризму та сфери гостинності є суттєво відмінним від більшості існуючих поглядів на періодизацію розвитку туризму, які включають нинішній етап відродження туризму в загальний період Новітнього часу;

- понятійно-категоріальний апарат макроекономічної науки шляхом надання авторського визначення сфери туризму, відмінність якого полягає у висвітленні дефініцій «туризм» та «сфера туризму» виключно з економічної точки зору як великого самостійного багатогалузевого господарського компонента національної та світової економіки;

- понятійно-категоріальний апарат макроекономіки шляхом надання авторського визначення сфери гостинності, в якому, на відміну від наявних підходів, автором використано економічний підхід, згідно з яким центральне місце займає отримання доходу в результаті створення та реалізації економічних благ внаслідок задоволення потреб споживачів;

- методику визначення стратегічних альтернатив економічного розвитку, що, на відміну від наявних, ґрунтується на побудові векторних карт оптимальних сценаріїв економічного розвитку і дозволяє обрати відповідну стратегію розвитку сфери туризму та гостинності на основі прийомів комбінаторики;

- науково-практичний підхід до кластеризації, який, на відміну від наявних, базується на побудові моделі кластеризації внутрішнього ринку туристичних послуг України, що надає можливість здійснення ефективної державної політики відносно розвитку окремих туристичних кластерів та внутрішнього ринку туристичних послуг в цілому;

дістали подальшого розвитку:

- понятійно-категоріальний апарат теорії туризму шляхом визначення поняття «туризм», що, на відміну від наявних розглядає туризм з точки зору системного, процесного та структурного підходів та виділяє саме економічну складову даної дефініції;

- науково-методичні положення щодо визначення груп чинників кластеризації за видами економічної діяльності, які, на відміну від наявних, дозволяють на загальнодержавному рівні оцінити показники розвитку сфери туризму та гостинності в контексті конкретних туристичних дестинацій;

- науково-методичні підходи до розробки і реалізації Стратегії розвитку сфери туризму та гостинності шляхом систематизації етапів даної стратегії у форматі «дорожньої карти» її реалізації, що, на відміну від наявних, надає можливість здійснювати цілеспрямований вплив на процеси економічного розвитку сфери туризму та гостинності;

- понятійно-категоріальний апарат теорії цифрової економіки шляхом визначення поняття «цифровий брендинг», що, на відміну від наявних підходів, відображає процес організації взаємодії різних стейкхолдерів для максимального уявлення реального потенціалу території в віртуальному просторі і його спільного узгодженого просування;

- праксеологічний підхід до просування національного туристичного продукту, а саме розроблено платформу просування бренд-контенту туристичних

дестинацій в мережі Instagram, яка, на відміну від існуючих, охоплює найбільш актуальний інструментарій Instagram як засобу цифрового маркетингу, що сприятиме ефективному просуванню туристичних дестинацій для нового покоління цифрового споживача.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні результати наукового дослідження, які викладені в дисертаційній роботі, доведено до рівня прикладних розробок та науково-методичних пропозицій і організаційно-методичних рекомендацій щодо розроблення концепції державного регулювання та стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, які прийнято і використовуються:

- в діяльності Міністерства економіки України під час розробки та опрацювання програмних документів щодо соціально-економічного розвитку України в частині підвищення рівня розвитку сфери туристичних послуг, проведення сценарного передбачення економічного розвитку ринку туристичних послуг України та сфери гостинності в цілому та впровадження сучасних методологічних підходів до складання та моніторингу стратегічних програмних документів у сфері туризму та гостинності (довідка № 3622-06/41302-07 від 13 серпня 2021 р.);

- в діяльності управління економіки виконкому Криворізької міської ради при розробці практичних рекомендацій для формування програм розвитку міста та в проєктній діяльності розвитку туризму та гостинності у м. Кривий Ріг (довідка №17/11-02-05/776 від 19 серпня 2021 р.);

- в діяльності МГО «Міжнародна академія інформатики» при розробці пропозицій для органів державної влади щодо вдосконалення регулювання використання сучасних інформаційних технологій задля прискорення впровадження у сферу туризму та гостинності України сучасних досягнень та технологій штучного інтелекту (AI), віртуальної реальності (AR) та інтернету речей (IoT) (довідка № 2621-05/11 від 11 травня 2021 р.);

- в діяльності ГО «Всеукраїнський туристичний альянс» в питанні розробки та впровадження стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні та покладених в її основу керівних принципів (довідка №01-05/21 від 29 червня 2021 р.);

- в діяльності Асоціації індустрії гостинності України при розробці практичних рекомендацій при прогнозуванні сценаріїв розвитку сфери туризму та гостинності та формуванні прикладних рекомендацій стосовно програм економічного розвитку сфери туризму та гостинності (довідка №2/13 від 18 серпня 2021 р.);

- в діяльності товариства з обмеженою відповідальністю «Супутник-Україна» щодо формування програм державно-приватного партнерства (довідка №15/6 від 15 червня 2021 р.);

- в діяльності туристичного оператора ТОВ «ДАВ Клуб» шляхом використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації та інструментів цифрового маркетингу для просування туристичних продуктів та послуг (довідка № ДАВ-007.14/05 від 14 липня 2021 р.);

- в діяльності ресторану ТОВ «Контрабандо» шляхом використання

маркетингових інструментів Instagram як засобу цифрового маркетингу в діяльності закладу (довідка № 17-001.05 від 17 травня 2021 р.);

- в навчальному процесі ВНЗ «Національна академія управління» при проведенні лекційних та практичних занять з навчальних дисциплін «Поведінка споживача» та «Маркетинг соціальних мереж» (акт впровадження від 9 червня 2021 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є одноосібно виконаною кваліфікаційною працею, що містить нове розв'язання конкретного наукового завдання – розроблення засад державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України. Усі наукові результати, викладені в дисертації, належать особисто автору та є її науковим доробком. Із наукових публікацій, які видано у співавторстві, в дисертації використано виключно ті ідеї і наукові положення, які є результатом особистої роботи автора.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження доповідались та отримали схвалення на міжнародних науково-практичних конференціях, форумах, семінарах та конгресах: XV міжнародному науковому семінарі «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи» (Київ – оз. Світязь, 2016 р.); II міжнародному науковому семінарі «Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства» (м. Прага, Чеська республіка, 2016 р.); IV International Scientific Seminar «Formation of Knowledge Economy as the Basis for Information Society» (м. Афіни, Греція, 2017 р.); XVI міжнародному науковому семінарі «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи» (Київ – оз. Світязь, 2017 р.); V International Scientific Seminar «Formation of Knowledge Economy as the Basis for Information Society» (м. Відень, Австрія, 2018 р.); II International Scientific Symposium «Modeling perspective of socio-economic and cultural-humanitarian systems in terms of transformation the information society» (м. Афіни, Греція, 2018 р.); науково-практичному круглому столі «Електронний аудит: світові надбання та вітчизняні реалії» (м. Ірпінь, 2018 р.); XVII міжнародному науковому семінарі «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи» (м. Київ – оз. Світязь, 2018 р.); II International Scientific Training Seminars «Adaptation Of Science, Education And Business To World Innovative Megatrends» (м. Салоніки, Греція, 2018 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії» (м. Київ, 2018 р.); VI Міжнародному науковому семінарі «Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства» (м. Амстердам - м. Руан - м. Париж, 2018 р.); Науково-практичній конференції, присвяченій 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України «Актуальні питання туризмології та туристичної практики» (м. Київ, 2019 р.); VIII міжнародній науково-практичній конференції «Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки» (м. Одеса, 2019 р.); III Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні» (м. Київ, 2019 р.); XVIII міжнародному науковому семінарі «Сучасні проблеми інформатики в

управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків чорнобильської катастрофи» (м. Київ – оз. Світязь, 2018 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Диалог исследователей и экспертов – возможности интеграционного развития стран СНГ» (м. Бішкек, 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» (м. Київ, 2019 р.); 7th International Conference «Application of new technologies in management and economy» ANTiM 2020 (м. Белград, Сербія, 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій до 120-річчя Національного університету «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, 2020 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу» (м. Київ, 2020 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми антикризового менеджменту в туристичному бізнесі» (м. Київ, 2020 р.); Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку» (м. Київ, 2020 р.); VII міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки» (м. Луцьк, 2020); Міжнародній науково-практичній конференції молодих науковців, аспірантів і здобувачів вищої освіти «Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки» (м. Рівне, 2020 р.); XII Міжнародній науково-практичній конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» (м. Харків, 2020 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах інтеграції» (м. Київ, 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення» (м. Київ, 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки» (м. Луцьк, 2021 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство» (м. Київ, 2021 р.); II Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології» (м. Київ, 2021 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах» (м. Дніпро, 2021 р.); Науково-практичній інтернет-конференції (з міжнародною участю) приуроченій 15-річчю до дня створення кафедри менеджменту «Менеджмент і безпека: теоретичні та прикладні аспекти» (м. Львів, 2021 р.).

Публікація результатів дослідження. Основні результати і висновки дисертації знайшли відображення у 63 наукових працях. Зокрема 25 статей опубліковано у фахових наукових виданнях, з них: 2 статті опубліковано в іноземних періодичних виданнях, 3 – в журналах, які зареєстровано в міжнародних наукометричних базах, зокрема Scopus та Web of Science, з них 1 стаття у виданні, віднесеному до першого квартилю (Q1) відповідно до класифікації SCImago Journal та 1 стаття у виданні, віднесеному до другого квартилю (Q2) відповідно до класифікації SCImago Journal, розділи у 5 колективних монографіях, 33 публікації апробаційного характеру.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи складає 455 сторінок друкованого тексту. Матеріали дисертації містять 33 рисунків, 22 таблиці, 6 додатків, бібліографічний список літературних джерел складається з 335 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** подано загальну характеристику дисертаційної роботи, обґрунтовано актуальність і доцільність дослідження, визначено об'єкт, предмет, мету; викладено основні завдання; визначено методи дослідження; розкрито наукову новизну одержаних результатів та їх теоретичне і практичне значення.

У першому розділі **«Теоретико-методологічні засади економічного розвитку сфери туризму та гостинності»** проаналізовано теорію та історію розвитку туризму та гостинності, встановлено роль державного та приватного секторів в забезпеченні інноваційного комплексу в сфері туризму та гостинності, висвітлено методологічні засади державного регулювання розвитком туризму та гостинності.

Нетиповість ситуації, що склалася на світовому ринку туристичних послуг у 2020 р. внаслідок пандемії COVID-19 та необхідності подолання її наслідків для національних економік в цілому та секторів туризму та гостинності зокрема, дозволила автору виділити окремий етап розвитку туризму в XXI ст. із поділом на такі періоди: 1 період: з початку XXI ст. до березня 2020 року; 2 період: час світового локдауну березень-червень 2020 року; 3 період: відновлення світового туризму після локдауну з червня 2020 року по теперішній час (рис. 1).

Виокремлення даного етапу як окремого в розвитку туризму та сфери гостинності є суттєво відмінним від більшості існуючих поглядів на періодизацію розвитку туризму, які включають нинішній етап відродження туризму в загальний період Новітнього часу.

Проаналізувавши праці провідних спеціалістів з питань організації туризму та його економічної сутності, було встановлено, що в наукових напрацюваннях сферу туризму визначають як сферу виробничих і невиробничих видів діяльності, спрямованих на створення товарів і послуг для подорожуючих. Сфера туризму, на відміну від інших галузей економіки, об'єднує найрізноманітніші підприємства та види діяльності. Це дозволило запропонувати авторське визначення поняття «туризм» на основі трьох підходів:

- процесного, згідно з яким туризм є процесом економічного обміну у багатогалузевому комплексі послуг, що складається із готельних, транспортних послуг, послуг харчування і розваг;
- системного, який передбачає, що туризм є вторинним сектором послуг, в межах якого формується комплексний продукт, що являє собою системну сукупність первинних послуг, які надаються у певній системній послідовності і формують окремий продукт;
- структурного, який визначає туризм як економічний комплекс, що складається із суб'єктів ринкової діяльності різної галузевої приналежності на основі спільного предмету та об'єкту економічних відносин.

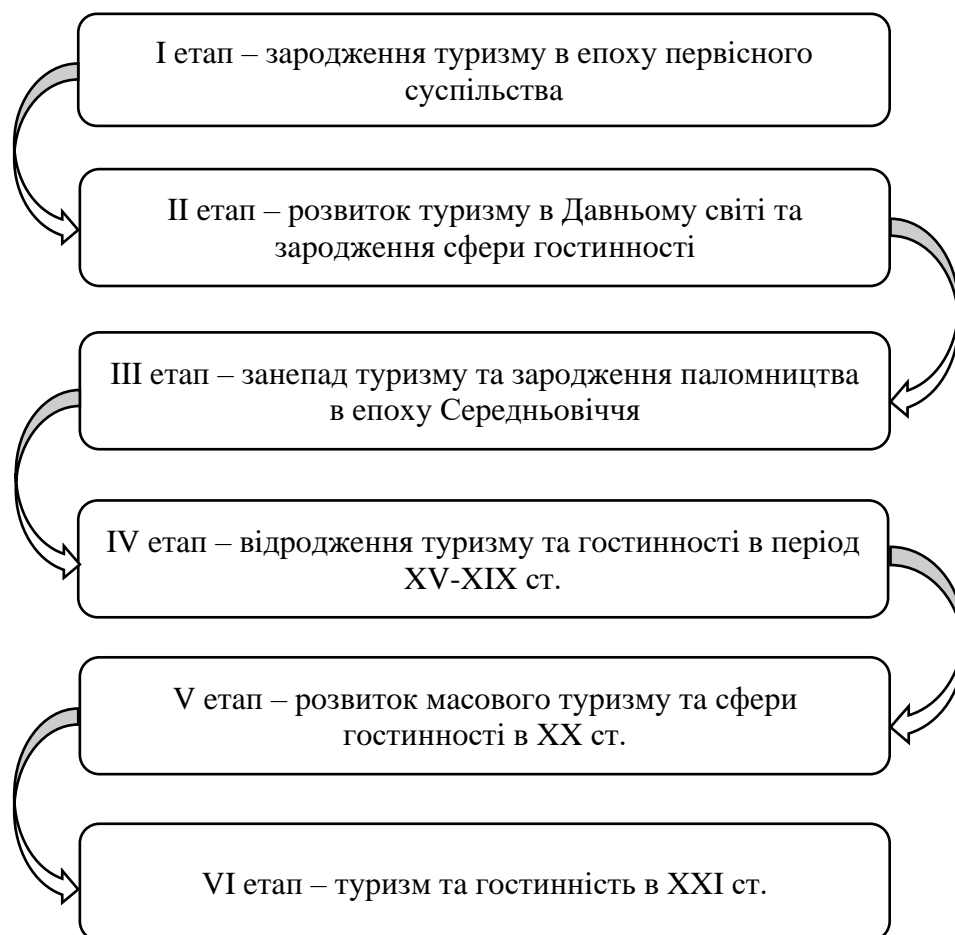


Рис. 1. Періодизація розвитку туризму та гостинності

Джерело: розроблено автором

Надано авторські визначення понятійно-категоріального апарату сфери туризму та гостинності, запропоновано інструментарій державного регулювання даною сферою, який відрізняється від вже існуючих врахуванням специфічних особливостей туризму як виду економічної діяльності та основних тенденцій розвитку міжнародної туристичної системи. На основі узагальнень науково-методичних підходів до специфіки стратегічного управління інноваційною діяльністю, складено модель основ маркетингового стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємств сфери туризму та гостинності, основна відмінність якої від вже існуючих полягає в представленні системи управління інноваційними процесами в ній як інтегрованого інструменту, спрямованого на реалізацію потенціалу й досягнення ефективності інновацій, що створюють високий ступінь їх доступності для споживачів ринку туристичних послуг.

Розроблено графічну модель впливу державної політики та інновацій на сферу туризму та гостинності, яка демонструє вплив державної політики у сфері туризму та гостинності на інноваційну складову. На відміну від інших подібних підходів в центр даної моделі поставлено споживача/туриста з його потребами та можливостями, виходячи з яких формується той туристичний продукт в межах країни чи світу, який і буде представлено на ринку туристичних послуг із врахуванням радикальних чи вже використовуваних інновацій (рис. 2).



Рис.2. Графічна модель впливу державної політики та інновацій на сферу туризму та гостинності

Джерело: розроблено автором

Надано авторське визначення поняття інноваційного розвитку сфери туризму та гостинності, яке передбачає діяльність з розробки і створення нових туристичних маршрутів та готельних технологій, продуктів, послуг тощо із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузі управління і маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити зайнятість населення, забезпечити зростання його доходів, пришвидшити темпи соціально-економічного розвитку, покращити туристичну привабливість країни і регіонів, та, на відміну від вже існуючих, враховує маркетингові та управлінські інновації, які є ключовими в сфері сервісу.

У другому розділі «**Аналіз сучасних тенденцій розвитку сфери туризму та гостинності**» було визначено особливості розвитку ринку туристичних та готельних послуг в Україні, встановлено проблеми та можливості сфери туризму та гостинності в умовах виклику поширення COVID-19 у зарубіжних країнах, проаналізовано специфіку державного регулювання розвитком сфери туризму та гостинності України на світовому та національному рівнях.

Окрему увагу в розділі приділено визначенню впливу чинників макросередовища на динаміку туристичних потоків України, які фактично відображають реалізований попит на послуги сфери туризму та гостинності та мають безпосередній та опосередкований вплив на формування ВВП (рис.3).

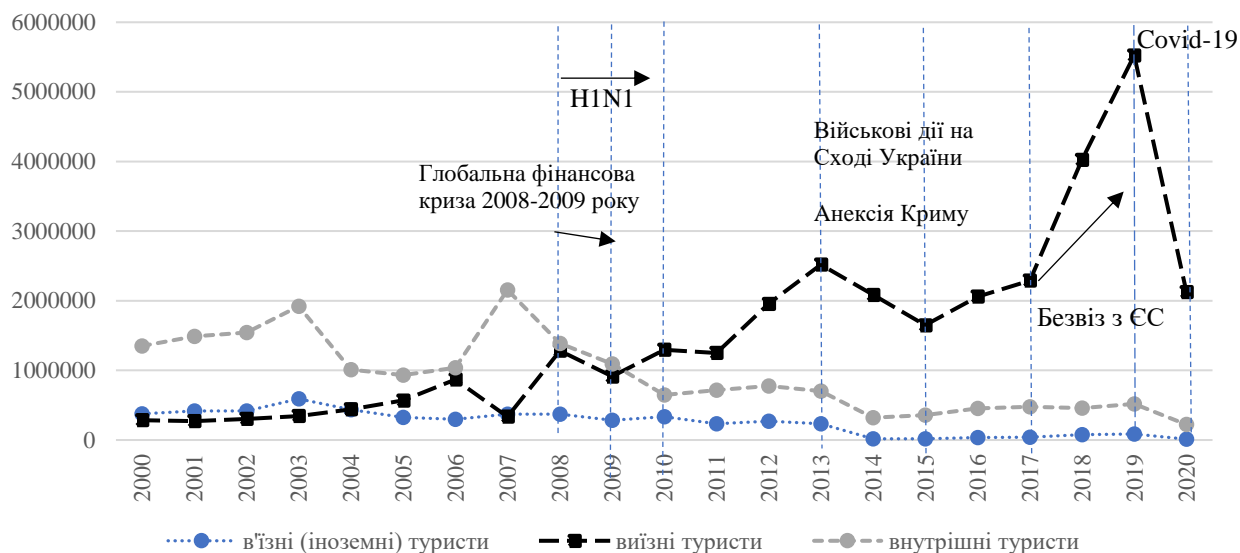
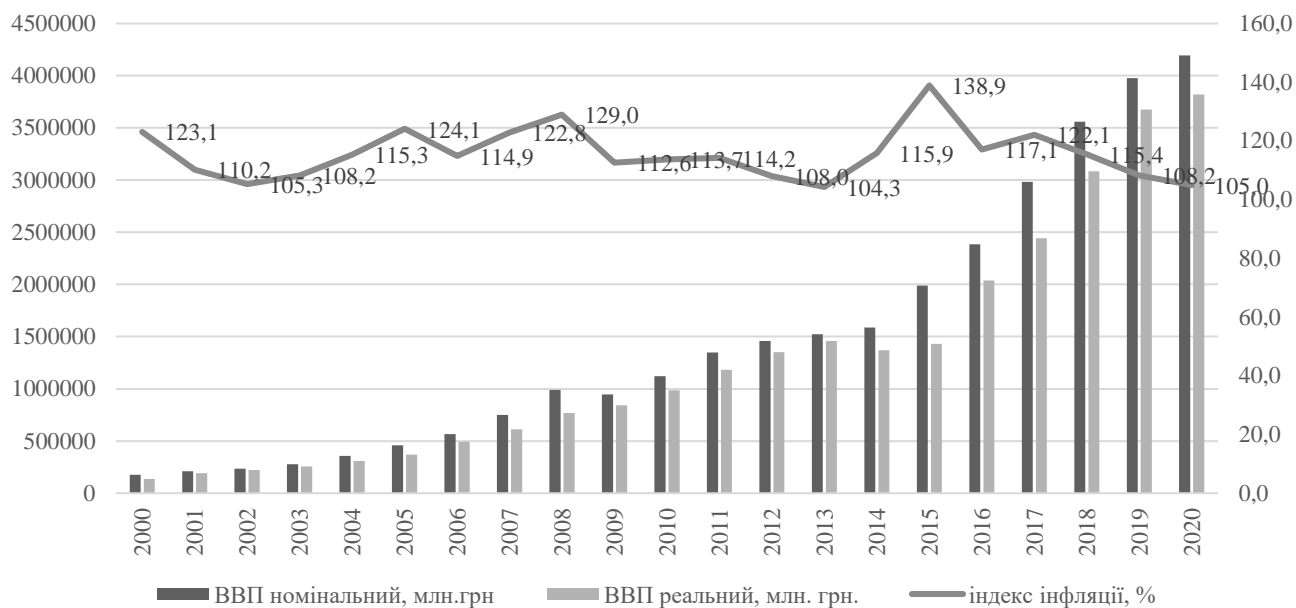


Рис.3. Динаміка туристичних потоків в Україні за їх складовими та макротренди, що на них вплинули, протягом 2000-2020 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Держстату України

Доведено, що макрочинники зовнішнього середовища суттєво впливають на туристичні потоки: глобальна фінансова криза 2008-2009 р. вплинула як на в'їзний, так і на виїзний та внутрішній туристичні потоки. Починаючи з 2017 р. спостерігається суттєве зростання виїзного туризму внаслідок підписання Угоди з ЄС у частині надання безвізового режиму в'їзду до країн ЄС для громадян України. В свою чергу, у процесі дослідження питання особливостей впливу та наслідків поширення COVID-19 на сферу туризму та гостинності як в межах України, так і на світовій арені нами було доведено, що дана сфера є найбільш постраждалою від пандемії COVID-19 у бізнесовому середовищі, зокрема, сукупний туристичний потік у 2020 р. зазнав суттєвого зменшення, особливо за рахунок зниження попиту на ринку виїзного та внутрішнього туризму. Особливістю сфери туризму та гостинності України стало те, що пандемія несуттєво вплинула на обсяги в'їзного туризму, оскільки в Україні він представлений видами туризму, нееластичними до змін макросередовища, зокрема, діловим та релігійним. Виїзний туризм формує ВВП країни-постачальника туристів опосередковано через туроператорів та турагентів, які відповідно, створюють та реалізують туристичний продукт.

Запропоновано методологічний підхід до визначення економічного внеску сфери туризму та гостинності у ВВП країни на основі визначення залежностей між обсягами туристичних потоків, тобто значенням реалізованого попиту на туристичні послуги, кількісними показниками сфери гостинності, показниками споживчого ринку та ВВП в динаміці на основі експоненціального згладжування довгострокових трендів за рівнянням $y = 2E-19e^{0,0254x}$ (рис.4 та рис.5).



Примітка: з 2014 р. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя, а також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Рис. 4. Динаміка ВВП України за 2000-2020 рр. за методологією СНР 2008

Джерело: побудовано автором за даними Держстату України

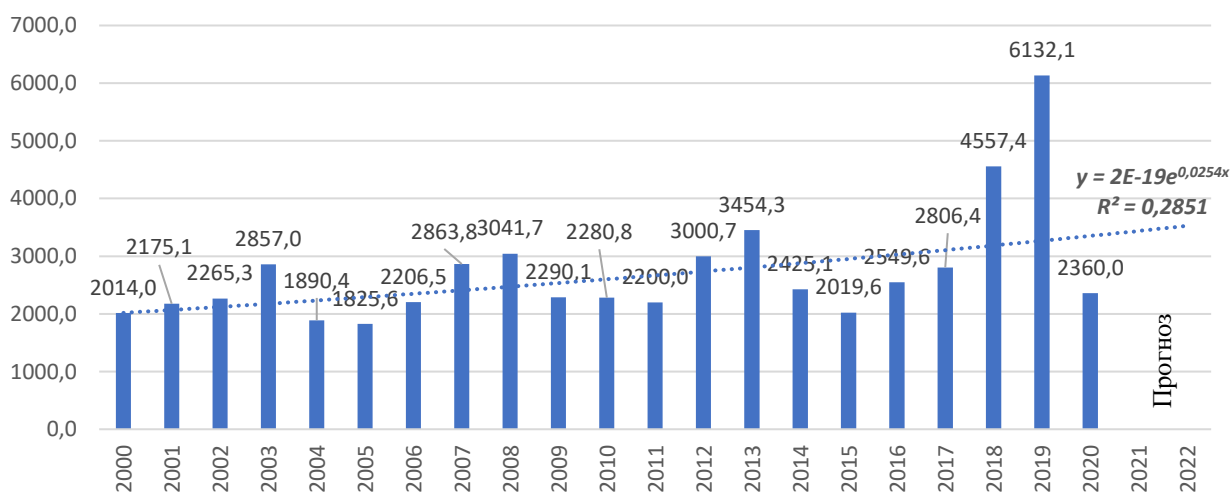


Рис. 5. Динаміка сукупного туристичного потоку в Україні протягом 2000-2020 рр. та його експоненціальний тренд із прогнозом на 2021-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Держстату України

Емпіричний аналіз свідчить, що експоненціальний тренд дозволяє згладжувати різкі суттєві стрибки сукупного туристичного попиту, які спостерігаються фактично кожні 4-5 років, що на прикладі двадцятирічного періоду дозволяє зробити висновок про те, що сфері туризму та гостинності властива циклічність із характерними короткими п'ятирічними циклами.

У третьому розділі «Розвиток сфери туризму та гостинності України в умовах діджиталізації національної економіки» визначено тенденції діджиталізації у сфері брендингу туристичних DESTИНАЦІЙ, проаналізовано інструментарій цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності, визначено особливості використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації у сфері туризму та гостинності.

Акцентовано увагу на тому, що офіційним започаткуванням державного регулювання у цифровому середовищі став запуск українського проєкту «Держава у смартфоні», що на сьогодні активно розвивається. При цьому зазначено, що з точки зору автора доцільним є використання мобільного додатку «Дія» з метою розвитку та регулювання на державному рівні сфери туризму та гостинності за рахунок інтеграції з іншими цифровими державними сервісами та цифровими туристичними сервісами України й інших країн.

Окрім того, в ході аналізу основних тенденцій діджиталізації в питанні розвитку сфери туризму та гостинності було визначено, що одним з ключових інструментів просування туристичних DESTИНАЦІЙ є соціальна мережа Instagram. Відповідно автором запропоновано та розроблено платформу просування бренд-контенту туристичних DESTИНАЦІЙ в мережі Instagram, яка охоплює найбільш актуальний інструментарій Instagram як засобу цифрового маркетингу (рис.6).

Дослідження інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності дозволило визначити та сформулювати авторське бачення ключових трендів діджиталізації сфери гостинності, що включає в себе автоматизацію послуг за допомогою штучного інтелекту, безконтактне обслуговування та хмарні рішення. Окрему увагу автором приділено інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності, де також наводиться світовий досвід провідних готельних ланцюжків по всьому світу, а також визначено основні цифрові рішення в нових умовах функціонування ринку туристичних послуг та сфери гостинності.

В ході висвітлення питання використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації в сфері туризму та гостинності найбільшу увагу автор зосереджує на блокчейн-технологіях та чат-ботах як відображенні штучного інтелекту. Зокрема, запропоновано авторський підхід до бачення стеку (набору інструментів) технологій оптимального чат-боту сегменту HoReCa, який включає п'ять ключових інструментів.

В рамках використання цифрових інструментів з метою розвитку та регулювання на державному рівні сфери туризму та гостинності з урахуванням інтеграції з іншими цифровими державними сервісами, а також цифровими туристичними сервісами України та інших країн автором запропоновано графічну модель інтеграції інструментів з метою державного регулювання сферою туризму та гостинності в цифровому середовищі, яка включає маркетингові інструменти і платформи туристичної тематики як певного інструментарію державного впливу в даному середовищі (рис.7).

Платформа просування бренд-контенту туристичних дестинацій в мережі Instagram

Спільні прямі ефіри

Незалежно від кількості підписників, туристичний акаунт має вести спільні прямі трансляції. В якості співведучих доцільно обрати блогерів, чії акаунти користуються більшою популярністю. Важливо, щоб напрямки каналів були подібними або близькими до туристичних. Таким чином можливо залучити нову аудиторію та популяризувати свій акаунт.

Марафони

Марафон - метод просування, який передбачає координацію кількох експертів: вони створюють спільний обліковий запис, запрошують своїх підписників і надають аудиторії корисну інформацію в рамках марафону. Подібні марафони роблять туристичний бренд більш впізнаваним та підвищують довіру до нього.

Взаємний PR

Найпростіший спосіб просувати свій блог. Взаємний піар допоможе збільшити кількість підписників. Щоб збільшити відсоток аудиторії, доцільно вибирати акаунти із суміжною тематикою.

Коментінг

Інструмент отримання першої 1000 підписників та можливість заявити про себе в Instagram. Необхідно скласти список суміжних акаунтів, на які підписана цільова аудиторія, та коментувати їх публікації з метою привернення до себе уваги.

Хештеги

Хештеги - це один з найпростіших способів просування турпродукту без фінансових вкладень, що дозволяє користувачам швидко знаходити пости, а отже, використовуючи правильно підібрані хештеги, можливо збільшити охоплення публікацій.

Реклама у блогерів

Реклама у блогерів в історіях або публікаціях досі є дієвим методом просування, але до вибору блогера слід підходити ретельно з метою економії рекламного бюджету та досягнення більшої ефективності.

Цільова реклама

Цільова реклама - найважливіший та найефективніший спосіб просування. Тільки з його допомогою туристичний акаунт зможе систематично залучати клієнтів та підписників до свого блогу.

Рис.6. Платформа просування бренд-контенту туристичних дестинацій в мережі Instagram

Джерело: розроблено автором

Доведено, що в пост-епідеміологічний період світовий ринок туристичних послуг відкривається заново: абсолютно нові туристичні регіони цілком зможуть конкурувати з усталеними туристичними зонами за оригінальністю пропозиції, додаткового сервісу і якості засобів розміщення. Існує, однак, проблема реструктуризації попиту на ринку виїзного туризму, коли максимальний потік грошових коштів, вивезених із країни, сформувався в напрямках Туреччини, Єгипту, Греції, саме ці напрямки сформували попит туристів на послуги дозвільної та готельної сфери. Спостереження за динамікою пошукових запитів свідчать про те, що потенційні споживачі туристичних послуг оперативнo реагують на зміни умов зовнішнього середовища, змінюючи свої запити у мережі.

Автором проведено моделювання залежності між вхідним трафіком платформ онлайн-бронювань в секторі гостинності та обсягами туристичних прибуттів в умовах поширення COVID-19. Встановлення даної залежності та перевірка тісноти зв'язку між даними показниками дозволили оцінити статистичну значущість параметрів регресії і кореляції та виконати прогноз відновлення й реалізації відкладеного попиту на послуги сектору гостинності на основі вихідних даних щодо сформованого та реалізованого попиту. Побудовано моделі парної нелінійної регресії та обрано найбільш статистично адекватні для прогнозування. Було побудовано степеневу модель, виведено рівняння кривої тренда і визначено

коефіцієнт детермінації R^2 . Побудову рівносторонньої гіперболи регресії $y = a + b\frac{1}{x}$ було здійснено на основі заміни моделі на основі рівносторонньої гіперболи лінійною моделлю шляхом введення нової змінної $U = \frac{1}{x}$.

Для визначення щільності зв'язку між змінними був використаний тест Фішера - зроблено перевірку нуль-гіпотези: «Фактор (незалежна змінна) не впливає на показник (залежна змінна)» та проведено тест absolute percentage error, а саме розраховано середню помилку апроксимації (MAPE), яка характеризує точність прогнозу. Вважається, що значення MAPE менше 10% свідчить про високу точність прогнозу; від 10% до 20% - хорошу точність прогнозу; від 20% до 50% задовільна точність; понад 50% незадовільна точність. В нашому випадку маємо невеликий обсяг вибірки $n = 6$, оскільки було проаналізовано дані за півроку відновлення туристичних потоків в період послаблення карантинних заходів у країнах світу.

Поширення пандемії COVID-19 продемонструвало, що існує два ключових тренди в сфері туризму та гостинності:

1. цифровізація (автоматизація процесів обслуговування за допомогою технологій штучного інтелекту; інтегровані гостьові додатки; безконтактне обслуговування та технології безпроводного радіозв'язку SIP-DECT тощо);
2. дотримання санітарних норм.

Забезпечення вимог відповідно означених трендів є можливим переважно в потужних готелях та готельних мережах та частково в невеликих сімейних готелях, що, в свою чергу, може негативно відобразитися на секторі приватного розміщення в квартирах та апартаментах, де, в свою чергу, досить складно впровадити новації,

продиктовані вимогами часу, та відслідкувати виконання норм безпечного відпочинку

Про активність споживачів та формування попиту на послуги готельного сектору з моменту відновлення авіасполучення у світі (червень 2020 р.) свідчить динаміка запитів споживачів на популярних сервісах онлайн-бронювання Airbnb та Booking.com (рис. 8).

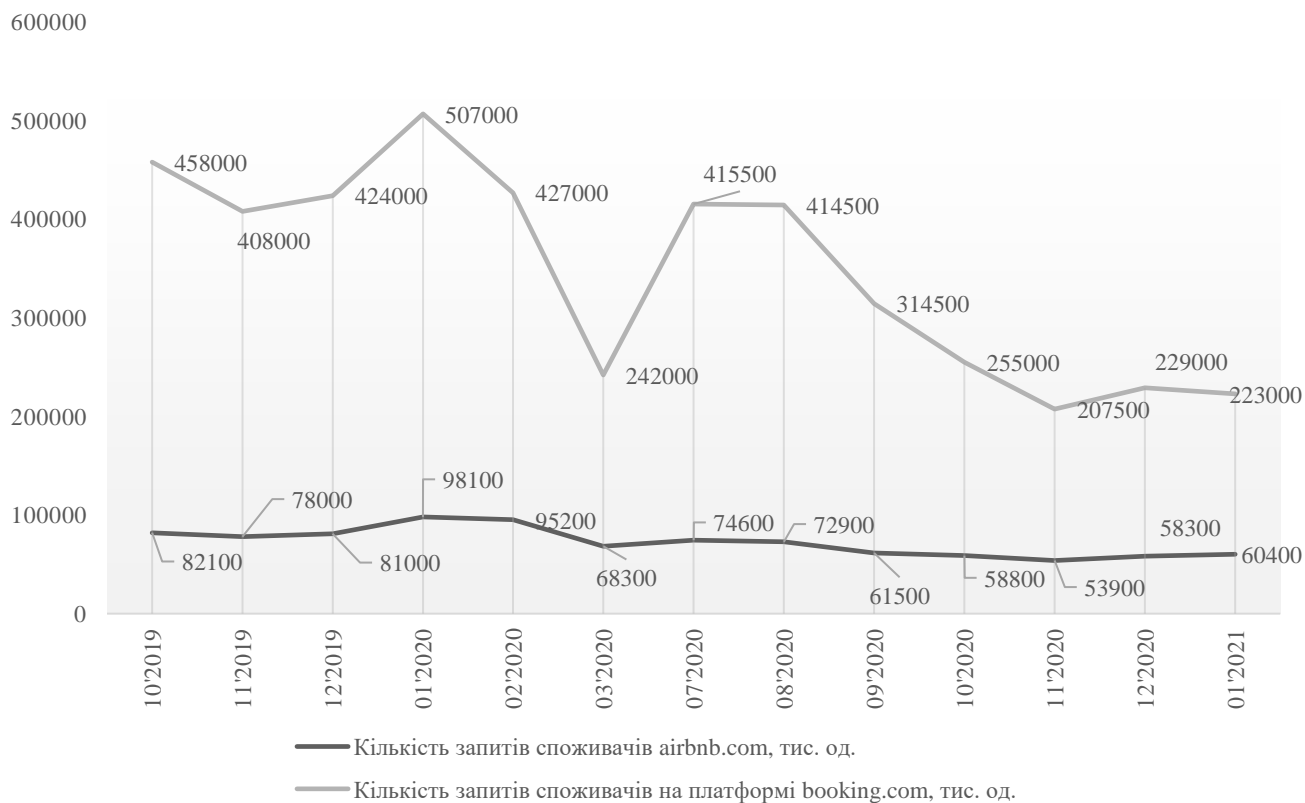


Рис. 8. Динаміка запитів споживачів на популярних платформах послуг онлайн-бронювання Airbnb та Booking.com за період жовтень 2019 р. – січень 2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними платформи Similarweb.com

Дані даного рисунку свідчать про тенденцію стабільно низьких запитів споживачів на платформі онлайн-бронювання Airbnb, що пов'язано, насамперед, з обмеженою можливістю приватного сектору розміщення забезпечити необхідні санітарні вимоги з метою протидії COVID-19 та певних обмежень, пов'язаних із можливістю бронювань даних закладів розміщення. В свою чергу, на платформі послуг онлайн-бронювання Booking.com, що спеціалізується на наданні послуг бронювання переважно сертифікованих готелів, спостерігається стабільно висока динаміка запитів у традиційні місяці високого літнього сезону з поступовим їх падінням протягом осені, що пов'язане як із стандартним зменшенням попиту на подорожування в цей період, так і з осіннім посиленням обмежувальних заходів у ряді країн світу. Водночас з кінця листопада 2020 р. і протягом грудня 2020 р. - січня 2021 р. спостерігаємо позитивну динаміку запитів, пов'язану із пом'якшенням деяких карантинних обмежень в різдвяний період та бажанням споживачів відпочити в період різдвяних та новорічних канікул. Дані рисунку свідчать про довіру споживачів до сертифікованих готелів та посередника

Booking.com у питанні реалізації заходів безпечного відпочинку в умовах COVID-19.

Гіпотеза дослідження реалізації відкладеного попиту базується на тому, що існує нелінійна залежність між вхідним трафіком, тобто відвідуванням споживачами інтернет-сайтів онлайн-бронювання та обсягами туристичних прибуттів, які свідчать про обсяги реалізованого попиту на засоби розміщення (табл. 1).

Таблиця 1

Зведені дані про обсяги вхідного трафіку платформи Booking.com та обсяги туристичних прибуттів

Період	Запити споживачів (вхідний трафік платформи booking.com), тис.од.	Сукупний туристичний попит (міжнародні туристичні прибуття), млн.осіб
	незалежна змінна моделі (X)	залежна змінна моделі (Y)
Липень 2020	415500	291,80
Серпень 2020	414500	335,57
Вересень 2020	314500	291,80
Жовтень 2020	255000	393,93
Листопад 2020	207500	408,52
Грудень 2020	229000	423,11
Січень 2021	223000	389,89

Джерело: побудовано автором за даними платформи Similarweb.com та UNWTO

На основі цих вихідних даних формування та реалізації туристичного попиту з моменту відновлення міжнародного авіасполучення (що можна вважати відновленням міжнародного туризму після світового локдауну) та до січня 2021 р. були побудовані моделі нелінійної регресії та обрані найбільш статистично адекватні для прогнозування – це степенева модель та модель на основі рівносторонньої гіперболи (табл.2).

Таблиця 2

Підсумкова таблиця параметрів моделей нелінійної регресії залежності між запитами споживачів та реалізованим туристичним попитом

Назва параметру	Параметр (умовне позначення)	Степенева модель $Y=124782x^{-0,466}$	Модель рівносторонньої гіперболи $Y=49779x+182,34$
Коефіцієнт незалежної змінної	$\alpha_0 =$	124782	49779
Вільний коефіцієнт моделі	$\alpha_1 =$	-0,4660	182,34
Коефіцієнт детермінації	$R^2 =$	0,6856	0,7353
Середня помилка апроксимації	$MAPE =$	7,1220	7,1992
Критерій Фішера, розрахунковий	F_{comp}	8,723	11,111
Критичне значення критерію Фішера	$F_{крит.}$	7,71	7,71

Джерело: розроблено автором

Для кожної моделі були розраховані показники: критерій Фішера для характеристики тісноти зв'язку і середня помилка апроксимації коефіцієнт MAPE.

Результат моделювання за моделями нелінійної регресії задовільний, тому що відповідно до критерію Фішера можна відкинути нульову гіпотезу ($F_{\text{сomp}} > F_{\text{крит}}$), а відповідно до значення коефіцієнту MAPE, яке менше 10%, за даною моделлю маємо можливість отримати високу точність прогнозу реалізації попиту на послуги гостинності. В даному випадку параметри свідчать, що обидві моделі статистично адекватні (оскільки виконуються всі припущення про статистичні властивості помилок), відповідно отримані регресії можуть бути використані для прогнозу реалізації попиту в секторі гостинності. Побудовані моделі характеризують тенденції реалізації відкладеного попиту на послуги сектору гостинності, який може бути спрогнозований, виходячи із даних про вхідний трафік платформ онлайн-бронювання, який, в свою чергу, характеризує потенційний попит на послуги гостинності. Для апробації побудованих моделей нелінійної регресії здійснено прогноз реалізації попиту за обома моделями за однакового значення змінної X (вхідного трафіку на платформу онлайн-бронювання Booking.com) (табл. 3).

Таблиця 3

Прогноз сукупного туристичного попиту на основі запитів на платформі
Booking.com

Параметр	Степенева модель $Y=124782x^{-0,466}$	Модель рівносторонньої гіперболи $Y=49779x+182,34$
Сценарій А (збільшення вхідного трафіку на 20% порівняно з груднем 2020 року)		
Вхідний трафік на платформу Booking.com, тисяч запитів (X_1) =	274800	274800
Обсяг туристичного потоку, млн.осіб (Y_1) =	364,39	363,49
Сценарій В (збільшення вхідного трафіку на 50% порівняно з груднем 2020 року)		
Вхідний трафік на платформу Booking.com, тисяч запитів (X_1) =	343500	343500
Обсяг туристичного потоку, млн.осіб (Y_1) =	328,41	327,26

Джерело: розроблено автором

Прогнозування за обома моделями надає приблизно однаковий результат значення реалізованого попиту. Похибка прогнозування за сценарієм А (збільшення відвідування Booking.com користувачами на 20%) становить 0,9 млн. осіб., а похибка прогнозування за сценарієм В складає 1,15 млн. осіб. Дана апробація свідчить, що у розроблені нелінійні математичні моделі має бути додане значення похибки ε , а також, що збільшення вхідного трафіку на сайт (тобто потенційного попиту) не завжди призводить до зростання обсягів реалізованого попиту. Даний потенційний попит стає реалізованим тоді, коли здійснюється бронювання тимчасового розміщення. В умовах діджиталізації економіки та суспільних відносин дані про використання цифрових ресурсів є джерелом інформації про соціально-економічні процеси та можуть стати основою для прогнозування ринкових або галузевих чи секторальних трендів.

Спостереження за реалізацією відкладеного попиту в сфері туризму та гостинності свідчать про досить оптимістичний сценарій відновлення туризму в найближчі роки.

Визначено основні тенденції сфери туризму та гостинності, які будуть характерними на туристичній арені у стратегічній перспективі.

По-перше, популярності набуватиме тенденція тривалого відпочинку або, так звана, *staycation* (тривале перебування), що пов'язане із перебуванням туристів за межами свого постійного місця проживання протягом 14 і більше днів або здійснення декількох подорожей за рік.

По-друге, дистанційна робота з будь-якої точки світу або *workation*. Фактично нас очікує епоха «*digital nomad*» («цифровий кочівник»), яка передбачає можливість працювати звідусіль, де є *wi-fi* та надаються знижки від готелів на довгострокове перебування (на сьогодні лідерами *workation* (робота у відпустці) є о. Балі, Бермудські острови, Барбадос, Аруба та Хорватія).

По-третє, безконтактні технології та найкращий сервіс із турботою про здоров'я. В процесі відновлення туристичних подорожей туристи віддають перевагу авіакомпаніям, аеропортам та готелям з більш високими стандартами забезпечення безпеки здоров'я. Багато компаній швидко адаптувалися до цих особливостей попиту: *Hilton Hotels* тепер пропонує безконтактну реєстрацію в готелях; персонал *Marriott* проводить прибирання за допомогою електростатичних розпилювачів; *IHG* створили спеціальну Раду по чистоті під назвою «Прихильність чистоті».

По-четверте, турагенти та інші консультанти з подорожей – помічники в організації подорожей. Пандемія лише підкреслила найважливішу роль туристичних агентів та інших консультантів з подорожей. Занадто швидкозмінні умови в'їзду до тих чи інших країн, нюанси страхування і ПЛР-тестувань, нові умови перебування за всіма світовими напрямками - все це складно засвоїти людині, що далека від туризму і в буквальному сенсі не живе в цьому. Тому в найближчі роки туристичні агентства стануть найважливішим джерелом знань.

По-п'яте, збережеться тенденція бронювань «в останню хвилину», а «раннє бронювання» вимушено перебуватиме на паузі, що пов'язане з побоюваннями туристів заздальгідь бронювати авіаквитки та номери в готелях у зв'язку з мінливістю умов в'їзду та відкритості країн призначення.

По-шосте, зростання популярності автомобільних подорожей, досить часто – всередині країни.

По-сьоме, відродження ділового туризму, пов'язане із відновленням різних галузей економіки та бізнес-середовища.

По-восьме, відкритим залишається питання вакцинації та введення єдиної форми «паспортів здоров'я», адже наразі думки стосовно необхідності впровадження даного інструменту розділилися як серед фахівців індустрії гостинності та в цілому ринку туристичних послуг, так і серед представників світових політичних структур.

Доведено, що 2021-2022 рр. мають всі перспективи та можливості стати рекордними для туристичної галузі з огляду на рівень бронювань, відновлення міжнародних прибуттів та бажання туристів з усього світу подорожувати, що

свідчить про безумовну реалізацію відкладеного попиту на подорожі серед споживачів.

У п'ятому розділі дослідження **«Розробка засад державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні»** розроблено Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, складено Стратегію регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, запропоновано авторське бачення «дорожньої карти» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні.

Розроблено Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, яка має змістовну відмінність від існуючих документів, покликаних регулювати розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, оскільки спрямована на державне регулювання процесом розвитку сфери туризму та гостинності в Україні відповідно до міжнародних норм і стандартів з метою задоволення потреб вітчизняних і іноземних туристів на засадах державно-приватного партнерства та з врахуванням подолання наслідків COVID-19. Це надає можливості для динамічного розвитку сфери туризму із залученням інвестицій та підтримкою підприємництва, укріплення позицій України на світовому ринку туристичних послуг. Концепція регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні покликана стати базою довгострокового розвитку цієї сфери як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання туристів.

Триєдина мета реалізації запропонованої Концепції полягає в: зростанні туристичних потоків, а, отже, наповненні місцевих і державного бюджетів; залученні інвестицій і вирішенні питань зменшення безробіття; узгодженні питань збереження і раціонального використання природно-ресурсного й історико-культурного потенціалу України. Досягнення даної мети можливе за рахунок застосування системного підходу до державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності (рис. 9).

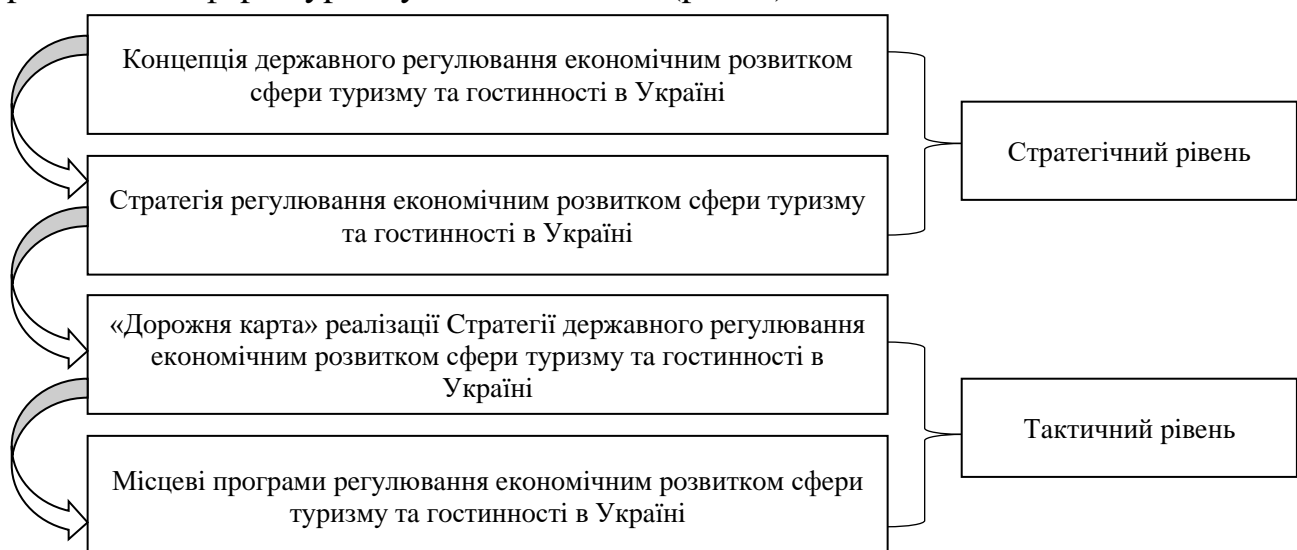


Рис. 9. Системний підхід до державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності

Джерело: розроблено автором

На основі розробленої Концепції державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні запропоновано Стратегію регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності (рис. 10). Запропонована Стратегія є центральною конкретною частиною розробленої Концепції.



Рис.10. Модель розробки і реалізації Стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності

Джерело: розроблено автором

В Стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні висловлюється довгострокове бачення, керівні принципи, стратегічні елементи і цілі для просування сталого розвитку, безпечного та інклюзивного розвитку туризму в Україні і підвищення його привабливості як конкурентоспроможного туристичного напрямку світового рівня, що має на меті досягнення соціального та економічного ефекту для національної економіки.

В основу розробки Стратегії регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні покладено п'ять керівних принципів, а саме:

1) пріоритет якості над кількістю для забезпечення екологічної, соціальної та культурної стійкості;

2) адаптація до глобальних тенденцій сфери туризму та гостинності в умовах COVID-19 і підвищення стійкості шляхом просування унікальності туристичних продуктів України за одночасного створення регіонального синергізму для ефективного реагування на нові глобальні і національні події;

3) скорочення регіональних дисбалансів і розширення прав і можливостей на місцях;

4) просування багатосезонного туризму через диверсифікацію послуг гостинності і просування туристичних продуктів за різними напрямками, щоб допомогти вирішити проблему сезонності і надати цілорічні можливості для туристичного бізнесу в Україні;

5) прийняття цілісного і поетапного підходу до економічного розвитку сфери туризму та гостинності України з урахуванням подолання наслідків COVID-19.

Запропонована Стратегія охоплює період до 2030 р. та визначає ключові стратегічні елементи загальнодержавного охоплення, в яких реалізація регіональних ініціатив та проєктів може допомогти країні отримати соціально-економічні вигоди від сталого розвитку сфери туризму та гостинності. До них відносяться: зв'язок і інфраструктура, якість і стандарти, навчання персоналу та розвиток інтегрованих навичок фахівців сфери туризму та гостинності, діджитал-маркетинг і брендинг, ринкова аналітика. В ході реалізації Стратегії передбачено врахування п'яти стратегічних елементів, включаючи забезпечення безпеки, цифрові технології, гендерну політику, екологічну стійкість, участь приватного сектора та інклюзивність. Крім того, в Стратегії враховано відповідні інституціональні і управлінські механізми для забезпечення ефективної реалізації, моніторингу та оцінювання.

Державне агентство розвитку туризму України як центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України, нестиме відповідальність за моніторинг реалізації Стратегії на щорічній основі і внесення необхідних коригувань з урахуванням виникаючих потреб і пріоритетів. Запропоновано поетапний підхід до реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні:

I етап (2021-2023 рр.) – посилення готовності до економічного розвитку сфери туризму та гостинності. Зосередження уваги на розвитку в'їзного туризму визначено ключовим на цьому етапі з метою формування основи для регулярного залучення туристів з високими витратами з міжнародних ринків в середньостроковій і довгостроковій перспективі. Ініціативи на цьому етапі буде сконцентровано на навчанні персоналу та розвитку інтегрованих навичок фахівців сфери туризму та гостинності, в тому числі за рахунок використання технологій; прийняття і впровадження єдиних стандартів якості туристичних послуг, включаючи вимоги з охорони здоров'я та безпеки туристів, продиктованих COVID-19; поліпшення методології збору даних, статистики та аналізу ринку; розвиток загального бренду національного туристичного продукту.

II етап (2024-2028 рр.) – зростання частки українського ринку туристичних послуг на світовій арені. На цьому етапі основною метою буде популяризація внутрішнього туризму, а також збільшення частки прибуткових міжнародних ринків за рахунок поліпшення зв'язку, інфраструктури у пріоритетних туристичних кластерах. Ініціативи на цьому етапі включатимуть подальший розвиток сектору національних транспортних перевезень за прийнятними ринковими тарифами; розвиток логістичних хабів з функцією транзитних зупинок в пріоритетних кластерах; оцінювання доцільності та створення інвестиційного фонду сфери туризму та гостинності для підтримки приватного сектора, розвиток

державно-приватного партнерства, розробка та просування продуктів сфери туризму та гостинності з акцентом на цифровізацію.

III етап (з 2029 р.) – закріплення конкурентного позиціонування на світовому ринку та зростання бренд-активів національного продукту сфери туризму та гостинності. На цьому етапі основною метою має бути посилення розвитку етапів I і II в рамках пріоритетних груп туристичних кластерів і розгляд можливості розширення в бік розвитку вторинних дестинацій / кластерів (крім пріоритетних кластерів) за умови наявності необхідного попиту і зацікавленості з боку споживачів. Ініціативи на цьому етапі включатимуть просування продуктів сфери туризму та гостинності в рамках пріоритетних кластерів; подальше поліпшення інфраструктури та доступності; розробку нових продуктів сфери туризму та гостинності для подальшої диверсифікації пропозиції різних кластерів.



Рис.11. Структурно-процесний підхід до реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні

Джерело: розроблено автором

Окремо здійснено розробку «дорожньої карти» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні як тактичного плану дій (рис. 12). Запропонована «дорожня карта» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України надає можливість здійснювати поетапний цілеспрямований вплив на процеси економічного розвитку сфери туризму та гостинності з урахуванням подолання наслідків COVID-19.



Рис. 12. «Дорожня карта» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні

Джерело: розроблено автором

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі шляхом опрацювання різних літературних джерел і наукових підходів та проведення системного аналізу процесів державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності було отримано наступні наукові результати, які відповідають меті і поставленим завданням.

1. Досліджено історію та теорію розвитку туризму та гостинності у рамках ретроспективи, в ході чого наочно узагальнено загальний стан туризму і гостинності та охарактеризовано всі етапи формування даної сфери, починаючи з самого раннього періоду по теперішній час, на основі чого автором виділено окремий етап розвитку туризму в ХХІ ст. із поділом на такі періоди: 1 період : з початку ХХІ ст. до березня 2020 року; 2 період: час світового локдауну березень-червень 2020 року; 3 період: відновлення світового туризму після локдауну з червня 2020 року по теперішній час. Виокремлення даного етапу як окремого в розвитку туризму та сфери гостинності є суттєво відмінним від більшості існуючих поглядів на періодизацію розвитку туризму, які включають нинішній етап відродження туризму в загальний період Новітнього часу.

2. Визначено роль державного та приватного секторів у забезпеченні становлення інноваційного комплексу в сфері туризму та гостинності. Доведено, що найважливішою рисою сучасного етапу розвитку економіки є підвищення ролі інновацій як основи економічного зростання держав, а також прагнення розвинених країн конкурувати за рахунок високих технологій і нестандартних нематеріальних активів. Широке впровадження в господарський оборот інноваційних продуктів і технологій сьогодні є ключовим чинником економічного розвитку і поліпшення якості життя населення. Визначено, що інноваційний розвиток сфери туризму та гостинності є складним процесом, в якому задіяно споживачів послуг, державні органи управління, а також підприємства сфери туризму та гостинності, діяльність яких регламентується нормативно-правовими актами в області туристичної та інноваційної діяльності. Складено модель основ маркетингового стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємств сфери туризму та гостинності, основна відмінність якої від вже існуючих полягає в представленні системи управління інноваційними процесами як інтегрованого інструменту, спрямованого на реалізацію потенціалу й досягнення ефективності інновацій, що створюють високий ступінь їх доступності для споживачів ринку туристичних послуг.

3. Встановлено методологічні засади державного регулювання розвитком туризму та гостинності та визначено, що системний підхід до державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності передбачає розгляд системи державного регулювання як складної організованої системи, що складається із сукупності взаємообумовлених елементів, орієнтованих на досягнення певних цілей розвитку з урахуванням ендогенних і екзогенних чинників розвитку. В свою чергу, механізм державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності являє собою сукупність методів та інструментів впливу держави на політику суб'єктів господарювання сфери туризму та гостинності.

4. Проведено аналіз особливостей розвитку ринку туристичних та готельних послуг в Україні, в рамках чого автором визначено вплив чинників макросередовища на динаміку туристичних потоків України, які фактично відображають реалізований попит на послуги сфери туризму та гостинності та мають безпосередній та опосередкований вплив на формування ВВП, а також доведено, що макрочинники середовища суттєво впливають на туристичні потоки: глобальна фінансова криза 2008-2009 р. вплинула як на в'їзний, так і на виїзний та внутрішній туристичні потоки. Починаючи з 2017 р. спостерігається суттєвий зліт виїзного туризму внаслідок підписання Угоди з ЄС у частині надання безвізового режиму в'їзду до країн ЄС для громадян України. В свою чергу, було доведено, що сфера туризму та гостинності є найбільш постраждалою від пандемії COVID-19 у бізнесовому середовищі, зокрема, сукупний туристичний потік у 2020 р. зазнав суттєвого зменшення, особливо за рахунок зниження попиту на ринку виїзного та внутрішнього туризму. Особливістю сфери туризму та гостинності України стало те, що пандемія несуттєво вплинула на обсяги в'їзного туризму, оскільки в Україні він представлений видами туризму, нееластичними до змін макросередовища, зокрема, діловим та релігійним.

5. Визначено проблеми та можливості сфери туризму та гостинності в умовах виклику поширення COVID-19 в Україні та зарубіжних країнах та визначено ключові проблеми та відповідні можливості світової сфери туризму та гостинності в нових умовах господарювання: зміну вектору розвитку міжнародного туризму і готельного бізнесу в бік сталого розвитку; зміну купівельних очікувань і вимог та розвиток нових форматів готельного бізнесу; зміну функціональних характеристик продукту сфери туризму та гостинності і роботу з новими сегментами ринку, вихід на нові рівні конкурентної боротьби; зміну в маркетинговій політиці готельних груп, діджиталізацію маркетингових кампаній для отримання швидкого повернення інвестицій; тенденцію виходу готельних об'єктів з великих готельних мереж і приєднання їх до «м'яких» брендів або готельних альянсів, асоціацій, консорціумів; виявлення нових ризиків, що виникли при зростанні міжнародних поїздок в певні регіони і країни, що не були до 2020 р. пріоритетними напрямками для масового туризму та закриття або тимчасова консервація готелів в різних регіонах і містах, які найбільше постраждали під час пандемії.

6. Проведено аналіз процесу державного регулювання розвитком сфери туризму та гостинності на національному та світовому рівнях та доведено, що основою ефективної державної системи регулювання є органи виконавчої влади в сфері туризму та гостинності, які проводять державну політику за партнерської взаємодії з бізнесом, передачі частини функцій саморегульованим організаціям з метою підвищення відповідальності бізнесу перед споживачами і державою, за результативного використання можливостей інформаційних центрів, а також об'єднань щодо захисту прав туристів. Аналіз світового досвіду особливостей державного регулювання сферою туризму та гостинності підтвердив, що для економічного розвитку туризму та гостинності необхідною є наявність різних форм взаємодії бізнесу і держави.

7. Досліджено тенденції діджиталізації у сфері брендингу туристичних дестинацій та встановлено, що саме цифровий брендинг наразі набуває суттєвої ролі у формуванні рекламних процесів, рекламних кампаній і нарощуванні зв'язків зі споживачем, використовуючи для цього весь потенціал динамічної сфери ІТ-технологій. В ході аналізу основних тенденцій діджиталізації в питанні розвитку сфери туризму та гостинності, визначено, що одним з ключових інструментів просування туристичних дестинацій є соціальна мережа Instagram. Відповідно автором запропоновано та розроблено платформу просування бренд-контенту туристичних дестинацій в мережі Instagram, яка охоплює найбільш актуальний інструментарій мережі як засобу цифрового маркетингу.

8. Встановлено особливості використання інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності, наведено світовий досвід провідних готельних ланцюжків по всьому світу, а також визначено основні цифрові рішення в нових умовах функціонування ринку туристичних послуг та сфери гостинності. Автором визначено та надано власне бачення ключових трендів діджиталізації сфери гостинності, що включає в себе автоматизацію послуг за допомогою штучного інтелекту, безконтактне обслуговування та хмарні рішення. Також проаналізовано особливості найбільш ефективних цифрових маркетингових технологій в ресторанному бізнесі як елементі сфери гостинності.

9. Визначено специфіку використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації в сфері туризму та гостинності. Запропоновано авторський підхід бачення стеку технологій (набору інструментів) оптимального чат-боту сегменту NoReCa. В рамках використання цифрових інструментів з метою розвитку та регулювання на державному рівні сферою туризму та гостинності з урахуванням інтеграції з іншими цифровими державними сервісами та цифровими туристичними сервісами України та інших країн запропоновано модель інтеграції інструментів з метою державного регулювання сфери туризму та гостинності в цифровому середовищі, яка має включати маркетингові інструменти та платформи туристичної тематики як певного інструментарію державного впливу в даному середовищі.

10. Запропоновано модель розвитку внутрішнього ринку туризму та гостинності України на основі науково-практичного підходу до кластеризації, що надає можливість здійснення ефективної державної політики відносно розвитку окремих туристичних кластерів та внутрішнього ринку туристичних послуг в цілому.

11. Змодельовано ефект відкладеного попиту на ринку туристичних послуг та обґрунтовано, що проведений кореляційний аналіз та побудована кореляційна матриця засвідчили існування тісного зв'язку між показниками популярності пошукових запитів та показниками туристичних прибуттів, а побудований прогноз підтвердив гіпотезу, що відкладений попит акумулюється, і ринок туристичних послуг відчуває чимале пожвавлення з моменту відновлення міжнародного авіасполучення та пом'якшення світового карантину.

12. Розроблено модель реалізації ефекту відкладеного попиту у сфері гостинності в умовах кризи. Дана модель базується на існуванні нелінійної

залежності між потенційним та реалізованим попитом у сфері гостинності, яку можна виміряти кількісними показниками, що надає змогу спрогнозувати сценарії розвитку сфери туризму та гостинності, підвищити ефективність управлінських рішень на макрорівні та сформувані програми економічного розвитку сфери туризму та гостинності з метою збільшення її частки у ВВП України.

13. Запропоновано Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, суть якої полягає в комплексному системному підході та розглядає сферу туризму та гостинності в Україні як цілісний об'єкт регуляторного впливу, що сприятиме підвищенню ефективності розвитку даної економічної сфери на засадах оптимізації державного впливу.

14. Розроблено Стратегію регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, в якій висловлюється довгострокове бачення, керівні принципи, стратегічні елементи і цілі для просування сталого розвитку, безпечного та інклюзивного розвитку туризму в Україні і підвищення його привабливості як конкурентоспроможного туристичного напрямку світового рівня. Дана Стратегія охоплює період до 2030 р. та визначає ключові стратегічні елементи загальнодержавного значення, в яких реалізація регіональних ініціатив та проєктів може допомогти Україні отримати соціально-економічні вигоди від сталого розвитку туризму сфери туризму та гостинності.

15. Запропоновано «дорожню карту» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України, яка надає можливість здійснювати поетапний цілеспрямований вплив на процеси економічного розвитку сфери туризму та гостинності з урахуванням подолання наслідків COVID-19.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії:

1. Костинець В.В. Державний та приватний сектори в забезпеченні інноваційного розвитку комплексу туризму / В.В. Костинець // Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика : монографія / за ред. к.е.н., доцента Ілляшенко Н.С. – Суми : Триторія, 2018. – 484 с. *(підрозділ 3.1)*

2. Костинець В.В. Маркетингові аспекти просування напрямку промислового туризму в рамках інноваційного розвитку індустріального сектору / В.В. Костинець // Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств : монографія / за заг. ред. к. е. н., доц. Н. С. Ілляшенко. — Суми : Триторія, 2019. — С. 213-233. *(підрозділ 6.1)*

3. Костинець В.В. Державне регулювання та соціально відповідальне підприємництво у сфері посередницьких послуг в туризмі / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Монографія: Стан та тенденції розвитку сучасного підприємництва. – 2019. – ТОВ ДКС Центр. – С.291-298. *(Особистий внесок автора: дослідження державного регулювання в сфері туризму).*

4. Костинець В.В. Інноваційні аспекти стратегічного розвитку промислового туризму в Україні / В.В. Костинець // Управління стратегіями

випереджаючого інноваційного розвитку: монографія / за заг. ред. к. е. н., доц. Н. С. Ілляшенко. — Суми : Триторія, 2020. — С.427-437. (підрозділ 6.3)

5. Kostynets V. The Current State and Prospects for the Development of the Tourism Industry in Ukraine and Georgia: A Comparative Analysis // V. Kostynets, O. Prokopenko, O. Olshanska, A. Devadze // Management Tourism Culture. Studies and reflections on tourism management. - Edited by Łukasz Burkiewicz, Agnieszka Knap-Stefaniu. — Kraków, 2020. - P.113-130. (Особистий внесок автора: порівняльний аналіз розвитку сфери туризму в Україні та Грузії).

Статті у виданнях, індексованих міжнародними наукометричними базами Scopus, Web of Science:

6. Костинець В.В. Альтернативні стратегії SWOT як інструмент маркетингу територій / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. — 2016. — №12. — С.199-205. [міжнародні наукометричні бази: *Scopus*, *EBSCO host*; *EconLit*; *ABI/Inform (byProQuest)*, *ERIH PLUS*] (Особистий внесок автора: апробація моделі стратегічного аналізу на основі методології SWOT на прикладі туристичних дестинацій України та Польщі для цілей територіального маркетингу).

7. Kostynets V. Pent-up demand effect at the tourist market // V. Kostynets, Iu. Kostynets, V. Baranov // Journal of Scientific Papers Economics & Sociology (Scopus Q1, Web of Science). — Vol. 13. - N2. — 2020. — P. 274-283 [міжнародні наукометричні бази: *Scopus (Q1)*, *Web of Science*; *EBSCO host*; *EconLit*; *ProQuest*; *Cabell's Directory*; *Ulrich's Periodicals Directory*; *WorldCat*; *DOAJ*; *Emerging Sources Citation Index (ESCI)*; *ERIH PLUS*; *Academic Journal Guide, CABS, UK*] (Особистий внесок автора: дослідження ринку туристичних послуг та апробація моделі для оцінювання відкладеного попиту на ринку туристичних послуг).

8. Kostynets V. Pent-up demand's realization in the hospitality sector in the context of COVID-19 / V. Kostynets, Iu. Kostynets, O. Olshanska // Journal of International Studies. — Vol.14. - №1. — 2021. — P.89-102 [міжнародні наукометричні бази: *Scopus (Q2)*; *EBSCO host*; *EconLit*; *ProQuest*; *Cabell's Directory*; *Ulrich's Periodicals Directory*; *WorldCat*; *DOAJ*; *Emerging Sources Citation Index (ESCI)*; *ERIH PLUS*; *Academic Journal Guide, CABS, UK*] (Особистий внесок автора: дослідження сфери гостинності в період карантинних обмежень та апробація моделі реалізації відкладеного попиту в сфері гостинності)

Статті у наукових фахових виданнях України та виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз:

9. Костинець В.В. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг / В.В. Костинець // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. — 2017. — Вип. 3 (09). — С.66-70.

10. Костинець В.В. Поведінкові реакції споживачів туристичних послуг у період кризи / В.В. Костинець, М.П. Сагайдак // Стратегія економічного розвитку України. — 2017. — Вип.41. — С.99-112 [міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus International*; *UlrichsWeb GSD*; *Google Scholar*; *DRJI*; *SIS*; *Research Bib*]

(Особистий внесок автора: сформовано найважливіші фактори споживчої атрактивності й конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі в умовах кризи та запропоновано адаптаційні до кризи заходи щодо розвитку міцних довготривалих взаємовідносин зі споживачами туристичних послуг).

11. Костинець В.В. Особливості стратегії розвитку франчайзингової системи в туристичному бізнесі / В.В. Костинець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – Вип.22. – С.418-422.

12. Костинець В.В. Технологія blockchain в туризмі та інформаційні загрози її реалізації / В.В. Костинець // Бізнес-навігатор. – 2018. – Вип. 5 (48)– С.168-172 [*міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus; Google Scholar; Crossref*]

13. Костинець В.В. Впровадження дуальної системи навчання у ЗВО при підготовці майбутніх фахівців туристичного бізнесу / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Спецвипуск. – 2018. - С.270-280. *(Особистий внесок автора: рекомендації щодо впровадження дуальної системи навчання при підготовці фахівців сфери туризму та гостинності).*

14. Костинець В.В. Компетентнісно-орієнтований підхід у викладанні в реалізації принципу особистісно-орієнтованої підготовки фахівців туристичного бізнесу / В.В. Костинець, М.А. Ткаченко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Спецвипуск. – 2018. - С.355-362. *(Особистий внесок автора: запропоновано авторське бачення застосування особистісно-орієнтованих педагогічних технологій в освітньому процесі при підготовці фахівців туристичного бізнесу).*

15. Kostynets V. Current state and perspective for the development of industrial tourism in Ukraine / V. Kostynets // Бізнес-навігатор. Вип. 5 (54) – 2019. – С.50-54 [*міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus; Google Scholar; Crossref*]

16. Костинець В.В. Тенденції цифровізації у сфері брендингу туристичних дестинацій / В.В. Костинець // Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія Економіка та управління. Т.30 (69). - №6. – 2019. – С.26-30.

17. Костинець В.В. Віртуальні подорожі як інструмент просування Причорноморського регіону / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Причорноморські економічні студії. - Вип.52-1/2020. – 2020. – С.82-85 [*міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus; Google Scholar*]. *(Особистий внесок автора: рекомендації використання технологій віртуальної реальності при просуванні національного туристичного продукту).*

18. Костинець В.В. Специфіка застосування туристичного збору / В.В. Костинець // Підприємництво та інновації . – Вип.№12. – 2020. – С. 54-58.

19. Костинець В.В. Особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. - №2. – 2020. – С.14-20 [*міжнародні наукометричні бази: EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*] *(Особистий внесок автора: узагальнення та обґрунтування основних вимог сучасного споживача до сфери гостинності).*

20. Костинець В.В. Інструментарій цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування ресторанного бізнесу / В.В. Костинець // Інтернаука. Серія

«Економічні науки». - №10 (42). – 2020. – С.123-128 [міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus International; Google Scholar; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib ; Electronic Journals Library; Open J-Gate; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Ulrichsweb Global Serials Directory*]

21. Костинець В.В. Методичний підхід до оцінювання формування інноваційного простору регіонів / В.В. Костинець, О.В. Ольшанська, І.Б. Стенічева // Актуальні проблеми економіки. - №11 (232). – 2020. – С.6-17 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*] (Особистий внесок автора: узагальнення факторів формування інноваційного простору регіонів).

22. Костинець В.В. Використання чат-боту як елементу цифровізації в сегменті HoReCa / В.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. - №12. – 2020. – С.57-62 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*]

23. Костинець В.В. Проблеми та можливості індустрії гостинності в умовах виклику поширення COVID-19 / В.В. Костинець // Інтернаука. Серія «Економічні науки». - №1 (45). Том 1. – 2021. – С.9-13 [міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus International; Google Scholar; Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib ; Electronic Journals Library; Open J-Gate; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Ulrichsweb Global Serials Directory*]

24. Костинець В.В. Дизайн візуальної комунікації в готельно-ресторанному бізнесі / В.В. Костинець, А.І. Баландюк, Л.Л. Падій // Актуальні проблеми економіки. - №2. – 2021. – С.24-33 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*]. (Особистий внесок автора: надано рекомендації щодо комунікаційної політики суб'єктів в готельно-ресторанному бізнесі).

25. Костинець В.В. Стратегічне управління розвитком сфери туризму та гостинності / В.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. – №3. – 2021. – С. 4-13 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*]

26. Костинець В.В. Розвиток туристичного сектору регіонів України в сучасних умовах / В.В. Костинець, Ж.С. Коваленко, К.М. Овсяник // Актуальні проблеми економіки. - №4. – 2021. – С.26-35 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*] (Особистий внесок автора: узагальнення рекомендацій стосовно розвитку туристичного сектору України та розробка науково-методичного підходу до формування стратегії розвитку туристичного сектору регіонів України).

27. Костинець В.В. Концептуальні засади державного регулювання економічним розвитком сектору туристичних послуг в Україні / В.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. - №5. – 2021. – С.5-13 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*]

28. Костинець В.В. Концептуальні засади державного регулювання сферою туризму та гостинності України в умовах подолання COVID-19 / В.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. - №6. – 2021. – С.4-13 [міжнародні наукометричні бази: *EBSCO host; EconLit; ABI/Inform (byProQuest), ERIH PLUS*]

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

29. Kostynets V. Modeling of development of the internal market of tourist services in Ukraine, based on the principles of cluster management / V. Kostynets, M. Sahaidak, Iu. Kostynets // SHS Web of Conferences. – Vol. 65, 04010. – 2019. – С.1-7 <https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/06/contents/contents.html> (Особистий внесок автора: дослідження ринку внутрішнього туризму в Україні та побудова моделі кластеризації внутрішнього ринку туристичних послуг України).

30. Kostynets V. “Digital consumer’s” segment of tourist services / V. Kostynets, M. Sagaidak, Iu. Kostynets // Application of new technologies in management and economy: ANTiM 2020. – Special Volume. - Belgrade, Serbia, 2020. - P.651-660. (Особистий внесок автора: визначено поняття «цифровий споживач» та «цифровий брендинг»).

Публікації у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій та семінарів:

31. Костинець В.В. Маркетингові рішення розвитку територій в умовах політичних криз в інформаційному суспільстві: зарубіжний досвід / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Прага, 2016. – С.53-58. (Особистий внесок автора: пропозиції маркетингових рішень розвитку територій в умовах політичних криз).

32. Костинець В.В. Грецький досвід популяризації концепції альтернативного туризму на світовому ринку туристичних послуг / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Афіни, 2017. – С.9-14. (Особистий внесок автора: узагальнення грецького досвіду популяризації концепції альтернативного туризму).

33. Костинець В.В. Стратегія розвитку туристичного потенціалу Шацького району Волинської області / В.В. Костинець // Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи: матеріали XVI Міжнародного наукового семінару, Київ – оз. Світязь. – 2017. – С. 53-57

34. Костинець В.В. Емоційний маркетинг на ринку туристичних послуг / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Відень, 2018. – С.49-53. (Особистий внесок автора: узагальнення застосування емоційного маркетингу на ринку туристичних послуг).

35. Костинець В.В. Комплекс маркетинга підприємств гостиничного бізнесу / В.В. Костинець // III Міжнародна науково-практична конференція «Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії». – Київ, 2018. – С.45-48.

36. Костинець В.В. Інноваційні технології обслуговування на круїзних лайнерах / В.В. Костинець, О.Н. Дейнека // VI міжнародний науковий семінар «Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства». – Амстердам-Руан-Париж, 2018. – С. 93-97. (Особистий внесок автора: узагальнення інновацій обслуговування в сфері туризму та гостинності).

37. Костинець В.В. Проблеми інформаційної безпеки використання технології blockchain в туризмі / В.В. Костинець // Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи: матеріали XVII Міжнародного наукового семінару, Київ – оз. Світязь. – 2018. – С. 40-44

38. Костинець В.В. Технологія blockchain в туризмі / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Modeling perspective of socio-economic and cultural-humanitarian systems in terms of transformation the information society / II International Scientific Symposium – Афіни, 2018. – С. 9-12. *(Особистий внесок автора: адаптація технології блокчейн для сфери туризму)*

39. Костинець В.В. Маркетинговий інструментарій аудиторських перевірок туристичного бізнесу при використанні сучасних інформаційних технологій / В.В. Костинець // Електронний аудит: світові надбання та вітчизняні реалії: збірник матеріалів науково-практичного круглого столу, 26 жовтня 2018 р.. - Ірпінь: НДІ фіскальної політики, 2018.– С.24-26.

40. Костинець В.В. Стан розвитку європейського ринку туристичних послуг та low-cost авіаперевезень / В.В. Костинець, О.В. Ольшанська // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Венеція-Верона, 2018. – С.30-34. *(Особистий внесок автора: аналіз європейського ринку туристичних послуг та low-cost авіаперевезень).*

41. Костинець В.В. Використання маркетингових інноваційних технологій у туристичному бізнесі / В.В. Костинець, О.Н. Дейнека // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Венеція-Верона, 2018. – С.23-26. *(Особистий внесок автора: аналіз маркетингових інновацій).*

42. Костинець В.В. Ключові аспекти digital-трансформації в туризмі / В.В. Костинець // Актуальні питання туризмології та туристичної практики: Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України (м. Київ, 18 квітня 2019 р.) - Київ: АПСВТ, 2019. – С.29-30.

43. Костинець В.В. Особливості сучасних трендів на світовому ринку туристичних послуг / В.В. Костинець, О.Н. Дейнека // Актуальні питання туризмології та туристичної практики: Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України (м. Київ, 18 квітня 2019 р.) - Київ: АПСВТ, 2019. – С.87-88. *(Особистий внесок автора: аналіз світового ринку туристичних послуг).*

44. Костинець В.В. Міфологічні та художні твори як інноваційний інструмент маркетингу туристичних дестинацій / В.В. Костинець // Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні: матеріали виступів III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. (м. Київ, 11 квітня 2019 р.): КНУТД, 2019. – С.95-98.

45. Костинець В.В. Маркетингові аспекти соціально-відповідального туристичного бізнесу / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та подоланні наслідків Чорнобильської катастрофи: [матеріали XVIII міжнародного наукового семінару] / за наук. ред. д.е.н., проф. М. М. Єрмошенка. – К.: Національна академія управління, 2019. –

С.21-22. *(Особистий внесок автора: дослідження принципів ведення соціально відповідального бізнесу для туристичних підприємств).*

46. Костинець В.В. Состояние и перспективы развития туристских дестинаций Украины и Грузии / В.В. Костинець, О.В. Прокопенко, А.В. Ольшанская, А.Х. Девадзе // Диалог исследователей и экспертов – возможности интеграционного развития стран СНГ: Сб. тр. междунар. научно-практ. конф. (3-7 сентября 2019 г.) – Б.: Национальная академия наук Кыргызской Республики, ISBN 978-9967-12-833-0, 2019. – С. 101-106. *(Особистий внесок автора: компаративний аналіз розвитку туризму в Україні та Грузії).*

47. Костинець В.В. Характеристика когнітивного компоненту професійної діяльності викладачів спеціальності «Туризм» / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, 4 жовтня 2019 р. — Київ: КНУТД, 2019. – С.107-108.

48. Костинець В.В. Проблеми розвитку туристичної індустрії в Україні / В.В. Костинець, Ж.С. Коваленко // Формування економіки знань як базису інформаційного суспільства. – Відень-Зальцбург, 2020. – С.61-63. *(Особистий внесок автора: аналіз стану туристичної індустрії в Україні).*

49. Костинець В.В. Аспекти взаємодії зі споживачами туристичних послуг в умовах цифрової трансформації / В.В. Костинець // Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу - К.: КНУТД, 2020. – С.435-437.

50. Костинець В.В. Механізми антикризового менеджменту в туристичному бізнесі / В.В. Костинець // Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: Зб. Матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс]. – К.: КНЕУ, 2020. 357 с. – С.71-73.

51. Костинець В.В. Хедхантинг як технологія підбору суперкадрів в сфері туризму / В.В. Костинець // Матеріали конференції Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку (9 квітня 2020 року). – К.: КНУТД. – С.168-170.

52. Костинець В.В. Сегмент «цифрового потребителя» туристических услуг / В.В. Костинець, М.П. Сагайдак, Ю.В. Костинець // Application of new technologies in management and economy ANTiM 2020 / Book of Abstracts; 7th International Conference. - Belgrade, Serbia, 2020. - P.183-186. *(Особистий внесок автора: визначення дефініції «цифровий споживач»).*

53. Костинець В.В. Стратегічні орієнтири пост-кризового управління в сфері туристичного бізнесу / В.В. Костинець, М.П. Сагайдак, Ю.В. Костинець // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції присвяченої до 120-річчя Національного університету «Запорізька політехніка» (14-15 травня 2020 року). - Запоріжжя, 2020. – С.138-140. *(Особистий внесок автора: визначення засад пост-кризового управління в сфері туристичного бізнесу).*

54. Костинець В.В. «Коронавірусний» комунікаційний маркетинг туристичних підприємств / В.В. Костинець // Тези VII Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Актуальні проблеми

маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». – Луцьк: Луцький НТУ, 2020. – С. 117-118.

55. Костинець В.В. Ризикові аспекти організації пляжного туризму в Україні / В.В. Костинець // Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції молодих науковців, аспірантів і здобувачів вищої освіти, м. Рівне, 21-22 травня 2020 року : у 2 ч. Ч. 1. - Рівне: НУВГП, 2020. - С.337-339.

56. Костинець В.В. Аналіз стану світового ринку туристичних послуг / В.В. Костинець // Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток». – Харків, 2020. – С.377-378.

57. Kostynets V. Innovative concepts of hospitality services / V. Kostynets // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах інтеграції», 10 листопада 2020 р. – Київ: КНУТД, 2020. – С. 157-158.

58. Kostynets V. Digitalization trends in the hospitality industry / V. Kostynets // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення», 22 жовтня 2020 р. – Київ, 2020. – С.37-38.

59. Костинець В.В. Соціально відповідальний маркетинг у світовій туристичній індустрії / В.В. Костинець // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки», 18 лютого 2021 р. – Луцьк. – С.508-510.

60. Костинець В.В. Цифрова економіка в індустрії туризму та гостинності / В.В. Костинець // Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 24–25 березня, 2021 р. – Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021. – С.186-188.

61. Kostynets V. Instagram features as a digital marketing tool in tourism / V. Kostynets // Proceedings of the International Scientific and Practical Internet Conference «Business Intelligence: Models, Methods And Techniques». March 3-5, 2021. - К.: NAU, 2021. – P.142-145.

62. Костинець В.В. Цифрові рішення в індустрії туризму в умовах COVID-19 / В.В. Костинець // Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. - Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. - С.496-498.

63. Костинець В.В. Безпекові аспекти індустрії гостинності та туризму / В.В. Костинець // Менеджмент і безпека: теоретичні та прикладні аспекти: матеріали науково-практичної інтернет-конференції (з міжнародною участю) приуроченої 15-річчю до дня створення кафедри менеджменту (м. Львів, 12 травня 2021 р.) / упоряд. Г. З. Леськів. - Львів: ЛьвДУВС, 2021. – С. 80-83.

АНОТАЦІЯ

Костинець В.В. Державне регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – ВНЗ «Національна академія управління», м. Київ, 2021.

У дисертаційній роботі висвітлено теоретико-методологічні засади економічного розвитку сфери туризму та гостинності, в ході чого досліджено історію та теорію розвитку туризму та гостинності, визначено роль державного та приватного секторів в забезпеченні інноваційного комплексу в сфері туризму та гостинності, встановлено методологічні засади державного регулювання розвитком туризму та гостинності.

Проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку сфери туризму та гостинності, для чого здійснено аналіз особливостей розвитку ринку туристичних та готельних послуг в Україні, визначено проблеми та можливості сфери туризму та гостинності в умовах виклику поширення COVID-19 у зарубіжних країнах, проаналізовано процес державного регулювання розвитку сфери туризму та гостинності на світовому та національному рівнях.

Досліджено процес розвитку сфери туризму та гостинності України в умовах діджиталізації національної економіки, в ході чого досліджено тенденції діджиталізації у сфері брендингу туристичних дестинацій, встановлено особливості використання інструментарію цифрового маркетингу в сучасних умовах функціонування сфери гостинності, визначено специфіку використання штучного інтелекту як елементу діджиталізації в сфері туризму та гостинності.

Здійснено моделювання процесів розвитку сфери туризму та гостинності, в результаті чого запропоновано модель розвитку внутрішнього ринку туризму та гостинності України на основі науково-практичного підходу до кластеризації, здійснено моделювання ефекту відкладеного попиту на ринку туристичних послуг, розроблено модель реалізації ефекту відкладеного попиту у сфері гостинності в умовах кризи.

Розроблено засади державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, в рамках чого запропоновано Концепцію державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, розроблено Стратегію регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності в Україні, в якій висловлюється довгострокове бачення, керівні принципи, стратегічні елементи і цілі для просування сталого розвитку, безпечного та інклюзивного розвитку туризму в Україні і підвищення його привабливості як конкурентоспроможного туристичного напрямку світового рівня, запропоновано «дорожню карту» реалізації Стратегії державного регулювання економічним розвитком сфери туризму та гостинності України.

Ключові слова: державне регулювання, концепція, стратегія, сфера туризму та гостинності, діджиталізація, цифрові рішення, моделювання ефекту відкладеного попиту.

ABSTRACT**Kostynets V.V. State regulation of economic development of the tourism and hospitality. - Manuscript.**

Thesis for the scientific degree of the doctor of economic sciences on a specialty 08.00.03 - economy and management of a national economy. - National Academy of Management, Kyiv, 2021.

Thesis highlights the theoretical and methodological principles of economic development of tourism and hospitality, during which the history and theory of tourism and hospitality are studied, the role of public and private sectors in providing an innovative complex in tourism and hospitality, methodological principles of state regulation of tourism and hospitality.

The author's analysis of modern tendencies of development of sphere of tourism and hospitality for what the analysis of features of development of the market of tourist and hotel services in Ukraine is carried out, the problems and possibilities of sphere of tourism and hospitality in the conditions of a call of distribution of COVID-19 in foreign countries and hospitality at the global and national levels.

The author studied the process of development of tourism and hospitality in Ukraine in terms of digitalization of the national economy, during which the trends of digitalization in the field of branding of tourist destinations are studied, the peculiarities of using digital marketing tools in modern hospitality and hospitality.

Modeling of tourism and hospitality development processes is carried out, as a result of which the model of development of the domestic tourism and hospitality market of Ukraine on the basis of scientific and practical approach to clustering is offered, modeling of the effect of deferred demand in the market of tourist services in a crisis.

The principles of state regulation of economic development of tourism and hospitality in Ukraine have been developed, within which the Concept of state regulation of economic development of tourism and hospitality in Ukraine has been proposed, the Strategy of regulation of economic development of tourism and hospitality in Ukraine has been developed. strategic elements and goals for the promotion of sustainable development, safe and inclusive development of tourism in Ukraine and increase its attractiveness as a competitive tourist destination world-class, proposed a "road map" for the implementation of the Strategy of state regulation of economic development of tourism and hospitality in Ukraine.

Keywords: state regulation, concept, strategy, sphere of tourism and hospitality, digitalization, digital solutions, modeling of the pent-up demand's effect.

Відповідальний за випуск:
доктор економічних наук, професор
Заслужений діяч науки і техніки України
Єрмошенко Микола Миколайович