

***ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»***

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання _____ денна _____

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

Завідувач кафедри _____ Г. П.Скляр
(підпис)

«___» _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Розвиток в'їзного туризму в Україні: стан та перспективи»

зі спеціальності 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм» ступеня магістра

Виконавець роботи Комарова Єлизавета Євгеніївна

(підпис, дата)

Науковий керівник к. е. н., доцент Животенко Віталій Олександрович

(підпис, дата)

Полтава – 2021

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	3
Розділ 1. Сутність та особливості в'їзного туризму	
1. 1. Сутність, основні поняття та визначення в'їзного туризму.....	6
1. 2. Особливості організації в'їзного туризму.....	11
1. 3. Особливості державної політики у сфері в'їзного туризму в Україні.....	19
Розділ 2. Оцінка стану туристичної сфери в Україні	
2. 1. Аналіз туристичних дестинацій в Україні.....	30
2. 2. Оцінка інфраструктури туристичного потенціалу України.....	39
2. 3. Аналіз туристичних потоків	46
Розділ 3. Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні	
3. 1. Резерви підвищення ефективності використання туристичної інфраструктури.....	53
3. 2. Напрями розвитку в'їзного туризму.....	59
Висновки	68
Перелік інформаційних джерел.....	72

ВСТУП

Туризм є вагомим фактором економіки будь якої країни, в тому числі і України. Варто зазначити, що процес ознайомлення кожної людини з довкіллям, пов'язаний із подорожами.

Туризм на сьогоднішній день розглядають, як найперспективнішу та провідну галузь в Україні. Туризм в Україні поступово наближається до світового рівня. З'являється все більше підприємств туристичного спрямування. Створена тісна мережа туристичної індустрії, до якої належать, заклади розміщення, харчування, а також об'єкти пізнавального, ділового, релігійного, спортивного, оздоровчого та іншого призначення.

Слід зазначити, що в туристичній галузі на сьогоднішній день налічується безліч різноманітних класифікацій туризму, які полягають у виділенні класів, форм, видів за безліччю напрямів.

На даний момент не існує певної конкретної класифікації, це можна пояснити тим, що немає чітких форм та видів у сучасному туризмі. Туризм поділяють за різними показниками: за засобами пересування, метою, тривалістю та часом подорожі, засобами розміщення і тощо.

Хочеться виокремити саме, види туризму, а саме міжнародний туризм – подорож в іншу країну або іноземний туризм. Цей вид туризм поділяється на в'їзний та виїзний.

Головною метою кваліфікаційної роботи є: провести аналіз та дати об'єктивну оцінку особливостям ведення державної політики у сфері в'їзного туризму, провести аналіз розвитку туристичної інфраструктури та дослідити перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні.

Мета дослідження визначає його основні завдання, а саме:

дослідження сутності та основних понять в'їзного туризму;

дослідження особливостей організації в'їзного туризму;

дослідити особливості державної політики у сфері в'їзного туризму в Україні;

провести аналіз туристичних дестинацій в Україні;

провести оцінку інфраструктури туристичного потенціалу України;

провести аналіз туристичних потоків;

визначити резерви підвищення ефективності використання туристичної інфраструктури;

визначити напрями розвитку в'їзного туризму.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є особливості розвитку туризму в Україні його стан та перспективи.

Об'єктом дослідження є розвиток в'їзного туризму в Україні.

Структура даної роботи: містить вступ, два розділи, що поділяються на підрозділи, висновки та пропозиції, перелік інформаційних джерел, рисунки та таблиці. Перелік інформаційних джерел поєднує 89 літературних джерел.

У першому розділі розглянуто сутність та особливості в'їзного туризму, а саме визначено сутність та складові елементи в'їзного туризму, визначено основні соціально-економічні чинники, що впливають на в'їзний туризм, розглянуто особливості організації в'їзного туризму, окреслено особливості державної політики у сфері в'їзного туризму. Крім того, виявлено можливі напрями розвитку складових туристичного потенціалу та їх вплив на в'їзний туризм в Україні.

У другому розділі було проведено оцінку стану туристичної сфери України, виконано необхідні розрахунки, що внесені до таблиць, та проведено їх аналіз. Також здійснено характеристику інфраструктурних об'єктів туризму. Досліджено туристичні потоки в Україні та визначено основні туристичні дестинації, що впливають на формування стійких туристичних потоків в'їзного туризму.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи «Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні» визначено резерви підвищення ефективності

використання туристичної інфраструктури. Запропоновано основні напрямки розвитку в'їзного туризму, що виокремлені у відповідності до виявлених проблем.

При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися загальнонаукові методи дослідження: метод діалектики, дедукції та індукції та конкретні методи: економічні, економіко-математичні, системного, логічного та порівняльного аналізу, статистичні методи дослідження діяльності підприємства, методи планування і прогнозування.

Інформаційна база дипломної роботи: законодавчі акти, публікації вітчизняних і зарубіжних науковців, підручники та посібники з організації туризму, економіки, стратегічного управління, статистичні збірники та інша документація.

Результати нашого дослідження та пропозиції зроблені на їх основі, можуть бути використаними не лише для розвитку в'їзного туризму України, а й для усієї туристичної сфери.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

1. 1. Сутність, основні поняття та визначення в'їзного туризму

Туризм є вагомим фактором економіки будь якої країни, в тому числі і України. Варто зазначити, що процес ознайомлення кожної людини з довкіллям, пов'язаний із подорожами.

Головними чинниками виникнення подорожей, а також і туризму в цілому, були такі:

- соціальні (процеси демографії та міграції, розвиток відносин в суспільстві);
- економічні (розвиток економіки);
- географічні (розміщення країн та регіонів, налагодження контактів між ними);
- політичні (здобуття нових територій, розподіл сфер політичного впливу);
- мотиваційні (свідомість людей, їх менталітет; тобто потреби, цінності та інші чинники психології, які мали вплив на визначення мети подорожі в певні періоди та регіони);
- науково – технічний прогрес;
- екологічні (належне ставлення до навколишнього середовища, на якому можуть проживати та відпочивати люди);

Туризм на сьогоднішній день розглядають, як найперспективнішу та провідну галузь в Україні. Туризм в Україні поступово наближається до світового рівня. З'являється все більше підприємств туристичного спрямування. Створена тісна мережа туристичної індустрії, до якої належать,

заклади розміщення, харчування, а також об'єкти пізнавального, ділового, релігійного, спортивного, оздоровчого та іншого призначення.

Туризм розглядають, як складову розумового та фізичного виховання, яка здійснюється через ряд певних функцій:

- виховну;
- освітню;
- оздоровчу;
- спортивну;

Туризм можна трактувати, як форму організації відпочинку. Часто його розглядають, як певний вид рекреації, активний спосіб відпочинку, здійснюючи який, відновлюються сили для працездатності і все це поєднується з оздоровчими, спортивними, пізнавальними, культурними, розважальними та іншими цілями.

Індустрія сучасного туризму є найбільш прибутковою і перспективною за своїми темпами зростання серед галузей світового господарства. Головною метою розвитку туризму є задоволення певних потреб туриста у відпочинку і враженнях, які турист одержить під час подорожі, шляхом надання послуг та товарів, які зроблять цю подорож комфортною та незабутньою і будуть сприяти виконанню мети подорожі, об'єднує різного роду галузі та види діяльності.

Слід зазначити, що в туристичній галузі на сьогоднішній день налічується безліч різноманітних класифікацій туризму, які полягають у виділенні класів, форм, видів за безліччю напрямів.

На даний момент не існує певної конкретної класифікації, це можна пояснити тим, що немає чітких форм та видів у сучасному туризмі. Туризм поділяють за різними показниками: за засобами пересування, метою, тривалістю та часом подорожі, засобами розміщення і тощо.

Хочеться виокремити саме, види туризму, а саме міжнародний туризм – подорож в іншу країну або іноземний туризм. Цей вид туризм поділяється на в'їзний та виїзний.

Виїзний вид міжнародного туризму – це поїздка або подорож людей, що постійно проживають в одній країні, в іншу країну. В'їзний туризм – це подорож за межі країни постійного проживання.

Поділ туризму за видами, ми хочемо показати на рис.1.1.1.

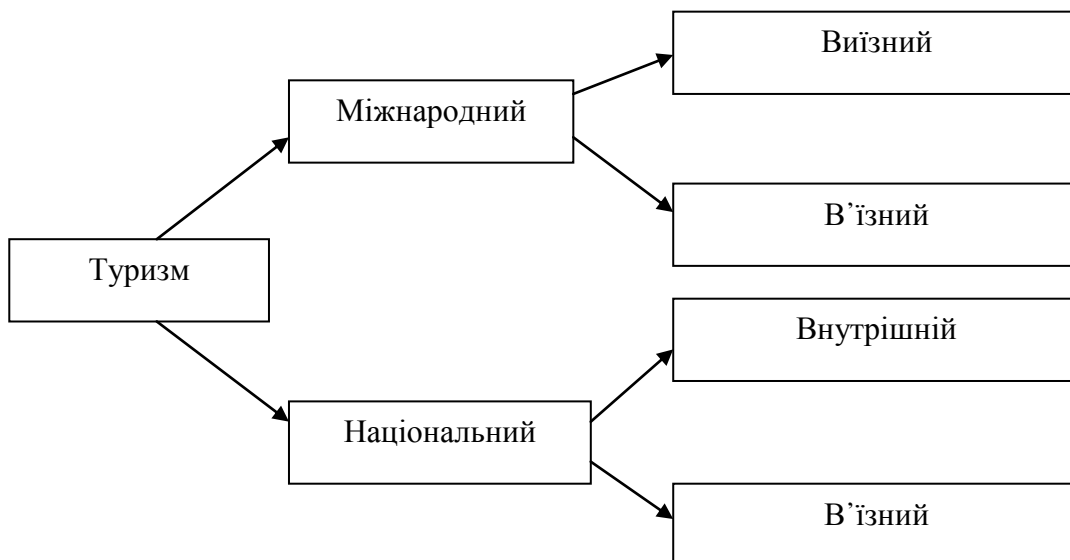


Рис. 1. 1. 1. Поділ туризму за видами [узагальнено автором за 51]

Як свідчать дані рисунку 1. 1. 1, одним із пріоритетних видів туризму залишається в'їзний туризм, як вагомий чинник для поповнення державної казни та створення додаткових робочих місць.

Розвиток в'їзного туризму є не лише джерелом грошових надходжень в економічну систему країни, але й допомагає активізації відносин між країнами туристичного процесу. Прибутковою галузь туризму можна вважати тоді, коли потоки в'їзного туризму втричі перевищують обсяги виїзного.

В'їзний туризм є однією з форм міжнародного туризму. Необхідно зазначити, що в'їзний туризм – це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території [23].

На сьогодні в'їзний туризм є одним із найперспективніших напрямів державної політики в туристичній галузі. У багатьох країнах світу в'їзний туризм активно працює на б'юджет та імідж держави, є однією з найважливіших категорій експорту. Україна має всі необхідні властивості для

розвитку туристичної індустрії: природньо – кліматичні умови, історичні, культурні та матеріальні ресурси. Визначення терміну “в’їзний туризм” трактувалося багатьма вченими. На нашу думку, на цьому слід зупинитися детальніше та показати різні трактування в’їзного туризму, дані наведено у таблиці 1. 1. 1.

Таблиця 1. 1. 1

Полеміка поняття «в’їзний туризм» [узагальнено автором]

Автор визначення	Визначення терміну «в’їзний туризм»
ЮНВТО	термін “в’їзний туризм” має французьке походження <i>tour voyage</i> , що означає прогулянка, поїздка за кордон або подорож у вільний час, та є одним із видів активного відпочинку
Н.Ф.Реймерс	в’їзний туризм це будь яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами і об’єктами [28]
О.О. Бейдик	в’їзний туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [28 с.10]
Л. Абалкін	в’їзний туризм, тимчасове переміщення людей із постійного місця проживання в іншу місцевість чи країну у межах своєї держави з метою отримання задоволення та відпочинку, в пізнавально – оздоровчих цілях, але без заняття оплачуваною діяльністю у місці перебування [4,6,9,14,25]
В.Квартальнов та М.Кабушкін	в’їзний туризм – це поїздки або походи, які відбуваються у вільний час та не зв’язані з роботою та зміною постійного місця проживання, а є сферою послуг для задоволення потреб туристів і являють собою сукупність відносин та єдність зв’язків і явищ, що супроводжують людину в подорожах [19 с.514;26с.311; 27 с.311]
В.Герасименко	в’їзний туризм – це одна із форм міграції населення, що пов’язано з рухом, подорожжю, долаттям простору, з іншої сторони туризм – суспільно – економічне явище, що є своєрідною галуззю господарської діяльності [10 с. 54]
В. Азар	в’їзний туризм – складна економічна система, з різними зв’язками між певними елементами в межах окремої країни, так і зв’язків національної економіки із світовим господарством [1 с.76]
Р. Бернс	наголосив на поєднанні ділових та соціальних цілей в’їзного туризму, і з’ясував, що продуктивність вирішених бізнес - питань під час подорожі є вдвічі вищою ніж при роботі в офісі [7]
Ч. Госднер та Р. Річі	в’їзний туризм - це форма ведення сучасного бізнесу, що дозволяє оптимізувати час керівника, оскільки дозволяє поєднувати роботу та відпочинок разом [13]

Як свідчать дані таблиці 1. 1. 1, будь яке з вказаних понять «в’їзного туризму» не включає в себе одержання прибутку під час туристичної подорожі.

Сфера туризму є доволі важливою та специфічною галуззю економіки, котра, крім економічних функцій у підприємстві, спрямована на вирішення соціальних, духовних та суспільних завдань. Поняття в'їзного туризму достатньо складне та багатогранне. Потрібно зазначити, що чіткого та єдиного підходу до даних визначень немає.

Ми вважаємо, туризм, а отже і процес організації туристичної діяльності, одним із найважливіших ланок філософії бізнесу, сьогоdnішнього інформаційно – інноваційного суспільства, які в цих умовах швидких змін підприємницької діяльності вирішують за допомогою нових можливостей проблеми тайм – менеджменту, а точніше – дають можливість якісно та ефективно реалізувати соціальні та професійно – ділові функції.

В'їзний міжнародний туризм – це подорожі, що здійснюються громадянами іноземних країн, пов'язані із перетином держаних кордонів з метою некомерційної діяльності на період від 1 доби до 1 року. Позитивні та перспективні риси в'їзного туризму, ми хочемо показати на рис. 1. 1. 2.

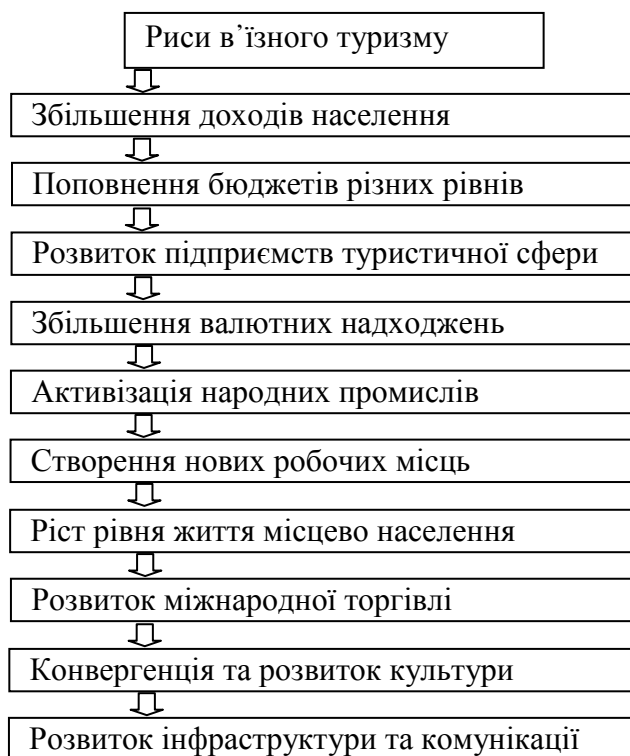


Рис. 1.1.2. Перспективні риси в'їзного туризму [29]

Як свідчать дані рис. 1. 1. 2, до перспективних рис туризму можемо

віднести: підвищення рівня життя населення, розвиток місцевої інфраструктури, активізацію народних промислів тощо. У зв'язку з цим виникає потреба в кращому та ефективнішому розвитку інкамінгу.

Інкамінг – це туроперейтингська діяльність у міжнародному в'їзному туризмі, націлена на утворення пакетів послуг туристичними підприємствами, що здійснюють свою діяльність на території приймаючої країни, з харчуванням, розміщенням, транспортуванням, організацією дозвілля і т.д. та доведення їх до іноземних споживачів [37].

Основними характерними рисами для інкамінгу є:

координація на іноземних споживачів, що створює низку проблем, пов'язаних із маркетинговими дослідженнями, просуванням вітчизняного туристичного продукту, його реалізацією та ціною;

потреба у використанні послуг тільки вітчизняних постачальників, якість яких буде відповідати міжнародним стандартам, діючим на даний період (в першу чергу це засоби з розміщення);

своя нормативно – правова база, тобто власні ліцензії, сертифікати, порядок реєстрації, страхування тощо, особливо та яка стосується, тих видів туризму, які дійшли до нас з давніших часів, а саме лікувальний, спортивний, дитячий та юнацький, тощо;

потреба в ратифікації великої кількості наднаціональних правових актів та міждержавних угод, з метою налагодження взаємних контактів України з іншими державами.

1. 2. Особливості організації в'їзного туризму

Розвиток економічної діяльності, зокрема в туристичному напрямі, активно впливає на розвиток народного господарства, що збільшує

надходження до б'юджету, допомагає підвищенню зайнятості та розбудові туристичної інфраструктури, як країни в цілому, так і окремих її регіонів. Такий результат можна очікувати при розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Туристична сфера має що раз більше значення для економіки та соціальної сфери країни, що дозволяє швидко інтегруватися у світову туристичну індустрію. Важливий напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є чинником покращення якості життя в країні, створення нових робочих місць, поповнення валютних надходжень держави та авторитет країни на міжнародній арені.

З розвитком туризму в країні відбувається вплив на такі сектори економіки, як торгівля, транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним із перспективних ланок структурної перебудови економіки.

На сьогодні туристичні пропозиції відбуваються під дією соціально – економічних факторів. Розвиваються також тенденції, які підвищують добробут населення, а саме такі соціальні передумови: скорочення робочого тижня, збільшення періоду відпусток, що є можливістю для гнучкого графіка роботи. Ці дії допомагають збільшенню вільного часу населення, що в більшості орієнтується не на стандартний набір послуг, а на індивідуальну програму проведення вільного часу.

За даними Державної служби туризму та курортів України за останній рік Україну відвідало 21,1 млн. іноземних туристів, що на 2% більше ніж попереднього року [39]. Однак, варто сказати, що кількість іноземних туристів, які обслуговувалися туристичними підприємствами дещо менша.

За прогнозами ЮНВТО, основними чинниками розвитку в'їзного туризму є:

- науково – технічний прогрес;
- підвищення якості життя населення;
- збільшення тривалості вільного часу;

стан оточуючого середовища.

У сфері послуг нововведення та інновації стосуються здебільшого самих послуг (інновації продукту), процесу виробництва (технологічні інновації) та споживання продукту (інноваційний менеджмент). Інновації продукту, пов'язані з поступом технологізації суспільства та працюють в певних напрямках:

сутність послуги змінюється внаслідок введення інноваційних технологій;

створення послуги внаслідок використання інноваційних технологій впровадження нових технологій шляхом надання послуг;

створення інноваційних технологій за допомогою послуг.

Щоб підвищити ефективність туристичної сфери економічного напрямку необхідно покращити механізми регулювання господарської діяльності та створити умови для інвестиційної активності за допомогою формування нового підходу до стратегії розвитку національного туристичного комплексу та системи управління туристичними процесами, як на державному так і на регіональному рівнях.

Сприяння розвитку в'їзного туризму є наслідком взаємодії внутрішніх та зовнішніх соціально – економічних процесів, які створюють потребу в подорожі та попиту на туристичні послуги. Попит на туристичні послуги формується, як в країні на послуги внутрішнього та міжнародного туризму, так і за її межами на послуги міжнародного в'їзного туризму, а здійснюється він пропозиціями які створюються на ринку суб'єктами туристичного ринку.

На розвиток в'їзного туризму впливає велика кількість факторів: постійних та змінних. Безліч вітчизняних та зарубіжних фахівців туризму по різному визначають чинники, які впливають на розвиток та специфіку діяльності туристичних підприємств.

Л.П. Дядечко визначив «як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчою та соціально – економічною ситуацією в країні та

світі» [20,с. 21-22].

Жукова М. О. розглядає увесь комплекс чинників, що впливають на розвиток в'їзного туризму, поділяють на дві групи:

фактори, діючі незалежно від діяльності організації в'їзного туризму;

фактори, що сприяють розвитку в'їзного туризму, активно використовувані організаціями у своїй діяльності [21, с. 34-35].

Для планування та розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати низку певних чинників, які класифікують за різними ознаками: за ступенем, напрямом, характером, та результатами впливу (табл. 1.2.1).

Таблиця 1. 2. 1

Класифікаційні ознаки чинників впливу на розвиток в'їзного туризму [21]

За ступенем впливу	За напрямом впливу	За характером впливу	За результатами впливу
статистичні	зовнішні	екстенсивні	позитивні
динамічні	внутрішні	інтенсивні	негативні

Як свідчать дані таблиці 1. 2. 1, за ступенем впливу існують наступні чинники:

статистичні (природньо – географічні чинники, культурно – історичні чинники);

динамічні (соціально – економічні, демографічні, матеріально – технічні).

За напрямом впливу чинники бувають зовнішні та внутрішні.

Зовнішні або екзогенні мають вплив на туризм за допомогою демографічних та соціальних змін: вік населення, збільшення кількості працюючих, змінюваність доходу на кожну сім'ю, гнучкий графік робочого часу тощо.

До зовнішніх факторів також відноситься:

зміна політичного та правового регулювання;

технологічні зміни;

розвиток транспорту та торгівлі;

зміна умов безпеки під час подорожі.

Внутрішні або ендогенні фактори - впливають безпосередньо у сфері туризму: матеріально-технічне забезпечення, що мають найважливіший вплив на розвиток туризму.

До внутрішніх чинників ще належать:

попит, пропозиція та розширення, збільшення частки індивідуального туризму;

збільшення ролі сегментації ринку, збільшення відстані подорожі, різновиди форм проведення канікул тощо;

зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (тобто партнерські відносини між підприємствами туризму різних рівнів);

підвищення ролі засобів масової інформації у просуванні, продажі та реалізації туристичного продукту;

збільшення ролі професіоналізму в туристичній діяльності (збільшення чисельності працівників в галузі туризму);

роль приватного туристичного бізнесу.

Зовнішні чинники першочергово впливають, за допомогою соціальних та демографічних змін, тому слід виділити їх основні групи (табл 1. 2. 2.).

Таблиця 1. 2. 2

Зовнішні фактори розвитку в'їзного туризму [61]

Політичні	Економічні	Соціально-демографічні	Науково-технічні
політична стабільність	економічна стабільність	чисельність та вік населення	рівень наукових розробок
участь у міжнародних організаціях	фінансова ситуація	рівень складності та інтенсивності праці	сучасні технології обслуговування
стан торгівельного та платіжного балансу	доходи населення	зміна персонального доходу	технологізація та комп'ютеризація туристичної діяльності
міжнародна обстановка	зовнішньо-економічна діяльність держави	туристична активність	

Як свідчать дані таблиці 1. 2. 2, Зовнішні чинники виділять у такі групи:
економічні;
політичні;
соціально – демографічні;
науково – технічні.

Н. Ю. Гаценбиллер виділяє ще один важливий фактор розвитку в'їзного туризму – екологічний, що показує наскільки подорожанин задоволений поїздкою, гостинністю, комфортом, здійсненням бажань [61].

Зовнішні та внутрішні фактори, взаємодіючи між собою, формують кон'юктуру ринку та створюють середовище для здійснення бізнес - діяльності, впливають на попит.

Вказані вище фактори за характером впливу поділяють на екстенсивні та інтенсивні.

До екстенсивних факторів входять: збільшення числа працюючих, зріст кількості матеріальних ресурсів, будівництво нових туристичних об'єктів.

Інтенсивні фактори – підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професіоналізму, вдосконалення матеріально – технічного забезпечення на основі науково – технічного прогресу, підвищення культури та якості обслуговування; індустріалізація, комп'ютеризація та технологізація туристичної галузі; раціональне використання матеріально – технічної бази, тощо.

Чинники, що впливають на розвиток туристичної індустрії, мають позитивний та стримуючий вплив.

Позитивні фактори впливають та сприяють розвитку туризму. Вони мають зв'язок з політичною, соціально – економічною та законодавчо – правовою сферами в країні та світі.

Стримуючі чинники негативно впливають на розвиток туризму. До них належать: криза, мілітаризація економіки, заборгованість, політична нестабільність, збільшення цін на продукти споживання, безробіття, страйки,

банкруцтво туристичних підприємств, невиконання туристичними фірмами своїх обов'язків тощо.

Важливе місце в розвитку в'їзного туризму займає фактор сезонності. Сезонність – це коливання туристичних потоків, які сконцентровані в певних місцях, в залежності від певного періоду часу. Туристичні фірми використовують заходи, щоб зменшити сезонні спади, наприклад в міжсезоння встановлюють нижчі ціни ніж у сезонний період.

Підхід до туристичної діяльності на державному рівні або на окремих регіонах, можна впровадити через державну туристичну політику, створюється та реалізується через центральні органи влади – національні туристичні організації та інші заклади з туризму.

Підвищенню інтенсивності в'їзних потоків стає на заваді не достатньо сформована та скоординована система дій з просування туристичного продукту на світовий ринок. Насамперед проблеми виникають з рекламою державних курортів. Країни, які більш розвинуті в туристичному плані витрачають значно більше засобів на формування свого іміджу та рекламу національного туристичного продукту.

Впливовим позитивним моментом у просуванні національного туристичного продукту є постійна участь країни у світових туристичних ярмарках, які відбуваються у Лондоні, Берліні, Варшаві, Мілані і т.д. В цей же час дії з розвитку в'їзного туризму не мають збалансованого та комплексного характеру, що не дає можливості підвищувати потоки іноземних туристів з певною стабільністю.

Недостатній розвиток об'єктів туристичної інфраструктури, а також їх невідповідність світовим стандартам, стримує розвиток в'їзного туризму. Наслідком цього є те, що туристичні послуги національних туристичних підприємств мають меншу конкурентоспроможність ніж аналогічні підприємства за кордоном.

Забезпечення розвитку туристичної галузі та в'їзного туризму зокрема,

певною мірою має базуватися на оновленні та модернізації інфраструктури туристичної та курортно – оздоровчої сфери. Тому необхідно ввести практики прямого фінансування туристичної інфраструктури регіонів з державного та місцевого бюджетів, зокрема це облаштування маршрутів, місць для відпочинку в лісовій та гірській місцевості, пляжів, оглядових майданчиків, центрів туристичної інформації, рекламних стендів на окремих ділянках дороги.

З метою залучення інвестицій у сферу охорони здоров'я, відпочинку та туризму, виробництва, сільського господарства, для збереження та створення нових робочих місць, введення новітніх технологій, розвитку зовнішньо - економічних зв'язків, збільшення кількості товарів та послуг високої якості, створення новітньої транспортної інфраструктури, збереження та використання природних ресурсів в Україні запроваджений спеціальний режим інвестиційної діяльності.

Кількість чинників, що впливають на створення туристського попиту, з кожним роком збільшується. Різко диференціювався попит: туристи з високим рівнем доходу демонструють перебірливість та вимогливість до якості послуг.

Останнім часом окремими факторами розвитку в'їзного туризму виділяють психологічні та фізичні властивості та характеристики самої людини, тому що ці фактори спонукають до зміни постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення чи пізнання навколишнього середовища, або навпаки, є перепорою для цього. Слід врахувати те, що частина туристичних регіонів України знаходяться у зонах конфлікту, тому психологічне відношення людей невизначеності, ризику та безпеки подорожі є найважливішими факторами, що формують попит на туристичні послуги.

Необхідно зазначити, що створення вільних економічних зон допомагає розвитку великого бізнесу, в той час як Україні потрібен розвиток малого бізнесу, тому що в країні сконцентрована частина малих підприємств. Це можна констатувати тим, що потреби туристів під час подорожі є дуже

диференційованими, а для створення домашньої атмосфери гостинності часто потрібна увага та чітке керівництво господарів закладів розміщення та харчування, які можуть надати тільки невеликі підприємства.

Всі зазначені чинники взаємопов'язані між собою і мають враховуватися при плануванні та розвитку в'їзного туризму.

Отож, враховуючи всі фактори туристичної стабільності та активності в країні, які призведуть до підвищення та розвитку в'їзного та внутрішнього видів туризму, збільшать доходи закладів туристичної сфери і внаслідок цього буде збільшено державний та місцевий б'юджети, підвищиться рівень зайнятості населення в туристичній індустрії та зросте прибутковість підприємств туристичної сфери.

1. 3. Особливості державної політики у сфері в'їзного туризму в Україні

Досвід теперішніх країн показує нам, що безпосередній розвиток туризму залежить від того, наскільки він користується підтримкою держави. Будь – яка держава, для того, щоб отримати дохід від туристичної індустрії повинна вкладати кошти на вивчення та дослідження своєї території, для оцінки туристичного потенціалу, підготовки програми туристичного бізнесу, проєктів інфраструктури курортів і державних туристичних центрів, також у інформаційне забезпечення та рекламу.

Туристична галузь є одним із пріоритетних напрямків розвитку держави. Про це свідчить динамічність, висока прибутковість, великий позитивний соціально – економічний та культурний вплив туризму на розвиток країн.

Вивчаючи наявність рекреаційно – туристичного потенціалу та наявність усіх складових самостійної галузі національної економіки, необхідним є розгляд питання про створення чіткої державної політики у сфері туризму та

впровадження злагоджених механізмів її реалізації. Іноземний досвід свідчить про велику вигоду від в'їзного туризму, тому кожна держава вдається до багатьох заходів та розробляє туристичну політику, що є однією із видів соціально – економічного комплексу (Додаток В).

Туристична політика держави – це сукупність форм, методів та напрямів впливу держави та функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку її соціально – економічного комплексу.

До основних напрямів туристичної політики України належать:

захист прав подорожуючих;

захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту;

всестороння підтримка внутрішнього та в'їзного туризму, що може проявлятися у формі:

а) прямих інвестицій у формування туристичної індустрії;

б) наукового та рекламно – інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку;

в) податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій [22].

Державна політика в галузі туризму здійснюється шляхом:

визначення та реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;

спрямування державних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку туризму;

визначення основ безпеки туризму;

нормативного регулювання відносин у галузі туризму;

організації та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

участь в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму [40].

Державне регулювання в'їзного туризму – це сукупність форм та методів впливу органів державної влади на розвиток туристичної галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму.

Державне регулювання туристичної галузі необхідне метою:

захисту споживача туристичних послуг;

збільшення доходу від рекреаційно – туристичної діяльності;

організації рекреаційно – туристичної діяльності;

збереження і охорони рекреаційно – туристичних ресурсів [3].

Цілі державного регулювання в'їзного туризму:

забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

безпека туризму, захист прав та законних інтересів інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань;

збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля;

створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Відповідно до законодавства, регулювання в галузі туризму, у тому числі в'їзного, здійснюється Президентом України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції [30].

Верховною Радою України прийнятий Закон «Про туризм» 15 вересня 1995 року, в якому йдеться: «Держава проголошує туризм одним з

пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для туристичної діяльності»[29 с. 71].

Важливим є те, що це визначення відповідає рекомендаціям Гаазької міжпарламентської конференції з туризму, яка відбулася 10 – 14 квітня 1989 року, в якій йшлося: «Країни повинні визначити свої національні пріоритети та роль туризму в «ієрархії» таких пріоритетів, а також оптимальну стратегію розвитку туризму в рамках цих пріоритетів»[42 с. 72].

Для підтримання розвитку туристичної галузі в Україні, державними органами влади створено Концепцію державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011 – 2022 роках. Метою цієї програми є розвиток спортивної та туристичної інфраструктури, створення умов для того, щоб отримати право на проведення в Україні зимових Олімпійських та Параолімпійських ігор 2022 року [42], що дасть можливість сприяти розвитку в'їзного туризму.

У результаті певних змін у структурі державної влади в Україні з 2011 р. основним профільним органом, що регулює галузь туризму в Україні, є Міністерство інфраструктури України. Відповідно, центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у галузі туризму та курортів, є Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмукурорт України). Пріоритетними напрямками його діяльності є:

- забезпечення розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, курортів;
- децентралізація, підтримка місцевих ініціатив в розвитку туризму;
- досягнення ефективного державно – приватного партнерства;
- поширення інформації про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється в трьох основних напрямках: законодавчому, адміністративному, економічному - кожен з цих напрямів передбачає виконання певних завдань окремими гілками влади [62].

До норм загального законодавства, яке регулює туристичну діяльність в

країні, належать:

Конституція України, де містяться права та свободи людини;

Закон України «Про захист прав споживачів», «Про порядок виїзду із України та в'їзду в Україну громадян України»; «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті»; «Про страхування»; «Про рекламу»; «Про державний кордон України»; «Про охорону навколишнього природного середовища»; «Про правовий статус іноземців»; «Про охорону культурної спадщини» тощо.

Постанови Кабінету Міністрів України:

«Про Правила в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію»;

«Про затвердження Правил оформлення іноземцям віз для в'їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію» та інші.

Основну правову базу, яка стосується туристичної галузі закладено в Законі України «Про туризм». Цей Закон визначає правові, організаційні, виховні та соціально – економічні засади, що реалізують державну політику в галузі туризму, регламентує туристичну діяльність в Україні, створює необхідні умови для ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. ЗУ «Про туризм» став підґрунтям для створення численних нормативно – інструктивних документів, які мають відношення до конкретних аспектів туристичної діяльності.

У Законі України «Про туризм» йдеться про те, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України по туризму, але його було реформовано і з 2002 року створено Державну туристичну адміністрацію України, яка реалізує державну політику в галузі туризму і несе відповідальність за його розвиток.

Організацію, пріоритетність та функціонування туристичної галузі в Україні вивчає Міжнародна консалтингова організація (Horwarh Consalting

Ukraine), яка є мережею консалтингових компаній та лідером туристичного консалтингу.

У Європі щодо забезпечення туристично – рекреаційними ресурсами Україна посідає одне з провідних місць. Найважливішою проблемою туристичної індустрії України є відсутність державної підтримки щодо розвитку туризму. Проте досвід свідчить, що ефекту в цій справі можна досягти тісною співпрацею вище вказаних органів та гілок влади.

В регулюванні в'їзного туризму особливе місце займає дотримання міжнародно – правових актів в галузі туризму, якими керується більшість країн світу [44]:

Загальна декларація прав людини – прийнята Генеральною асамблеєю ООН у 1948р. Цей документ – це «... завдання, до виконання якого повинні прагнути всі народи, і всі держави з тим, щоб кожна людина і кожний орган суспільства завжди, маючи на увазі цю Декларацію, прагнули шляхом освіти сприяти поважанню цих прав і свобод і забезпеченню, шляхом національних і міжнародних прогресивних заходів, загального і ефективного визнання і здійснення їх як серед народів територій, що перебувають під їх юрисдикцією».

Статут Всесвітньої туристичної організації (з 2003р ЮНВТО – міжнародна та міжурядова організація туризму) – він прийнятий в Мехіко 1970 р.,зі створенням даної організації. Основною метою ЮНВТО є сприяння розвитку туризму для внеску в економіку, міжнародний взаємозв'язок, процвітання та мир, повагу та дотримання прав людини та свобод для усіх людей, незважаючи на їх расу, стать, мову та релігію.

Манільська декларація по світовому туризму – прийнята Всесвітньою конференцією з туризму, яка відбулася в Філіпінах (Манілі) у 1980 р. Цей документ визначає туризм, як діяльність, що відіграє важливу роль в житті будь якого народу, одну з основних ланок економічної діяльності, позитивний фактор, що допомагає взаєморозумінню та пізнанню, одну з основ для досягнення високого рівня поваги та довіри між усіма народами світу. У

Декларації сказано, що обов'язком суспільства є надання своїм громадянам реальних, ефективних та недискримінаційних можливостей доступу до туризму, а міжнародна співпраця в галузі туризму повинне бути таким, щоб поважати індивідуальні особливості народів та основні інтереси держав. Ці принципи закладають тези розвитку в'їзного туризму.

Гаазька декларація по туризму – створена на міжпарламентській конференції в Гаазі у квітні 1989 р. В ній йдеться, про основні принципи, на котрих повинен мати основу розвиток туризму, до цього були спрямовані та закликані парламенти, уряди, організації, асоціації, установи, що мають відношення до туристичної діяльності, працівники в галузі туризму, а також туристи.

Балійська декларація по туризму – створена та прийнята на Другому міжнародному форумі “Парламенти та місцеві органи влади – відповідальні за розробку туристичної політики” , що відбувся в Індонезії на острові Балі у вересні 1996р. В декларації приділяється увага основним принципам розробки туристичної політики, а саме: націлення на підтримку добробуту населення та охорону навколишнього середовища; збалансування інтересів туристів та місцевих громад; планування; збільшення прибутків та покращення якості життя населення; участь у розвитку туризму центральної та регіональної влади, приватного сектору, місцевого населення, підтримка ініціатив; поєднання основ централізації і децентралізації; сприяння створенню економічних зв'язків між країнами; взаємозв'язок між приватними органи та державним сектором.

Суельська декларація «Мир і туризм» - створена на чотирнадцятій Генеральній асамблеї ЮНВТО в місті Сеул 27 вересня 2001 року. В її основі практичні принципи, що сприяють встановленню миру у всьому світі на основі розвитку міжнародного туризму.

Міжнародна готельна конвенція – укладення контрактів між власниками готелів та туристичними агентами від 15 вересня 1979 року – корегує порядок перебігу даних процесів на міжнародному рівні встановлюючи для

міжнародних та національних асоціацій та статичних агентств загальні правила.

Директива ЄЕС від 13 травня 1995 року щодо підписання клієнтом та агентом типового контракту.

«Розвиток туризму» – резолюція конференції ООН по міжнародному туризмі та подорожах, що пропонує заходи щодо вдосконалення туризму урядам різних країн.

Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентується двосторонніми урядовими угодами, транзит через треті країни вимагає дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН. Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 1 березня 1973 року. У конвенції йдеться про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу. Спрощення також зафіксовані в Гаазькій декларації по туризму і Шенгенській угоді для членів Європейського союзу.

Міжнародна асамблея держав – учасниць СНД - організація перевезень туристів у рамках країн СНД, постанова «Про основні принципи співробітництва держав – учасниць СНД в області туризму» від 29.10.1994р.

Європейська угода про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами (АСОР), створена у Дубліні 26.05. 1982р., для нерегулярних перевезень пасажирів у Східну та Західну Європу.

Всі ці вказані нами документи створюють основні принципи для розвитку міжнародного туризму в країнах, які є членами міжнародних організацій. Цими документами керується і Україна. Міжнародні договори та декларації для України є основою міжнародних взаємозв'язків та співробітництва в туристичній галузі.

Ми хочемо, дослідити та показати, як регулюється в'їзний туризм в декількох державах світу, наприклад Франції, Китаї та Великій Британії [57], для порівняння з державним регулюванням в'їзного туризму України.

Державне регулювання в галузі туризму у Франції будується на основі

консолідації всіх зацікавлених сил в різних формах, на різних умовах і з різними цілями. Регіональне регулювання туристичної політики відбувається не тільки в традиційних туристичних районах Франції, але і у більш віддалений та практично невідомих куточках цієї країни, де туристична індустрія створює додаткові робочі місця.

На локальному рівні Франція підтримує ініціативи та проекти туристичного облаштування територій, які спрямовані на залучення внутрішніх та іноземних туристів.

Систему державного туристичного регулювання Франції очолює міністр туризму, який наділений аудиторськими та контрольними повноваженнями. Під його керівництвом знаходиться Генеральна інспекція з туризму. До її обов'язків входять: представницькі функції, контролює роботу іноземних туристичних офісів у Франції та французьких за кордоном, здійснює нагляд за іншими туристичними організаціями, а також слідкує за ситуацією на французькому та зарубіжному ринках.

При міністрі туризму створена Національна рада з туризму (Conseil national du Tourisme) у складі якої 200 осіб. Цей консультативний орган виконує нарадчу, доглядчу та погоджувальну функції. Національна рада бере участь у розробці державної політики, обговоренні проектів, законодавчих актів та інших питань, що стосуються галузі туризму.

У Франції також створена національна туристична адміністрація – управління туризму і його підрозділи на місцях. Важливу роль в національному регулюванні туризму Франції відіграє організація «Мезон де ля Франс», створена у 1987 році міністром з туризму. Основна форма її організації – об'єднання з економічною ціллю. Ця організація просуває Францію на світовому туристичному ринку, таким чином розвиває в'їзний туризм країни. У Франції створено Національне агентство відпускних чеків, яке підпорядковане міністрові туризму та міністру економіки та фінансів – це платіжно – розрахунковий засіб, що вводиться в обіг для надання адресної допомоги

туристам і забезпечення доступності відпочинку всім верствам населення та просування менш привабливих територій.

У 1959 році у Франції було створено національний комітет, який пізніше перейменували в Раду озеленення міст та сільських населених пунктів. Діяльність цієї ради спрямована на підвищення якості життя населення та залучення більшої кількості туристів, тому її очолює міністр туризму.

Сучасний туризм Китаю бере свій початок з 50-х років. У 1954 році було створено міжнародне бюро подорожей з 14 філіями. Державне управління у справах туризму КНР (ДУСТ КНР) – створене у 1964 році. ДУСТ КНР є органом державної влади у Китаї, що відповідає за розвиток туризму в країні. Він підпорядковується Державній раді КНР зі штаб квартирою в Пекіні. ДУСТ КНР очолює голова, який має чотири заступники.

У структурі ДУСТ КНР працює сім департаментів:

Департамент загального управління;

Департамент всебічної координації;

Департамент політики та права;

Департамент маркетингу та комунікації;

Департамент управління промисловості;

Департамент планування та фінансів;

Департамент кадрів;

ДУСТ КНР має 16 закордонних представництв (Китайські національні бюро з туризму), які популяризують китайський туризм та залучають іноземних туристів подорожувати до Китаю.

Туристичні агентства розташовані у всіх великих містах Китаю. Серед них слід виділити три основні структури:

«China International Travel Service» - агентство для обслуговування іноземних туристів, зі штаб квартирою в Пекіні.

«China Travel Service» і «Overseas Chinese Travel Service of China» - приймають китайських емігрантів, а також китайців з іноземним

громадянством. Штаб квартира обох агентств знаходиться в Пекіні.

«China Youth Travel Service» - китайське бюро молодіжного туризму, яке приймає молодих іноземних туристів, молодих китайських емігрантів та китайців, які прийняли іноземне громадянство.

Також прийомом іноземних туристів займається Китайська міжнародна кампанія спортивного туризму, Китайське товариство культурного туризму, неурядова Міжнародна компанія подорожей, Китайська міжнародна туристична компанія «Лебідь», Китайське товариство жіночого туризму.

Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту очолює сферу туризму у Великій Британії, йому підпорядковується орган, що координує діяльність в галузі туризму - «Visit Britain» - складається з голови та 5 членів, а також голів «Wales Tourist Board», «Visit Scotland» та «England Marketing Advisory Board», регіональних структур, схожих за своїми функціями з «Visit Britain».

«Visit Britain» – займається стимулюванням іноземних туристів до подорожей Великою Британією, розвитком внутрішнього туризму, а також проводить консультації для уряду та інших установ з питань туризму. «Visit Britain » має понад 70 туристичних представництв у різних країнах світу. Уряд Великої Британії щорічно виділяє близько 80 млн. фунтів стерлінгів на розвиток туристичної сфери країни та на розвиток в'їзного туризму, що дає свої результати і збільшує прибутки країни завдяки туризму.

Отже, ознайомившись із міжнародним державним регулюванням вище вказаних країн світу можна сказати, що Україні має до чого прагнути, оскільки в Франції, Китаї та Великій Британії приділяється більша увага органами влади для розвитку туристичної індустрії, а також велике значення надається збільшенню кількості іноземних туристів.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

2. 1. Аналіз туристичних дестинацій в Україні

Україна – держава з багатими природними ресурсами та самобутньою історико-культурною спадщиною, тому вона має всі передумови для сталого розвитку економіки за рахунок надходжень від туристичної галузі туризму. Потенційні туристичні можливості України безмежні, проте туристична галузь протягом тривалого часу відчуває на собі вплив таких негативних чинників: відсутність державної політики у сфері туризму, стратегії і програми розвитку туризму та курортів; багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму; бездіяльність Координаційної ради з питань туристичної діяльності, створеної при Кабінеті Міністрів України; невиконання розділу 16 «Туризм» Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, на 2014-2017 роки, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2014 року № 847-р; нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму; територіальні втрати та воєнні дії на території України; нестабільність у політичному та економічному житті [1]. Всі ці негативні чинники зумовлюють особливу актуальність розроблення науково обґрунтованих рекомендацій щодо розвитку українських регіонів.

Чинним законодавством України передбачено, що «при прийнятті рішень щодо добровільного об'єднання територіальних громад беруться до уваги історичні, природні, етнічні, культурні та інші чинники, що впливають на соціально-економічний розвиток об'єднаної територіальної громади» [7, ст. 4].

Це має важливе значення для формування туристичної дестинації на основі ОТГ, адже всі зазначені чинники можуть сприяти створенню комплексного туристичного продукту. За Законом України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», об'єднані громади можуть бути сільськими, селищними і міськими [7, ст. 3]. Таким чином, і туристичні дестинації можуть бути сільськими, селищними і міськими. Т. Ткаченко вважає, що «дестинація – це туристичний продукт конкретної місцевості (об'єкта), запропонований для продажу у формі комплексу матеріальних і нематеріальних цінностей. Ними можуть бути: пам'ятки історії, архітектури, продукція народної творчості (побут, фольклор, вироби та продукти традиційних для місцевості галузей та видів діяльності), страви національної кухні, чисте повітря, природа, довкілля, зручності (вигоди) – умови та види розміщення, пресування, харчування та ін.» [8, с. 173].

Водночас, необхідно враховувати, що на основі ОТГ туристичну дестинацію можна створити як туристичний центр, де рекреаційнотуристичне навантаження буде нести вся місцевість громади або створити атракційний пункт як локальну туристичну дестинацію, де туристичні або рекреаційні послуги сконцентровані в одному місці на території ОТГ та будуть надаватися у визначений час. Проте наявність на території громади привабливих природних рекреаційних ресурсів та туристичних пам'яток, які можуть бути метою подорожей у пізнавальних та оздоровчих цілях, ще не гарантує ефективного їх використання.

Для формування туристичної дестинації необхідно мати відповідну інфраструктуру для розміщення, організації харчування, проведення різноманітних заходів та розваг. Необхідним є дослідження транспортної інфраструктури, а також наявності екскурсоводів, інструкторів, гідів-перекладачів, що загалом сприятиме створенню комплексного туристичного продукту. Тому важливим буде зупинитися на результатах створення ОТГ у західноукраїнських прикордонних регіонах, таблиця 2. 1. 1.

Таблиця 2. 1. 1

Показники туристичного потенціалу ОТГ західноукраїнських прикордонних областей у 2021 р.

Область	Площа, тис. км ²	Населе-ння, тис. ос.	К-ть териго-ріальних громад	К-ть ОТГ	Площа ОТГ, тис. км ²	ОТГ, що мають туристичні ресурси	Для створення туристичної дестинації типу	
							Атракційний пункт	Туристичний центр
Волинська	20,14	1037,1	412	50	11,17	39	48	4
Закарпатська	12,78	1255,72	337	6	0,62	6	15	1
Івано-Франківська	13,9	1376,21	711	30	3,25	27	52	5
Львівська	21,83	2513,81	556	40	4,87	36	64	12
Рівненська	20,05	1160,86	419	32	6,06	24	32	-
Чернівецька	8,1	904,33	313	33	3,61	30	49	3
Разом	96,8	8248,03	2748	191	29,58	162	260	25

Як свідчать дані таблиці 2. 1. 1, результати аналізу процесу створення ОТГ у західноукраїнських прикордонних областях та визначення в них наявності туристичних ресурсів свідчать, що станом на 1 січня 2019 р. тут функціонує 191 ОТГ, з них 162 об'єднаних громади мають туристичні ресурси, придатні для створення туристичних дестинацій, у т. ч. типу «Атракційний пункт» та «Туристичний центр».

Більша кількість туристичних дестинацій типу «Атракційний пункт», ніж кількість ОТГ, що мають туристичні ресурси, свідчить про те, що одна територіальна громада може мати у своєму складі декілька локальних туристичних дестинацій чи визначених місць, придатних для виробництва туристичного продукту та надання туристичних послуг, що входять до його складу. За результатами аналізу створення ОТГ у західноукраїнських прикордонних областях визначено переваги територіальних громад щодо формування туристичних дестинацій:

спрощена зміна призначення земель із сільськогосподарського до

рекреаційного;

виділення земельних ділянок під інвестиційні інфраструктурні туристичні проекти;

ремонт та збереження пам'яток історії, культури, архітектури;

виращування екологічно чистих сільськогосподарських культур;

проведення заходів з охорони навколишнього середовища.

Поглиблюючи дослідження, нами розглянуто найбільш привабливі туристичні дестинації України, що дозволить зробити висновок про стан та подальший розвиток туристичної сфери в умовах пандемії COVID 19. Так слід зазначити, що незважаючи на внутрішні проблеми розвитку туризму в Україні та зменшення за об'єктивних обставин туристичних потоків можна зосередити увагу на наступних туристичних дестинаціях:

1. Актівський каньйон.



Фото 2. 1. 1. Актівський каньйон Миколаївська область [???

Як свідчать дані наведені на фото 2. 1. 1, актівський каньйон знаходиться

у Миколаївській області на річці Мертвовод, поблизу села Актового Вознесенського району. Складається з застарілих вивітрених гранітів, перерізаних Мертвоводом на глибину понад 40 – 50 метрів. Площа каньйону перевищує 250 гектарів. Являє собою унікальний комплекс гранітних скель, валунів та степової і водної екосистем, розміщений на одному з найстаріших клаптиків суші Євразії.

Природний комплекс Актівського каньйону входить до складу регіонального ландшафтного парку «Гранітно-Степове Побужжя». Є знаним місцем паломництва туристів. У минулому був окремим заказником «Актове». Гранітні валуни, стрімкі скелі, величезні кам'яні брили нависають над рікою Мертвовід, по якій, за легендою, скіфи спускали своїх правителів в останню путь. Припускають, що саме через цей ритуал ріка отримала таку назву.

2. Українське мертве море.



Фото 2. 1. 2. Українське мертве море (лемурійське озеро) Херсонська область
[???

Як свідчать дані наведені на фото 2. 1. 2, Лемурійське озеро, або як його ще називають «Мертве море» України, знаходиться біля села Григорівка Херсонської області.

Концентрація солі у воді сягає 27-30%. Для порівняння – у Мертвому морі її частка складає – 30-31% (в окремі роки – 35%). Цікавим є те, що унікальне джерело виявили цілком випадково. Наприкінці 60-х років XX ст. тут нібито впав військовий літак і величезна воронка від нього згодом почала заповнюватися солоною водою з озера Сиваш. Разом з тим, існує припущення, що Рожеве озеро – це залишки доісторичного Лемурійського моря.

Грязі цього озера сертифіковано у 2005 році та допущено до використання як лікувальний і косметичний засіб, вони є потужним імуностимулятором, а ще входять до програми страхової медицини Німеччини. Вважається, що саме рожева вода, значно посилює їх властивості.

Через високу щільність води на озері неможливо потонути, навіть дістатися дна дуже складно, оскільки через тиск вода одразу тебе виштовхує. Періодично вода в озері відступає, і ви опиняєтесь на пляжі з рожевої солі – завдяки мікроорганізмам, які називають озерним планктоном, і які дають цей колір.

3. Водоспад Гук.

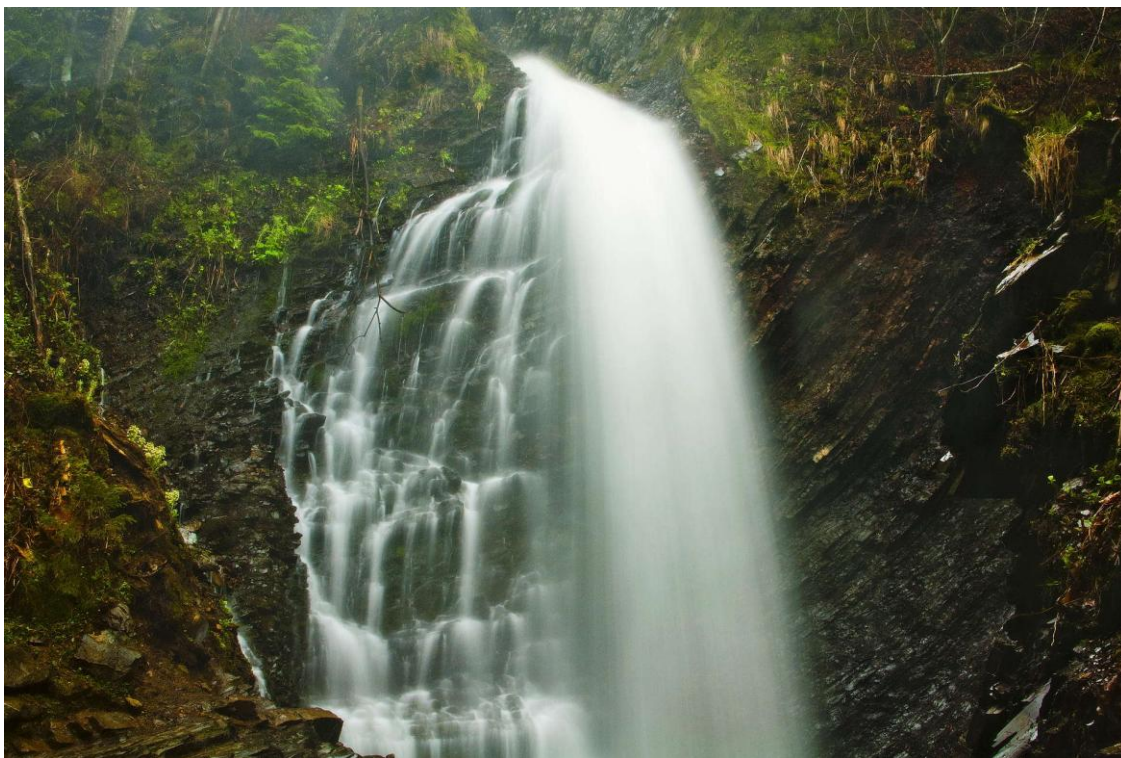


Фото 2. 1. 3. Водоспад Гук Карпати [???

Як свідчать дані фото 2. 1. 3. водоспад Женецький Гук – один із найвищих в Україні, що утворився внаслідок повені у 50-х роках, його висота – 15 метрів. Розташований водоспад на відстані приблизно 5 км від траси, 9 км від станції Татарів і 10 км від станції Микуличин, на території Карпатського національного природного парку.

4. Тунель любові.

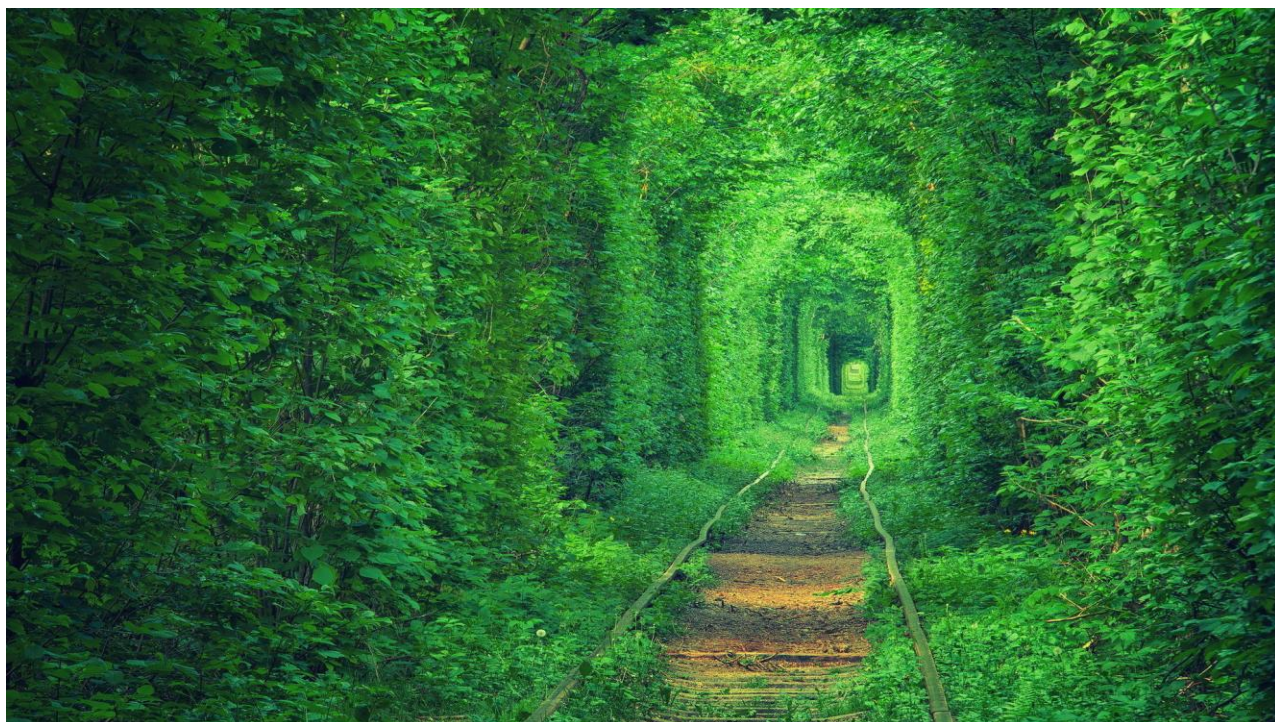


Фото 2. 1. 4. Тунель любові Волинська область [???

Як свідчать дані наведені на фото 2. 1. 4, українська Волинь сповнена загадками не менше, ніж Карпати. У Клевани розташувався таємничий тунель кохання, де щороку беруть шлюб люблячі серця.

Відзначимо, серед молодят популярна традиція – садити тут саджанці дерев або квіти, що символізують їх почуття. Це романтичне місце ботаніки називають феноменом, адже знаходиться тунель вздовж залізничної колії.

Для дослідження конкурентоспроможності туристичних DESTINACIЙ нами обрано індикаторні методи, бо нині вони широко використовуються іноземними інвесторами для визначення оптимального розміщення

капіталовкладень. Метод рангів передбачає визначення місця destinations-конкурентів за кожним ключовим індикатором конкурентоспроможності шляхом ранжування часток досягнутих значень показників. Найкраще значення індикатора отримає мінімальний ранг. Загальна сума рангів за ключовими індикаторами дозволить визначити destinations-лідера досліджуваної групи, рівень конкурентоспроможності якого найвищий за критерієм мінімуму рангів. Індикаторами конкурентоспроможності виступають кількісні та вартісні показники, порівняння яких відбувається за відносним показником частки.

Незважаючи на наявність туристичних destinations в Україні ми переконані, що розвиток в'їзного туризму можливий лише за наявності та відповідності технічному стану автомобільних доріг та шляхів. Тому, поглиблюючи дослідження нами структуровано мережу автомобільних доріг України, рисунок 2. 1. 1.

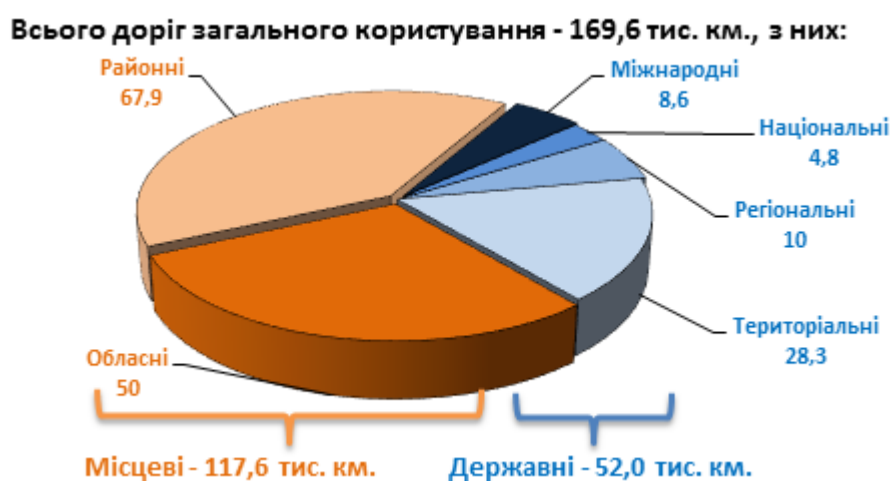


Рис. 2. 1. 1. Структура мережі автомобільних доріг загального користування
[розраховано автором]

Як свідчать дані наведені на рис. 2. 1. 1, мережа автомобільних доріг загального користування України поділяється на дороги державного значення – 52,0 тис.км і дороги місцевого значення – 117,6 тис.км. Із загальної протяжності доріг з твердим покриттям дороги з удосконаленими типами покриття (цементобетон, асфальтобетон, чорні шосе) становлять 76,7 %, решта – з

перехідними типами (білі щебеневі і гравійні, бруківки).

У зв'язку з обмеженим фінансуванням біля 90 відсотків автомобільних доріг загального користування не ремонтували понад 30 років. Відтак автомобільні дороги загального користування (169,6 тис. км) не відповідають сучасним вимогам як за міцністю (39,2%) так і за рівністю (51,1%).

Окремо потребують особливої уваги штучні споруди та мостові переходи. З 16191 мосту тільки 7471 відповідають діючим нормам та стандартам, термінового ж ремонту потребують 1 865 мостових переходів.

З наведеного вище можна стверджувати, серед проблем, які гальмують розвиток туристичних дестинацій та знижують їх конкурентоспроможність, є такі:

- недосконалість системи статистичних спостережень у сфері туризму;
- відсутність потужного Інтернет-ресурсу, який повинен висвітлювати всі події відносно розвитку туризму в дестинації для всіх суб'єктів туристичного ринку;

- слабкість державної підтримки популяризації туристичного продукту дестинацій на світовому туристичному ринку;
- відсутність державної системи стимулювання туристичних дестинацій, які створюють інноваційні турпродукти, системи комплексного просування туристичного продукту;

- короткостроковість туристичного сезону на морських узбережжях та оптимізація структури туристичного потоку за метою подорожі;

- повільна розбудова якісної інфраструктури та низька інвестиційна активність дестинацій;

- недостатній рівень забезпеченості дестинацій висококваліфікованими фахівцями індустрії туризму тощо.

Для досліджуваних дестинацій пропонуємо впроваджувати наступні конкурентні стратегії:

- постійного наступу (полягає в безперервному удосконаленні та розробці інноваційних туристичних продуктів, залученні відпочиваючих шляхом введення нових (медичних і анімаційних) послуг та зниження вартості

туристичного обслуговування) – для лідера;

оборонна, фокусування та диференціації (орієнтація курортних зон на певний сегмент ринку) – для послідовника;

кардинальної зміни (з'ясування причин кризи і пошук заходів підтримки курортної зони; залучення інвестицій тй її розвиток; перепрофілювання) – для аутсайдера.

2. 2. Оцінка інфраструктури туристичного потенціалу України

Оцінювання туристичного потенціалу країни та її регіонів є першочерговим завданням забезпечення розвитку туристичної галузі та важливою передумовою її планування на національному й регіональному рівнях, оптимізації просторової та господарської організації територіальних туристичних комплексів. Без даних об'єктивної оцінки туристичного потенціалу виникають складності залучення інвесторів, які допоможуть щодо модернізації інфраструктури туристичної та курортно-рекреаційної галузі. Тематиці дослідження оцінювання туристичного (рекреаційного) потенціалу країни та окремих регіонів присвячено безліч наукових праць, однак оцінювання рівня туристичного потенціалу регіонів та їх забезпеченості туристичними ресурсами є проблематичним та лише частково вирішене в оціночних економічних чи географічних параметрах.

Дослідження туристичного потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів полягає у визначенні ефективності використання ресурсів, визначенні потенційної спроможності конкурувати на ринку, виставляючи всі свої пропозиції на ринок, а також у визначенні попиту на ці пропозиції. Навіть за наявності чудових природно-кліматичних, культурноісторичних ресурсів можна мати низький рівень попиту, а це означає, що стратегія чітко не

визначена, туристична галузь не є пріоритетною галуззю регіону.

Поглиблюючи дослідження нами проаналізовано кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України, дані наведено у таблиці 2. 2. 1.

Таблиця 2. 2. 1

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи) за регіонами України за 2017 – 2019 рр. [35]

(од.)

Регіон	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне, (+; -)		відносне, %	
	2017	2018	2019	2019 р./ 2017 р.	2019 р./ 2018 р.	2019 р./ 2017 р.	2019 р./ 2018 р.
Україна	1743	1833	1867	124	34	107,11	101,85
Вінницька	27	25	24	-3	-1	88,89	96,00
Волинська	23	19	21	-2	2	91,30	110,53
Дніпропетровська	118	119	111	-7	-8	94,07	93,28
Донецька	22	31	29	7	-2	131,82	93,55
Житомирська	14	16	17	3	1	121,43	106,25
Закарпатська	31	28	30	-1	2	96,77	107,14
Запорізька	63	62	61	-2	-1	96,83	98,39
Івано-Франківська	34	34	31	-3	-3	91,18	91,18
Київська	39	45	51	12	6	130,77	113,33
Кіровоградська	12	13	14	2	1	116,67	107,69
Луганська	7	8	7	0	-1	100,00	87,50
Львівська	159	142	148	-11	6	93,08	104,23
Миколаївська	23	18	21	-2	3	91,30	116,67
Одеська	140	135	128	-12	-7	91,43	94,81
Полтавська	17	15	14	-3	-1	82,35	93,33
Рівненська	26	27	30	4	3	115,38	111,11
Сумська	19	18	19	0	1	100,00	105,56
Тернопільська	17	20	22	5	2	129,41	110,00
Харківська	84	83	86	2	3	102,38	103,61
Херсонська	14	16	14	0	-2	100,00	87,50
Хмельницька	26	25	25	-1	0	96,15	100,00
Черкаська	24	27	28	4	1	116,67	103,70
Чернівецька	38	39	35	-3	-4	92,11	89,74
Чернігівська	15	12	17	2	5	113,33	141,67
м. Київ	751	856	884	133	28	117,71	113,98

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 1, у 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість

суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) в Україні збільшилася на 124 од. або на 7,11 %. Таке збільшення може свідчити про розвиток туристичної сфери в Україні незважаючи на внутрішні та зовнішні як економічні так і політичні проблеми. Разом з тим, слід зазначити, що світова пандемія COVID 19 відобразилася майже на всіх сферах національної економіки, але туристична сфера показує позитивну динаміку до розвитку. Розглядаючи окремо дані Івано-Франківської області щодо кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи), ми спостерігаємо зменшення їх кількості у 2019 р. порівняно із 2018 та 2018 рр., на 3 од., або 8,82 %. Дане зменшення є невеликим, але може свідчити про негативні зміни, оскільки в основному, відповідно до даних таблиці 2. 1. 1, таке зменшення відбулося у найбільших туристичних регіонах України. Так, нами визначено зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у таких областях: Вінницька (3 од. або 11,11 %), Дніпропетровська (7 од. або 5,93), Івано-Франківська (3 од. або 7,82), Львівська (11 од. або 6,92 %), Одеська (12 од. або 8,57 %), Полтавська (3 од. або 17,65 %), Чернівецька (3 од. або 7,89 %). Отже нами визначено, що найвищі темпи зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у 2017 – 2019 рр. відбулися у Дніпропетровській, Львівській, Одеській областях. Але разом із негативними показниками є і позитивні, так у багатьох областях України було виявлено збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб), а саме у таких областях як Донецька, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Рівненська, Тернопільська, Черкаська та м. Київ на 31, 82 %, 21,43 %, 30,77 %, 16,67 %, 15,38 %, 29,41 %, 16,67 % та 17,71 % відповідно. Та незважаючи на це, дане збільшення повністю нівелюється темпами та кількістю зменшення суб'єктів туристичного бізнесу, що були нами виявлені вище. Разом з тим, цікавим є те, що у Херсонській області змін у кількості суб'єктів туристичної діяльності протягом 2016 – 2018 рр. не відбулося.

Виявивши зміни за регіонами України серед кількості суб'єктів

туристичної діяльності (юридичних осіб) у 2017 – 2019 рр., за нашим переконанням, слід провести аналіз показників наявності суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців). Дані наведено у таблиці 2. 2. 2.

Таблиця 2. 2. 2

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичні особи-підприємці) за регіонами України за 2017-2019 рр. [35]

(од.)

Регіон	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне, (+; -)		відносне, %	
	2017	2018	2019	2019 р./ 2017 р.	2019 р./ 2018 р.	2019 р./ 2017 р.	2019 р./ 2018 р.
А	1	2	3	4	5	6	7
Україна	1726	2460	2797	1071	337	162,05	113,70
Вінницька	42	62	65	23	3	154,76	104,84
Волинська	43	55	75	32	20	174,42	136,36
Дніпропетровська	207	297	318	111	21	153,62	107,07
Донецька	20	62	67	47	5	335,00	108,06
Житомирська	33	47	51	18	4	154,55	108,51
Закарпатська	32	63	57	25	-6	178,13	90,48
Запорізька	97	126	92	-5	-34	94,85	73,02
Івано-Франківська	71	94	93	22	-1	130,99	98,94
Київська	77	172	180	103	8	233,77	104,65
Кіровоградська	31	41	58	27	17	187,10	141,46
Луганська	10	21	39	29	18	390,00	185,71
Львівська	123	200	272	149	72	221,14	136,00
Миколаївська	40	69	64	24	-5	160,00	92,75
Одеська	124	135	164	40	29	132,26	121,48
Полтавська	76	140	136	60	-4	178,95	97,14
Рівненська	34	66	86	52	20	252,94	130,30
Сумська	39	61	87	48	26	223,08	142,62
Тернопільська	28	43	72	44	29	257,14	167,44
Харківська	179	183	175	-4	-8	97,77	95,63
Херсонська	53	64	68	15	4	128,30	106,25
Хмельницька	64	64	63	-1	-1	98,44	98,44
Черкаська	68	74	84	16	10	123,53	113,51
Чернівецька	27	38	44	17	6	162,96	115,79
Чернігівська	36	46	41	5	-5	113,89	89,13
м. Київ	172	237	346	174	109	201,16	113,98

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 2. у цілому по Україні відбулося збільшення у 2019 р порівняно із 2017 р. на 62,05 % або 1071 од. кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців), що є позитивним і може свідчити як про розвиток малого та мікро-підприємництва так і про розвиток туристичної сфери України у цілому.

Разом з тим, слід зауважити, що соціалізація туризму має відбуватися не лише у напрямку залучення до туристичної діяльності широких верств населення, а й через створення необхідних умов для організації короткотривалого відпочинку. У контексті соціалізації та партнерства слід розглядати подальшу орієнтацію туризму на національні цінності, що сприятиме консолідації та духовному відродженню українського народу. У світлі останніх подій, а саме епідемією COVID-19 соціальна складова набуває неабі якої важливості. Тому ми переконані у необхідності аналізу показників наявності засобів розміщення в Україні, дані наведено у таблиці 2. 2. 3.

Таблиця 2. 2. 3

Показники наявності засобів розміщення в Україні у 2012 – 2019 рр. [28]

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од	Кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис. осіб	
			усього	з них іноземці
2012	5882	567,3	7426,9	1427,7
2013	6041	583,4	7887,4	1554,8
2014	6411	586,6	8303,1	1665,1
2015	4572	406,0	5423,9	551,5
2016	4341	402,6	5779,9	665,8
2017	4256	375,6	6544,8	863,7
2018	4115	359,0	6661,2	824,5
2019	4719	300,0	7006,2	917,9

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 3, у 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість засобів розміщення збільшилася на 10,88 %, що є позитивним. Але розглядаючи зміну кількості засобів розміщення у період із 2012 р. порівняно із 2019 р. ми можемо стрверджувати про зменшення даного показника на 19,77 %, що є

негативним. Відповідно до зменшення кількості засобів розміщення нами виявлено і зменшення кількості місць у колективних засобах розміщення у період із 2012 р. по 2019 р. на 267,3 тис. од.

Визначивши загальну кількість засобів розміщення в Україні за період 2012 – 2019 рр., ми поглиблюючи дослідження провели аналіз кількості засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2020 р., таблиця 2. 2. 4.

Таблиця 2. 2. 4

Показники кількості засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб в Україні у 2020 р. [28]

Показники	Усього	У тому числі:		Питома вага готелів та аналогічних засобів розміщення у загальній кількості, %	Питома вага інших засобів розміщення у загальній кількості, %
		готелі та аналогічні засоби розміщення	інші засоби розміщення		
Кількість колективних засобів розміщення, од	1591	789	802	49,59	50,41
Кількість місць у КЗР, од	181242	74198	107044	40,94	59,06
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од	39589	39589	х	100,00	х
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	4826277	3747656	1078621	77,65	22,35
з них іноземців	798881	782880	16001	98,00	2,00
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	12768626	7103662	5664964	55,63	44,37
з них ночівель іноземців	1647394	1568950	78444	95,24	4,76

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 4, у 2020 р. кількість засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб склала 1591 од. серед яких готелі та аналогічні засоби розміщення займали 49,59 %, а інші

засоби розміщення 50,41 %.

Поглиблюючи дослідження, ми проаналізуємо кількість колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2020 р. за регіонами України, таблиця 2. 2. 5.

Таблиця 2. 2. 5

Показники кількості колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб за регіонами України у 2020 р. [28]

Регіони України	Кількість колективних засобів розміщування, усього	У тому числі			Питома вага у загальній кількості, %
		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування	
		усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю		
Україна	1591	789	284	802	100,00
Вінницька	22	18	7	4	1,38
Волинська	72	16	6	56	4,53
Дніпропетровська	93	52	31	41	5,85
Донецька	78	15	3	63	4,90
Житомирська	17	16	2	1	1,07
Закарпатська	54	42	12	12	3,39
Запорізька	123	15	5	108	7,73
Івано-Франківська	67	46	9	21	4,21
Київська	86	52	16	34	5,41
Кіровоградська	30	12	2	18	1,89
Луганська	9	6	2	3	0,57
Львівська	129	104	44	25	8,11
Миколаївська	102	22	2	80	6,41
Одеська	177	67	32	110	11,13
Полтавська	43	31	11	12	2,70
Рівненська	17	15	5	2	1,07
Сумська	21	12	2	9	1,32
Тернопільська	14	10	4	4	0,88
Харківська	67	38	14	29	4,21
Херсонська	107	24	2	83	6,73
Хмельницька	33	24	10	9	2,07
Черкаська	54	22	2	32	3,39
Чернівецька	11	8	1	3	0,69
Чернігівська	25	15	7	10	1,57
м.Київ	140	107	53	33	8,80

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 5, кількість колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2018 р. у Закарпатській області становила 54 одиниці, із яких 42 одиниці це готелі та 12 одиниць інші засоби розміщення. Також відповідно до даних таблиці 2. 3. 3, нами виявлено, що питома вага кількості колективних засобів розміщення Закарпатської області у загальній їх кількості по Україні складає 3,39 %, що на нашу думку є негативним оскільки туристичний потенціал даного регіону є високим, а кількість засобів розміщення занадто низька. Причинами такого низького показника, на нашу думку, можуть бути або велика кількість неврахованих засобів колективного розміщення, те що у даній таблиці розглядаються лише дані юридичних осіб.

2. 3. Аналіз туристичних потоків

В сучасних умовах хоча і приділяється величезна увага розвитку туристичних дестинацій, залученню туристичних потоків до ознайомлення з історичними здобутками мистецтва та архітектури, збільшенню кількості іноземних туристів, проте ситуація в державі є складною. За останні роки спостерігається нестійкий попит на туристичні послуги суб'єктів туристичного ринку на різних рівнях адміністративно-територіального поділу держави, що залежить від впливу географічних, політичних, соціально-економічних, демографічних, психологічних, культурних та інших чинників впливу. Згідно з даними Державної служби статистики України за останні п'ять років кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, скоротилась майже вдвічі, тоді як число туристів, які виїжджають за кордон, неухильно збільшується. Тому слід виокремити найбільш значущі детермінанти туристичних потоків, які дають можливість визначити складові кон'юнктури ринку туризму, програми турів

для різних вікових категорій туристів, наслідки динамічної зміни туристичних потоків тощо.

Формування висновку про розвиток того чи іншого виду туризму в Україні може відображатися, лише ґрунтуючись на показниках туристичних потоків, які є індикатором рівня попиту на туристичні послуги в Україні. Виходячи з цього нами проаналізовано показники кількості туристів – громадян України, що обслуговувалися туристичними операторами та туристичними агентами у 2017 – 2019 рр., таблиця 2. 3. 1.

Таблиця 2.3. 1

Показники кількості туристів – громадян України, обслугованих туристичними операторами та туристичними агентами в Україні у 2017-2019 рр. [72;73; 74]

(ос.)

Показники	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне (+; -)		відносне, %	
	2017	2018	2019	2019/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2019/ 2018
Юридичні особи							
Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) – усього, у т.ч.:	2365424	3884682	5236249	2870825	1351567	221,4	134,8
подорожуючих							
в межах України	393396	376569	449655	56259	73086	114,3	119,4
за кордоном	1972028	3508113	4786594	2814566	1278481	242,7	136,4
Фізичні особи-підприємці							
Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) – усього, у т.ч.:	401397	596820	809008	407611	212188	201,5	135,6
подорожуючих							
в межах України	83571	80230	70736	-12835	-9494	84,6	88,2
за кордоном	317826	516590	738272	420446	221682	232,3	142,9

Як свідчать дані таблиці 2. 3. 1, протягом 2017-2018 рр. кількість туристів-громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (юридичними особами) збільшилась на 2 870 825 осіб, що становить 2,2 рази, а протягом 2018-2019 рр. – на 1 351 567 осіб (34,8 %). Разом з тим нами виявлено

збільшення у 2019 р. порівняно із 2017 р. кількості туристів-громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (фізичними особами-підприємцями) на 407 611 осіб (у 2 рази), а у 2019 р. порівняно із 2018 р. – на 212 188 осіб, що складає 35,6 %.

Наглядне відображення розрахованих у таблиці 2. 3. 1 показників допоможе визначити існуючі тенденції та відобразить динаміку. Виходячи з цього нами визначено структуру кількості туристів – громадян України, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні у 2017-2019 рр., дані наведено на рис. 2. 3. 1.

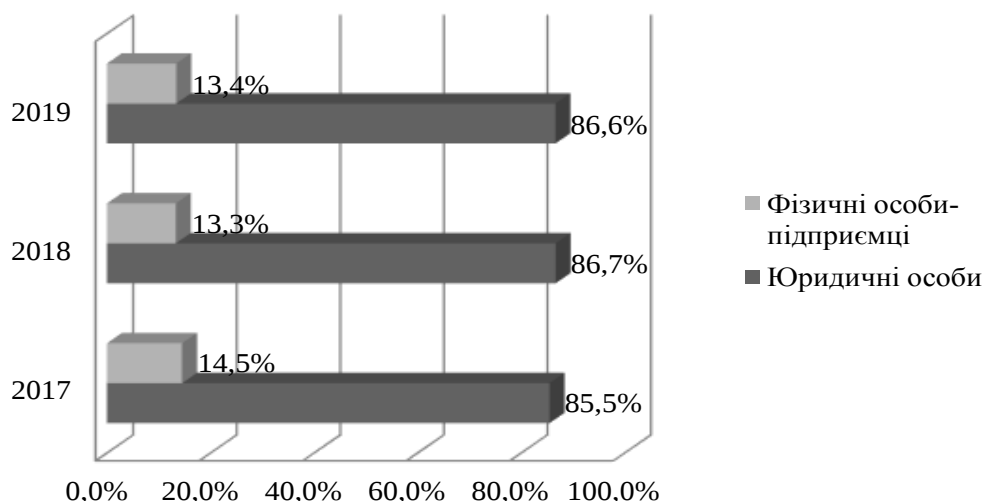


Рис. 2. 3. 1. Структура кількості туристів – громадян України, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за 2017-2019 рр. [72;73; 74]

Як свідчать наведені на рис. 2. 3. 1 дані, найбільшу питому вагу у загальній структурі кількості туристів – громадян України, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні займають юридичні особи, а саме: у 2017 р. – 85,5 %, у 2018 р. – 86,7 %, у 2019 р. – 86,6 %, а найменшу – фізичні особи-підприємці, що складало: у 2017 р. – 14,5 %, у 2018 р. – 13,3 %, у 2019 р. – 13,4 %. Крім того, слід зазначити, що у 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість

туристів – громадян України, що була обслуговувана юридичними особами, збільшилася на 1,1 в. п.

В умовах економічної нестабільності туристична індустрія стикається з багатьма проблемами, зокрема:

- 1) невизначеністю ринкової ситуації;
- 2) сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги;
- 3) жорсткою конкуренцією у цій галузі;
- 4) недостатністю фінансових ресурсів тощо.

Успішність розвитку індустрії туризму визначається перш за все збалансованістю різних напрямів її розвитку. При цьому важлива роль належить інфраструктурі, яку для туристичної галузі складають комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дороги, суміжні підприємства, що забезпечують доступ туристів до туристичних ресурсів [3, с. 58].

За складом, запасами й умовами зосередження рекреаційно туристичних ресурсів як найважливіших чинників формування й просторової локалізації туристичних дестинацій Україна умовно поділяється на три групи туристичних регіонів:

регіони, що володіють туристичними ресурсами світового рівня, в яких туризм має бути ключовою, домінуючою галуззю. Такими є області Центру, Карпат та Криму;

регіони, які володіють туристичними ресурсами, відомими на світовому і державному рівні, але в яких туризм має отримати супутній розвиток поруч з іншими галузями. Серед таких регіонів є області Півдня, Поділля, Волині. Супутніми галузями тут виступають сільське господарство, харчова промисловість, транспортні системи, машинобудування, будівництво;

регіони, які володіють туристичними ресурсами регіонального і місцевого значення, в яких розвиток туризму залежить від інших галузей, тобто носить альтернативний характер. До числа таких регіонів належать області Донбасу, Слобожанщини, Полісся. Альтернативними галузями тут є паливно

енергетичний комплекс, металургія, машинобудування. Приведена класифікація використовується в процесі прогнозування розвитку матеріально-технічної бази, при розподілі інвестицій в різні регіони України, при складанні регіональних програм розвитку туризму [7, с. 121-122].

Поглиблюючи дослідження ми вважаємо за необхідне провести аналіз показників оцінку кількості туристів іноземців, які обслуговувалися суб'єктами туристичної діяльності (юридичними особами та фізичними особами-підприємцями), дані наведено у таблиці 2. 3. 2.

Таблиця 2. 3. 2

Показники кількості туристів-іноземців, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні у 2017-2019 рр. [72;73; 74]

(ос.)

Показники	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне (+; -)		відносне, %	
	2017	2018	2019	2019/ 2017	2019/ 2018	2019/ 2017	2019/ 2018
Юридичні особи							
Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) – усього, у т.ч.:	38563	72941	83703	45140	10762	217,1	114,8
подорожуючих							
в межах України	-	-	-	-	-	-	-
за кордоном	-	-	-	-	-	-	-
Фізичні особи-підприємці							
Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) – усього, у т.ч.:	1052	3004	3137	2085	133	298,2	104,4
подорожуючих							
в межах України	-	-	-	-	-	-	-
за кордоном	-	-	-	-	-	-	-

Як свідчать дані наведені у таблиці 2. 3. 2 кількість туристів іноземців, що обслуговувалися суб'єктами туристичної діяльності (юридичними особами та фізичними особами-підприємцями) зросла за проаналізовані роки на 10762

особи (14,8 %) у 2017 р. та на 133 особи (4,4 %) у 2018 р. Також важливо зазначити, що 85 % склали туристи основною метою подорожі яких була організація дозвілля та відпочинку.

Поглиблюючи дослідження ми провели аналіз зміти питомої ваги видів туризму у 2017-2019 рр., дані наведено у таблиці 2. 3. 3.

Таблиця 2. 3. 3

Показники питомої ваги в'їзного, внутрішнього та виїзного туризму в організованому туризмі за регіонами України у 2017 – 2019 рр.

(%)

Регіони (області)	В'їзний			Виїзний			Внутрішній		
	Роки:			Роки:			Роки:		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
м. Київ	7	4,5	0,6	80,6	85,5	91,5	12,4	10	7,9
Вінницька	0,2	0,1	-	69,8	71,9	70,2	30	28	29,8
Волинська	5	5,6	2,4	42	61,7	55,3	53	32,7	42,3
Дніпропетровська	0,1	0,1	-	77,6	84,3	87,2	22,3	15,6	12,8
Донецька	1,2	1,1	1	58,2	70,6	45,6	40,6	28,3	53,4
Житомирська	0,2	0,1	0,1	56,3	75,8	77,4	43,5	24,1	22,5
Запорізька	2,2	1,4	0,3	70,6	57,2	57,2	27,2	41,4	42,5
Івано-Франківська	2,9	7,4	0,9	8,8	15,5	11,9	88,3	77,1	87,2
Київська	2,9	1,2	0,2	79,8	75,7	87,2	17,3	23,1	12,6
Кіровоградська	1,6	1,4	0,1	25,9	44,8	61,4	72,5	53,8	38,5
Львівська	15,3	8,6	2,2	51,4	69,8	66,7	33,3	21,6	31,1
Миколаївська	20,5	26,9	-	45,6	49,3	82,9	33,9	23,8	17,1
Одеська	15,1	11,4	6,9	56,4	71,7	80,2	28,5	16,9	12,9
Полтавська	0,6	0,6	0,7	52,2	80,6	88,6	47,2	18,8	10,7
Рівненська	0,1	0,1	-	57,7	61,3	83,9	42,2	38,6	16,1
Сумська	0,7	0,2	0,3	33,4	48,6	67,6	65,9	51,2	32,1
Тернопільська	0,1	-	-	49	58,8	51,7	50,9	41,2	48,3
Харківська	1,6	0,7	-	83,1	58,7	95,3	15,3	40,6	4,7
Херсонська	0,2	0,1	0,1	37,2	48,8	52,7	62,6	51,1	47,2
Хмельницька	0,1	0,1	-	47,4	61,3	65	52,5	38,6	35
Черкаська	0,3	0,1	0,1	69,8	65,4	77,4	29,9	34,5	22,5
Чернівецька	2,9	2,5	0,5	73,1	81	87,4	24	16,5	12,1
Чернігівська	0,9	0,1	0,1	53,5	85,3	91,6	45,6	14,6	8,3

Як свідчать дані наведені у таблиці 2. 3. 3 майже за усіма регіонами протягом досліджуваного періоду, за 2017 – 2019 рр., відбулося зменшення питомої ваги в'їзного туризму у загальній структурі. Але разом із зменшенням

нами було виявлено збільшення у 2019 р. порівняно із 2017 р. питомої ваги в'їзного туризму лише у Полтавській області.

Досягнення сприятливого соціально-економічного впливу туризму на суспільство є важливою стратегічною метою як розвинених держав, так і країн, що розвиваються. Актуальним і перспективним є подальше вивчення міжнародного досвіду управління у сфері туризму, дослідження ролі недержавного сектора, питань сталого розвитку та механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності у сфері туризму в контексті глобального розвитку сучасності. Збільшити економічні вигоди від туризму можна різними методами, які вбудовуються у процес державного управління, що дає змогу уникнути багатьох проблем. Одним із таких методів є зміцнення зв'язків між туризмом та іншими секторами економіки. Нині в туристичній сфері України є тільки два шляхи до подальшого ходу подій. Саме зараз відбувається той переломний момент, від якого залежить її майбутнє: чи стане вона вагомим джерелом надходжень до державного бюджету або залишиться на тому ж рівні. Все це зумовлюється тими орієнтирами, які будуть покладені в основу політики розвитку туризму.

Таким чином, виникає альтернатива: робити акцент на іноземного споживача чи відновлювати внутрішній туристичний процес. Так чи інакше, в обох випадках украй необхідна негайна зміна вітчизняного ринку туристичних послуг згідно з міжнародними вимогами. Розвиток туризму в Україні є особливо важливим, оскільки саме завдяки цій сфері можна поліпшити соціально-економічну ситуацію в країні. З огляду на це, держава повинна сприяти міжнародному співробітництву і створенню економічних та організаційно-правових основ становлення туризму як прибуткової галузі економіки України.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3. 1. Резерви підвищення ефективності використання туристичної інфраструктури

Питанню визначення основних проблем розвитку туристичної індустрії України присвячено значну кількість досліджень. Зокрема, у публікаціях Бутко[7], Карачина Н. [18] у своїй праці висвітлює розвиток туристичної індустрії України в контексті світової інтеграції.

На основі аналізу даних проведеного у попередніх розділах магістерської роботи та публікацій, нами виділено основні проблеми розвитку індустрії туризму України:

економічна і політична ситуація у країні: анексія Кримського півострову, війна на Сході України;

неефективність державної політики в сфері туризму, відсутність фінансування галузі;

не сприйняття України, як перспективного туристичного напрямку на міжнародному ринку туристичних послуг, мала кількість реклами українських туристичних центрів за кордоном; обмежений асортимент туристичних послуг;

не сплановане освоєння та фінансування перспективних туристичних територій, відсутність новітніх проектів в сфері туризму;

низько розвинена інфраструктура (поганий стан доріг, вокзалів, транспортних засобів, застаріла матеріально-технічна база закладів розміщення туристів) ;

низька кваліфікація фахівців сфери туризму, невідповідність рівня обслуговування європейським стандартам;

у музеях України зберігається надзвичайно велика кількість пам'яток історії, культури, археології, але самі музеї мають низьку конкурентоспроможність на міжнародному ринку, це спричинено застарілою матеріально-технічною базою, недостатністю державного фінансування;

неповне використання родовищ мінеральних та термальних вод у лікувально-оздоровчих цілях, продаж перспективних земельних ділянок під забудову;

недотримання правил охорони навколишнього середовища, погана екологічна ситуація спричинена викидами в морську акваторію, забрудненнями скидами транспорту; високий рівень оподаткування на малий та середній бізнес в тому числі і на туристичну сферу;

недостатня реалізація наявного рекреаційного та історико-культурного потенціалу занедбаний та напівзруйнований стан пам'яток культури, історії, археології тощо.

Виявивши проблеми розвитку туристичної інфраструктури України ми переконані, що одним із ефективних шляхів вирішення є державно-приватне партнерство, що дозволить залучати додаткові інвестиції у туристичну сферу України.

У сфері туризму використовують такі форми здійснення державно-приватного партнерства, як спільне підприємство, концесія, оренда, приватизація, національні проекти, спеціальні економічні зони, договір управління об'єктами державної чи комунальної власності. Відповідно Закону України «Про державно-приватне партнерство», до форм здійснення державно-приватного партнерства в Україні відносять: концесійний договір; договір управління майном; договір про спільну діяльність; інші договори, умови яких визначаються відповідно до цивільного законодавства України [2]. Єдиної моделі державно-приватного партнерства не існує, найпоширенішою формою співробітництва між державним та приватним секторами в Україні залишається концесія – взаємовигідний договір, коли держава передає бізнесу права на

використання якогось об'єкта або майна [75]. Їх характеристики наведено у таблиці 3. 1. 1.

Таблиця 3. 1. 1

Прогнозовані форми державно-приватного партнерства для підвищення ефективності використання туристичної інфраструктури України у 2022 році
[узагальнено автором]

Форми державно-приватного партнерства у сфері туризму

Форма	Право власності	Оперативне управління	Джерела фінансування	Тривалість договору
Спільне підприємство	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Строк, визначений договором
Концесія	Держава / приватний партнер	Приватний партнер	Приватний партнер	25-30 років
Оренда	Держава	Приватний партнер	Приватний партнер	Не менше 5 років
Приватизація	Приватний партнер	Приватний партнер	Приватний партнер	Необмежено
Національні проекти	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Строк, визначений програмою, проектом
Спеціальні економічні зони	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Держава / приватний партнер	Строк функціонування спеціальної економічної зони
Договір управління об'єктами державної чи комунальної власності	Держава	Приватний партнер	Держава / приватний партнер	Строк, визначений договором

Як свідчать дані наведені у таблиці 3. 1. 1, основними формами державно-приватного партнерства є: спільне підприємство, концесія, оренда, приватизація, національні проекти, спеціальні економічні зони та договір управління об'єктами державної чи комунальної власності.

Поглиблюючи дослідження нами запропоновано виділити наступні

переваги та ризики державно-приватного партнерства туристичної сфери України, таблиця 3. 1. 2.

Таблиця 3. 1. 2

Визначені переваги та ризики державного-приватного партнерства у сфері туризму у 2022 році [узагальнено автором]

Переваги	Ризики
Зниження витрат проекту - економія витрат при будівництві, експлуатації і наданні послуг.	Втрата державного контролю – партнерство, яке передбачає значні інвестиції і ризики з боку приватного партнера зумовлює його активнішу участь в прийнятті рішень щодо надання послуги та цін.
Розподіл ризиків між партнерами, які можуть включати в себе надмірні витрати, недотримання термінів надання послуги тощо.	Збільшення витрат - послуги, що надаються приватним партнером вимагають проведення цінової і податкової політики, яка відбиває їх повну вартість.
Підвищення рівня обслуговування або підтримка поточного рівня обслуговування партнерами – можливість нововведень при організації та наданні послуг.	Колективні договори і трудове законодавство, що застосовуються при партнерстві, можуть викликати негативну реакцію з боку профспілок або державних службовців.
Більш ефективне впровадження заходів - за рахунок поєднання кількох дій: створення і будівництво, більш швидке затвердження дій для ефективнішого фінансування та прийняття рішень.	Небезпечні послуги - приватні партнери можуть страждати від трудових суперечок, фінансових проблем або інших обставин, що заважають їм виконувати свої зобов'язання.
Інші економічні вигоди - активну участь держави може стимулювати приватний сектор, сприяти збільшенню зайнятості населення та економічному зростанню країни.	Відсутність конкуренції - конкуренція веде до появи інновацій, ефективності і зниження витрат, тому при обмеженій кількості потенційних приватних партнерів, що володіють ноу-хау або здатністю виконати проект, уряд може не отримати вигоди від партнерства.
	Зниження якості або ефективності обслуговування - якщо контракт належним чином не структурований, це може призвести до зниження якості обслуговування, неефективності або відсутності належного обслуговування проекту.
	Незбалансованість в процесі відбору - традиційні форми надання послуг можуть створити потенційні проблеми для уряду, який може бути звинувачений в упередженості при відборі пропозицій.

Як свідчать дані таблиці 3. 1. 2, розробка концептуальної моделі державно-приватного партнерства у сфері в'їзного туризму в Україні потребує визначення стейкхолдерів. Виходячи з ролі та впливу на розвиток в'їзного туризму, нами визначено такі суб'єкти відносин державно-приватного партнерства:

органи державної влади всіх рівнів;

підприємства туристичної галузі та інші інвестори;

Національна туристична організація України та її регіональні відділення;

заклади науки і освіти;

місцеве населення.

У процесі державно-приватного партнерства у сфері в'їзного туризму між стейкхолдерами виникають взаємовідносини. Їх взаємозалежність і взаємозв'язки зумовлюють необхідність використання теорії зацікавлених сторін Р. Фрімена при стратегічному плануванні розвитку в'їзного туризму.

Вчений стверджує, що акціонери отримають більші вигоди у довгостроковій перспективі, якщо будуть прийматись до уваги інтереси інших зацікавлених сторін (всі групи або особи, які мають відношення до фірми) [243]. Дана теорія є нормативним інструментом, який може використовуватися для розвитку співпраці між стейкхолдерами, що беруть участь у процесі планування. Взаємодія із зацікавленими сторонами підкреслює важливість партнерства як способу їх мобілізації та координації інтересів кожної з них [498].

В основі моделі лежить зацікавленість сторін у державно-приватному партнерстві з урахуванням туристично-рекреаційних ресурсів, цілей партнерства і факторів, які можуть вплинути на його успішну реалізацію.

Отже, партнерство здійснюється між органами державної влади всіх рівнів, приватним сектором та представниками громадянського суспільства з метою вирішення суспільно важливих проблем, які стосуються компетенції держави і задоволення їхніх економічних інтересів. Органи державної влади

виконують регулюючу та координуючу функції - визначають цілі та завдання проектів державно-приватного партнерства, якість продуктів, цінову політику, проводять моніторинг виконання проектів, приймають необхідні нормативно-правові акти та ін. Представники приватного сектора виконують проект – роблять інвестиції або залучають кошти, технічні знання та забезпечують реалізацію проекту. Представники громадянського суспільства, тобто місцеві жителі, шукають шляхи вирішення проблем шляхом пропозиції органам державної влади та представникам приватного сектору реалізацію партнерських проектів. Концептуальна модель державно-приватного партнерства (ДПП) у сфері в'їзного туризму представлена на рисунку 3. 1. 1.



Рис. 3. 1. 1. Модель державно-приватного партнерства у сфері в'їзного туризму
[узагальнено автором]

Як свідчать дані рис. 3. 1. 1, результат державно-приватного партнерства у сфері в'їзного туризму може бути матеріальним (створення туристичних інформаційних центрів, створення тематичного парку, сільських садиб, туристичних маршрутів тощо), і нематеріальним (створення туристичного кластера, туристично- рекреаційної зони, репозиціонування дестинації, розвиток нових видів туризму, управління заповідною територією, розробка освітніх програм тощо).

Таким чином, розвиток державно-приватного партнерства потребує об'єднання партнерських зусиль різних галузей національної економіки з метою інтенсифікації в'їзного туризму.

3. 2. Напрями розвитку в'їзного туризму

Вивчення аспектів, які пов'язані із збільшенням та обслуговуванням туристів, включають великий спектр від розробки та планування маршрутів до побудови спеціалізованих комплексів, від роботи з туристами до розвитку інфраструктури, як окремих регіонів, так країни загалом, дозволяє нам віднести в'їзний туризм до сучасного напрямку, який дає змогу відпочити, полікуватися, розважитися чи зайнятися питаннями бізнесу. ЮНВТО робить прогнози, що обсяги в'їзного туристичного бізнесу в грошовому вимірюванні в найближчі 20 років збільшаться та складуть 7,2 трлн. доларів [53].

В'їзний туризм в Україні, і туризм загалом є важливою економічною гілкою. Він займає важливе місце в зовнішньоекономічних відносинах, сприяє розвитку світової торгівлі та стимулює активізацію міжнародного торгового обігу. Дослідженнями, щодо проблем розвитку в'їзного туризму займаються такі вчені: Багрова І.З., Виноградова О.В., Гулевська Н.М., Бутко І.І., Кухарська Н.О., Король О.Д., Ткаченко Т.І., Смирнова І.Г [36 с.54].

Аналізуючи всі проблеми та враховуючи досвід багатьох провідних іноземних країн щодо організації туристичної діяльності є важливими питаннями при розробці напрямів стимулювання та покращення ситуації, яка склалася, та прискорення зростання обсягів в'їзного туризму в Україні [25 с.200].

Україна має можливості для розвитку в'їзного туризму, тому що вона має сприятливе географічне розташування, клімат, багатий природний та ресурсний, історичний та культурний, туристичний та рекреаційний потенціал, які сприяють умовам для швидкого розвитку в'їзного туризму на території нашої держави. На світовому ринку туристична галузь України має не високу репутацію та довіру серед іноземних туристів через низьку конкурентоспроможність українського туристичного продукту, що не дає їй змоги посісти гідне місце серед інших країн Європи. Тому для того, щоб активно розвинути в'їзний туризм в Україні необхідно продумати та створити його маркетингову стратегію стимулювання, яка б стала сприятливою для збільшення кількості в'їзних туристів, допомогла б краще використовувати наявний рекреаційно – туристичний потенціал усіх регіонів України та сприяла б створенню позитивного іміджу на світовому ринку туристичних послуг [25 с.201].

Негативним чинником, який погано впливає на зростання в'їзних туристичних потоків в регіони України є слабо розвинена транспортна система, в яку входять транзитні перевезення, організація залізничного сполучення, розвиненість автомагістралей, морського та річкового, повітряного транспорту. Транспортні шляхи нашої країни перебувають у незадовільному стані та не відповідають міжнародним стандартам щодо безпечного та комфортного перевезення іноземних туристів [18 с.213].

Іншими чинниками, які призупиняють розвиток в'їзного туризму в Україні, є такі [18]:

слабкий розвиток інформаційної інфраструктури туризму, що не дає

змоги іноземним туристам отримати точну, достовірну та чітку інформацію, щодо певного туристично – рекреаційного регіону України;

низький рівень розвитку технічної інфраструктури туристичної сфери (збір сміття, стан доріг, недостатні засоби комунікації, освітлення доріг) та незадовільний темп її реорганізації;

не відповідний рівень обслуговування до міжнародних стандартів обслуговування, що свідчить про низький рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу, це особливо стосується великих оздоровчих комплексів та дешевих готельних підприємств;

невиразність державної туристичної політики у розвитку в'їзного туризму; - відсутність підтримки держави щодо розвитку в'їзного туризму та туризму в Україні загалом;

відсутність розробки туристичних маршрутів міжнародного значення в Україні;

економічна та політична нестабільність в Україні;

слабка екологічна безпека.

Всі ці згадані вище чинники негативно впливають на стимулювання розвитку в'їзного туризму в Україні, тому необхідно працювати для усунення цих проблем. Адже при таких умовах обумовлюється низька репутація України на світовому ринку туризму. Отже, головним і пріоритетним напрямом розвитку політики у туристичній сфері має бути розвиток та популяризація туристичних дестинацій України з метою стимулювання в'їзного туризму. Для цього потрібно створити комплексну державну маркетингову стратегію розвитку в'їзного туризму в регіонах України.

Основними рекомендаціями такої стратегії мають стати:

1. Дослідити рекреаційний та туристичний потенціал дестинацій України, визначити ряд найпривабливіших для в'їзних туристів туристичних та рекреаційних пропозицій, за потребою провести їх відновлення та створити відповідні умови для їх подальшого відвідання;

2. Створити сучасну матеріально – технічну інфраструктуру туризму. В першу чергу заходи державної туристичної політики мають бути: зменшені податкові навантаження, розробити ряд бізнес – проектів щодо будівництва та реконструкції діючих закладів готельного господарства, розробити мережу цікавих туристичних маршрутів міжнародного призначення на території України з врахуванням інтересів в'їзних гостей [25 с.205-206];

3. Покращити транспортну інфраструктуру прикордонних зон, на територіях автомобільних шляхів та міжнародних транспортних коридорів, а також облаштувати їх всіма необхідними об'єктами;

4. Розвинути інформаційну інфраструктуру в'їзного туризму, в яку мають входити:

Розробка вітчизняної системи бронювання та резервація туристичних послуг;

Збір та обробка статистичних даних про виставки, рекламу, виставково – ярмаркову діяльність на міжнародному, регіональному та вітчизняному рівнях;

Створити та підтримувати діючий веб – сайт з туристичною рекламою регіонів України та відповідно до цього створити електронні довідники з переліченими туристичними фірмами з асортиментом та вартістю туристичних послуг, які вони надають, перелік туристичних маршрутів та їх транспортне забезпечення [64].

5. Серед необхідних стимулюючих рекомендацій, які будуть популяризувати визначні рекреаційні та туристичні пропозиції регіонів нашої держави на світовому ринку:

Здійснення регулярних рекламних кампаній у засобах масової інформації з ціллю реклами туристично – рекреаційних регіонів України на зовнішньому ринку та презентація України у світовому туристичному просторі;

Побудова та відкриття туристичних представництв нашої країни за кордоном та забезпечити їх необхідною кількістю інформаційних та рекламних матеріалів про туристичні та рекреаційні переваги регіонів України [64 с.212]

Важливою ланкою у покращенні стимулювання в'їзного туризму в кожній країні, а особливо на даний момент це актуально для України, є безпека іноземних в'ї туристів, отож необхідно:

1. Забезпечити безпеку іноземних туристів та захистити їх законні права та інтереси, це буде сприяти якості наданих туристичних послуг та дотриманню конституційних прав іноземних громадян:

Потрібно вести моніторинг надзвичайних подій, які трапляються в Україні;

Надавати невідкладну допомогу іноземним туристам, які опинилися у надзвичайних ситуаціях або постраждали під час подорожі;

Створити “гарячу лінію” для прийому та ведення скарг іноземців та надавати їм туристичну інформацію;

Посилити відповідальність суб'єктів туристичної діяльності перед іноземними споживачами туристичних послуг.

Україна стає менш популярною серед іноземних туристів, оскільки в уяві іноземців складається враження повномасштабної війни, а країну сприймають як гарячу точку. Подолавши всі негативні тенденції, які стримують, а не стимулюють розвиток в'їзного туризму в Україні, що дасть змогу прискорити економічне зростання країни та збільшить кількість в'їзних туристичних потоків. Для покращення ефективності та кращого результату така програма розвитку в'їзного туризму в Україні має бути доповнена розвитком кожного окремого регіону України, де також мають бути розроблені рекомендації для стимулювання в'їзного туризму, так і щодо розвитку туризму загалом. Потрібно звернути увагу на створення та реалізацію концепції перспективного розвитку в'їзного туризму, що базується на принципах соціалізації, екологізації та інформатизації в сфері в'їзного туризму та туристичної галузі загалом.

Стратегічні напрямки стимулювання в'їзного туризму мають такі основні цілі: 1. Соціальна ефективність (соціалізація в'їзного туризму):

Реконструкція та модернізація наявної матеріально-технічної бази

в'їзного туризму;

Формування ринку тур. продукту, орієнтованого на національні цінності;

Заходи з активізації дитячого в'їзного туризму;

Організація елітарного в'їзного туризму;

Впровадження тур. ренти як джерела фінансування в'їзного туризму;

Залучення сільського населення до тур. діяльності;

Популяризація нац. історико- культурної спадщини;

2. Екологізація в'їзного туризму:

Заходи з мінімізації впливу тур. об'єктів на стан довкілля;

Впровадження екологічно чистих технологій тур. Обслуговування;

Стимулювання розвитку екологічних видів туризму;

3. Інформатизація туризму:

Рекламна діяльність у сфері в'їзного туризму;

Маркетингові дослідження тур. процесів;

Забезпечення інформаційних зв'язків між суб'єктами туристичної діяльності;

Заходи з популяризації туристичного потенціал у регіону. Варто сказати, що соціалізація в'їзного туризму має проходити не тільки в напрямі долучення до туристичної діяльності широких верств населення, а й через організацію короткотривалого відпочинку.

Наступним важливим напрямком стимулювання в'їзного туризму є екологізація. Це пояснюється не лише потребою збереження навколишнього середовища в процесі туристичної діяльності, а й збільшенням популярності екологічного виду туризму серед в'їзних туристів. Важливе місце у в'їзній туристичній політиці посідає економічне стимулювання розвитку туризму. В цій сфері головними є три аспекти:

1. Фінансування в'їзного туризму;

2. Податкова політика цієї сфери;

3. Взаємини між органами влади та суб'єктами туристичної діяльності [2

с.69].

Не менш важливим, на нашу думку, у стимулюванні в'їзного туризму є інноваційна діяльність. Отже, інноваційна діяльність – це комплекс наукових, технічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, що приводять до інновації. Робота буде вважатися інноваційною тоді, коли в неї будуть приноситися нові знання та технології, будуть застосовуватися підходи для отримання результатів, що є широко затребуваними в суспільстві. Інноваційну діяльність будь якого туристичного підприємства можна визначити як взаємну працю всіх працівників, що буде спрямованою на створення та впровадження нововведень. Інноваційна діяльність має системний характер, систему утворюють суспільство та суб'єкти інноваційної діяльності [38 с.31].

Головними напрямками інноваційної діяльності у в'їзному туризмі є:

Створення та випуск нових видів туристичного продукту, ресторанного продукту та готельних послуг, і т. д.;

Користування новою технікою та технологіями при виробництві традиційних продуктів;

Користування новими туристичними ресурсами, якими не користувалися раніше;

Інша організація виробництва та споживання вже знайомого туристичного продукту, ресторанного продукту чи готельної послуги; це може бути новий маркетинг чи новий менеджмент;

Пошук та використання нових ринків для збуту туристичних послуг. Інноваційна діяльність у всіх ланках економіки становить реалізацію досягнень науково – технічного прогресу. Це також відноситься і до сфери соціально – культурного сервісу та в'їзного туризму [38 с. 35].

Інновації у сфері в'їзного туризму скеровують свою діяльність на створення нового або вдосконалення існуючого туристичного продукту. Стимулюючим фактором впливу на інноваційні процеси у в'їзному туризмі є:

новостворені напрямки науки та техніки, поява нових технологій;

політичний та економічний стан в регіонах світу та країнах;
 нововведення, які здійснюються міжнародними організаціями;
 державні закони, що визначають економічні та політичні правила функціонування туристичних фірм, туди входить і державна концепція розвитку в'їзного туризму;
 зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямів, послуги, які не відповідають потребам іноземних туристів, зміна попиту, поява нових вимог з боку іноземних споживачів до якості тур. продукту;
 запровадження нововведень в діяльність суміжних із туристичною сферою галузей (транспортні компанії, готелі, засоби зв'язку, тощо);
 бажання фірм зміцнити позиції на ринку або боротьба за виживання;
 непередбачувані події, які не залежатимуть від волі людини: катастрофи екологічного та техногенного характеру, тероризм тощо.

Комп'ютери та Інтернет повною мірою впливають на реорганізацію у в'їзному туристичному бізнесі, отже за допомогою цих засобів відбувається величезний вплив та стимулювання в'їзних споживачів туристських послуг. Інтернет дає змогу туристичним фірмам, без значних витрат отримати доступ до більшої кількості груп іноземних споживачів з метою передачі туристичної інформації про продукти та фірму в цілому та її продажі; розповсюджувати інформацію про свою роботу; швидко ухвалювати заявки іноземних туристів та проводити бронювання необхідних послуг; зменшити витрати на друк та виготовлення інформативної продукції; спростити взаємодію в партнерських відносинах на ринку.

Отже, реалізація рекомендацій стимулювання розвитку в'їзного туризму України є основним чинником експорту туристичних послуг, що значною мірою зміцнить позиції українських туристичних фірм на туристичному ринку, дасть змогу краще використовувати наявний рекреаційний та туристичний потенціал регіонів та цілої України. Розвиток в'їзного туризму збільшить конкурентоспроможність українського туристичного продукту та дозволить

сформувати позитивний та стійкий туристичний імідж України на світовому ринку туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

Сприяння розвитку в'їзного туризму є наслідком взаємодії внутрішніх та зовнішніх соціально – економічних процесів, які створюють потребу в подорожі та попиту на туристичні послуги. Попит на туристичні послуги формується, як в країні на послуги внутрішнього та міжнародного туризму, так і за її межами на послуги міжнародного в'їзного туризму, а здійснюється він пропозиціями які створюються на ринку суб'єктами туристичного ринку.

Розвиток в'їзного туризму є не лише джерелом грошових надходжень в економічну систему країни, але й допомагає активізації відносин між країнами туристичного процесу. Прибутковою галузь туризму можна вважати тоді, коли потоки в'їзного туризму втричі перевищують обсяги виїзного.

В'їзний туризм є однією з форм міжнародного туризму. Необхідно зазначити, що в'їзний туризм – це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території.

На сьогодні в'їзний туризм є одним із найперспективніших напрямів державної політики в туристичній галузі. У багатьох країнах світу в'їзний туризм активно працює на б'юджет та імідж держави, є однією з найважливіших категорій експорту. Україна має всі необхідні властивості для розвитку туристичної індустрії: природньо – кліматичні умови, історичні, культурні та матеріальні ресурси. Визначення терміну “в'їзний туризм” трактувалося багатьма вченими.

Сприяння розвитку в'їзного туризму є наслідком взаємодії внутрішніх та зовнішніх соціально – економічних процесів, які створюють потребу в подорожі та попиту на туристичні послуги. Попит на туристичні послуги формується, як в країні на послуги внутрішнього та міжнародного туризму, так і за її межами на послуги міжнародного в'їзного туризму, а здійснюється він пропозиціями які створюються на ринку суб'єктами туристичного ринку.

Результати аналізу процесу створення ОТГ у західноукраїнських прикордонних областях та визначення в них наявності туристичних ресурсів свідчать, що станом на 1 січня 2019 р. тут функціонує 191 ОТГ, з них 162 об'єднаних громади мають туристичні ресурси, придатні для створення туристичних дестинацій, у т. ч. типу «Атракційний пункт» та «Туристичний центр».

Мережа автомобільних доріг загального користування України поділяється на дороги державного значення – 52,0 тис.км і дороги місцевого значення – 117,6 тис.км. Із загальної протяжності доріг з твердим покриттям дороги з удосконаленими типами покриття (цементобетон, асфальтобетон, чорні шосе) становлять 76,7 %, решта – з перехідними типами (білі щебеневі і гравійні, бруківки).

У зв'язку з обмеженим фінансуванням біля 90 відсотків автомобільних доріг загального користування не ремонтували понад 30 років. Відтак автомобільні дороги загального користування (169,6 тис. км) не відповідають сучасним вимогам як за міцністю (39,2%) так і за рівністю (51,1%).

Окремо потребують особливої уваги штучні споруди та мостові переходи. З 16191 мосту тільки 7471 відповідають діючим нормам та стандартам, термінового ж ремонту потребують 1 865 мостових переходів.

У 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) в Україні збільшилася на 124 од. або на 7,11 %. Таке збільшення може свідчити про розвиток туристичної сфери в Україні незважаючи на внутрішні та зовнішні як економічні так і політичні проблеми. Разом з тим, слід зазначити, що світова пандемія COVID 19 відобразилася майже на всіх сферах національної економіки, але туристична сфера показує позитивну динаміку до розвитку.

У цілому по Україні відбулося збільшення у 2019 р порівняно із 2017 р. на 62,05 % або 1071 од. кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців), що є позитивним і може свідчити як про розвиток малого та

мікро-підприємництва так і про розвиток туристичної сфери України у цілому.

У 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість засобів розміщення збільшилася на 10,88 %, що є позитивним. Але розглядаючи зміну кількості засобів розміщення у період із 2012 р. порівняно із 2019 р. ми можемо стверджувати про зменшення даного показника на 19,77 %, що є негативним. Відповідно до зменшення кількості засобів розміщення нами виявлено і зменшення кількості місць у колективних засобах розміщення у період із 2012 р. по 2019 р. на 267,3 тис. од.

У 2020 р. кількість засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб склала 1591 од. серед яких готелі та аналогічні засоби розміщення займали 49,59 %, а інші засоби розміщення 50,41 %.

Кількість колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2018 р. у Закарпатській області становила 54 одиниці, із яких 42 одиниці це готелі та 12 одиниць інші засоби розміщення. Також нами виявлено, що питома вага кількості колективних засобів розміщення Закарпатської області у загальній їх кількості по Україні складає 3,39 %, що на нашу думку є негативним оскільки туристичний потенціал даного регіону є високим, а кількість засобів розміщення занадто низька. Причинами такого низького показника, на нашу думку, можуть бути або велика кількість неврахованих засобів колективного розміщення, те що у даній таблиці розглядаються лише дані юридичних осіб.

Найбільшу питому вагу у загальній структурі кількості туристів – громадян України, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні займають юридичні особи, а саме: у 2017 р. – 85,5 %, у 2018 р. – 86,7 %, у 2019 р. – 86,6 %, а найменшу – фізичні особи-підприємці, що складало: у 2017 р. – 14,5 %, у 2018 р. – 13,3 %, у 2019 р. – 13,4 %. Крім того, слід зазначити, що у 2019 р. порівняно із 2017 р. кількість туристів – громадян України, що була обслуговувана юридичними особами, збільшилася на 1,1 в. п.

В умовах економічної нестабільності туристична індустрія стикається з

багатьма проблемами, зокрема:

- 1) невизначеністю ринкової ситуації;
- 2) сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги;
- 3) жорсткою конкуренцією у цій галузі;
- 4) недостатністю фінансових ресурсів тощо.

Кількість туристів іноземців, що обслуговувалися суб'єктами туристичної діяльності (юридичними особами та фізичними особами-підприємцями) зросла за проаналізовані роки на 10762 особи (14,8 %) у 2017 р. та на 133 особи (4,4 %) у 2018 р. Також важливо зазначити, що 85 % склали туристи основною метою подорожі яких була організація дозвілля та відпочинку.

Майже за усіма регіонами протягом досліджуваного періоду, за 2017 – 2019 рр., відбулося зменшення питомої ваги в'їзного туризму у загальній структурі. Але разом із зменшенням нами було виявлено збільшення у 2019 р. порівняно із 2017 р. питомої ваги в'їзного туризму лише у Полтавській області.

Головними напрямками інноваційної діяльності у в'їзному туризмі є:

створення та випуск нових видів туристичного продукту, ресторанного продукту та готельних послуг, і т. д.;

користування новою технікою та технологіями при виробництві традиційних продуктів;

користування новими туристичними ресурсами, якими не користувалися раніше;

інша організація виробництва та споживання вже знайомого туристичного продукту, ресторанного продукту чи готельної послуги; це може бути новий маркетинг чи новий менеджмент;

пошук та використання нових ринків для збуту туристичних послуг.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: http://www3.weforum.org/doc/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf. (дата звернення: 03.11.2021).
2. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London, 2015. – 24 с.
3. Атаманюк Я. Д. Соціально-економічні чинники формування рекреаційного потенціалу Івано-Франківської області / Я.Д. Атаманюк // Туризм як фактор розвитку регіону. Матер. Всеукр. наук.-практ. конф. – Вінниця, 2011. – С. 30-32.
4. Атаманюк Я.Д. Оцінка і освітнє забезпечення раціонального використання природних ресурсів у сільському туризмі / Я.Д. Атаманюк, П.А. Горішевський, Ю.В.Зінько // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – К.: Тонар, 2007. – С. 145-149.
5. Бакай Н., Калущка Л. Конкурентоспроможність туристично-рекреаційної галузі західного регіону, значення транспортних послуг. URL: <https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2008/08bnmztp.pdf> (дата звернення: 03.04.2021).
6. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія / Р.І. Балашова; Донецький інститут туристичного бізнесу. – Донецьк: видавництво «Вебер», 2009. – 343 с.
7. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2009. – 400 с.
8. Бейдик О.О., Новосад Н.О. Факторний аналіз формування потоків в'їзного туризму України / О.О.Бейдик, Н.О.Новосад // Український географічний журнал, 2012 р. - №1. – С. 12 – 18.
9. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-

культурного розвитку регіонів України. Київ : Освіта, 2015. – Вип. 32. – С. 13-15.

10. Бочелюк В. Й., Бочелюк В. В. Дозвіллезнавство : навч. посіб. – К. : Центр навч. л-ри, 2012. – 208 с.

11. Брич В. Я. Організація туризму: підручник / В. Я. Брич. – Тернопіль: ТНЕУ, 2017. – 448 с.

12. Бурдуланюк В. Пам'ятки культури Івано-Франківщини / В. Бурдуланюк // Лілея-НВ –Івано-Франківськ, 2018. – 185 с.

13. Ведмідь Н. Г. Організація дозвілля туристів : навч. носіб. – К. : КНТЕУ, 2015. – 85 с.

14. Ведмідь Н. Інтернет-реклама в діяльності туристичних підприємств // Вісник КНТЕУ. – К., 2016. – №3. – С. 87-95.

15. Виндюк А.В. Подготовка аниматоров для гостинично-курортного дела / А.В.Виндюк // Материалы международной научно-практической конференции «Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании». – 2011. – Выпуск 4. Том 25. – С.68-69. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/vindjuk.htm (дата звернення: 03.04.2021)

16. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : Навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К.: ЦУЛ, 2013. – 178 с.

17. Галаченко О. О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг : регіональний аспект : монографія. Львів: Вид-во ПП «Арал», 2017. – 360 с.

18. Герасименко В. Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименка, О. Л. Михайлюк. – К.: ФОП Гуляева В. М., 2019. – 332 с.

19. Годя І. Розвиток річкового круїзного туризму в Україні: минуле і сьогодення / І. Годя // Східноєвропейський історичний вісник. – 2016. – Вип. 1. – С. 86–91.

20. Головчанська І.О. Івано-Франківськ: пам'ятки, історія. – Івано-

Франківськ: ІМЕ, 2012. – 92 с.

21. Господарський кодекс України: Офіційний документ. – К.: Кондор, 2003. – 208 с.

22. Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 03.10.2021)

23. Добуш Ю.Я. Тенденції розвитку ринку рекреаційних послуг. – URL:: www.nbuv.gov.ua . (дата звернення: 03.10.2021).

24. ДСТУ 4268:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги [Чинний від 2004-01-07]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 14 с.

25. ДСТУ 4269:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Класифікація готелів [Чинний від 2004-01-09]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 13 с.

26. ДСТУ 4527:2006. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення [Чинний від 2006-01-10]. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.

27. Заповідні території Карпатських гір. URL: <http://carpathians.org.ua/> (дата звернення: 03.04.2021)

28. Івано-Франківська область – інформаційна картка URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=90476&cat_id=3143 (дата звернення: 03.04.2021)

29. Кирилов Ю. Є., Грановська В. Г., Алещенко Л. О. Економічний механізм формування конкурентних переваг суб'єктів туристичної галузі. Економіка АПК. 2020. – №5. – С. 45-55.

30. Кифяк В. Ф. Організація туризму: Навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2011. – 344 с.

31. Коваль П.Ф. В'їзний туризм : Навчальний посібник / П.Ф.Коваль, Н.О.Алешугіна, Г.П.Андрєєва, О.О.Зеленська, Т.В.Григор'єва, О.Г.Пархоменко, В.Б.Дудко, М.О.Михайловський, С.І.Бондар. – Ніжин: Видавництво Лук'яненко

В.В., 2010. – 304 с.

32. Конституція України. – К.: Українська правнича фундація, 1996. – 106 с.

33. Кузьма Б. Традиції і сучасність закарпатської школи живопису / Б. Кузьма // Живописці Закарпаття. – 2009. – Осінь. – С. 32–35.

34. Литвин О. В., Кирилюк І. М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/198.pdf> (дата звернення: 03.04.2021).

35. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посіб. / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.

36. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг URL: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm (дата звернення: 03.04.2021)

37. Ляшук Р. М. Правові основи здійснення автомобільних перевезень / Р. М. Ляшук // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Юридичні науки. – 2017. – Вип. 2. – С.18-30.

38. Максимовська Н.О. Анімація дозвілля як засіб соціального розвитку особистості в соціумі, що глобалізується / Н. О. Максимовська // Вісник Харківської державної академії культури. – 2012. – Вип.35. – С.268-278. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/maksymovska4.htm (дата звернення: 03.04.2021)

39. Мальська М. П. Організація туристичного обслуговування : Підручник / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. – К : Знання, 2011. – 275с.

40. Маринич О. М., Шищенко П. Г. Фізична географія України : підручник. Київ : Вид-во «Знання», 2015. – 511 с.

41. Мезенцев К. В. Регіональне прогнозування соціально-економічного розвитку : навч. посіб. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – 82 с.

42. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії

туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. – 153 с.

43. Михайліченко Г.І. Організація туристичних подорожей : навчальний посібник / Г. І. Михайліченко, А. Ю. Єременко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 392 с.

44. Михайловський М.О., Коваль П.Ф., Алєшугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. «В'їзний туризм» Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.

45. Міжнародний імідж України: міфи і реалії. URL: http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf. (дата звернення: 03.10.2021).

46. Мікловда В. П., Кубіній Н. Ю., Завадяк Р. І., Сокол І. І., Максимець І. І., Кубіній В. В. Стратегічне управління ефективністю підприємств у корпоративному секторі регіону: проблеми та шляхи вдосконалення: Монографія. – Ужгород: Ліра, 2010. – 196 с.

47. Місце міжнародного туризму в системі світового ринку послуг / Економіка та держава. – 2019. – № 12. – С. 54-57.

48. Мітюк О. Інформаційне забезпечення турпродукту України в мережі Інтернет / Оксана Мітюк // Географія в інформаційному суспільстві: зб. наук. пр. – К.: ВГЛ Обрії, 2018. – Т. IV. – С. 167-169.

49. На Закарпатті вчили, як розвивати туризм в тергромадах. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2793439-na-zakarpatti-vcili-ak-rozvivati-turizm-v-tergromadah.html> (дата звернення: 03.04.2021)

50. Нездоймінов С. Г., Андрєєва Н. М. Дослідження туристичного руху на водному транспорті в Україні. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_205_212.pdf (дата звернення: 03.04.2021).

51. Носа Б. М. Історія розвитку туризму на закарпатті (кін. XIX – поч. XXI ст.): короткий історіографічний огляд. / Б. М. Носа Наукові праці

історичного факультету Запорізького національного університету, 2017, вип. 47 – С. 248-252.

52. Опалько Ю. В. Збереження культурно-історичної спадщини в сучасній Україні: проблеми та перспективи / Ю.В. Опалько // Стратегічні пріоритети. – 2007. – №1(2). – С. 83-88.

53. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристськокраєзнавчих подорожей: навчальний посібник для студ. ВНЗ / Б. П. Пангелов. – К : Академвидав, 2010. – 248 с.

54. Парубець О. М Організаційно-економічні особливості надання транспортних послуг туристам. URL: <https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=376> (дата звернення: 03.04.2021)

55. Парфіненко А.Ю. Туризм як національний пріоритет соціально-економічного розвитку України / А.Ю. Парфіненко // Вісник Інституту економіки Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2010. – №2. – С.52 – 61.

56. Пеняк П. С. Археологічні старожитності у Зведенні пам'яток історії і культури Івано-Франківської області / П. С. Пеняк // Матеріали і дослідження з археології Прикарпаття і Волині. – 2006. – Вип. 10. – С. 272–276.

57. Петрова І. О. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник. – К. : Кондор, 2015. – 408 с.

58. Петрук Т. М. Транспортні послуги у туризмі: комп'ютерні системи бронювання. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/petruk.htm (дата звернення: 03.04.2021)

59. Пилип Р. І. Локальні особливості традиційної народної вишивки сорочок українців Закарпаття кінця XIX – першої половини XX ст. / Р. І. Пилип // Науковий і мистецький світ Федора Потушняка: матер. міжнар. 129 наук. конф., присвяченої 100-річчю від дня народження видатного українського письменника і вченого. – Ужгород: Ліра, 2010. – С. 259–273.

60. Повітряний кодекс України від 13.02.2020 р. № 440-IX. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021).

61. Погасій С.О. Про роль транспорту у розвитку туризму в Україні / С.О. Погасій, І.А. Шабала // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2018. – № 2(2). – С. 39-44.

62. Податковий кодекс України: Офіційний документ від 24.04.2012 р. № 2755/94–17. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021)

63. Про автомобільний транспорт: Закон України від 23.02.2006 р. № 3492-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021).

64. Про залізничний транспорт: Закон України від 04.11.2008 р. № 273/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021).

65. Про приватизацію державного майна: Закон України від 04.03.1992 р. № 2163–XII. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021)

66. Про транспорт: Закон України від 10.11.94 р. № 233/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021).

67. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282–IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021).

68. Розвиток історико-культурного туризму в Закарпатті: здобутки і проблеми URL: <http://eehb.dsru.edu.ua/article/view/101043/96482> (дата звернення: 03.04.2021)

69. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: навч. посіб. / М. Й. Рутинський. – К.: ЦУЛ, 2007. – 432 с.

70. Смирнов І.Г. Логістика туризму : Навчальний посібник / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444с.

71. Сологуб Ю.І., Ващенко А.О Туристично-рекреаційний потенціал гірських територій Івано-Франківської області URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/10/38.pdf> (дата звернення: 03.04.2021)

72. Статут залізниць України: затверджений постановою Кабінету

Міністрів України від 06.04.1998 р. № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2021)

73. Стафійчук В. І. Рекреалогія : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2018. – 264 с.

74. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

75. Торік музеї Закарпаття відвідали 409 тисяч гостей. URL: <http://transkarpatia.net/transcarpathia/culture/5592-tork-muzeyi-zakarpattya-vdvdali-409-tisyach-gostey.html> (дата звернення: 03.04.2021).

76. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт.; за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х. :ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015.– 220с.

77. Туристичний путівник Закарпаття URL: <http://www.transcarpathiatour.com.ua/> (дата звернення: 03.04.2021)

78. Туристично-екскурсійні ресурси закарпатської області URL: <http://referat-ok.com.ua/regionalna-ekonomika-rps/turistichno-ekskursiini-resursi-zakarpatskoji-oblasti-1> (дата звернення: 03.04.2021).

79. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499> (дата звернення: 03.04.2021).

80. Федака П. Збереження та використання історико-культурної та архітектурної спадщини на Закарпатті / П. Федака // РІО. – 2006. – 24 листопада. – С. 5.

81. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: монографія / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест, А.В. Линенко. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – 188 с.

82. Фрей Л. Основні напрямки удосконалення транспортних послуг для туризму / Л. Фрей // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2014. – Вип. 36. – С. 135-139.

83. Холодова О. О. Організація молодіжного дозвілля в туризмі / О.

О.Холодова, Т. А.Дзюба // Географія та туризм. – 2014. – Вип. 31. – С. 44-55.
URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2014_31_7 (дата звернення: 03.04.2021).

84. Шандор Ф. Архітектурні пам'ятники Івано-Франківської області / Ф. Шандор, М. Палінчак // Туризм спадщини в Західній Україні. – Ужгород: Ліра, 2001. – С. 42–63.

85. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 334 с.

86. Шелеметьєва Т. В. Підвищення рівня транспортних послуг як основа ефективного розвитку туризму України. URL: [http://www.venue-journal.org/download/2016/2\(31\)/pdf/39-Shelemetieva.pdf](http://www.venue-journal.org/download/2016/2(31)/pdf/39-Shelemetieva.pdf) (дата звернення: 03.04.2021).

87. Шершньова, О.В. Нормативно-правове закріплення видових класифікацій туризму в Україні та їх відповідність міжнародним вимогам [Текст] / О.В. Шершньова // Верховенство права у процесі державотворення та захисту прав людини в Україні : матер. IX Всеукр. наук.-практ. конф. (30-31 травня 2008 р., м. Острог). — Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2008. —390—393 с.

88. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Школи І. М. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с.

89. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 597 с.