DOI: https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(20).2026.27

УДК 338.48:640.4(477)(045)

Безхлібна Анастасія Павлівна
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1027-7452
Журавльова Світлана Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
заступник директора з навчальної роботи та перспектив розвитку,
Запорізький гуманітарний коледж
Національного університету «Запорізька політехніка»
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4493-5775
Кукліна Тетяна Сергіївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1637-3509
Цвілий Сергій Миколайович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»
Бєлікова Марина Володимирівна
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, менеджменту та туризму,
Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2587-4295

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПРИФРОНТОВИХ РЕГІОНІВ В ПЕРІОД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

У статті досліджуються стратегічні підходи до відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України в умовах післявоєнного відбудовного періоду. Враховуючи масштабні руйнування інфраструктури, втрату трудових ресурсів і зміну ринкових умов, авторами акцентовано увагу на необхідності формування багатовекторної моделі трансформації галузі. Особливу увагу приділено цифровій трансформації як ключовому інструменту конкурентоспроможності, що включає в себе наступні напрями: впровадження AI-рішень, автоматизація сервісу, розробка персоналізованих туристичних продуктів і цифровий маркетинг. У статті також розглянуто питання безпеки, що є критично важливим чинником у формуванні довіри до туристичних регіонів, а також роль локального культурного контексту у створенні унікальних пропозицій. На основі аналітичних даних ДАРТ та міжнародних досліджень окреслено позитивну динаміку туристичних зборів, активізацію внутрішнього туризму, зростання кількості зареєстрованих гравців ринку. Пропонуються напрями модернізації галузі: розбудова цифрових екосистем, формування нової кадрової політики, запуск стартапів у туризмі, залучення грантового фінансування та розвиток державно-приватного партнерства. Зроблено висновок, що комплексна реалізація запропонованих стратегічних напрямів дозволить сформувати стійку, адаптивну та безпечну модель розвитку туристичного й готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України. Ці механізми мають бути інтегровані в національні програми післявоєнного відновлення з урахуванням пріоритетів розвитку регіонів. Процес відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України повинен спиратися на стратегічне планування, що поєднує безпекові, цифрові, організаційні та культурно-соціальні складові.

Ключові слова: *післявоєнне відновлення, прифронтові регіони, цифрова трансформація, туристичний бізнес, безпека, сталий розвиток туризму, готельно-ресторанний бізнес.*

© Безхлібна А. П., Журавльова С. М., Кукліна Т. С., Цвілий С. М., Бєлікова М. В., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми та її актуальність. Війна, що триває на території України, завдала значних руйнувань економічній та соціальній інфраструктурі прифронтових регіонів. Однією з найуразливіших сфер є туристичний та готельно-ресторанний бізнес, який зазнав не лише фізичного руйнування об'єктів, а й втрати туристичних потоків, робочих місць та інвестиційної привабливості. Проте саме післявоєнний період відкриває нові можливості для трансформації цієї галузі в умовах відновлення. Нині стоїть завдання не лише реконструкції інфраструктури, але й формування стратегічних напрямів, що забезпечать сталий розвиток, інтеграцію цифрових технологій, адаптацію до зміненого попиту та створення безпечного середовища для туристів і мешканців. У світовій літературі питання відновлення туристичного бізнесу після криз розглядаються широко: від аналізу впливу технологій на сервіс до розробки моделей сталого розвитку [2, 5, 6, 10]. Український контекст доповнює глобальні дискусії акцентом на безпеці, регіональному плануванні та цифровізації, що особливо важливо для постконфліктних територій [3, 4, 12].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних наукових джерел дозволяє виділити кілька ключових напрямів, що мають стати фундаментом для побудови стратегій розвитку туристичного й готельно-ресторанного бізнесу в поствоєнний період.

Міжнародні дослідження підкреслюють важливість цифрової трансформації туристичних бізнесів. Самара, Магнисаліс та Перістерас [10] визначають цифрові технології як основний чинник конкурентоспроможності, здатний підвищити ефективність маркетингу, управління даними та взаємодії з клієнтами. Це особливо актуально для відновлення після збройних конфліктів, коли традиційні канали обміну інформацією порушуються, а споживачі все більше орієнтуються на цифрові сервіси. Зарубіжні вчені [2, 5, 7] звертають увагу на сприйняття споживачами використання AI-технологій у сфері сервісу – важливого чинника підвищення якості обслуговування. У прифронтових регіонах, де довіра туристів може бути знижена через питання безпеки, впровадження інтелектуальних систем може підсилити відчуття комфортності, персоналізації й оперативності обслуговування.

В попередніх дослідженнях [1, 3, 4] розглянуто питання інформаційної та цифрової безпеки в туризмі, акцентуючи, що побудова надійної інформаційної інфраструктури є невід'ємною складовою конкурентоспроможності регіональних туристичних дестинацій. Подібні тези продовжують Якубовський та Курученко [12], які підкреслюють роль цифрових технологій у розвитку туристичного сектору в глобальному контексті, зокрема для адаптації до нових умов і вимог клієнтів.

Також важливими є дослідження, що звертають увагу на організаційні та кадрові аспекти, оскільки післявоєнне відновлення передбачає не лише реконструкцію об'єктів, а й формування нових стандартів управління персоналом і культурою обслуговування [7]. Проблема готовності працівників до змін є критичною – низький рівень адаптації може істотно гальмувати впровадження інновацій у регіонах, де ринок праці вже пережив значні потрясіння.

Метою статті є визначення стратегічних напрямів організації туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України в період післявоєнного відновлення, з урахуванням сучасних міжнародних тенденцій, локального контексту, потреб ринку та вимог сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Післявоєнне відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України є надзвичайно комплексним процесом, що потребує поєднання економічних, соціальних, технологічних і безпекових стратегій.

Для прифронтових територій поняття безпеки є визначальним акцентом у процесі відновлення. Післявоєнний туризм має будуватися на комплексних оцінках ризиків, що включатимуть фізичну, інформаційну, соціальну та економічну безпеку. Це передбачає:

– створення безпечних туристичних маршрутів із моніторингом ризиків;

– інтеграцію служб екстреної допомоги в туристичні сервіси;

– прозору комунікацію щодо поточної ситуації та інфраструктурних змін.

При цьому важливо використовувати міжнародні практики, що довели свою ефективність у постконфліктних суспільствах. Наприклад, дослідження [2, 5, 7] підкреслюють, що цифрові платформи можуть виступати як ефективний засіб інформування туристів у реальному часі, забезпечуючи довіру та підвищуючи рівень відвідуваності.

У 2024 році туристична сфера України продемонструвала суттєве зростання фінансової ефективності – згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, загальні податкові надходження від галузі склали близько 2,94 млрд грн. Це свідчить про зростання економічної активності у секторі, незважаючи на безпекові виклики. Додатково, вже у першому півріччі 2025 року сума туристичного збору досягла 142,6 млн грн, що на 33 % перевищує аналогічний показник 2024 року та вдвічі перевищує рівень довоєнного 2021 року. Така динаміка є яскравим індикатором потенціалу галузі як драйвера регіонального повоєнного відновлення [] (ДАРТ, 2025; OpenDataBot, 2025).

У контексті структурного відновлення туристичного бізнесу важливим є розширення бази учасників ринку. Кількість офіційних платників туристичного збору в Україні зросла з 4 945 у другому кварталі 2024 року до 5 717 у другому кварталі 2025 року. Це свідчить про активну реєстрацію нових суб'єктів господарювання, зокрема серед малого й середнього бізнесу, а також про зростання довіри до галузі з боку підприємців. Така позитивна динаміка є надзвичайно цінною для прифронтових регіонів, де малий бізнес виступає ядром місцевих економік [8, 13].

Найвищі надходження від туристичного збору у першому півріччі 2025 року забезпечили Київ (33,6 млн грн), Львівська область (26,6 млн грн) та Івано-Франківська область (22,1 млн грн). Разом вони акумулювали 58 % всіх надходжень по Україні. Цей факт демонструє, що навіть за умов воєнного стану окремі регіони змогли забезпечити високий рівень туристичної активності завдяки ефективному управлінню, безпечному середовищу та розвиненій інфраструктурі. Прифронтові області можуть враховувати ці практики при плануванні стратегій повоєнного відновлення з фокусом на локальні особливості. Позитивним сигналом для готельно-ресторанного бізнесу є 70-відсоткове зростання внутрішнього туристичного потоку влітку 2025 року порівняно з попереднім роком. Це демонструє відновлення попиту серед українців на подорожі територією країни, що створює передумови для розвитку інфраструктури, сервісу та зайнятості на місцях. Враховуючи, що внутрішній туризм традиційно швидше реагує на стабілізацію, прифронтові регіони можуть орієнтуватися саме на внутрішнього споживача у перші роки після відновлення [14, 15].

Попри воєнні виклики, Україна поступово відновлює позиції на міжнародному туристичному ринку. У 2024 році країну відвідало понад 2,5 млн іноземних туристів, що на 4,1 % більше, ніж роком раніше. У першому півріччі 2024 року кількість в'їздів іноземців склала 1,19 млн, демонструючи зростаючий інтерес до українських дестинацій навіть в умовах невизначеності. Це свідчить про перспективність повернення міжнародного туризму до прифронтових регіонів у разі реалізації стратегій безпеки, цифрової трансформації та брендингу [9, 11].

У сучасних умовах цифрові технології перестають бути лише інструментом доданої вартості й трансформуються у фундаментальний елемент бізнес-моделі підприємств сфери послуг. Зокрема, для прифронтових регіонів України цифровізація набуває критичного значення як фактор стійкості, адаптивності та підвищення конкурентоспроможності. Її функціональна роль проявляється у кількох ключових напрямах. У сфері маркетингу та просування цифрові інструменти забезпечують можливість глибокої аналітики поведінки споживачів на основі великих даних (Big Data), що дозволяє здійснювати ефективну сегментацію цільових аудиторій і впроваджувати персоналізовані стратегії цифрового маркетингу.

У площині взаємодії із клієнтами спостерігається широке застосування чат-ботів, віртуальних AI-асистентів, інтегрованих систем онлайн-бронювання та сервісів автоматизованого обслуговування, що підвищує якість користувацького досвіду й водночас оптимізує навантаження на персонал. В аспекті внутрішнього управління цифрові технології сприяють автоматизації бізнес-процесів, зниженню транзакційних та операційних витрат, що особливо актуально в умовах обмежених ресурсів і підвищених ризиків, характерних для прифронтових територій.

Цифровізація виступає не лише як інструмент технологічної модернізації, а як стратегічна передумова відновлення та сталого розвитку сервісної економіки в кризових регіонах. За даними дослідження встановлено [5], що сприйняття споживачами цифрових сервісів безпосередньо впливає на рівень задоволеності та лояльності. У контексті відновлення це особливо важливо, оскільки інструменти цифрового сервісу можуть компенсувати обмежену фізичну інфраструктуру на початкових етапах реконструкції.

Післявоєнне відновлення національної економіки має розглядатися не лише як процес фізичної реконструкції інфраструктури, а як стратегічна можливість для ініціювання інноваційного прориву в регіонах, що



Рисунок 1 – Стратегічні напрями бізнес-моделі сучасного сервісу в туризмі

Джерело: розроблено авторами

зазнали найбільших деструкцій. У цьому контексті формування регіональних інноваційних екосистем набуває особливої ваги. Йдеться про створення міжсекторальних альянсів, у межах яких підприємства туристичного сектору, органи місцевого самоврядування, заклади вищої освіти, науково-дослідні установи та компанії ІТ-сфери спільно розробляють і впроваджують нові продукти, послуги та управлінські моделі.

Ключовими інструментами становлення таких екосистем виступають:

– запуск галузевих акселераційних програм та стартап-ініціатив у сфері туризму, що стимулюватимуть підприємницьку активність і сприятимуть комерціалізації інновацій;

– розвиток інтегрованих цифрових платформ, які акумулюють дані про культурно-історичні ресурси, об'єкти туристичної інфраструктури, рівень безпеки та логістику, забезпечуючи інформаційну підтримку для управлінських рішень і планування туристичних маршрутів;

– встановлення партнерств з міжнародними технологічними корпораціями задля здійснення трансферу технологій і знань, адаптованих до локального контексту.

Тобто постконфліктна відбудова має супроводжуватися не лише відновленням статус-кво, а й закладанням засад для довгострокового інноваційного розвитку, орієнтованого на відкритість, кооперацію та сталу інтеграцію у глобальні економічні процеси. Зазначимо, що згідно з дослідженнями [3], що цифрові екосистеми сприяють не лише економічному розвитку, а й створенню комплексних рішень безпеки, що є критично важливим для прифронтових регіонів.

Однією з найгостріших проблем є дефіцит кваліфікованих кадрів, що зумовлений як міграційними процесами внаслідок війни, так і змінами вимог до професійних компетенцій. Стратегічні напрями мають включати: програми сертифікованої підготовки у сфері цифрового сервісу, менеджменту та гостинності; створення умов для повернення фахівців, що виїхали за кордон;співпрацю з вищими навчальними закладами для впровадження спеціальних навчальних модулів з цифрового маркетингу, управління якістю сервісу та безпеки.

Автори [7] доводять, що рівень обізнаності працівників щодо цифрових технологій стимулює зниження «кадрового відтоку» й підвищує внутрішню мотивацію. Попри наявні безпекові ризики, інфраструктурна відбудова прифронтових регіонів повинна здійснюватися не як універсальний процес відновлення втраченого, а як стратегічно спрямована ініціатива, що враховує та капіталізує локальні конкурентні переваги. Одним із ключових напрямів такого підходу є інтеграція культурних ресурсів у загальну модель регіонального розвитку, що дозволяє поєднувати економічні та ідентифікаційні цілі.

Зокрема, до пріоритетних заходів у межах стратегічно орієнтованого інфраструктурного відновлення слід віднести реставрацію історико-культурних об'єктів та відновлення культурних просторів, які виступають носіями нематеріальної цінності та чинниками підвищення туристичної привабливості регіонів. У цьому контексті особливої актуальності набуває стимулювання гастрономічного туризму, що реалізується через популяризацію локальних кулінарних традицій, залучення малих виробників агропродукції та просування унікальних регіональних брендів. Водночас важливою складовою цілісної моделі розвитку є проєктування тематичних туристичних маршрутів, які репрезентують історико-культурну самобутність територій, сприяючи формуванню сталих наративів локальної ідентичності та посиленню зв'язку між культурною спадщиною й економічною активністю.

Якубовський та Курученко [12] вказують на важливість інтеграції місцевих культурно-історичних ресурсів у туристичний продукт як засобу підвищення привабливості регіонів. Інфраструктурне оновлення має розглядатися не лише як технічне завдання, а як інтегрована складова соціально-економічного відновлення, що поєднує фізичну реконструкцію з репрезентацією культурного капіталу територій.

Формування стабільного та передбачуваного бізнес-середовища в прифронтових регіонах потребує впровадження цілісної системи фінансової підтримки, що ґрунтується на поєднанні різних інструментів інвестування та стимулювання підприємницької активності. Ключову роль у цьому процесі відіграють пільгові кредитні продукти й грантові програми, спрямовані на розвиток малих і середніх підприємств, які становлять основу економічної адаптивності територій. Водночас важливим напрямом є розширення практики державно-приватного партнерства, зокрема у реалізації проєктів реконструкції туристичної та суміжної інфраструктури. Додатковим інституційним елементом має стати створення спеціалізованих фінансових фондів підтримки туристичного та готельно-ресторанного секторів, орієнтованих на довгострокову стабілізацію та розвиток ринку послуг. Зазначені механізми повинні бути системно інтегровані у національні програми післявоєнного відновлення, з обов'язковим урахуванням пріоритетів регіонального розвитку та асиметрії ресурсного забезпечення.

Висновки. Процес відновлення туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в прифронтових регіонах України повинен спиратися на стратегічне планування, що поєднує безпекові, цифрові, організаційні та культурно-соціальні складові. Цифрова трансформація виступає ключовим чинником конкурентоспроможності, здатним не лише підсилити сервіс, але й компенсувати інфраструктурні обмеження. Важливо також зосередитися на підготовці кадрів, створенні інноваційних екосистем та інтеграції локальних ресурсів у туристичний продукт. Лише комплексний підхід дозволить створити сталий, гнучкий і привабливий туристичний бізнес, що сприятиме економічному відновленню та соціальній реінтеграції постраждалих територій.

Список використаних джерел:

1. Безхлібна А. П., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. Стратегічні перспективи підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу України в умовах воєнного стану. *Економічний простір.* 2025. № 201. С. 14–21. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.201.14-21
2. Buhalis D., Moldavska I. Voice assistants in hospitality: using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2021. Vol. 13, No. 3. P. 386–403.
3. Byelikova M., Bezkhlibna A. The competitiveness of the region's ecosystem: The digitalization and tourism. *Sustainable Development in Economics, Technology and Environmental Engineering.* 2025. P. 177–186. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-91953-4_17
4. Byelikova M., Bezkhlibna A., Polyezhayev Yu., Zaytseva V., Pukhalska H. Informational and digital business security in tourism as a component of the coastal region competitiveness. In: *Data-Centric Business and Applications: Modern Trends in Financial and Innovation Data Processes*. Vol. 1. 2023. P. 117–145.
5. Gursoy D., Chi O. H., Lu L., Nunkoo R. Consumers acceptance of artificially intelligent (AI) device use in service delivery. *International Journal of Information Management.* 2021. Vol. 59. Article 102302.
6. Ivanov S., Webster C., Berezina K. Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 2021. Vol. 37. P. 27–42.
7. Li J., Bonn M. A., Ye B. H. Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention. *Tourism Management.* 2021. Vol. 85. Article 104322.
8. OpenDataBot. У першому півріччі 2025 року туристичний збір зріс на 33%. 10.07.2025. URL: https://opendatabot.ua/analytics/tourist-fee-2025
9. Riba Hotels Group. Туризм в Україні: підсумки та перспективи розвитку у 2024 році. 28.08.2024. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/6313/
10. Samara D., Magnisalis I., Peristeras V. Artificial intelligence and big data in tourism: a systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2020. Vol. 11, No. 2. P. 343–367.
11. Skilky-Skilky. У І півріччі 2024 року в Україну в'їхало 1,19 млн іноземців. 15.07.2024. URL: https://skilky-skilky.info/u-i-pivrichchi-v-ukrainu-v-ikhalo-7-6-tysiachi-rosiian
12. Yakubovskiy S., Kyrychenko O. The role of digitalization in the development of the global tourism industry. *Visnyk ONU.* 2024. Vol. 29, No. 4. Article 15. DOI: https://doi.org/10.32782/2304-0920/4-102-15
13. Державне агентство розвитку туризму України. Податкові надходження від туризму зросли на третину за перше півріччя 2025 року – індустрія сплатила більше півтора мільярда гривень. 08.07.2025. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovi-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025-roku-industriya-splatila-bilshe-pivtora-milyarda-griven
14. Державне агентство розвитку туризму України. У 2024 туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. 12.07.2025. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhet-mayzhe-3-mlrd-grn
15. УНІАН. В Україні під час війни рекордними темпами відновлюється туристична галузь. 05.07.2025. URL: https://www.unian.ua/tourism/news/v-ukrajini-pid-chas-viyni-rekordnimi-tempami-vidnovlyuyetsya-turistichna-galuz-13126254.html

References:

1. Bezkhlibna, A. P., Kuklina, T. S., Zhuravlova, S. M. (2025). Stratehichni perspektyvy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti restorannoho biznesu Ukrainy v umovakh voiennoho stanu [Strategic prospects for increasing the competitiveness of Ukraine's restaurant business under martial law]. *Ekonomichnyi Prostir*, no. 201, pp. 14–21. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.201.14-21
2. Buhalis, D., Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality: Using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, no. 13 (3), pp. 386–403. DOI: https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2020-0156
3. Byelikova, M., Bezkhlibna, A. (2025). The competitiveness of the region's ecosystem: The digitalization and tourism. *Sustainable Development in Economics, Technology and Environmental Engineering,* pp. 177–186. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-91953-4_17
4. Byelikova, M., Bezkhlibna, A., Polyezhayev, Y., Zaytseva, V., Pukhalska, H. (2023). Informational and digital business security in tourism as a component of the coastal region competitiveness. *Data-Centric Business and Applications: Modern Trends in Financial and Innovation Data Processes*, no. 1, pp. 117–145.
5. Gursoy, D., Chi, O. H., Lu, L., Nunkoo, R. (2021). Consumers acceptance of artificially intelligent (AI) device use in service delivery. *International Journal of Information Management*, no. 59, 102302. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102302
6. Ivanov, S., Webster, C., Berezina, K. (2021). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, no. 37, pp. 27–42.
7. Li, J., Bonn, M. A., Ye, B. H. (2021). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention. *Tourism Management*, no. 85, 104322. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104322
8. OpenDataBot. (2025, July 10). U pershomu pivrichchi 2025 roku turystychnyi zbir zris na 33% [In the first half of 2025, the tourist tax increased by 33%]. Available at: https://opendatabot.ua/analytics/tourist-fee-2025
9. Riba Hotels Group. (2024, August 28). Turyzm v Ukraini: Pidsumky ta perspektyvy rozvytku u 2024 rotsi [Tourism in Ukraine: Summary and development prospects in 2024]. Available at: https://ribashotelsgroup.ua/blog/6313/

10. Samara, D., Magnisalis, I., & Peristeras, V. (2020). Artificial intelligence and big data in tourism: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, no. 11 (2), pp. 343–367. DOI: https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0010

11. Skilky-Skilky. (2024, July 15). U I pivrichchi 2024 roku v Ukrainu v'yikhalo 1,19 mln inozemtsiv [In the first half of 2024, 1.19 million foreigners entered Ukraine]. Available at: https://skilky-skilky.info/u-i-pivrichchi-v-ukrainu-v-ikhalo-7-6-tysiachi-rosiian

12. Yakubovskiy, S., Kyrychenko, O. (2024). The role of digitalization in the development of the global tourism industry. *Visnyk ONU*, no. 29 (4), Article 15. DOI: https://doi.org/10.32782/2304-0920/4-102-15

13. State Agency for Tourism Development of Ukraine. (2025, July 8). Podatkovi nadkhodzhennia vid turyzmu zrosly na tretinu za pershe pivrichchia 2025 roku – industriia splatila bilshe pivtora miliarda hryven [Tourism tax revenues grew by a third in the first half of 2025 – the industry paid more than 1.5 billion UAH]. Available at: https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovi-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025-roku-industriya-splatila-bilshe-pivtora-milyarda-griven

14. State Agency for Tourism Development of Ukraine. (2025, July 12). U 2024 turistychna sfera Ukrainy prynesla v biudzhet maizhe 3 mlrd hrn [In 2024, Ukraine's tourism sector brought nearly 3 billion UAH to the budget]. Available at: https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhet-mayzhe-3-mlrd-grn

15. UNIAN. (2025, July 5). V Ukraini pid chas viiny rekordnymy tempamy vidnovliuietsia turystychna haluz [Tourism in Ukraine is recovering at record pace during the war]. Available at: https://www.unian.ua/tourism/news/v-ukrajini-pid-chas-viyni-rekordnimi-tempami-vidnovlyuyetsya-turistichna-galuz-13126254.html

Anastasiia Bezkhlibna
National University Zaporizhzhia Polytechnic
Svitlana Zhuravlova
Zaporizhzhia Humanitarian College National University Zaporizhzhia Polytechnic
Tetiana Kuklina, Sergiy Tsvilyi
National University Zaporizhzhia Polytechnic
Maryna Byelikova
Zaporizhzhia Institute of Economics and Information Technologies

STRATEGIC DIRECTIONS OF ORGANIZATION OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN FRONTLINE REGIONS DURING THE PERIOD OF POST-WAR RECONSTRUCTION

The article explores strategic approaches to the restoration of the tourism and hotel and restaurant business in the front-line regions of Ukraine in the post-war reconstruction period. Given the large-scale destruction of infrastructure, loss of labor resources and changing market conditions, the authors emphasize the need to form a multi-vector model of industry transformation. Particular attention is paid to digital transformation as a key tool for competitiveness, which includes the following areas: implementation of AI solutions, service automation, development of personalized tourism products and digital marketing. The article also considers the issue of security, which is a critically important factor in building trust in tourist regions, as well as the role of the local cultural context in creating unique offers. Based on analytical data from DART and international research, the positive dynamics of tourist fees, the activation of domestic tourism, and the growth of the number of registered market players are outlined. The following directions for modernizing the industry are proposed: building digital ecosystems, forming a new personnel policy, launching startups in tourism, attracting grant funding, and developing public-private partnerships. It is concluded that the comprehensive implementation of the proposed strategic directions will allow for the formation of a sustainable, adaptive, and safe model for the development of the tourism and hotel and restaurant business in the front-line regions of Ukraine. These mechanisms should be integrated into national post-war recovery programs, taking into account the development priorities of the regions. The process of restoring the tourism and hotel and restaurant business in the front-line regions of Ukraine should be based on strategic planning that combines security, digital, organizational, and cultural and social components.

Keywords: *post-war reconstruction, frontline regions, digital transformation, tourism business, security, sustainable tourism development, hotel and restaurant business.*

Дата надходження статті: 22.01.2026
Дата прийняття статті: 03.03.2026
Дата публікації статті: 29.05.2026