

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2025-3-11>

КОН'ЮНКТУРА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ¹

О. О. ТАРАНЕНКО

кандидат економічних наук;

Н. М. КАРПЕНКО

доцент;

С. М. АНДРІЄНКО

аспірант;

А. А. МОРОЗ

аспірант;

В. В. СОБОЛЬ

аспірант,

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. *Мета статті* полягає у дослідженні особливостей функціонування туристичного ринку України в умовах військового стану та перспектив його розвитку у повоєнний період. **Методика дослідження.** Використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналіз та синтез, систематизація та узагальнення. **Результати.** Досліджено динаміку показників діяльності суб'єктів туристичного ринку України. Проаналізовано рівень та чинники змін в структурі туристичного попиту за напрямками (в'їзний, виїзний та внутрішній) та видами туризму в умовах військового стану в країні. **Практична значущість результатів дослідження.** Обґрунтовано актуальні види туризму для повоєнного етапу розвитку туристичного ринку України. Запропоновано рекомендації для ефективної розробки та просування туристичних продуктів.

Ключові слова: анімаційне обслуговування, інформаційне та транспортне забезпечення туризму, спеціалізовані види туризму, суб'єкти туристичної сфери, туристичний ринок.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Нинішні умови функціонування туристичної сфери України склалися внаслідок не еволюційних процесів розвитку, характерних для більшості країн світу, а через непередбачувані кризові явища в усіх сферах суспільства. Військові дії на території України стримують розвиток туризму та зумовлюють значні обмеження для його існування взагалі. Забезпечення конкурентоспроможності національного туристичного продукту потребує врахування трендів міжнародного туристичного ринку та унікальних можливостей національного ринку туристичних послуг. Україна володіє такими можливостями. Їх реалізація можлива в повоєнний період, але відповідні законодавчі та організаційно-економічні основи мають закладатися в нинішній час. Тому аналіз сучасних тенденцій кон'юнктури туристичного ринку України є актуальним для визначення перспективних напрямів галузі в коротко- та довгостроковому періодах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функціонуванню туристичного ринку України

присвячено низка публікацій. Серед них варто виділити праці Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. [3], Бойко З., Горожанкіної Н., Грушки В. [1], Воловельської І., Толстової А. [2], Кувіки Г., Черчик Л. [6], Якименко-Терещенко Н. В., Носирєвої О. О. [11], Дехтяр Н. А. [5], Підгірної В. Н., Паламарюк М. Ю., Бойчук Н. А. [7]. Вони присвячені теоретичним та практичним аспектам функціонування туристичного ринку переважно у мирний час без врахування обмежень військового стану. Тому оцінка перспектив розвитку туристичного ринку України потребує дослідження тенденцій його кон'юнктури з урахуванням сучасних реалій та повоєнного періоду.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сучасних тенденцій кон'юнктури туристичного ринку України та його перспектив для оцінки ключових напрямів розвитку у повоєнний період.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасний туризм є унікальним явищем, в якому тісно взаємопов'язані соціальна, економічна, культурно-історична та екологічна

¹ Стаття підготовлена в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715).

сфери суспільства. Така інтегральна взаємозалежність зумовлює складність функціонування та розвитку індустрії туризму. Упродовж останніх років туристична галузь України зазнала істотних трансформацій, зумовлених кризовими явищами у зазначених сферах внаслідок бойових дій на її території та впровадження воєнного стану.

Упродовж 2021–2024 років відбувалися кількісні зміни в мережі суб'єктів туристичної сфери України, що відображали реакцію туристичного бізнесу на економічні, соціальні та безпекові умови на туристичному ринку (рис. 1).

За досліджуваній період кількість суб'єктів-платників податків у сфері туризму України зменшилася на 19,5%. Вищими темпами скорочувалася кількість юридичних осіб – 32,6%, тоді як кількість фізичних осіб-підприємців зменшилася на 15,3%. Разом з тим, слід відзначити загальне збільшення кількості платників податків у сфері туризму за 2023–2024 роки на 7%. Позитивні зміни стосуються обох груп показників, адже кількість юридичних осіб збільшилася на 0,1%, а фізичних осіб-підприємців – на 9,2% [10].

Аналіз податкових надходжень у сфері туризму також свідчить про позитивні тенденції за останні роки. У 2024 році обсяг податків, сплачених суб'єктами туристичної сфери становив 2938 млн грн, що на 43,4% більше аналогічного показника 2023 року та на 31,6% більше показника 2021 року. Найбільше надходжень забезпечили підприємства готельного господарства, адже їх частка в загальному обсязі податкових надходжень галузі в 2024 році склала 66,5%. В цьому році готельна сфера сплатила 1954 млн грн, що на 49,8% більше показника 2023 року і на 51,6% більше показника 2021 року. Податкові надходження від діяльності туроператорів у 2024 році склали 304,7 млн грн, що на 48% більше показ-

ника 2023 року та на 17,6% більше показника 2021 року. Податкові надходження від діяльності туристичних агентств у 2023–2024 роках також зросли з 193,3 млн грн до 265,2 млн грн, але рівня 2021 року (279,3 млн грн) досягнуто не було. Подібна тенденція з податковими надходженнями від діяльності туристичних баз та дитячих таборів відпочинку, обсяг яких у 2023–2024 роках збільшився з 145,9 млн грн до 201,1 млн грн, але показник 2021 року (328,2 млн грн) також не було досягнуто [10]. Наведені показники дозволяють зробити висновок про поступову адаптацію туристичного ринку України до функціонування в умовах наявних обмежень. Серед них варто відзначити: скорочення обсягів усіх видів туристичних потоків, в тому числі через внутрішні та міжнародні міграційні процеси; зниження купівельної спроможності населення та скорочення споживання товарів і послуг не першої необхідності; руйнування туристичної інфраструктури та відсутність транспортної доступності туристичних об'єктів на територіях з активними бойовими діями; зниження інвестиційної активності на туристичному ринку внаслідок високого рівня ризиків [1; 2].

З ускладненням економічного становища в країні та введенням військового стану попит на закордонні тури значно зменшився. Їх споживачами стали жінки, діти та чоловіки, що мають право виїжджати за кордон або не підпадають під призов за віком. Основне місце на туристичному ринку зайняли внутрішні подорожі.

Зміна умов функціонування туристичного ринку України вплинула на структуру попиту на туристичні подорожі за видовою ознакою. Зросла актуальність історичного, етнічного та гастрономічного туризму, внаслідок зростання зацікавленості до культурної ідентичності та спадщини.

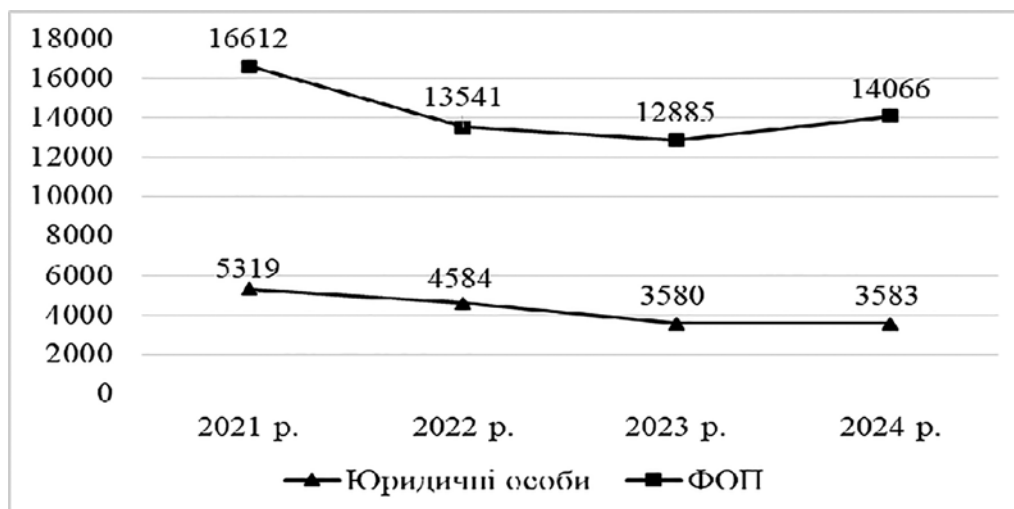


Рис. 1. Кількість платників податків у сфері туризму в Україні в 2021–2024 рр., одиниць

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

Стабільним залишається попит на екологічний (зелений), лікувально-оздоровчий, релігійний, сільський [1]. Ці тенденції підтверджуються результатами онлайн-опитування понад 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років щодо подорожей Україною. Серед видів відпочинку в Україні 54% опитаних віддають перевагу пішм прогулянкам і дослідженню міського середовища, 28,4% – культурному туризму (екскурсії до історичних пам'яток і музеїв), 23,1% – відпочинку на пляжі, 22,8% – подієвому туризму (заходи, фестивалі), 21,8% – гастрономічному туризму, 16,2% – активному відпочинку у горах, 11,3% – активному літньому відпочинку (катання на сапах, кайтинг, вейкборд), 11,2% – екотуризму і відпочинку в екологічно чистих регіонах, 8,6% – лікувально-оздоровчому (рекреаційному) туризму [8]. Географічно туристична активність зосереджується переважно в регіонах, де відсутні активні бойові дії, за умов наявності відповідної інфраструктури та ресурсної бази. В умовах воєнного стану серед респондентів найбільшими обмеженнями для здійснення подорожей є ризики безпеки (57,4%), фінансові витрати (42,2%), втрата доступу до морських курортів (24,4%) та логістика доїзду (20,9%) [8]. Для туристичних подорожей в період воєнного стану використовуються наземні види транспорту (залізничний, автомобільний, велосипедний). Повітряний простір для цивільних літаків над територією України закритий. Використання повітряного транспорту можливе лише з аеропортів найближчих країн-сусідів.

Подальші перспективи на туристичному ринку України вбачаються у розвитку актуальних видів туризму для внутрішнього та в'їзного туристичних потоків. Оцінювати перспективні види туризму після завершення бойових дій варто з врахуванням результатів опитування, щодо ключових факторів вибору видів подорожей. Найпопулярнішими відповідями стали наступні: природа (51,5%), цінова доступність та бюджет подорож (45,7%), культурна спадщина та історичні пам'ятки (35,6%), безпека та стабільність регіону (27,2%), місцева культура (15,9%), відомість / популярність місця (15,8%), місцева кухня (12,8%), розвиненість крафтового виробництва (4,9%) та інші (2,7%) [8]. Враховуючи дані результати та потенційну соціально-економічну ситуацію в повоєнний період, найперспективнішими видами туризму є військово-історичний, оздоровчий та санітарно-курортний, екотуризм, культурно-пізнавальний, гастрономічний та діловий туризм.

Військово-історичний туризм включатиме відвідування територій і локацій, що зазнали безпосереднього впливу бойових дій. Об'єктами показу можуть стати фортифікаційні споруди, музеї, меморіальні комплекси. Очікується підвищення

популярність цього виду туризму серед іноземних туристів. В нинішній час уже створюються туристичні маршрути пам'яті в окремих областях України.

Зростання попиту на оздоровчий та санітарно-курортний туризм зумовлене значними психоемоційними та фізичними наслідками бойових дій серед військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб і цивільного населення. України володіє санаторно-курортними ресурсами, що передбачають використання мінеральних вод, лікувальних грязей та кліматичних ресурсів в лікувально-оздоровчих процедурах.

Привабливість екотуризму зумовлена його відносною бюджетністю, забезпеченістю необхідними природними ресурсами практично всіх регіонів України та наявністю різноманітних форм цього виду туризму (пішохідні, велосипедні, водні подорожі, а також зелений туризм у сільській місцевості).

Розвиток культурно-пізнавального туризму зумовлений підвищенням суспільного інтересу до національної ідентичності, історичної та культурної спадщини. На туристичному ринку України є міста з відомою історико-архітектурною спадщиною (Київ, Львів, Одеса, Чернівці, Кам'янець-Подільський), що вже користуються попитом серед туристів. Разом з тим, в кожному регіоні наявні маловідомі локації, які за належного рівня промоції можуть стати привабливими для туристів. Окремо слід звернути увагу на достатньо високу прихильність до культурного туризму в умовах руйнування об'єктів культурної спадщини та інфраструктури. Станом на квітень 2025 року загальна чисельність пошкоджених пам'яток культурної спадщини в Україні складає 1453 об'єкти (національного значення – 142, місцевого – 1210, щойно виявлених – 101) [12].

Популярність гастрономічного туризму ґрунтується на цікавості до регіональних кулінарних традицій та різноманітних гастрономічних заходів. Для прикладу можна навести Закарпатську область де протягом року проводяться свята молодого вина та меду «Закарпатське Божоле» та «Сонячний напій», фестиваль «Гуцульська бриндзя», фестивалі «Червене вино» та «Біле вино», «Фестиваль ріп'янки» та інші. В кожному регіоні України проводяться гастрономічні заходи як в сільських, так і міських населених пунктах.

Для повоєнного економічного відновлення України важливим є розвиток ділового туризму. Залучення іноземних інвестицій та грантових програм потребує організації інвестиційних та бізнес-форумів, виставок, конференцій та інших заходів сфери MICE-туризму (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Заходи міжнародного рівня доцільно проводити у великих містах (Київ, Дніпро, Харків, Львів). Заходи регі-

онального рівня можуть проводитися в менших містах за умови відповідного інфраструктурного забезпечення.

При організації подорожей туристичними фірмами в повоєнний період необхідно враховувати, що фактор платоспроможності є одним з найбільш чутливих при виборі туристичного продукту внутрішнім туристом, тому планування програми обслуговування та анімаційного забезпечення подорожі повинні враховувати цей чинник. Для окреслених видів туризму (крім ділового) доцільно використовувати бюджетні анімаційні заходи (екскурсії, квести, народні танці та пісні, майстер-класи з місцевими ремеслами та стравами, інтерактивні ігри, розважальні заходи з використанням природних ресурсів). В умовах військового стану близько 21% українських туристів вбачають у подорожах спосіб підтримати країну економічно [8]. Тобто при виборі подорожей зараз актуальними є волонтерські та соціальні мотиви. Тому при плануванні маршрутів туристичними фірмами не слід нехтувати маловідомими туристичними локаціями. За умови відповідної рекламної кампанії вони також можуть стати привабливими для туристів.

Інформаційне забезпечення просування туристичних продуктів повинне враховувати вподобання потенційних клієнтів щодо джерел інформації про туристичні послуги. В Україні найпопулярнішими джерелами такої інформації є інтернет (63,3%), соціальні мережі (48,9%), друзі / знайомі, які вже відвідали відповідні дестинації (28,2%) та ЗМІ (6,6%) [8]. Тому в маркетинговій діяльності суб'єктів туристичної сфери цифрові інструменти (сайти, туристичні портали, соцмережі, чат-боти, месенджери) мають бути пріоритетними в комунікації з вітчизняними та іноземними клієнтами.

На сучасний та повоєнний розвиток туризму в Україні спрямовано низку ініціатив Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ): залучення міжнародної експертної допомоги для відновлення туристичної галузі; приведення українського туристичного законодавства до європейських стандартів; покращення інвестиційного клімату; реалізація

принципів безбар'єрності, сталості та інклюзивності у сфері туризму; формування маршрутів з включенням локацій, що відображають наслідки бойових дій на території України; просування українського туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку [4]. Вони покликані вирішити завдання, пов'язані з недоліками фінансування галузі, низьким рівнем якості інфраструктури та послуг, недостатнім розвитком маркетингу та просування туристичного продукту країни, оптимізації координації між різними рівнями державного управління туризмом та співпраці з громадськістю та приватним сектором [9]. Ці завдання розвитку туризму були актуальними ще з довоєнних часів, але їх вирішення ускладнюється нинішніми кризовими явищами в країні. Також важливими питаннями подальшого розвитку туризму є ризики для безпеки туристів (зокрема через розмінування територій в окремих регіонах), впровадження сучасних цифрових технологій в туристичне та екскурсійне обслуговування (мобільні додатки, технології віртуальної та додаткової реальності тощо), підготовка фахівців та відповідного інфраструктурного забезпечення для обслуговування іноземних туристів. Їх вирішення можливе за умови співпраці та чіткої координації дій органів державної влади і приватних суб'єктів туристичної діяльності. Також важливим є надання для останніх системи економічних стимулів для активізації ділової активності на туристичному ринку України.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Таким чином, туристичний ринок України поступово адаптується до діяльності в умовах військового стану. Про це свідчить динаміка показників кількості платників податків у сфері туризму та обсягів податкових надходжень. Подальші перспективи туристичного ринку пов'язані з розвитком внутрішнього та в'їзного сегментів на основі актуальних видів туризму відповідно до вподобань потенційних споживачів. Це потребуватиме розробки та впровадження організаційно-економічних заходів відповідно до умов повоєнного етапу розвитку вітчизняного туристичного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко З., Горожанкіна Н., Грушка В. Тенденції розвитку туризму в Україні в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7> (дата звернення: 07.04.2025).
2. Воловельська І., Толстова А. Аналіз проблем та перспектив розвитку організаційно-економічних аспектів підприємств туристичної галузі в Україні. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 4 (04). С. 14–17.
3. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Modern Economics*. 2022. № 30. С. 71–75.
4. Державне агентство розвитку туризму. Новини та анонси. URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (дата звернення: 08.04.2025).
5. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
6. Кувіка Г., Черчик Л. Сфера гостинності України: теорія, методологія, стратегічні напрями відновлення конурентоспроможності : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2025. 324 с.

7. Підгірна В. Н., Паламарюк М. Ю., Бойчук Н. А. Менеджмент конкурентних переваг ринку туристичних послуг України. *Економічний простір*. 2021. № 174. С. 43–49.
8. Результати опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 08.04.2025).
9. Родченко І. Ю., Щур Н. О., Гончаренко М. Ф. Інноваційні підходи до державного регулювання галузі туризму: досвід ЄС для України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2023. Том 34 (73). № 1. С. 162–167.
10. У 2024 році туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення: 08.04.2025).
11. Якименко-Терещенко Н. В., Носирев О. О. Стратегічні пріоритети туризму і готельного бізнесу в концепції сталого розвитку регіонів : монографія. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 320 с.
12. 1453 пам'ятки культурної спадщини та 2286 об'єктів культурної інфраструктури постраждали в Україні через російську агресію. URL: <https://mcs.gov.ua/news/1453-pamyatky-kulturnoyi-spadshhyny-ta-2286-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury-postrazhdaly-v-ukrayini-cherez-rosijsku-agresiyu/> (дата звернення: 02.04.2025).

REFERENCES

1. Boiko Z., Horozhankina N., Hrushka V. (2024) Tendentsii rozvytku turyzmu v Ukraini v umovakh voiennoho chasu [Trends in tourism development in Ukraine during wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-7> (accessed 7 April 2025) [in Ukrainian].
2. Volovelska I., Tolstova A. (2023) Analiz problem ta perspektiv rozvytku orhanizatsiino-ekonomichnykh aspektiv pidpriemstv turystychnoi haluzi v Ukraini [Analysis of problems and prospects for the development of organizational and economic aspects of tourism enterprises in Ukraine]. *Transformatsiina ekonomika – Transformation Economy*, vol. 4 (04), pp. 14–17 [in Ukrainian].
3. Hlubochenko K. O., Doroshenko O. M. (2022) Analiz suchasnoho stanu rynku ta perspektivy turystychnykh posluh v Ukraini [Analysis of the current state of the market and prospects for tourist services in Ukraine]. *Modern Economics*, no. 30, pp. 71–75 [in Ukrainian].
4. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu [State Tourism Development Agency]. Novyny ta anonsy. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (accessed 8 April 2025) [in Ukrainian].
5. Dekhtiar N. A. (2021) Svitovyi rynek turystychnykh posluh i priorytety rozvytku turyzmu v Ukraini [The global market for tourist services and priorities for tourism development in Ukraine]. Kharkiv : FOP Liburkina L. M., 470 p. [in Ukrainian].
6. Kuvika H., Cherchuk L. (2025) Sfera hostynnosti Ukrainy: teoriia, metodolohiia, stratehichni napriamy vidnovlennia konkurentospromozhnosti [Hospitality sector of Ukraine: theory, methodology, strategic directions for restoring competitiveness]. Luts'k : Vezha-Druk, 324 p. [in Ukrainian].
7. Pidhirna V. N., Palamariuk M. Yu., Boichuk N. A. (2021) Menedzhment konkurentnykh perevah rynku turystychnykh posluh Ukrainy [Management of competitive advantages of the Ukrainian tourism services market]. *Ekonomichnyi prostir – Economic Scope*, no. 174, pp. 43–49 [in Ukrainian].
8. Rezultaty opytuvannia shchodo podorozhei Ukrainoiu pid chas viiny [Survey results on travel in Ukraine during the war]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (accessed 8 April 2025) [in Ukrainian].
9. Rodchenko I. Yu., Shchu, N. O. & Honcharenko M. F. (2023) Innovatsiini pidkhody do derzhavnogo rehuliuвання haluzi turyzmu: dosvid YeS dlia Ukrainy [Innovative approaches to state regulation of the tourism industry: EU experience for Ukraine]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Publichne upravlinnia ta administruvannia – Scientific notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series «Public Management and Administration»*, vol. 34 (73), no. 1, pp. 162–167 [in Ukrainian].
10. U 2024 rotsi turystychna sfera Ukrainy prynesla v biudzheth maizhe 3 mlrd hrn [In 2024 the tourism sector of Ukraine brought almost 3 billion UAH to the budget]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn> (accessed 8 April 2025) [in Ukrainian].
11. Iakymenko-Tereshchenko N. V., Nosyriev O. O. (2024) Stratehichni priorytety turyzmu i hotelnoho biznesu v kontseptsii staloho rozvytku rehioniv [Strategic priorities of tourism and hotel business in the concept of sustainable regional development]. Kharkiv: NTU “KhPI”, 320 p. [in Ukrainian].
12. 1453 pamiatky kulturnoi spadshchyny ta 2286 obektiv kulturnoi infrastruktury postrazhdaly v Ukraini cherez rosiysku ahresiiu [1,453 cultural heritage sites and 2,286 cultural infrastructure facilities were damaged in Ukraine due to Russian aggression]. Available at: <https://mcs.gov.ua/news/1453-pamyatky-kulturnoyi-spadshhyny-ta-2286-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury-postrazhdaly-v-ukrayini-cherez-rosijsku-agresiyu/> (accessed 2 April 2025) [in Ukrainian].

Oleksandr Taranenko, Nina Karpenko, Serhii Andrienko, Artem Moroz, Vitaly Sobol, Poltava University of Economics and Trade. The conjuncture on the Ukrainian tourism market: trends and prospects.

Abstract. The purpose of the article is to study the features of the functioning of the tourism market of Ukraine in the conditions of martial law and the prospects for its development in the post-war period. **Research methodology.** To solve the tasks set in the article, general scientific and special research methods used: analysis and synthesis, systematization and generalization. **Results.** The study of the number of taxpayers in the tourism sector and tax revenues from their activities allowed us to identify positive trends in the tourism market of Ukraine in recent years. Changes in

*the structure of tourist demand by direction (inbound, outbound and domestic) and types of tourism in the conditions of martial law in the country were analyzed. This allowed us to identify the main factors that influenced the consumption of tourist services. The directions of development of the tourism market of Ukraine in the post-war period were outlined. Promising types of tourism were characterized. Attention was focused on the current economic, informational and animation aspects of consumer service by tourism entities. This will help to increase the efficiency of the development and sale of tourist products. The key problems of tourism development in Ukraine were outlined. Their solution requires the interaction of the public and private sectors. **The practical significance of the research results.** The article describes the current state and prospects for the development of the tourism market of Ukraine. The characteristics of military-historical, health and sanatorium-resort, ecotourism, cultural-cognitive, gastronomic and business tourism are provided. Their popularity in the tourism market of Ukraine is expected to grow at the current and post-war stage of tourism development, based on the preferences of domestic and foreign tourists. Recommendations are proposed for the effective development and promotion of tourism products in the tourism market of Ukraine. Modern economic, organizational, information, security and personnel limitations of the development of the tourism market of Ukraine are outlined for their solution on the basis of public-private partnership.*

Keywords: animation service, information and transport support of tourism, specialized types of tourism, tourism entities, tourism market.