

УДК 338.48:005.934

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.37>**Нікітенко К.С.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
в.о. завідувача кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон / м. Кропивницький)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8423-5605>

Nikitenko Katerina

Kherson State Agrarian and Economic University
(Kherson / Kropyvnytskyi)

ДОСЛІДЖЕННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ ТУРИЗМУ»

RESEARCH ON SCIENTIFIC APPROACHES TO FORMING THE DEFINITION OF "TOURISM SECURITY MANAGEMENT"

Стаття присвячена дослідженню наукових підходів до формування дефініції «менеджмент безпеки туризму», що є актуальним завданням у контексті забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі та підвищення рівня довіри клієнтів. У статті проаналізовано ключові аспекти менеджменту безпеки, що охоплюють фізичну, економічну, соціальну та інформаційну безпеку туристів. Особливу увагу приділено превентивним заходам, включаючи управління ризиками, моніторинг загроз та кризове управління, які відіграють важливу роль у формуванні комплексної системи безпеки туристичної діяльності. У дослідженні акцентовано на значущості сучасних технологій, таких як цифрові платформи, штучний інтелект, системи відстеження та прогнозування, які дозволяють оперативно реагувати на потенційні загрози та забезпечувати захист туристів у різних умовах. Запропоновано уніфікований підхід до менеджменту безпеки туризму, який включає планування, організацію та контроль заходів безпеки, що сприяють зменшенню ризиків під час подорожей і підтримують стабільне функціонування туристичних підприємств. Наукова новизна статті полягає в інтеграції різних аспектів безпеки у єдину концепцію менеджменту, орієнтовану на комплексне забезпечення захисту туристів на всіх етапах взаємодії з туристичним продуктом – від планування та розробки до безпосередньої реалізації. Розробка цього підходу дозволяє підвищити ефективність роботи туристичних підприємств, збільшити їх конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринках, а також забезпечити стійкий розвиток галузі в умовах зростаючих глобальних викликів.

Ключові слова: менеджмент безпеки туризму, туристична безпека, кризове управління, туристичний продукт, сучасні технології, управління ризиками, превентивні заходи.

The article focuses on the study of scientific approaches to forming a comprehensive concept of "tourism security management", which has become particularly relevant in the context of globalization, growing tourist flows, and increasing national and international threats. Implementing tourism security management is a critical aspect that not only enhances the quality of tourism services but also ensures sustainable development of the tourism sector, one of the significant areas of the economy. This paper highlights current theoretical approaches that form the foundation for establishing an integrated security system in tourism, combining various aspects—physical, economic, social, and informational security. The study emphasizes the importance of preventive measures, such as threat monitoring, risk management, crisis management, and the planning and implementation of security activities, which are essential components of modern tourism management. Special attention is given to the use of advanced technologies—digital platforms, artificial intelligence, monitoring, and forecasting systems—that ensure a prompt response to potential threats, rapid adaptation to changing conditions, and an increased level of customer trust. These

technologies are key tools for maintaining high security standards in travel, while simultaneously enhancing the competitiveness of tourism enterprises. The paper proposes a unified approach to tourism security management, encompassing a comprehensive set of measures aimed at planning, organizing, coordinating, and controlling actions to ensure safety at all stages of interaction with the tourism product—from its development and market promotion to delivery and post-sale support. The scientific novelty of the article lies in integrating various aspects of security into a single concept that provides comprehensive protection for tourists and facilitates the adaptation of enterprises to uncertainty, enhancing operational efficiency. The research demonstrates that developing and implementing such an approach promotes the sustainable development of Ukraine's tourism industry, strengthens its competitiveness in domestic and international markets, enhances the country's national image, and supports economic growth. In the context of modern global challenges, tourism security management is not only a timely requirement but also one of the key tools for preserving the sector's resilience and ensuring its further growth.

Keywords: *tourism security management, tourism safety, crisis management, tourism product, modern technologies, risk management, preventive measures.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток туристичної індустрії супроводжується зростанням її значення як економічного та соціального явища, що впливає на різні сфери життя суспільства. Однак, швидкі темпи зростання цієї галузі обумовлюють необхідність формування надійної системи безпеки для збереження довіри туристів та забезпечення стійкого розвитку галузі. Безпека в туризмі стає пріоритетним напрямом, який вимагає ефективного менеджменту, здатного забезпечити захист туристів та підтримку стійкості туристичних підприємств у непередбачуваних умовах.

Актуальність питання менеджменту безпеки туризму також підсилюється впливом глобальних викликів, таких як природні катастрофи, техногенні інциденти, терористичні загрози, економічні кризи та соціальні конфлікти. Подібні ризики мають значний вплив на туристичну діяльність, змінюючи географію туристичних потоків і знижуючи рівень довіри клієнтів до безпеки подорожей. У такому контексті ефективне управління безпекою є не лише умовою збереження репутації туристичних підприємств, але й важливою складовою національної економіки та іміджу держави на міжнародній арені.

На сьогодні «менеджмент безпеки туризму» є відносно новою науковою категорією, що потребує систематизації та чіткого визначення. Незважаючи на численні дослідження у сфері туризму, поняття «менеджмент безпеки туризму» все ще не має усталеного трактування, що ускладнює розробку ефективних методик і стратегій для управління безпекою. Формування єдиної дефініції та науково обґрунтованих підходів до менеджменту безпеки у туризмі є важливим завданням, яке здатне сприяти підвищенню конкурентоспроможності галузі та забезпеченню стабільного розвитку.

Відтак, дослідження наукових підходів до визначення «менеджменту безпеки туризму» охоплює кілька ключових аспектів. Перш за все, це аналіз функціональних компонентів безпеки, зокрема фізичної, інформаційної, економічної та соціальної безпеки туристів. Також важливо розглянути організаційно-правові засади управління безпекою, що включають нормативно-правове забезпечення, стандарти безпеки, роль і обов'язки державних органів та приватних підприємств у забезпеченні захисту туристів.

Крім того, значення менеджменту безпеки туризму не обмежується захистом туристів у кризових ситуаціях. До цього поняття належать також превентивні заходи, такі як ризик-менеджмент, страхування, інформаційне забезпечення та моніторинг загроз. У процесі формування безпечного туристичного середовища важливу роль відіграють сучасні технології, зокрема цифрові платформи, системи відстеження, штучний інтелект та інструменти прогнозування ризиків, які дозволяють швидко реагувати на нові виклики.

Аналіз поточних досліджень та публікацій. Суттєвий внесок у розвиток теорії туристичного менеджменту зробили такі дослідники, як О. Бабчинська, А. Балдинюк [1; 2], Л. Дяченко [6], В. Кіпченко [9], О. Король, М. Крачило [10], В. Пекар [13], М. Рега [19], І. Смачило [20], Г. Ткачук [21] та інші. У своїх роботах вони дослідили природу

і специфіку діяльності туристичних підприємств, визначили підходи до управління персоналом у цій галузі, а також обґрунтували напрямки підвищення ефективності туристичного менеджменту.

У науковій літературі найчастіше використовується термін «туристичний менеджмент», який трактується як:

- особлива управлінська діяльність, спрямована на координацію операцій туристичних підприємств, з метою досягнення поставлених цілей і отримання прибутку в умовах ринку (О. Король, М. Крачило [10, с. 9]);
- здатність досягати запланованих цілей шляхом ефективного використання праці, знань, характеру та мотивів співробітників туристичного підприємства (О. Король, М. Крачило [10, с. 17]);
- управління, орієнтоване на оптимальне використання доступних ресурсів для досягнення цілей (В. Кіптенко [9]).

Особливості менеджменту туристичних підприємств визначаються різноманітністю туристичної діяльності, невизначеністю кінцевого результату, значною залежністю від партнерів (перевізників, представників готельно-ресторанного бізнесу) та необхідністю підтримки зв'язку з клієнтами не лише під час продажу послуг, але й у процесі їх надання.

Система туристичного менеджменту включає структурні підрозділи, які забезпечують розподіл обов'язків і координацію виконання завдань для досягнення мети підприємства. Основні функціональні елементи цієї системи включають стратегічне планування, організацію діяльності, координацію роботи всіх підрозділів, управління персоналом, розробку нових туристичних продуктів, а також збір та використання інформації для прийняття управлінських рішень [9; 10].

Зміст туристичного менеджменту уточнюється його особливостями, зокрема орієнтованістю на задоволення специфічних потреб кожного клієнта, створенням умов для виробництва туристичних продуктів, необхідністю гармонізації інтересів усіх сторін, залучених до надання послуг, та важливою роллю менеджерів у виявленні реальних потреб клієнтів і визначенні тенденцій попиту, а також здатності туристичних компаній задовольняти ці потреби.

Формулювання цілей статті. Мета статті дослідити наукові підходи до формування дефініції «менеджмент безпеки туризму», визначити її основні компоненти, структуру та функції, а також обґрунтувати необхідність інтеграції заходів безпеки в діяльність туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Однією з основних умов переходу України до нової моделі економічного розвитку є всебічне підвищення рівня життя громадян. Тому у процесі проведення реформ в нашій країні головним завданням керівників усіх рівнів є створення сприятливих умов для підтримки та відновлення працездатності, зміцнення здоров'я населення, а також стимулювання ведення здорового способу життя. На наш погляд, вагому роль у досягненні цих цілей відіграє всебічний розвиток туризму, особливо соціального, з акцентом на його рекреаційний компонент.

Крім реалізації рекреаційної функції, туризм також відіграє важливу роль у розв'язанні соціальних питань, оскільки туристична галузь сприяє створенню додаткових робочих місць і забезпечує зайнятість для значної частини працездатного населення країни. Ретельно спланована державна політика у цьому напрямку дозволить підвищити добробут нації як безпосередньо, так і опосередковано. У розвиток туризму залучено значну кількість людей та сотні тисяч підприємств і організацій, що працюють у цій сфері. Мільйони громадян України, залучених у туристичну діяльність, не лише сприяють зростанню економічного потенціалу країни, але й підвищують власний добробут завдяки доходам, отриманим від туризму.

Створення умов, що забезпечують підтримку та відновлення працездатності, зміцнення здоров'я громадян, значною мірою залежить не лише від розвитку інфраструк-

тури для відпочинку та туризму в Україні, але й від комплексного забезпечення безпеки туристів під час подорожей.

На сьогодні туристична галузь є одним із ключових напрямів економічного поживлення країни, надаючи імпульс розвитку інших секторів економічної діяльності. У національній економіці туристична індустрія виконує низку важливих функцій:

- слугує значним джерелом фінансових надходжень, у тому числі валютних, та сприяє зайнятості населення;
- підтримує вдосконалення структури та діяльності галузей, що обслуговують туризм, сприяючи диверсифікації економіки;
- сприяє зростанню доходів і добробуту громадян;
- формує передумови для популяризації здорового способу життя.

У ході реформ сприяється розвитку підприємств, що пропонують туристичні послуги, такі як розміщення, транспорт, зв'язок, торгівля, громадське харчування, екскурсійні програми. Активізація туристичної діяльності позитивно впливає на розвиток сільського господарства, будівництва та інших економічних секторів. Туризм виступає ефективним катализатором соціально-економічного розвитку як країни загалом, так і окремих її регіонів.

Сьогодні туристичну галузь можна уявити як систему, що надає людям можливість пізнати історію, культуру, традиції, духовні та релігійні цінності регіону, куди вони подорожують, зміцнювати духовні та фізичні сили і підтримувати здоровий спосіб життя. Водночас, туризм приносить значні доходи до державного та регіонального бюджетів, підвищуючи міжнародний престиж країни, зокрема серед звичайних громадян різних держав, включаючи Україну. Проте, для досягнення позитивних результатів у туристичній діяльності необхідний особливий підхід, передусім у організації діяльності туроператорів, зосереджуючи увагу на підвищенні безпеки подорожей.

На думку багатьох аналітиків та практиків, на розвиток туризму та його безпеку значно впливають такі основні фактори:

- політична стабільність у країні чи регіоні;
- рівень розвитку культури та освіти;
- економічне зростання та соціальний прогрес;
- стан та доступність транспортної інфраструктури;
- матеріальний добробут та культурний рівень населення;
- посилення міждержавних та міжрегіональних зв'язків, які сприяють розвитку міжособистісних відносин між громадянами різних країн та регіонів;
- технологічні інновації у сфері телекомунікацій;
- спрощення або скасування візових формальностей між державами.

Забезпечення безпеки туризму сприяє більш повній реалізації його основних функцій, таких як відтворювальна, рекреаційна та інтелектуально-змістова. При організації заходів з безпеки важливо враховувати, що вони мають відповідати основним напрямкам впливу туризму на суспільство: економічному, соціальному та гуманітарному.

Управління туристичною сферою (менеджмент туризму) умовно можна поділити на різні види. Новим елементом у традиційному розумінні менеджменту туризму, на думку авторів, має стати менеджмент безпеки туризму. Під менеджментом безпеки туризму розуміється система заходів, спрямованих на прогнозування та розв'язання проблем, що виникають, для створення оптимальних умов безпеки туристів під час подорожей.

Поняття «менеджмент безпеки туризму» охоплює три ключові аспекти, які слід враховувати під час організації заходів для забезпечення безпеки туристичних подорожей:

- наукові та практичні підходи до управління туристичною діяльністю;
- організація управління підприємствами, що входять до складу туристичної індустрії, з метою створення та споживання безпечного туристичного продукту;
- процес прийняття управлінських рішень щодо забезпечення безпеки подорожей (табл. 1).

Таблиця 1

Типи менеджменту туризму та їх характеристики

Тип менеджменту туризму	Характеристика
Функціональний менеджмент	Управлінські процеси, які забезпечують функціонування підприємств туристичної індустрії: створення організаційної структури, розподіл обов'язків працівників, контроль та оцінка рішень, управління організаційними змінами.
Типологічний менеджмент	Управління процесами в різних напрямках: туроператорська діяльність, гостинність, організація харчування, екскурсійна діяльність, постачання послуг у туристичному продукті, державне та громадське управління туризмом, безпека туризму.
Управління персоналом	Діяльність, орієнтована на керівництво працівниками для досягнення цілей підприємства, враховуючи їхній досвід, талант і задоволеність роботою.
Менеджмент якості обслуговування	Комплекс заходів для вирішення проблем, пов'язаних із розробкою та реалізацією туристичного продукту, забезпечуючи його відповідність встановленим вимогам та стандартам.
Фінансовий менеджмент	Система принципів і методів для розробки й реалізації рішень, що стосуються формування, розподілу та використання фінансових ресурсів підприємства та обігу його коштів.

Джерело: складено за [4–7]

Результати досліджень, проведених у рамках реалізації гранту Президента України на тему «Формування моделі здорового способу життя серед молоді та студентів засобами туризму», показують, що однією з основних складових системи безпеки туризму є діяльність туроператорів. У зв'язку з цим в роботі особливий акцент зроблено на діяльність туроператорів (туроперейтинг). При розгляді питань безпеки доцільно аналізувати діяльність туроператора на етапах розробки та формування туристичного продукту, його просування на ринок і безпосереднього надання послуг.

Управління діяльністю туроператорів та інших туристичних організацій полягає у:

- спрямуванні діяльності на повне задоволення рекреаційних потреб туристів та забезпечення їхньої безпеки під час подорожей;
- прагненні до підвищення ефективності економічної діяльності туристичних підприємств;
- ретельному врахуванні стану та тенденцій розвитку туристичного ринку.

Структура управління туроператорською діяльністю повинна містити такі основні елементи:

- дослідження туристичного ринку;
- розробка, проектування, просування і реалізація безпечного та привабливого туристичного продукту;
- контроль якості обслуговування туристів.

Отже, можна зробити висновок, що менеджмент туроператорської діяльності – це управління процесом діяльності туроператорів, їхніми взаємовідносинами з постачальниками туристичних послуг, посередниками (турагентами) та споживачами (туристами) туристичного продукту.

Подібно до менеджменту туроператорської діяльності, основними функціями менеджменту безпеки туризму є:

- планування та організація діяльності туристичного підприємства щодо забезпечення безпеки туризму;
- мотивація працівників туристичного підприємства до розробки безпечного туристичного продукту та мотивація туристів до його споживання;

- контроль якості окремих послуг і туристичного продукту в цілому як на етапі розробки, так і під час його споживання туристами;
 - надання підтримки туристам при підготовці до подорожі та під час подорожі.
- Структура менеджменту безпеки туризму може включати:
- маркетингові дослідження туристичного ринку з акцентом на питання забезпечення безпеки туристичних подорожей;
 - створення умов, що забезпечують безпеку туристів у рамках запропонованого туроператором туристичного продукту;
 - виробництво, просування та реалізація туристичного продукту з урахуванням аспектів безпеки;
 - контроль рівня безпеки туристів протягом подорожі.

З огляду на це, можна дійти висновку, що основою забезпечення безпеки в туризмі є менеджмент туроператорської діяльності, невід'ємною частиною якого є управління безпекою туризму. Ефективність діяльності туристичних підприємств, включаючи забезпечення безпеки, залежить значною мірою від того, наскільки грамотно і повно вони реалізують свої виробничі функції.

Таким чином, безпека туризму значною мірою визначається рівнем організації управління туристичним підприємством і ступенем виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, тобто тим, як організована туристична діяльність. Лише в такому разі функції менеджменту безпеки туризму як системи заходів з прогнозування та вирішення проблем і створення оптимальних умов безпеки туристів можуть бути реалізовані повною мірою.

Висновки. У процесі дослідження було встановлено, що формування чіткої та уніфікованої дефініції «менеджмент безпеки туризму» є важливим етапом у забезпеченні стійкого розвитку туристичної галузі. Сучасні умови, що характеризуються зростанням різних ризиків та викликів, вимагають не лише вдосконалення наукових підходів до менеджменту безпеки, але й інтеграції цих підходів у практичну діяльність туристичних підприємств.

Основні аспекти менеджменту безпеки туризму, такі як превентивні заходи, кризове управління, використання новітніх технологій та підвищення рівня обізнаності туристів, формують цілісну систему, здатну ефективно реагувати на загрози. Це дозволяє знизити ризики для туристів, зберегти репутацію підприємств та посилити конкурентоспроможність національного туристичного продукту на міжнародному ринку.

Менеджмент безпеки туризму є складовою загальною системою управління, яка охоплює різноманітні аспекти, включаючи економічний, соціальний, організаційний та інформаційний. Розвиток цього напрямку управління сприятиме не лише підвищенню якості туристичних послуг, але й забезпеченню захисту туристів, що є важливим чинником для стійкого розвитку туристичної галузі в Україні. Впровадження ефективного менеджменту безпеки туризму допоможе забезпечити позитивний імідж країни на міжнародній арені, сприяючи її привабливості для іноземних туристів, а також розвитку внутрішнього туризму.

Таким чином, розробка науково обґрунтованих підходів до управління безпекою в туризмі, адаптованих до умов сучасних викликів, є необхідною умовою для підвищення рівня туристичних послуг та забезпечення сталого розвитку галузі в Україні..

Список використаних джерел:

1. Бабчинська О., Балдинюк А. Удосконалення технології управління туристичним підприємством в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2011. № 11.
2. Балдинюк А.Г. Менеджмент вражень як стратегічний напрямок розвитку організації та її бренду. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2014. № 6. Ч. 2. С. 88–90.
3. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. *Стратегія розвитку України*. 2016. № 1. С. 17–23.

4. Болотна О. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів. *Ефективна економіка*. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>
5. Боярська М.О. Сутність та визначення економіки вражень на сучасному етапі розвитку економіки України. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 25–27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_8
6. Дяченко, Л. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. *Економічні науки*. 2012. № 1. С. 217–224.
7. Європейська екотуристична мережа. European Ecotourism Network. URL: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet>
8. Європейська хартія екологічно безпечного туризму на захищених територіях / European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. URL: <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/>
9. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Знання, 2010.
10. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму: навчальний посібник. Київ : Знання, 2009.
11. Петриченко П. Управління емоціями та враженнями клієнтів. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 2 (53). С. 232–237.
12. Поверіна Ю., Скригун Н. Передумови виникнення та сутність маркетингу вражень. В *Strategiczne pytania światowej nauki: materiały X Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*. Przemysł: Nauka i studia, 2014. Т. 3. С. 3–4.
13. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі. *Молодий вчений*. 2015. № 5(20). С. 72–75. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>
14. Смачило І. Шляхи удосконалення системи менеджменту туристичних організацій. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія Географія*. 2010. № 2 (28). С. 191–197.
15. Качук Г.Ю. Особливості менеджменту туристичного бізнесу. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6833/1/139.pdf>
16. Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Алещенко Л.О. Економічний механізм формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. *Міжнародний науково-практичний журнал «Економіка АПК»*. 2020. № 5. С. 45.
17. Крикунова В.М., Алещенко Л.О. Стратегічні пріоритети розвитку молодіжного підприємства у Херсонському регіоні в сфері туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 4.

References:

1. Babchynska O., & Baldyniuk A. (2011). Udoskonalennia tekhnologii upravlinnia turystychnym pidpryiemstvom v umovakh hlobalizatsii [Improvement of technology for managing a tourism enterprise in globalization conditions]. *Efektivna ekonomika*, no. 11.
2. Baldyniuk A. H. (2014). Menedzhment vrazhen yak stratehichniy napriamok rozvytku orhanizatsii ta yii brendu [Experience management as a strategic direction for the development of an organization and its brand]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomichni nauky*, no. 6, part 2, pp. 88–90.
3. Bila S. O. (2016). Stratehichni priorytety rozvytku turystychnykh posluh v Ukraini ta perspektyvy pidvyshchennia yikh konkurentospromozhnosti na svitovomu rynku [Strategic priorities for the development of tourism services in Ukraine and prospects for increasing their competitiveness in the world market]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy*, no. 1, pp. 17–23.
4. Bolotna O. (2013). Emotsiyni marketynh yak tekhnolohiia upravlinnia povedinkoiu spozhyvachiv [Emotional marketing as a technology for managing consumer behavior]. *Efektivna ekonomika*, no. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>
5. Boiarska M. O. (2016). Sutnist ta vyznachennia ekonomiky vrazhen na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [The essence and definition of the experience economy at the current stage of Ukraine's economic development]. *Molodyi vchenyi*, no. 4, pp. 25–27. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_8
6. Diachenko L. (2012). Sut ta osoblyvosti upravlinnia pidpryiemstvamy turystychnoi sfery [The essence and features of managing enterprises in the tourism sector]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, no. 1, pp. 217–224.

7. Yevropeiska ekoturystychna mrezhha. European Ecotourism Network. Available at: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet>
 8. Yevropeiska khartiia ekolohichno bezpechnoho turyzmu na zakhyshchennykh terytoriiakh. European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. Available at: <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/>
 9. Kiptenko V. K. (2010). Menedzhment turyzmu [Tourism management]. Kyiv: Znannia.
 10. Korol O. D., & Krachylo M. P. (2009). Menedzhment turyzmu [Tourism management]. Kyiv: Znannia.
 11. Petrychenko P. (2014). Upravlinnia emotsiiamy ta vrazhenniamy kliientiv [Management of clients' emotions and experiences]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no. 2 (53), pp. 232–237.
 12. Poverina Yu., & Skryhun N. (2014). Peredumovy vynyknennia ta sutnist marketynhu vrazhen [Prerequisites and essence of experience marketing]. In *Strategiczne pytania światowej nauki: materiały X Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji*, vol. 3, pp. 3–4. Przemysł: Nauka i studia.
 13. Reha M. (2015). Tendentsii ta perspektyvy rozvytku upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi sfery v suchasnomu rynkovomu seredovyshchi [Trends and prospects for the development of tourism enterprise management in the current market environment]. *Molodyi vchenyi*, no. 5(20), pp. 72–75. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>
 14. Smachylo I. (2010). Shliakhy udoskonalennia systemy menedzhmentu turystychnykh orhanizatsii [Ways to improve the management system of tourism organizations]. *Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatyuka. Seriia Heohrafiia*, no. 2 (28), pp. 191–197.
 15. Tkachuk H. Yu. (n.d.). Osoblyvosti menedzhmentu turystychnoho biznesu [Features of tourism business management]. Available at: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6833/1/139.pdf>.
 16. Kyrylov Yu. Ye., Hranovska V. H., & Alieshchenko L. O. (2020). Ekonomichniy mekhanizm formuvannia konkurentnykh perevah subiektiv turystychnykh haluzi [Economic mechanism for forming competitive advantages of tourism industry entities]. *Mizhnarodnyi naukovo-praktychnyi zhurnal "Ekonomika APK"*, no. 5, p. 45.
 17. Krykunova V. M., & Alieshchenko L. O. (2020). Stratehichni priorytety rozvytku molodizhnoho pidpriemnytstva u Khersonskomu rehioni v sferi turystychnoho biznesu [Strategic priorities for the development of youth entrepreneurship in the tourism business in the Kherson region]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk*, no. 4.
-