

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТУРОПЕРЕЙТИНГУ В УКРАЇНІ

У роботі розглянуто особливості розвитку туropolерейтингу в Україні на сучасному етапі. Акцентовано увагу на поточних проблемах функціонування українського турполерейтингу, зазначається, що сучасний туropolерейтинг в Україні перебуває на етапі трансформації та пошуку нових форм розвитку. Запропоновано шляхи вирішення проблем в туropolерейтинговій діяльності задля успішної адаптації вітчизняних туropolераторів до інтеграції у світовий туристичний простір.

Ключові слова: український туropolерейтинг, проблеми розвитку, шляхи підвищення ефективності туropolерейтингу.

The paper examines the features of the development of tour operating in Ukraine at the present stage. The focus is on the current problems of the functioning of Ukrainian tour operating, it is noted that modern tour operating in Ukraine is at the stage of transformation and search for new forms of development. Ways of solving problems in tour operating activities are proposed for the successful adaptation of domestic tour operators to integration into the global tourism space.

Keywords: Ukrainian tour operating, development problems, ways to increase the efficiency of tour operating.

Постановка проблеми. Туropolерейтинг є однією з ключових ланок туристичної індустрії, що забезпечує створення та реалізацію туристичного продукту, формує структуру ринку туристичних послуг і впливає на конкурентоспроможність національного туризму [4].

Проте сучасний розвиток туropolерейтингу в Україні супроводжується низкою проблем: економічною нестабільністю, наслідками воєнних дій, зниженням купівельної спроможності населення, недостатньою державною підтримкою, кадровими труднощами та низьким рівнем інвестицій у туристичну інфраструктуру. Актуальність проблеми вбачається в необхідності підвищення ефективності діяльності українських туropolераторів та їх адаптації до умов та інтеграції у світовий туристичний простір [2].

Мета роботи – охарактеризувати особливості сучасного розвитку туropolерейтингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Туropolерейтинг є одним із провідних напрямів туристичної діяльності, який забезпечує створення, формування, просування та реалізацію комплексного

туристичного продукту. Саме від ефективності діяльності туроператорів залежить якість туристичних послуг, рівень розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, а також імідж країни як привабливого туристичного напрямку [1].

Сучасний стан туроперейтингу в Україні визначається складними соціально-економічними умовами, які суттєво вплинули на функціонування туристичного ринку. Пандемія COVID-19 та воєнні дії в Україні призвели до різкого скорочення обсягів туристичних потоків, зниження інтенсивності діяльності туроператорських компаній та переорієнтації бізнесу на внутрішній ринок. Проте, останніми роками спостерігається поступове відновлення туристичної активності, особливо у відносно безпечних регіонах країни [3].

Основну частку діяльності українських туроператорів традиційно становив виїзний туризм. Найпопулярнішими напрямками для українців залишаються Туреччина, Єгипет, Болгарія, Греція та Іспанія. Проте через обмеження воєнного часу, зниження доходів населення та ускладнення логістики, значна частина попиту перемістилася у сферу внутрішнього туризму. Туроператори активно формують пропозиції для відпочинку туристів в Карпатському, Подільському, Буковинському, Закарпатському регіонах, а також для короткострокових турів вихідного дня в інших регіонах України [2].

Однією з характерних тенденцій розвитку сучасного туроперейтингу є цифровізація туристичного бізнесу. З'являється дедалі більше онлайн-платформ і мобільних додатків для бронювання турів, а туроператори використовують соціальні мережі та інтернет-маркетинг як основні інструменти просування. Це дозволяє зменшити витрати, підвищити оперативність роботи та забезпечити персоналізований підхід до споживача. Водночас не всі компанії мають необхідні ресурси для впровадження сучасних технологій, що створює дисбаланс у конкурентному середовищі [3].

Поступово зростає роль малих і середніх туроператорів, які спеціалізуються на авторських, екологічних, гастрономічних, етнографічних та подієвих турах. Такі компанії краще адаптуються до змін попиту, формують унікальні маршрути та сприяють розвитку локального туризму. Особливої популярності набуває сільський та зелений туризм, що забезпечує зайнятість населення у сільській місцевості та зберігає культурну спадщину регіонів.

Разом із тим, туроператорська діяльність в Україні стикається з низкою проблем, які гальмують її розвиток. Серед основних – нестабільна політична ситуація та воєнні дії, які суттєво обмежують можливості залучення іноземних туристів. Відсутність належної державної стратегії розвитку туризму, слабка законодавча база, низький рівень інвестицій у туристичну інфраструктуру, а також дефіцит кваліфікованих кадрів залишаються гострими питаннями галузі.

Крім того, проблемою є низький рівень інтеграції українських туроператорів у міжнародні туристичні мережі, що зменшує їхню конкурентоспроможність. Значна частина компаній не має можливості брати участь у міжнародних виставках і партнерських програмах через фінансові обмеження. Водночас у країні недостатньо розвинена система страхування туристичної діяльності та захисту прав споживачів туристичних послуг [3].

Позитивною тенденцією є поступове відновлення внутрішнього туризму. Зростає інтерес до маловідомих туристичних маршрутів, історичних місць, природних парків і рекреаційних зон. Українці частіше обирають короткі подорожі всередині країни, що сприяє розвитку транспортної, готельної та ресторанної інфраструктури [2]. Туроператори активно співпрацюють із турагентами, створюючи нові продукти та маршрути, орієнтовані на безпеку та комфорт туристів.

В умовах післявоєнного відновлення туроперейтинг в Україні може стати важливим чинником економічного зростання. Для цього необхідно удосконалити систему державного управління туризмом, розробити національну програму підтримки туроператорів, стимулювати інвестиції у галузь і створити єдиний туристичний бренд України. Важливо також налагодити співпрацю між державою, бізнесом і навчальними закладами для підготовки фахівців нового покоління, здатних працювати за сучасними стандартами туристичного ринку [2; 3].

Висновки. Сучасний туроперейтинг в Україні перебуває на етапі трансформації та пошуку нових форм розвитку. Попри наявні труднощі, галузь демонструє стійкість і потенціал для подальшого зростання. Використання інноваційних технологій, розширення внутрішнього туризму, державна підтримка та міжнародна співпраця можуть забезпечити формування конкурентоспроможного національного туроператорського ринку в

післявоєнний період, що стане одним із драйверів післявоєнного економічного відродження України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брич. В. Я. Туроперейтинг : підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
2. Опря Богдан. Туроперейтинг у сучасних умовах: ефективні стратегії співпраці з партнерами та постачальниками. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-28> (дата звернення : 07.11.2025)
3. Щука Г. П. Туроперейтинг : у питаннях та відповідях : навч. посіб. Берегове : ЗУІ, 2023. 99 с.
4. Philip Kotler, Gary Armstrong. Principles of Marketing. 17th Edition. Pearson Education Limited, 2017. 736 p.

О. А. Новак, І. С. Зігунова

*Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

ГАРМОНІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ МЕХАНІЗМІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ З НОРМАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

У статті розглянуто процес гармонізації організаційно-правових механізмів туристичної діяльності України з нормами Європейського Союзу. Визначено основні напрями вдосконалення правового регулювання туризму: оновлення законодавства, створення Єдиного туристичного реєстру, запровадження механізмів споживчого захисту (ADR, ECC-Net) та посилення інституційної спроможності ДАРТ. Наголошено, що впровадження європейських стандартів управління, прозорості та цифровізації забезпечить інтеграцію України у спільний туристичний простір ЄС і сприятиме післявоєнному економічному відновленню держави.

Ключові слова: туризм, правове регулювання, Європейський Союз, інтеграція, споживчий захист, гармонізація.

The article examines the harmonization of Ukraine's organizational and legal mechanisms of tourism with the norms of the European Union. The main directions for improving tourism regulation are identified: updating legislation, establishing a Unified Tourism Register, introducing consumer protection mechanisms (ADR, ECC-Net), and strengthening the institutional capacity of the State Agency for Tourism Development. It is emphasized that implementing European standards of governance, transparency, and digitalization will ensure Ukraine's integration into the EU's common tourism space and promote the country's post-war economic recovery.

Keywords: tourism, legal regulation, European Union, integration, consumer protection, harmonization.

Постановка проблеми. Сфера туризму є важливим чинником соціально-економічного розвитку України, який сприяє віднов-