

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ
УКРАЇНИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю 242 Туризм,
освітньою програмою «Туризмознавство»

на тему: «Тенденції розвитку іноземного туризму в Україні»

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня

Чернишенко Вікторії Вадимівни

Науковий керівник: Приймаченко Н. В.
кандидат географічних наук

Рецензент: _____

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № __ від _____ 2019 р.

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.
доктор педагогічних наук

Київ – 2019

План

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Світовий досвід розвитку іноземного туризму.....	6
1.2. Визначення та сутність основних термінів і понять магістерського дослідження	14
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	26
2.1. Основні етапи становлення іноземного туризму в Україні.....	26
2.2. Ресурсний та інфраструктурний потенціал в'їзного туризму	41
2.3. Сучасні тенденції розвитку іноземного туризму.....	70
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	83
3.1. Проблеми розвитку іноземного туризму.....	83
3.2. Стратегічні напрями розвитку іноземного туризму в Україні.....	91
ВИСНОВКИ.....	112
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	116

Вступ

Актуальність теми. Туризм – є однією з провідних галузей світової економіки, що відрізняється динамічним розвитком. Завдяки швидким темпам зростання туризм визнано економічним феноменом минулого століття та вбачається дуже перспективним на нинішньому етапі. Туризм гармонізує та об'єднує економічний розвиток своїх частин, тобто окремих регіонів світу, де ця індустрія є одним із основних надходжень доходів у державну казну [1; с. 8-9]. На частку міжнародного туризму (подорожі та пасажирські перевезення) припадає 30% світового експорту послуг і 6% від загального обсягу експорту товарів і послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) кількість робочих місць у туристичній індустрії світу складає 1/11 від загальної чисельності зайнятих [33].

«На зламі тисячоліть міжнародний туризм досяг нових висот. Ефективна діяльність цього сектору сприяє економічному зростанню і створенню робочих місць у багатьох частинах світу. Тому вкрай важливо, щоб країни заохочували політику, що сприяє неухильному зростанню туризму, включаючи полегшення подорожей, розвиток і стійкість людських ресурсів» – зазначив Генеральний секретар ВТО Талеб Ріфай.

Згідно останніх даних ВТО, чисельність міжнародних туристів у 2018 р. склала 1,4 млрд. осіб, що на 700 млн. (5%) більше, ніж у 2017 р. Учені та фахівці туризму прогнозують до 2030 р. щорічне зростання показників розвитку міжнародного туризму на 5-7% [34].

Україна – є невід'ємною складовою світової туристичної індустрії. За своїм туристично-рекреаційним потенціалом наша країна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває великі можливості для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, а також залучення до українського інформаційного

простору світового передового досвіду організації туристичної діяльності [3; с. 56].

Однак складна військово-політична та соціально-економічна ситуація в Україні негативно впливає на розвиток туризму. Зважаючи на вищезазначені негативні процеси в Україні, показники іноземного туристичного потоку в 2018 р. зменшилися на 35-40%, зарубіжного туристичного потоку на 10-15%, а внутрішнього збільшилися на 30-35% [34]. Ці покази є істотно меншими попередніх років, разом з тим, це не дає підстави для песимістичного прогнозу та безперспективності розвитку туризму в Україні.

Україна володіє значним історико-культурним потенціалом, унікальними природними ресурсами . Однак питання аналізу іноземного туризму в Україні недостатньо висвітлено в спеціалізованій науковій літературі.

Саме це й спонукало автора обрати для свого магістерського дослідження тему : «Тенденції розвитку іноземного туризму в Україні».

Географічні рамки магістерської роботи обмежуються територією України.

Хронологічні рамки магістерського дослідження охоплюють період з 2014 – 2018 рр.

Об'єктом дослідження є іноземний туризм в Україні.

Предметом дослідження є тенденції становлення та розвитку іноземного туризму на території країни.

Метою магістерської роботи є всебічне дослідження іноземного туризму в Україні та тенденції його розвитку.

Для реалізації зазначеної мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- дослідити світовий досвід розвитку іноземного туризму;

- визначити сутність основних термінів і понять дипломного дослідження;
- проаналізувати ресурсний та інфраструктурний потенціал в'їзного туризму;
- висвітлити сучасні тенденції розвитку іноземного туризму;
- охарактеризувати основні етапи становлення іноземного туризму в Україні;
- визначити стратегічні напрями розвитку іноземного туризму в Україні.

Джерельна база. У процесі написання магістерської роботи автором було опрацьовано 53 наукові джерела. Передусім варто відзначити Мельську М. П. та в книзі Федоренко В. К. – «Історія туризму в Україні». Також автором було проаналізовано видання за останні п'ять років Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО).

На жаль у вітчизняній спеціалізованій літературі недостатньо висвітлено проблеми розвитку іноземного туризму. Тому автору довелося звернутися до збірників [25], наукових іноземних статей [15], періодичних наукових видань і матеріалів науково-практичних конференцій з туристичної проблематики [5]. Крім того, автором опрацьовано значний масив інформації з досліджуваної проблематики з всесвітньої мережі Інтернет [33-53].

Структурно магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Світовий досвід розвитку іноземного туризму

Туризм у багатьох країнах світу є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки, що зумовлено його динамічністю, високоприбутковістю та великим позитивним соціально-економічним і культурним впливом. Однак туристична галузь є специфічним і досить складним об'єктом державного управління.

Більшість світових держав проголосили туристичну індустрію одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки та культури, що сприяє збільшенню валового внутрішнього продукту, інвестицій, модернізації інфраструктури, валютних надходжень, розвитку торгівлі і промисловості, сприяє створенню нових галузей.

Особливу увагу у цьому процесі слід звернути на роль держави у розвитку ринку туристичних послуг, особливо після успішного проведення Євро-2012, що є досить актуальним для розвитку туристичної індустрії в Україні. Оскільки в країні, де в умовах неоголошеної війни з Росією відзначається невідповідність показника «ціна – якість» наданню туристичних послуг, зношеність основних фондів туристичних підприємств, стала помітною тенденція домінування виїзного туризму над в'їзним, що свідчить про відтік грошових коштів за кордон та обумовлює необхідність залучення держави у розвиток туристичної індустрії за допомогою набору інструментів, спираючись на світову практику [5; с. 84].

Зростання рівня конкуренції на світовому ринку туристичних послуг та незадовільні показники розвитку туризму потребують від України як відносно нового учасника світового туристичного ринку посилення своєї ролі у забезпеченні розвитку туристичної сфери. Одним із напрямів розв'язання проблем розвитку туризму є використання світового досвіду.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Однак більша частина науковців у своїх працях акцентує увагу на загальних питаннях розвитку туристичної сфери (коливання кількості туристів, створення туристичних продуктів та популяризація туристичного потенціалу України тощо). Питання формування систем управління туристично-рекреаційною сферою, вивчення особливостей регулювання туристичної індустрії в інших країнах Європи та світу є недостатньо вивченими.

Система органів державного регулювання туристичної сфери має суттєві відмінності залежно від політичної та економічної стабільності країн, ролі туризму в її економіці, рівня туристичної привабливості, зокрема наявності унікальних природних та культурних ресурсів, потенціалу національного туристичного ринку, доступності туристичних ресурсів для власних та іноземних туристів, масштабів інвестицій у туристичну сферу.

Особливості застосування різних варіантів державного регулювання туристичної сфери розглянемо на прикладі провідних туристичних країн:

У Великій Британії органом, на який покладено виконання функцій формування туристичного іміджу країни, є Британське туристичне відомство (British Tourist Authority, BTA). Відповідно до Закону «Про розвиток туризму», цей орган має статус позавідомчого державного органу (non-departmental public body), який підпорядковується Міністерству у справах культури, засобів масової інформації і спорту (Department for Culture, Media and Sport). До завдань Британського туристичного відомства, серед іншого, належить заохочення і розвиток економіки туризму країни.

Наглядово-регуляторні функції щодо діяльності Британського туристичного відомства здійснюють Міністерство у справах культури, засоби масової інформації і спорту Сполученого Королівства у межах своєї компетенції, а також Міністерство з питань бізнесу, інновацій і ремесел (Department for Business

Innovation & skills, або BIS) у частині, що стосується економічної складової туристичної галузі.

Громадські інституції взаємодіють із Британським туристичним відомством лише на консультативних і дорадчих засадах. Наглядові функції з боку таких організацій не здійснюються [35].

У Греції головною державною установою у сфері регулювання туристичної діяльності є Грецька національна туристична організація (ЕОТ), яка знаходиться у підпорядкуванні Міністерства культури і туризму та має 27 представництв у 21 країні. Зазначена установа здійснює, зокрема, регулятивну та наглядову функції шляхом прийняття відповідних нормативних актів щодо ліцензування туристичної чи готельної діяльності, санітарних вимог, порядку працевлаштування тощо [17; с. 170].

У Греції діє також Представництво туристичних профспілок (SETE), яке є загальнонаціональною галузевою асоціацією туристичних компаній. Метою діяльності даної організації є підвищення якості та зміцнення конкурентоздатності туристичних послуг, збалансований розвиток туристичної сфери в рамках збереження визначних пам'яток культури та навколишнього природного середовища, просування грецької культури.

В Іспанії вся туристична діяльність на загальнонаціональному рівні регулюється Законом «Про компетенції в галузі туризму» та Декретом «Про діяльність приватних туристичних підприємств» від 14 січня 1965 р. Крім загальнонаціонального закону, кожна з 17 автономій має своє власне законодавство в туристичній галузі, основні положення якого відповідають зазначеному закону.

Усіма питаннями туристичної галузі в Іспанії займається Державний секретаріат із туризму, який безпосередньо підпорядковується Міністерству промисловості, енергетики та туризму Іспанії. Крім Державного секретаріату, Міністерству також підпорядковуються наступні організації: Центральна дирекція

з туризму яка займається адміністративними питаннями і виробленням загальних напрямів державної політики у сфері туристичного бізнесу; готельна мережа Paradores, до складу якої входять 83 готелі, які представляють історичну цінність; два виставково-конгресних центри, які знаходяться в Мадриді та Малазі, а також Іспанський інститут туризму Turespana, який займається просуванням іспанського туристичного продукту за кордоном.

Повноваження Міністерства досить обмежені. Такі важливі питання, як сертифікація послуг, ліцензування, розробка стратегії туристичної індустрії, належать місцевій владі, з метою координації діяльності цих організацій в Іспанії в 2005 р. створена Рада з розвитку туризму, до складу якої входять представники державної влади всіх рівнів, а також приватного бізнесу. У більшості випадків рішення Ради носять лише рекомендаційний характер [15; с. 244].

В Італії, державним органом, відповідальним за питання туризму, є Департамент розвитку конкурентоспроможності туризму (Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitivita del Turismo), що входить до складу офісу Прем'єр-міністра та підпорядковується Міністрові туризму Італії. Департамент виконує такі функції:

- ✓ у координації з адміністраціями регіонів і автономних провінцій розробляє та затверджує національну політику у сфері туризму;
- ✓ упроваджує заходи із розвитку туристичного сектору, у тому числі здійснює планування та менеджмент структурних фондів:
- ✓ здійснює нагляд за ENIT (Національна туристична агенція), ACI (Автомобільний клуб Італії) та CAI (Альпійський клуб Італії);
- ✓ надає допомогу та вживає заходів зі стимулювання різних галузей національного туризму; сприяє залученню інвестицій в італійські туристичні проекти як на території Італії, так і за її межами;
- ✓ видає сертифікати і дозволи іноземним підприємствам та підприємцям, які працюють у сфері туризму;

✓ забезпечує міжнародні зв'язки у сфері туризму з міжнародними організаціями та бере участь у розробці й прийнятті відповідного законодавства ЄС [36].

ENIT (Ente Nazionale Italiano per il Turismo) працює під наглядом згаданого Департаменту. Представники регіональної влади, у тому числі профільних агенцій та асоціацій, входять до складу виконавчої агенції. ENIT у координації з регіональними агенціями та профільними асоціаціями забезпечує промоцію Італії як туристичного напрямку з багатим природним та культурним спадком, здійснює дослідження та публікації розробляє маркетингові та стратегії промоції, направлені на підтримку італійського туристичного сектору.

Крім того, інтереси у сфері туризму провінцій та муніципалітетів Італії в ENIT представлені підрозділами національних спілок промисловців і підприємців UPI (Unione delle Province Italiane) та ANCI (Associazione Nazionale dei Comuni Italiani), які беруть участь у розробці заходів із підвищення якості туристичних послуг та стимулювання зростання кількості туристів до італійських регіонів.

На національному рівні у структурі органів у сфері туризму також працює низка федерацій та асоціацій, найбільшими з яких є Federturismo (Confindustria), Confturismo (Confcommercio) та Assoturismo (Confesercenti). Основні функції цих об'єднань такі: представництво інтересів підприємств та підприємців туристичної галузі, розповсюдження інформації та комунікації з профільних питань, проведення тренінгів та освітніх програм, просування культурних та підприємницьких зв'язків у сфері туризму, підтримка ініціатив із забезпечення сталого розвитку у туристичній сфері [5; с. 133].

Протягом 2014 р. у туристичній галузі єгипетської економіки спостерігалися позитивні тенденції, зокрема, значне зростання ринку припало на другу половину минулого року (тільки в третьому кварталі державна скарбниця поповнилася на 2 млрд. дол. США, що перевищило аналогічний показник минулого року на 112%). Загалом, за 2014 р. бюджет країни поповнився на 7,5 млрд. дол. США за рахунок

доходів від туристичної галузі. Протягом минулого року Єгипет відвідало 10 млн. туристів (у 2013 році – 9,5 млн.). Насамперед зазначеному зростанню сприяло зняття європейськими країнами влітку 2014 р. застережень щодо відвідання Єгипту (після нападу в лютому минулого року на туристичний автобус в курортному місті Таба, у результаті якого загинули три туристи з Південної Кореї, 15 європейських країн виступили з рекомендаціями для своїх громадян відмовитися від відвідування АРЕ). Крім того, Міністерство туризму АРЕ вживає активних заходів для популяризації країни. Зокрема, планується запровадити виплату субсидій на вакантні місця авіакомпаніям, які здійснюють рейси в туристичні міста Луксор та Асуан, а також збільшити кількість чартерних рейсів із тих країн, де популярним є культурний туризм [37].

У жовтні 2014 р. Міністерство туризму АРЕ презентувало програму туристичного маршруту, присвяченого перебуванню в Єгипті Святого Сімейства. Крім приваблення в країну туристів, передбачається також, що проект вплине на розвиток низки галузей регіонів країни, які знаходяться вздовж маршруту прямування.

Міністерство працює над освоєнням нових туристичних ринків. За три роки планується залучити 1 млн. туристів з Індії, 100 тис. туристів із Південної Африки (що особливо вигідно, тому що середні витрати туриста цієї країни становлять 120 дол. США за ніч), а також Китаю, Бразилії та Аргентини.

Новим маркетинговим ходом стало підписання угоди з Грецією про те, що японські туристи, які бажають відвідати Афіни, долаючи при цьому відстань в 12 тис. км, зможуть протягом поїздки без додаткових витрат відвідати й Єгипет. Дана угода має на меті збільшити туристичний потік із Тихо-океанського регіону, одного з самих подорожуючих у світі.

Єгипетські посадовці розраховують до кінця 2015 р. досягти рекордних показників галузі 2010 р., коли країну відвідало понад 14 млн. осіб, що поповнило

державний бюджет на 12,5 млрд. дол. США. Проте все це можливо за умови стабільної безпекової ситуації в регіоні та Єгипті [16; с. 92-99].

Туризм в Ізраїлі — одна з важливих складових бюджету країни. Туристична галузь економіки обслуговує як ізраїльтян, так й іноземних гостей. Умовно туристичну сферу країни можна поділити на чотири основні складові: рекреаційний туризм, релігійний туризм, оздоровчий туризм, сільський туризм.

Таким чином, незважаючи на військово-політичну нестабільність, пов'язану в першу чергу з довготривалим палестино-ізраїльським конфліктом, туристична галузь Ізраїлю продовжує нарощувати свій потенціал та давати суттєві економічні прибутки. Так, у 2017 р. доходи від туризму склали 40 млрд. шекелів (11,5 млрд. дол. США).

У галузі туризму зайнято 195 тис. осіб, що складає 6% від числа зайнятих в ізраїльській економіці. Протягом 2013 р. країну відвідала рекордна кількість туристів – 3,5 млн. Більшість приїжджаючих до Ізраїлю були християнами (53%) та іудеями (28%). Водночас у 2014 р. у зв'язку із загостренням конфлікту і антитерористичною операцією збройних сил Ізраїлю кількість туристів, які приїхали в серпні, скоротилося на 31%, у порівнянні із серпнем попереднього року [11; с. 305-306].

Слід також відзначити, що на сайті Міністерства туризму Ізраїлю надається детальна інформація щодо туристичного потенціалу країни, поради туристам, розповідається про події та новини в туристичній сфері тощо. Таким чином, сайт є певного роду путівником і порадиником при плануванні туристичної поїздки.

У контексті пошуку нових підходів до розвитку сфери туризму і курортів світовий досвід, що розкриває роль держави в організації туристичної діяльності, умовно можна поділити на три моделі державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центрального державного органу регулювання туризму, усі питання вирішуються на місцевому рівні за принципом ринкового саморегулювання. Така модель застосовується в країнах, де туризм не відіграє важливої ролі для національної економіки, або ж навпаки, – туристична галузь досягла найвищого розвитку, що не потребує державного втручання.

Суть другої моделі полягає в наявності державного центрального органу регулювання галузі туризму. Це може бути, наприклад, міністерство, що здійснює контроль діяльності суб'єктів туристичної галузі країни. Така модель вимагає значних фінансових вкладень у розбудову туристичної інфраструктури, промоцію вітчизняного туристичного продукту тощо. Таку модель використовують країни, для яких туризм є важливою галуззю, яка приносить значні доходи у державний бюджет.

Третя модель передбачає функціонування спеціалізованої структури регулювання туризму у складі багатогалузевого міністерства. Дану модель використовує більшість європейських країн [11; с. 287].

Аналізуючи вищезазначену інформацію щодо відповідного світового досвіду, можна дійти висновку, що більшість країн приділяють значну увагу співпраці державних органів туристичного спрямування із громадськими інституціями у сфері виконання наглядово-регуляторних функцій. Хоча форми співробітництва дещо різняться і не існує уніфікованої моделі, але основні принципи такої роботи полягають у створенні окремих організацій, що об'єднують зусилля державного органу та громадських об'єднань, асоціацій, інших спілок у сфері туризму.

За прикладом провідних туристичних країн світу доцільно розглянути питання щодо створення в Україні національної туристичної організації (далі – НТО) як організації, яка об'єднає юридичних осіб публічного і приватного права та функціонуватиме на принципах державного-приватного партнерства, як

усередині країни, так і за кордоном. До складу учасників НТО також зможуть долучитися перевізники, виставкові та рекламні компанії [38].

Зважаючи на вищевикладене, доцільно розглянути питання щодо виведення з підпорядкування Міністерства культури України державних підприємств, можливості їхнього злиття або об'єднання із саморегулювальними організаціями, які включають суб'єктів різних видів туристичної діяльності (готельна діяльність, санаторно-курортна діяльність, туроператорська діяльність тощо). До складу учасників НТО також зможуть долучитися перевізники, виставкові та рекламні компанії.

Таким чином, окремі елементи механізмів розвитку туристичної галузі провідних країн світу, ефективність яких перевірена часом та підтверджена конкретними досягненнями у розвитку туризму, доцільно використовувати для розвитку туристичної галузі України з урахуванням її історичних, правових і культурних особливостей [37].

Однак активізація розвитку пріоритетного для України в'їзного та внутрішнього туризму в регіонах можлива в разі запровадження додаткової важелів стимулювання розвитку вітчизняного туризму та визначення реальних кроків державної підтримки.

1.2. Визначення та сутність основних термінів і понять магістерського дослідження

У сфері туризму використовують значну кількість спеціальних термінів і понять, які здебільшого ще не отримали загальноприйнятого визнання. Вони продовжують розвиватися та вдосконалюватися.

Найголовніше слово «туризм» походить від французького *tourisme* (*tour*) — обхід, об'їзд, прогулянка, поїздка, подорож. Цей термін міцно ввійшов у світову практику з другої половини XIX ст. Спершу він мав значення пішохідного переміщення з метою прогулянки, а в XX ст. поступово набув універсального

значення, охоплюючи цим поняттям будь-які переміщення туриста з метою відпочинку, оздоровлення та пізнання.

Дотепер не сформовано однозначного підходу до трактування поняття «туризм». У науковій літературі дефініції терміна «туризм» подано в працях вітчизняних (М. Крачило, О. Любіцева, В. Федорченко, В. Кравців, М. Мальська, М. Рутинський, С. Кузик) і зарубіжних учених (В. Преображенський, М. Мироненко, П. Жолдак, І. Зорін, К. Крапф, В. Гунзикер, Ц. Каспар, В. Гаворецькі та ін.). Більшість розглядають туризм різновидом подорожі, де його учасники перебувають поза межами постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення або в інших подібних справах.

Швейцарські науковці (Бернський університет) К. Крапф і В. Гунзикер вважають, що туризм – це сукупність відносин та явищ, які мають місце під час подорожей у певну місцевість за умови нетривалого поселення та нездійснення діяльності, що може спричинити отримання доходів. Зауважимо, що це визначення на Заході впродовж тривалого часу вважалося основним. Були спроби визначення туризму і серед українських вчених. Ще на початку 40-х років ХХ ст. призабута вчена, доктор географії О. Степанів замість терміна «туризм» вживала «мандрівки» і розкривала їх зміст:

- ✓ мандрують пішки, автомобілем, залізницею, пароплавом, човном, каяком, чи лещатами;
- ✓ новіші часи принесли нові форми мандрівництва не наодинці, а гуртом (групою);
- ✓ тільки планове, обдумане і відповідно підготовлене мандрівництво дає особисту і громадську користь.

Після Другої світової війни на тодішньому радянському просторі лише з 60-х років з'явилися вагомі наукові праці, де туризм постає особливим видом міграції населення, галуззю економіки, способом проведення часу поза межами постійного місця проживання. Причому його розглядають, субгалуззю рекреації.

На офіційному рівні було немало спроб роз'яснити це поняття. Так, за визначенням, прийнятим Організацією Об'єднаних Націй 1954 р., туризм трактували як активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання.

Вагомий внесок у формування поняття «туризм» зробила Манільська конференція з туризму (Філіппіни, 1980 р.) Його розглядали як один із видів активного відпочинку — подорож з метою пізнання тих чи інших районів нових країн у поєднанні з елементами спорту. Крім цього, Манільська декларація з проблем розвитку світового туризму проголосила, що туризм варто тлумачити як діяльність, що посідає чільне місце в часопроведенні народів і безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну та політичну сфери життя окремих держав і на їхні міждержавні відносини. Незважаючи на проголошені Манільською декларацією засади туризму, його визначення й надалі не набуло однозначного трактування.

У 1993 р. статистична комісія ООН уточнює поняття туризму, розглядаючи його як діяльність осіб, котрі подорожують, перебуваючи у місцях, розташованих поза межами постійного місця проживання, впродовж періоду, що не перевищує року підряд, але здійснюється з метою відпочинку, освітньою, діловою та ін.

В українських офіційних документах, зокрема в Законі України «Про туризм», подано таке визначення: «Туризм — тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю».

Відомий український дослідник у географії туризму М. Крачило вважав туризм різновидом рекреації, активного відпочинку, «...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями».

Окремі вчені вважають туризм формою міграції населення, пов'язаною з тимчасовим переміщенням у межах країни або з однієї країни до іншої (В.

Преображенський, В. Азар, П. Олдак, Ю. Веденій), а більшість учених-економістів — особливою галуззю економіки, що належить до сфери послуг (В. Герасименко, В. Мацола та ін.). Але чи не найвідоміше визначення російського дослідника В. Азара. Він аналізує туризм як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в межах і народного господарства окремої країни, і зв'язків національної економіки зі світовим господарством загалом. Ще інші автори, а саме — І. Зорін та В. Квартальнов — наводять різні дефініції поняття туризм: вид подорожі; рух (переміщення) поза місцем постійного проживання; форма розумового та фізичного виховання, що реалізується через соціально-гуманітарні функції; популярна форма організації відпочинку, проведення вільного часу; галузь господарства, яка тимчасово надає послуги людям поза місцем їхнього постійного проживання; особлива форма пересування людей за маршрутом із метою відвідати конкретні об'єкти або задовольнити особисті потреби.

Узагальнюючи сказане, доходимо висновку, що визначення туризму значно залежить від напряму дослідження, за яким виразно постають суспільно-культурні, економічні й навіть екологічні чинники. Уміле їх поєднання наблизить визначення туризму до його однозначного трактування [39]. Я вважаю, що туризм — це важлива сфера діяльності, що постає формою організації проведення вільного часу і пов'язана з відвідинами об'єктів, котрі перебувають поза межами постійного місця проживання на період до року з метою задоволення фізичних, духовних, соціальних, освітніх, оздоровчих та інших потреб без нанесення шкоди довкіллю.

Значних змін та уточнень зазнало ще одне з основних понять у туризмі — «турист». Перше його офіційне тлумачення прийняла Рада Ліги Націй у 1937 р., де сказано, що туристом є кожен, хто подорожує 24 години або більше, а якщо подорож здійснюється поза межами своєї країни, подорожуючий вважається міжнародним туристом. Не можна вважати туристами, за рішенням Комітету експертів Ліги Націй, осіб, котрі перебувають у пошуках роботи, заробітку, або

постійного місця проживання, а також транзитних подорожуючих і тих, хто навчається.

Після Другої світової війни Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО) вніс окремі поправки до названого визначення. Проблема звелася до мотивації подорожі як підстава визначення категорії туризму. Адже кожен турист — подорожуючий, але не кожен подорожуючий — турист. Подорожуючих об'єднує певна мета, що може бути пов'язана якоюсь експедицією, пошуком роботи (мігранти) і т.д. Для деяких народів, зокрема кочівників, котрі шукають пасовища для худоби, — це спосіб існування.

В свою чергу подорож — це переміщення людей у часі й просторі, а людина, яка подорожує, незалежно від мети, напрямку засобів переміщення та часових параметрів, належить до подорожуючих. Подорож може бути пов'язана з проходженням туристичного маршруту. Туристичний маршрут — це географічно визначена і прив'язана до конкретної місцевості й об'єктів траси, подорож із можливим текстовим описом.

Комітет ООН 1957 р. рекомендував уніфікувати визначення «турист». З цього часу ним став подорожуючий, який відвідує іншу країну або район поза постійним місцем проживання понад 24 години. Це формулювання згодом було уточнене відповідно до мети подорожі.

На Римській конференції міжнародних подорожей і туризму ООН 1963 р. запропоновано розподіляти туристів на дві категорії:

1. Люди, котрі відвідують країну тимчасово, понад 24 години, але не лише з метою розваг, а й отримання вакантних робочих місць, фахової діяльності, поліпшення здоров'я, навчання, участі в роботі конференцій, різних зустрічей із релігійними чи спортивними цілями. До такої категорії входять екіпажі літаків, кораблів, що прибували в країну.

2. Екскурсанти — це відвідувачі місцевості, краю, країни, котрі перебували там не більше ніж 24 години і не використовували засобів розміщення, наприклад, громадяни, які беруть участь в одноденній екскурсії, або пасажери круїзних суден, екіпажів, котрі залишаються менше ніж на день.

Учасникам Римської конференції вдалось узгодити поняття «відвідувач». До цієї категорії почали входити всі, хто подорожує незалежно від мотивів мандрівки, що досі вносило певне непорозуміння у міжнародну статистику. Після Римської конференції таких відвідувачів стали поділяти на «іноземних» і «внутрішніх».

Іноземні відвідувачі — це особи котрі подорожують у будь-яку країну, що не є для них постійним місцем проживання, і перебувають там упродовж періоду, що не перевищує року. З-поміж іноземних відвідувачів почали розрізняти туристів з ночівлею й одноденних відвідувачів, тобто екскурсантів, які перебувають у країні без ночівлі. До туристів стали зараховувати відвідувачів, котрі хоча б раз переночували в тому чи іншому місці за межами постійного проживання з метою відпочинку, оздоровлення, розваги і т.д.

Термін «внутрішні відвідувачі» також був погоджений представниками країн-учасниць Римської конференції. Ними почали вважати осіб, котрі проживають у будь-якій країні й подорожують будь-якою місцевістю своєї країни за межами постійного помешкання, на період не більше ніж 12 місяців, і головною метою мандрівки не вважається заняття, що оплачують із джерел відвідуваного місця.

На Міжнародній конференції з туризму, організованою ВТО у Манілі (Філіппіни, жовтень, 1980 р.), розглядалося поняття «внутрішній турист», але єдиного погляду не було досягнуто. Комісія Конференції з національних туристичних ресурсів ВТО запропонувала своє визначення: внутрішній турист — це особа, яка покидає місце постійного проживання з метою відвідування території, розташованої не ближче 80,5 км від місця постійного помешкання, з

метою розваг, фахових особистих потреб та інших (за винятком щоденних) переміщень до пункту роботи.

На сучасному етапі туристом вважають особу, яка подорожує з метою розваг, поліпшення здоров'я, зустрічі з товаришами, родичами, з науковою, адміністративною, спортивною, комерційною метою, а також того, хто є учасником круїзу і може перебувати у порту навіть менше ніж 24 години. Одночасно до цієї категорії не ввійшли люди, котрі працюють за кордоном, але проживають у прикордонній зоні, приїжджають у країну за контрактом на роботу, транзитних пасажирів, осіб, які не мають постійного місця проживання, біженців, працівників консульств, дипломатів, а також тих, хто приїжджає для навчання або його продовження чи підвищення кваліфікації.

У Законі України «Про туризм» подано таке визначення: «Турист (мандрівник) — особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін».

Незважаючи на законодавче закріплення згаданих понять, рішення міжнародних конференцій і отриманих результатів наукових досліджень, поняття «туризм», «турист», «внутрішній турист» загалом не набули однозначного тлумачення. Розбіжності у трактуванні основних понять з туризму спричиняють чимало незручностей у практичній діяльності, зокрема під час обліку туристів, підписанні угод з питань міжнародного туристичного бізнесу. Тому, на наш погляд, дослідницька робота з питань теорії туризму, його розвитку в умовах ринкової економіки повинна всіляко підтримуватись і державою, і зацікавленими бізнесовими туристичними структурами.

Достатньо стабільними в сучасних умовах стали поняття «внутрішній туризм», «міжнародний туризм», «іноземний туризм» та «національний туризм».

Внутрішній туризм — це тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання до місцевості у межах національних кордонів з метою відпочинку, лікування, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, розваг тощо.

Міжнародний туризм — тимчасове відвідування іноземцями території іншої держави з метою отримання туристичних послуг і туристичного продукту (в'їзний туризм) та виїзд громадян із туристичною метою за межі країни постійного проживання (виїзний туризм).

Іноземний туризм — подорожі в межах країни осіб, які постійно не проживають на її території. Приїзд іноземних туристів в країну, в який-небудь регіон країни є активним туризмом. Він слугує фактором ввозу грошей (валюти) в певну країну чи регіон. Туристичний експорт — це вивіз із країни туристичних вражень, які супроводжуються одночасним ввозом туристом грошей в певну країну.

Національний туризм — сукупність туристичної діяльності, пов'язаної з обслуговуванням туристів своєї держави, які беруть участь у виїзному та внутрішньому туризмі.

Беззаперечним і загальноприйнятим є визначення пасивного й активного туризму. Пасивним, або виїзним міжнародним, називають такий туризм, коли громадяни країни виїжджають за її межі з метою відпочинку, оздоровлення, з економічною метою і там витрачають зароблені у своїй країні кошти. Активним, або в'їзним, вважають туризм, коли громадяни перебувають на території іноземної держави з туристичною метою і витрачають у її межах іноземну валюту.

До найважливіших термінологічних понять належать також «туристичні ресурси», оскільки без них туристична діяльність неможлива. Туристичні ресурси — це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів (історико-культурних пам'яток, обслуговуючих закладів), що використовуються або придатні для створення туристичного продукту. Їм притаманні такі ознаки:

атрактивність (привабливість); доступність; стан вивчення; екскурсійно-пізнавальна значущість; запаси; спосіб використання та ін. Туристичні ресурси розподіляють на природні, історико-культурні й інфраструктурні.

Туристичний продукт, створений унаслідок експлуатації туристичних ресурсів, набуває форми товару. Його відмінність від туристичної послуги полягає в тому, що він може бути придбаний у місці проживання, а спожитим – лише у місці виробництва туристичної послуги. Туристичний продукт – це сукупність предметів споживання і послуг, які мають споживчу вартість, необхідну для задоволення потреб, що виникають під час подорожі туристів (мал. 1.1).



Мал. 1.1. Структура туристичного продукту

Тур — це комплекс послуг, оформлених у вигляді туристичного пакету, які можуть бути реалізованими на певному маршруті й у конкретно визначений час. Тур вважають основним продуктом споживчого ринку і реалізують у вигляді путівки або ваучера. Туристична путівка — це документ, що підтверджує оплату, передбачену програмою послуг, де зазначена траса маршруту, головні послуги, термін дії, ціна, може подаватись опис маршруту і т.д. Ваучер — форма письмового договору на туристичне або екскурсійне обслуговування і взаєморозрахунки з фірмою.

Туристично-екскурсійні послуги, передбачені в путівці, надаються закладами з розміщення, харчування, транспортними підприємствами, екскурсійними бюро, а також входять до складової частини туристичного продукту. Вони дають змогу задовольнити специфічні потреби туриста у

туристичних враженнях, медичному обслуговуванні та розвагах. Додаткові туристично-екскурсійні послуги — це послуги, які не передбачені у путівці й для туриста мають характер вільного вибору.

Товари — матеріальна складова специфічних товарів туристичного продукту: туристичні картосхеми, карти, буклети, сувеніри, туристичне спорядження, а також неспецифічні — більшість товарів, дефіцитних у постійному місці проживання, або значно дешевших. Товари за призначенням доповнюють основні послуги, що надаються під час подорожі, проходження маршруту чи перебування на стаціонарному туристичному об'єкті, а часто створюють певну особливість маршруту (придбання в Карпатах гуцульських сувенірів, зокрема продуктів із овечого сиру, екологічно чистих трав, килимових виробів та ін.).

Туризм у сучасних умовах ринкової економіки послуговується термінами і поняттями, які покликані пояснювати ринок туристичних послуг — «туроператор», «туристичні потреби і мотивації», «туристичний ринок», «туристичний попит» т.д.

Туроператор — гуртова туристична фірма, що розробляє туристичний продукт і комплектує тури, організовує рекламу та проходження туристичного продукту на ринку послуг, визначає його ціни й реалізує через мережу тур агентів. За визначенням В. Квартальова, існують чотири типи туроператорів, які визначають їх місце на туристичному ринку (мал. 1.2).



Мал. 1.2. Типологія туроператорів

Туроператор масового ринку реалізує тур пакети в найпоширеніші туристичні центри та курорти. Туроператор спеціалізованого сегменту туристичного ринку може пропонувати для клієнтури пакети, що формуються за віком, соціальним статусом, фаховою приналежністю або на певні світові напрямки, у найпопулярніші туристичні центри чи на певні види транспорту (круїзи на кораблях, підводних човнах, подорожі потягами, літаками). Туроператори внутрішнього ринку продають тур пакети у межах країни проживання, а зовнішнього — створюють тур пакети для продажу їх у різні країни світу.

Тур агент — співробітник туристичної фірми або фірми, що купує тури, розроблені туроператорами, випускає на ці тури путівки і реалізує їх споживачеві.

Туристичний ринок є складовою частиною світового ринку послуг. Він функціонує на основі дії законів попиту та пропозицій, зводить споживачів-покупців та продавців-постачальників послуг і має найголовнішу особливість: споживачі-покупці змушені прибувати до місця призначення, де туристичні послуги створюють і водночас реалізують продавці-постачальники.

Туристична послуга, як і всі послуги, не піддається накопиченню, нерозривна в процесі виробництва та споживання, неоднорідна за якістю, хоча київський професор О. Любіцева виокремлює специфічні риси туристичної послуги: комплексність, мобільність, нероздільність процесу обслуговування; ритмічність. Комплексність — оскільки туристична послуга охоплює низку послуг, що створюють об'єкти розміщення, харчування, транспортування, екскурсійного обслуговування. Мобільність пов'язана з обов'язками переміщення споживача до пункту обслуговування, а нероздільність процесу обслуговування — з процесом виробництва і споживання, оскільки момент виробництва і споживання туристичної послуги збігається в часі й просторі. У ритмічності закладена сама природа туристичної послуги, адже мінливість попиту підвладна не лише циклічності рекреаційних занять (упродовж доби, тижня), а й залежить

від співвідношення внутрішніх і зовнішніх чинників, які не завжди сприяють ефективній туристичній діяльності.

Важливі складові туристичного ринку — туристичний попит, пропозиція туристичного продукту, його ціна і, безумовно, конкуренція.

Туристичний попит характеризується вимогами населення до туристичних послуг, що економічно виражається в кількості туристичного продукту та послуг, які вони зможуть придбати за існуючих цін. Туристичний попит має сезонну залежність. У ринкових умовах це впливає на рівень цін, тому ціна постає регулятором динамічної рівноваги між попитом і пропозицією на туристичному ринку.

Пропозиція туристичного продукту — це кількість туристичних продуктів і послуг, які пропонують на ринку за того чи іншого рівня цін.

Конкуренція — боротьба за найвигідніше становище підприємств на туристичному ринку. Це альтернативна ініціатива в освоєнні тотожних сегментів ринку, що складається в умовах вільного підприємництва. Конкуренція стимулює розвиток туристичного ринку. Якщо існує надлишок туристичних пропозицій, то конкуренція розвивається серед підприємців. У випадку недостатньої пропозиції на ринку туристичних послуг конкуренція відбувається між споживачами. Загалом, конкуренція безпосередньо пов'язана з коливанням цін, що приводить до пошуку нової рівноваги на туристичному ринку між попитом і пропозицією та до встановлення найприйнятніших цін на ринку туристичних послуг [40].

Можна зробити висновок, що всі вказані терміни та поняття дуже важливі в туризмі і щоб більш кращі пізнати розвиток туризму, треба розуміти всі необхідні терміни, бо це і є базою для туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Основні етапи становлення іноземного туризму в Україні

Україна очима іноземних мандрівників

Передумови виникнення туризму склалися ще в глибоку давнину. Утворення перших держав Стародавнього світу (I тисячоліття до н.е.) сприяло розвитку культурного обміну і торговельних зв'язків між народами, що, в свою чергу, потребувало достовірних і докладних даних про країни, їх населення та звичаї.

Відомо, що перші подорожі здійснювалися ще за часів античності заради торгівлі, завоювань та з релігійними цілями.

Ще за 3 тис. років до н. е. давні єгиптяни плавали Нілом, перевозячи величезні брили для зведення славнозвісних пірамід. У часи Римської імперії, за 200 років до початку н. е., римляни подорожували на кораблях, конях, у колісницях і пішки, завойовуючи інші землі. Багаті римляни подорожували до Єгипту і Греції, де їх приваблювали місця поклоніння богам та морські курорти. Римські "туристи" цікавилися місцевою історією й релігією, відвідували грецькі храми в Афінах. Достовірно відомо, що вони, як і сучасні туристи, відвідували Єгипет, щоб побачити піраміди.

І в період середньовіччя мільйони людей здійснювали подорожі. Релігійні переконання спонукали їх долати довгий шлях до святинь: мусульман – до Мекки, християн – до Єрусалима.

Своєрідним "туризмом" можна вважати й хрестові походи, що тривали впродовж 200 років у XI -XIII ст. Адже десятки тисяч європейців познайомилися з Середнім Сходом та його культурою. Це сприяло піднесенню як торгівлі, так і готельної справи та подорожей.

Великі географічні відкриття середини XV - початку XVI ст., пов'язані з іменами Христофора Колумба, Васко да Гама, Америго Веспуччі, Фернана Магеллана, були виявом одвічного прагнення людини пізнати Землю, її

найвіддаленіші куточки, довідатись про народи, що її населяють, їх життя, побут, культуру.

У XVI ст. з розвитком продуктивних сил, зміцненням зв'язків між окремими країнами, континентами мандрівництво, метою якого було пізнання світу, значно поширилося і стало прообразом майбутнього туризму, зокрема його пізнавальної функції.

З часом подорожі набували і оздоровчих функцій. Ще французький філософ-просвітитель Жан-Жак Руссо у 60-х рр. XVIII ст., викладаючи свої погляди на виховання в романі "Еміль", наголошував на необхідності подорожей, організованих походів з метою фізичного вдосконалення молоді. А наприкінці XVIII ст. туристські подорожі стали складовою виховного процесу в багатьох школах та інших навчальних закладах країн Західної Європи.

Природно, подорожі, що здійснювались до XIX ст., не можна вважати туризмом у сучасному розумінні. Можна говорити лише про прообраз туризму. Сучасний туризм зі своєю структурою, матеріально-технічною базою, методами роботи і органами управління почав складатися тільки в XIX ст.

З розвитком індустріального суспільства, поліпшенням шляхів сполучення, появою залізничного транспорту та пароплавства туризм піднімається на вищий щабель: у другій половині XIX ст. в багатьох країнах Європи виникають самодіяльні туристські організації – клуби, товариства. Вони розробляють туристські маршрути, дбають про забезпечення туристів місцями відпочинку, сервісом під час подорожей. Це знаменує початок формування туристської галузі. Перший такий клуб виник у Великій Британії в 1857 р., потім в Австрії (1862 р.), Італії, Швейцарії (1863 р.), Німеччині (1869 р.), згодом у Франції, Росії та інших країнах.

Справжнім зоряним часом для туризму стало XX ст., особливо його друга половина. Саме тоді туризм увійшов у повсякденне життя сотень мільйонів людей на планеті. Попит на туристські послуги стимулював швидкий розвиток туристської галузі у багатьох країнах. До бюджетів країн з розгалуженою інфраструктурою залучалися величезні валютні надходження, було створено

багато робочих місць у сфері обслуговування туристів. Усе це сприяло економічному піднесенню країн, для яких туризм став одним з головних джерел прибутку.

Крім того, у ХХ ст. туризм набув величезного значення і як соціально-культурне явище. За допомогою подорожей, мандрівок, походів та екскурсій рідною землею люди краще пізнають свій край, його особливості, пам'ятки історії тощо. Міжнародний туризм, що приваблює мільйони людей (у 2000 р. на планеті подорожувало 700 млн чол.) не тільки підносить їхній культурний рівень, а й сприяє налагодженню взаєморозуміння і довіри між країнами та народами, допомагає їм жити в мирі й злагоді. Туризм став одним з проявів способу життя цілих суспільних верств у розвинених країнах світу.

Туризм в Україні пройшов ті самі етапи розвитку, що й у країнах Європи. Прототипом його також було мандрівництво. Причому українськими землями подорожували як іноземці, так і вітчизняні шанувальники старовини, діячі культури та ін.

З найдавніших часів територію України постійно відвідували іноземні мандрівники, які в письмовій формі оприлюднювали цінні відомості про народи, що населяли її територію. Цікаві факти містяться, зокрема, в працях античних авторів. Наприклад, у дослідженні визначного давньогрецького історика Геродота (бл. 484 - бл. 420 рр. до н. є.) "Скіфія", яка є 4-ю частиною його 9-томної "Історії", знаходимо описи північнопричорноморських степів України, населених на ті часи скіфами: "їхній край – це добре наводнена трав'яниста рівнина, а рік пливе через нього набагато менше, ніж у Єгипті є каналів. Найвизначнішими з них, що доступні для морських кораблів, є: Істр (Дунай), що має п'ять гирл, за ними Тірас (Дністер), Гіпаніс (Південний Буг), Борисфен (Дніпро), ... Танаїс (Дон)...".

Велику літературну спадщину, зокрема з географії, залишив давньогрецький географ та історик Страбон, який жив на межі нашої ери (64 р. до н. є. - 23 р. н. є.). У своїй 17-томній праці "Географія" він на основі власних спостережень і літературних джерел наводить цікаві історико-географічні матеріали щодо розселення племен Північного та Східного Причорномор'я, особливостей

розвитку їх господарства, побуту, культури, зв'язків з давньогрецькими містами тощо (11 - 14 томи).

Визначними географами античного світу були також давньогрецький мандрівний лікар, родоначальник медицини Гіппократ (460 - 377 рр. до н. е.), який описав свої враження від подорожей, у тому числі південною частиною сучасної території України, в праці "Про повітря, воду та місцевість", грек Птолемей (бл. 90 - бл. 160 рр.), римський натураліст Пліній Старший (23 - 79 рр.), які залишили свої описи Південної України, та багато інших. Цікаві відомості про Боспорську державу знаходимо в творах римського історика і політичного діяча Публія Корнелія Таціта (бл. 55 - бл. 120 рр.) "Історія" (14 книг), "Аннали" (16 книг).

Витоки вітчизняного туризму простежуються вже за часів утворення та існування першої давньоруської держави "Руська земля". Писемні джерела свідчать, що Русь X - XI ст. підтримувала широкі й багатогранні зв'язки з багатьма країнами світу: Візантією, Польщею, Угорщиною, Францією, Німеччиною, скандинавськими країнами і народами.

У літописах Київської Русі, Галицько-Волинському, українських літописах XIV - XVII ст., козацьких літописах XVII - XVIII ст., у подорожніх записках іноземних дипломатів, купців, мандрівників, які в різний час подорожували Україною, відчувається неабиякий інтерес до її території, кліматичних умов, побуту, культурних пам'яток тощо.

Наприклад, у Руському літописі знаходимо відомий запис про заснування Києва (друга половина V (?) - перша половина VI ст. (?)): "Коли ж поляни жили особно і володіли родами своїми, – бо й до сих братів існували поляни і жили кожен із родом своїм на своїх місцях, володіючи кожен родом своїм, – то було [між них] три брати: одному ім'я Кий, а другому – Щек, а третьому – Хорив, і сестра їх Либідь. І сидів Кий на горі, де нині узвіз Боричів (Андріївський узвіз – Авт.), а Щек сидів на горі, яка нині зветься Щекавицею, а Хорив – на третій горі, од чого й прозвалася вона Хоревицею. Зробили вони городок і на честь брата їх найстаршого назвали його Києвом".

Далі наводимо запис 1259 р. із Галицько-Волинського літопису, де вперше згадується засноване в 1256 р. м. Львів: "Данило ж і Василько (галицькі князі – Авт.) все одно збиралися удвох, маючи намір битися з татарами. Однак прилучилося ото за гріхи [наші] загорітися Холмові – полум'я було таке, що зо всієї землі [Холмської] заграву [було] видіти. Навіть і зо Львова дивлячись, було видно [її] по белзьких полях од палахкотіння сильного полум'я".

Описи подорожей Україною та вражень про наш народ дають величезний і цінний матеріал щодо географічних, побутових, економічних особливостей країни у найрізноманітніших галузях краєзнавства.

До більш пізніх описів слов'янських земель, зокрема України, належать арабські, автори яких цікавилися географічними подробицями, побутом сусідніх народів, торговельними шляхами. Цю інформацію вони збирали від своїх купців, що їздили в торговельних справах до Києва та інших міст Русі, або зустрічали в різних країнах світу українських купців. Ці відомості здебільшого уривчасті, односторонні й стосуються переважно тих сторін життя та звичаїв, які здавалися їм найбільш дивними. Меншою мірою вміщено подробиці географічні та етнографічні. Однак відомості арабських письменників цінні тим, що поповнюють давню історію України (до IX ст.) деякими деталями.

Інформацію про слов'ян і Русь-Україну містять твори арабських письменників VIII - IX ст. Серед них – арабський письменник перського походження Ібн-Хордадбег ("Книга шляхів для пізнання держав", написана в 60 - 70 рр. IX ст.).

Дуже цікава "Книга" арабського історика й письменника Ахмеда Ібн-Фадлана, – члена посольства халіфа Муктадира до приволзьких булгар, написана в 20-х рр. X ст. У ній автор згадує Київ.

Аль-Масуді, який багато подорожував різними країнами, у своїх працях 20 - 50 рр. X ст. наводить докладніші географічні та етнографічні відомості. Щодо слов'ян він зазначає, що "вони поділяються на багато народів і деякі з них – християни... і ті, що поклоняються сонцю".

Описи Аль-Масуді свідчать про велику розгалуженість окремих слов'янських народів, містять дані про їх чисельність, державну організацію і культуру ще з дохристиянських часів.

У творі "Книга добрих скарбів", що написана в першій половині Хет. Ібн-Дастом, вперше зустрічаємо відомості про таку традиційну рису українського народу, як гостинність: "Гостей шанують і добре поводяться з чужинцями, що шукають у них оборони; і з усіма, хто в них часто буває, не дозволяють нікому зі своїх кривдити і утискати таких людей".

Одним з останніх арабських письменників, який подав докладні відомості про наші землі, був Ібн-Хаукаль, купець з Мосула, що мандрував світом упродовж 30 років і створив близько 70-х рр. X ст. "Книгу шляхів і держав".

Візантійські джерела VI - X ст. стосуються переважно боротьби візантійських імператорів з київськими князями дохристиянських часів. Найвідоміші серед них твори Прокопія Кесарійського (друга половина VI ст.), патріарха Фотія (IX ст.), імператора Константина Порфирородного (X ст.), який у своєму творі в розділі "Про Русь..." подає докладний опис подорожі русинів човнами по Дніпру, Дніпрових порогах і узбережжям Чорного моря до Царгорода (Константинополя).

Відомості про Україну епохи Київської Русі в західноєвропейських джерелах з'являються ще рідко. На відміну від арабських, вони більше уваги приділяли матеріальному боку життя, їх дивувало багатство землі, пишність княжого побуту, розміри столиці – Києва.

Мало приваблювала мандрівників територія України в часи татарської навали (XIII ст.). Більше їх стало з'являтися в XV, ще більше – в XVI ст. Серед перших європейських мандрівників по Україні був Бруно з Кверфурта (Німеччина), що побував у Києві у Володимира Великого. В його листі до імператора Генріха II, написаному близько 1008 р., згадується "князь Русів, великий і багатий володар".

Докладнішою є хроніка про українську землю Тітмара, єпископа Мерзебурзького (X - XI ст.): "Місто Київ дуже сильне... У великім цім місті,

столиці королівства, є більш як 400 церков і 8 ринків, люду незчисленна сила...". Папський легат до Золотої Орди Джованні де Пляно Карпіні писав, що в 1246 р. мандрував через "Русію" і двічі побував у Києві: "Кияни, довідавшись про наш приїзд, збіглися до нас усі з радістю і вітали нас... Так само приймали нас по цілій Русі, Польщі і Богемії. Данило (галицький князь. – Авт.) і його брат Василько зробили для нас бенкет і проти нашої волі гостили нас у себе днів з вісім".

Віллем Рубрук з Брабанту, посол до Золотої Орди від французького короля Людовіка IX, в 1252 р. їхав через Крим, Перекоп і Донщину. Він зазначає, що тоді на Кримському узбережжі від Судака до Херсонеса було 40 укріплених міст і що майже в кожному розмовляли іншою мовою. Описує він і великі солоні озера Криму, звідки сіль вивозилася на все узбережжя Чорного моря.

У XV - XVI ст. про Україну дедалі частіше починають писати різні мандрівники, що подорожували із Західної та Південної Європи на Схід. Це були переважно італійці, які взагалі багато мандрували світом. Деякі з них підтримували спеціальні зв'язки з Чорноморським узбережжям, де вже з XII ст. було багато генуезьких і венеціанських колоній. Здебільшого ці мандрівники перетинали Крим і причорноморські землі й лише зрідка – центральну Україну. Незважаючи на це, спогади цих мандрівників для нас також цінні.

Жільбер де Лянуа, посол Франції, Англії і Бургундії, в 1412 і 1421 рр. був у Польщі, Литві та Україні. У своїх спогадах він описує подорож у 1421 р, коли побував у Судовій Вишні, Львові, Белзі, Луцьку, Кам'янці-Подільському, Крем'янці, крім того, був у Білгороді (Бессарабія), Малій Татарії (Степова Україна) і в Кафі (Феодосія). Про Кам'янець-Подільський він пише як про "прегарно розташоване місто".

У 1437 р. відбулася подорож посла Венеціанської Республіки Амброзіо Контаріні до перського шаха. Він їхав через Німеччину, Польщу, Україну, Литву, Крим, Грузію. Повертаючись до Венеції через Москву, він відвідав Луцьк, Житомир, Білгородку, Київ, Черкаси.

До початку XVI ст. належать "записки" С. Герберштейна, відомого дипломата, "вірного служителя-дорадника чотирьох цісарів". Описуючи

географічне положення України, автор "Записок" наводить інформацію про Дніпро, Дністер і Дон. З-поміж міст згадує Стародуб, Брянськ, Новгород-Сіверський, Чернігів, Путивль, Київ, Канів, Черкаси, Бересте, подає також деякі відомості про чорноморські степи, Крим і Кубань.

Особливо цікавим є щоденник подорожі Михалона Литвина, литовського дипломата в Кримському ханстві, який у 1550 р. подорожував Україною й зібрав цінні відомості про Київ, особливо багато – про ґрунти й природні багатства Київщини та всього Придніпров'я.

Посол німецького імператора Рудольфа II до козаків Еріх Лясота був одним з перших іноземців, що залишив цікаві спогади про свою подорож на Запорізьку Січ улітку 1594 р. У його спогадах зафіксовано відомості про міста, через які він подорожував – Львів, Почаїв, Прилуки, Кам'янець-Подільський, Київ, Переяслав.

Французи, німці, італійці, англійці, шотландці, датчани, шведи, голландці, сирійці, які вперше вступають на українську землю за часів Козацької держави, зазвичай описують Україну в прихильних тонах, нерідко із захопленням, і відзначають привабливі риси українців.

Одним з найдокладніших описів України цих часів є щоденник подорожі Павла Алеппського, який подорожував Україною в 1654 і 1656 рр. разом зі своїм батьком, антиохійським патріархом Макарієм III. Україну він змальовує із захватом, як "прекрасну країну, що повна мешканців і замків, як гранатне яблуко зерен".

Переконаливим доказом інтересу до України є інформація, зафіксована в "Описі України" французького військового інженера Гійома Боплана (XVII ст.). Не випадково книгу Боплана відкриває опис Києва, який автор по праву називає "одним із найдавніших міст Європи". Адже це був споконвічний економічний, політичний, культурний центр українських земель. Надзвичайно колоритно, емоційно й з цікавими подробицями описано побут і звичаї українців. В "Описі України" чимало місця відведено природно-географічним умовам Середнього Подніпров'я і Криму (географічне середовище, природа, кліматичні умови).

Німецький мандрівник Ульріх фон Вердум, який неодноразово подорожував українськими землями, залишив цікаві описи своїх вражень. Вони не тільки розкривають власне процес подорожування у XVII ст., а й є цінним джерелом відомостей з історії України тієї доби. Щоденник подорожей Вердума – фоліант обсягом 508 сторінок. Нас у цьому "Щоденнику" передусім цікавлять відомості про подорожі його автора Українок), зокрема Волинню та Поділлям, на початку 70-х рр. XVII ст.

Загалом Вердум здійснив по Україні чотири окремі подорожі. Перші дві були нетривалими. Половину грудня 1670 р. Вердум роз'їжджав навколо Львова, а потім через Жовкву повернувся назад, до Польщі. В квітні того самого року він здійснив тижневу поїздку через Яворів до Янова. Третя подорож, уже в складі військової експедиції, тривала з 11 липня до 30 серпня 1671 р. і пролягала Галичиною та Поділлям. Почалась вона у Львові і закінчилася в м. Барі, де Вердум провів увесь вересень. З 4 листопада мандрівник знову вирушив у поїздку, що тривала без перерви понад п'ять місяців і закінчилася у Львові 20 лютого 1672 р. Провівши у Львові два місяці, Вердум залишив Україну. Отже, всі його подорожі проходили на території сучасних Львівської, Тернопільської, Рівненської, Хмельницької, Івано-Франківської, Вінницької областей. Саме для західноукраїнського регіону "Щоденник" Ульріха фон Вердума є незамінним джерелом з історії міст і сіл. Він може використовуватися істориками, краєзнавцями, упорядниками туристських маршрутів, екскурсоводами.

Велику історичну цінність мають спогади датського посла в Росії Юля Юста, який у 1711 р. проїхав через усю Україну. Посол з особливою приємністю пише, що всюди в Україні його вітали, пригощали й виявляли особливу увагу не тільки в містах, а й у селах.

Не менш цікавою, ніж згадуваний вже твір Боплана, є праця французького дипломата XVIII ст. Жана-Бенуа Шерера "Літопис Малоросії, або історія козаків-запорожців та козаків України, або Малоросії". Про краєзнавчий характер матеріалів переконливо свідчать навіть назви розділів книги: "Загальні відомості про Україну, або Малоросію, та про її населення"; "Опис течії Дніпра від річки

Самари до міст Очакова та Кінбурна" (нині Миколаївська обл. – Авт.); "Річки, укріплені міста та пороги, що існують на Дніпрі від гирла Самари до Очакова"; "Риба, яка водиться в Малоросії"; "Тварини, що водяться на берегах Дніпра"; "Птахи, що водяться поблизу Дніпра".

Отже, історія подорожей іноземних мандрівників є переконливим підтвердженням прояву неабиякого інтересу до України з боку багатьох держав і народів Європи та Азії, а описи цих подорожей вміщують неоціненні відомості про географічні, історичні особливості нашої країни в різні історичні епохи [30; с. 145-171].

Історія розвитку туризму в Україні

У другій половині XIX ст. було досліджено лікувальний потенціал Криму, Прикарпаття та Закарпаття. Кінець століття був періодом припадає час створення перших туристичних бюро, які займалися організацією туристичних подорожей у регіоні. Одним з перших було створене Ялтинське екскурсійне бюро (1895 р.). Такі ж організації наприкінці XIX— на початку XX ст. були організовані і в Галичині (Львові, Перемишлі, інших містах краю). На цей же період припадає початок освоєння рекреаційно-туристичних місцевостей Яремчі та Ворохти. В Українських Карпатах розвивається лещетарський туризм [18; с. 134-137].

У 20-х роках XX ст. на українських землях були відкриті перші будинки відпочинку — спочатку на Донбасі, а згодом і в інших придатних для цього місцевостях. Водночас розвивається і курортологія. Для розв'язання проблем грязелікування і бальнеотерапії при захворюваннях серцево-судинної та нервової систем, органів травного тракту та сечовивідних органів у 1928 році був створений Одеський науково-дослідний інститут курортології.

За часів СРСР туризм в Україні розвивався на профспілковій та відомчій основах. Путівки на бази та у будинки відпочинку були своєрідним видом пільг. Профспілковим туризмом в Україні керував «Укрпрофтуризм». Іноземним туризмом монопольно займався «Інтурист», а також «Супутник», — організація, яка упорядковувала в СРСР міжнародний молодіжний туризм.

До 1991 року рекреаційно-туристичне господарство України функціонувало в єдиному рекреаційно-туристичному комплексі Радянського Союзу. Курорти належали державі, а керівництво туристичною діяльністю велося централізовано. Період з 1990 по 1993 рік був особливо складним для туризму в Україні. Обсяг туристичної діяльності на внутрішньому ринку зменшився в чотири рази, а кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, скоротилися до 80 %. Лише 120 тис. іноземних туристів було зареєстровано у 1992 році.

З прийняттям Верховною Радою України «Закону про туризм» (1995 р.) розпочався новий етап розвитку українського туризму. Сьогодні його розглядають як одну із найперспективніших, а тому у недалекому майбутньому провідних галузей економіки України. Нині для обслуговування туристів використовуються можливості понад 3000 закладів оздоровлення та відпочинку, майже 1400 готелів, мотелів, кемпінгів різних форм власності, 3500 транспортних засобів. Туристичною діяльністю займаються 2,5 тис. підприємств, на яких працюють понад 100 тис. людей.

Реалії часу змушують Україну шукати свою нішу в світовій туристичній індустрії. Керівництво Державної туристичної адміністрації бачить майбутнє галузі у розвитку транспортних коридорів та туристичної інфраструктури. Ще одним важливим питанням є контроль за якістю туристичних послуг.

Отже, туризм в Україні проголосили пріоритетним напрямом української економіки роботою державних установ в галузі туризму можна ознайомитись, переглянувши аналітичний звіт про роботу Державної служби туризму і курортів [41].

Активізація міжнародної туристської діяльності України як складової зовнішньоекономічної діяльності

З метою підвищення ефективності туристської галузі України, поліпшення просування національного туристського продукту на світовому ринку, проведення широкомасштабної та комплексної реклами туристського потенціалу, залучення туристів до країни, підвищення іміджу й авторитету нашої держави в

туристському співтоваристві, інтеграції нашої країни в європейську спільноту, розвитку національної економіки та культури, ефективного використання туристських ресурсів, розбудови інфраструктури, залучення до світового інформаційного простору, визначення передового досвіду організації туристської діяльності розроблено заходи щодо розширення міжнародного туристського співробітництва. Серед них:

- ✓ удосконалення договірно-правової бази зовнішніх відносин, укладання угод міжурядового та міжвідомчого характеру про співробітництво в галузі туризму. Перевага віддається встановленню договірних відносин з країнами, що є перспективними туристськими ринками для України, вивченню та впровадженню практики створення нормативно-правової бази туризму, організаційних засад функціонування високорентабельної туристської індустрії країн розвинутого туризму, прогресивного досвіду державного регулювання та стимулювання галузі;

- ✓ активізація співпраці в складі численних спільних міжурядових комісій з питань економічного та науково-технічного співробітництва, особливо з країнами, з якими створено правову базу співробітництва, формування в їх складі робочих груп з туризму з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів збільшення обсягів туристських обмінів;

- ✓ вироблення дійового механізму взаємодії з міністерствами, відомствами, іншими органами виконавчої влади України, насамперед з Міністерством закордонних справ і Департаментом зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі Мінекономіки, а також обласними та міськими державними адміністраціями щодо оптимізації спільної діяльності з розвитку міжнародного співробітництва України в галузі туризму;

- ✓ розвиток інституційного співробітництва, використання організаційно-фінансових механізмів міжнародних і регіональних органів, поглиблення безпосереднього партнерства між туристськими підприємствами та організаціями, насамперед у межах членства України у ВТО та в складі її керівного органу –

Виконавчої ради ВТО, Ради по туризму держав СНД, Організації Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС), Центральноєвропейської ініціативи (ЦЄІ), участь у діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів: Організації Об'єднаних Націй (ООН), Ради Європи, Європейського Союзу (ЄС) тощо;

✓ розвиток інформаційно-рекламної та виставкової діяльності, організація міжнародних і регіональних туристських салонів, ярмарків, бірж в Україні, зокрема в основних туристських центрах: Міжнародного туристського салону "Україна" в Києві, Міжнародного туристського ярмарку "Крим. Курорти. Туризм" в Ялті, Міжнародного туристського ярмарку-виставки "Чорноморська Одісея. Туризм. Відпочинок. Здоров'я" в Одесі, Міжнародного туристського салону в Харкові, Міжнародної туристської виставки "ТурЕкспо" у Львові, Міжнародного туристського ярмарку "Турконтакт" в Ужгороді; забезпечення планомірної та систематичної участі українських туристських підприємств у провідних зарубіжних міжнародних виставках: "ІТВ" у Берліні, "WTM" у Лондоні, "Fitur" у Мадриді, "МІТТ" у Москві, "ЕХРО-2000" у Ганновері.

Організація спільно з ВТО семінару з нових інформаційних технологій у туризмі в рамках VII Міжнародного туристського салону "Україна-2000" [30; с. 190-192].

ІНОЗЕМНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ДИНАМІКА

Практика та традиції іноземного туризму в Україні (як складової колишнього СРСР) започатковані ще за часів радянської влади у 30-ті роки минулого сторіччя. Попри набуті за часів радянської влади традиції в організації іноземного туризму його позитивну роль у розвитку міжнародних відносин за перші 10 років існування незалежної України значною мірою було втрачено. Спричинили неадекватний природно-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалу України розвиток іноземного туризму внутрішні, суто галузеві, а також зовнішні, переважно загальноекономічні та політичні чинники. Головні галузеві чинники такі:

– недостатній рівень розвиненості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури (дороги, залізні дороги, готелі, мотелі та ін.) , їх невідповідність світовим стандартам;

– технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовували туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники про готелі, транспортні маршрути, туристичні фірми з переліком та вартістю послуг, які вони надають;

– низький рівень обслуговування, зумовлений відповідним загальним рівнем кваліфікації працівників галузі. В Україні на той час не було адекватної системи підготовки і перепідготовки кадрів для туризму, чітких, на рівні світових стандартів кваліфікаційних вимог;

– відставання темпів, навіть порівняно із середніми показниками в країнах СНД, нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою було зумовлене перманентною адміністративною реформою [2; с. 177].

Головними зовнішніми чинниками, що стримували розвиток туризму в Україні, зокрема й іноземного, стали зумовлена млявістю економічних реформ несприятливість умов для підприємництва взагалі і туристичного зокрема, недосконалість нормативно-правового поля, зокрема, правил і умов перетину кордонів іноземцями, і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму і внутрішніх – через тривалу економічну кризу, і іноземних – через несприятливий інвестиційний клімат.

Зазначені чинники спричинили істотне відставання України від провідних туристичних країн (таких, наприклад, як Франція, Італія, Греція та ін.), вона поступово змістилася на периферію туристичних потоків.

Ситуація, що склалася у туристичній сфері, потребувала термінових і дієвих заходів для подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної його якості. Підґрунтям для прийняття і здійснення таких заходів стало формування цілеспрямованої державної політики в галузі туризму з визначенням пріоритетів її розвитку.

Засобом реалізації зазначених пріоритетів мали стати державні цільові та регіональні програми розвитку туризму. Було затверджено Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року (Указ Президента України № 973/99 від 10.08.1999 р.), Державну програму розвитку туризму на 2002-2010 роки (постанова Кабінету Міністрів України № 583 від 29.04.2002 р.) та інші нормативно-правові акти.

Завдяки вжитим заходам по їх реалізації було припинено негативні тенденції у розвитку туризму в Україні. Структурні зміни в'їзного туризму свідчать про його якісне зростання: частка транзитних туристів у загальній кількості відвідань скоротилася більш як утричі (з 45,3% у 2010р. до 13,8% у 2016 р.); набув позитивної динаміки організований туризм і за абсолютними показниками (зростання на 300 тис. осіб, або на 42%), і у структурі відвідувань (частка збільшилася на 0,5 відсотка); майже втричі більше стало приватних поїздок іноземців, що свідчить про зростання довіри до України. Тривалішим став термін перебування іноземців в Україні – в середньому до 7,2 туродня.[25; с. 183]. У результаті збільшення потоків туристів зросли обсяги споживання продукції туристичної та інших галузей економіки України [8; с. 247].

Головні чинники, що зумовили зростання обсягів в'їзного туризму: прийняття низки документів щодо заохочення іноземного туризму, спрощення процедур перетину іноземними туристами українського кордону та умов їхнього перебування в Україні.

Запровадження сертифікації, ліцензування та стандартизації у туристичній та суміжних сферах діяльності. З жовтня 1999 року в Україні запроваджено обов'язкову сертифікацію готельних послуг та послуг харчування суб'єктів туристичної діяльності, які ці послуги надають

Активізація міжнародної рекламно-інформаційної діяльності з метою просування національного туристичного продукту на світовий ринок. Так, Держтурадміністрацією разом із Всеукраїнською благодійною організацією «Україна-Відома» у 2006 р. проведено ознайомлювальний тур по Україні для відомих журналістів з найавторитетніших туристичних видань Європи. У Києві

щороку проводять міжнародні виставкові і науково-практичні заходи, такі як Міжнародний турсалон «Україна», що відбувається за підтримки Всесвітньої туристичної організації, Міжнародна конференція готельєрів і рестораторів «Індустрія гостинності» тощо [31; с. 105].

2.2. Ресурсний та інфраструктурний потенціал в'їзного туризму

Туристично-інфраструктурний потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні

Інфраструктура (від лат. *infra* – нижче, під; *structure* – будова, склад) – функціональне і територіальне поєднання галузей економіки, що обслуговують матеріальне виробництво, невиробничу сферу і безпосередньо населення [22; с. 361]. Функціонування інфраструктури як міжгалузевого утворення пов'язане із задоволенням різноманітних потреб у послугах різних галузей і сфер економіки. В найбільш загальному плані виділяють виробничу, інституційну, науково-технічну та соціальну інфраструктури. Соціальна інфраструктура, в свою чергу, поділяється на такі сфери: житлово-комунальну, побутового обслуговування населення, роздрібну торгівлю та ресторанне господарство, транспорт і зв'язок, що обслуговують населення, освіту, культуру і мистецтво, охорону здоров'я, соціальне забезпечення.

Рекреаційна (туристична) інфраструктура займає особливе, проміжне положення, оскільки теж частково охоплює вищеперераховані сфери (рис. 4.11).

Матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури становлять об'єкти туристичного господарства. Туристичне господарство – сукупність підприємств, установ, організацій, що виконують соціально-економічні функції, пов'язані із задоволенням туристичних потреб, незалежно від місця розташування відповідних господарських одиниць, їх відомчої підпорядкованості, а також використовують для цього природний, історико-культурний, соціальний та економічний потенціал певних територій.

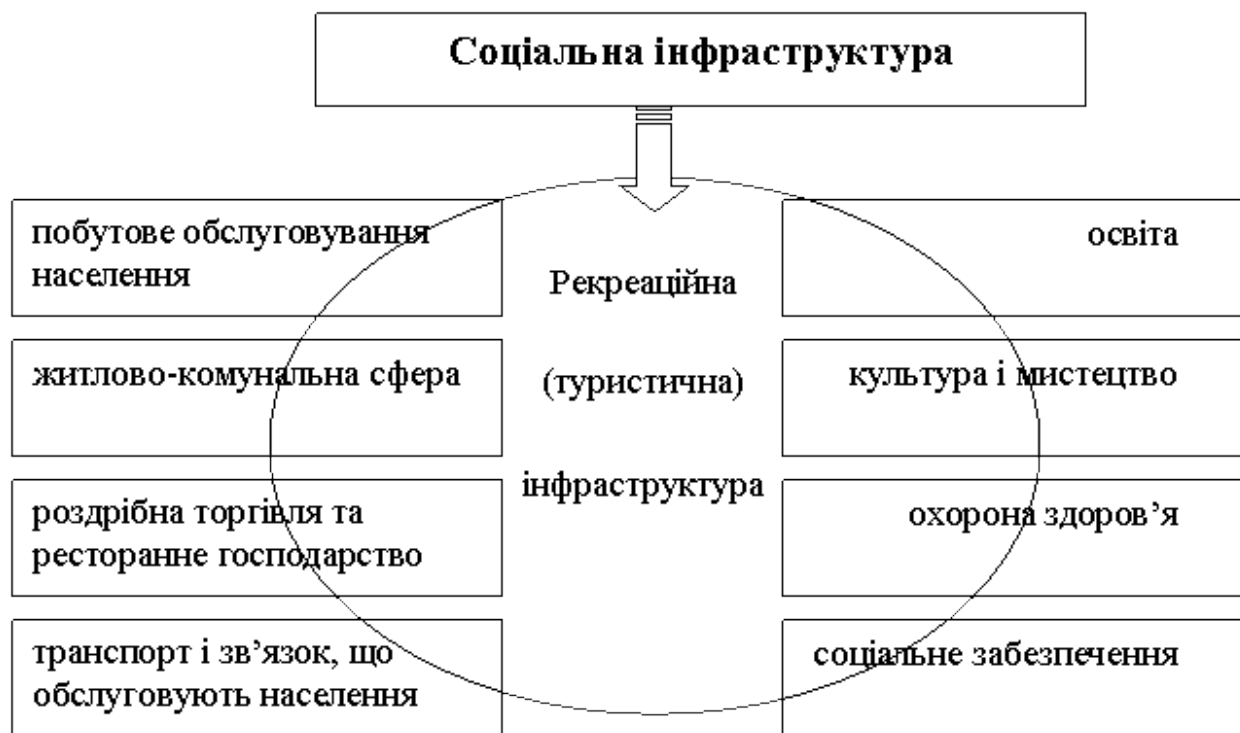


Рис. 4.11. Співвідношення понять "соціальна інфраструктура" та "рекреаційна (туристична) інфраструктура"

До підприємств і закладів, що відіграють першочергове значення у обслуговуванні іноземних туристів, відносяться готелі та інші заклади розміщення, санаторії та пансіонати з лікуванням, заклади відпочинку, заклади ресторанного господарства, розважальна інфраструктура. Окремо можна виділити транспортну інфраструктуру.

Готелі та подібні до них заклади розміщення

Відповідно до міжнародної класифікації, різноманітність засобів розміщення не обмежується готелями та закладами готельного типу. Подібні послуги можуть надаватися оздоровчо-лікувальними закладами, закладами відпочинку, оздоровчими таборами, туристичними транспортними засобами (круїзні судна, туристичні потяги), кемпінговими комплексами тощо. Проте, в останніх розміщення є другорядною послугою, спеціалізуються ж вони на оздоровленні, лікуванні, організації екскурсій, відпочинку та інших видах діяльності. В останні десятиліття в умовах високої конкуренції з іншими закладами розміщення готелі теж суттєво диверсифікували набір послуг, почали

з'являтися нові види готельних закладів: ризот-готелі, бутік-готелі, готелі клубного типу тощо, але основною послугою, на наданні якої вони спеціалізуються, є розміщення.

Готелі та подібні заклади залишаються основними підприємствами надання послуг розміщення іноземним громадянам в Україні. Так, в 2017 р. послугами готельних закладів скористалось 953 тис. іноземців, тоді як у санаторно-курортних та оздоровчих закладах розмістилися 412 тис. В 2017 р. іноземці склали п'яту частину обслуговуваних у готелях осіб, що принесло країні 140 млн. доларів прибутку. Це говорить про те, що готельне господарство є однією з найважливіших складових туристичної індустрії України.

У 2017 р. в Україні налічувалось 1420 готельних підприємств на 135,2 тис. місць. Житлова площа усіх номерів (а їх того року налічувалось 51012) становила 1314 тис. м². За типами готельні підприємства розподілялись наступним чином: 812 об'єктів або 57% їх кількості становили готелі, 42 (2,9%) – молодіжні турбази та гірські притулки, 19 (1,3%) – мотелі, 9 (0,6%) – кемпінги, решта 538 (38,8%) числились як інші альтернативні заклади готельного типу. Розподіл номерного фонду за типами готельних закладів в загальних рисах повторював це співвідношення: найбільшу частку номерів (82% їх загальної кількості) мали готелі, на молодіжні турбази і гірські притулки припадало 3,9%, на кемпінги – 1,3%, мотелі – 1,0%, решту 11,8% номерів містили інші заклади готельного типу.

З номерів загального готельного фонду найбільша частка (42%) припадала на двомісні номери. Це справедливо для усіх типів готельних закладів, окрім готельно-офісних центрів. Майже однакову частку мали одномісні (20%) та багатомісні (21%) номери. Причому, найбільшою (58%) частка одномісних номерів була в загальній кількості номерів готельно-офісних центрів. Більше ніж четверта частина номерів у готелях – одномісні. Багатомісні номери мали значну частку в інших альтернативних закладах розміщення (49%), молодіжних турбазах і гірських притулках (28,6%), кемпінгах (22,3%), що відображає специфіку їх функціонування. Досить значною була частка номерів типу "люкс" та

"напівлюкс", відповідно, 7 та 9%. Найбільшу їх частку в загальній структурі мали кемпінги, мотелі, готелі та готельно-офісні центри (рис. 4.12).

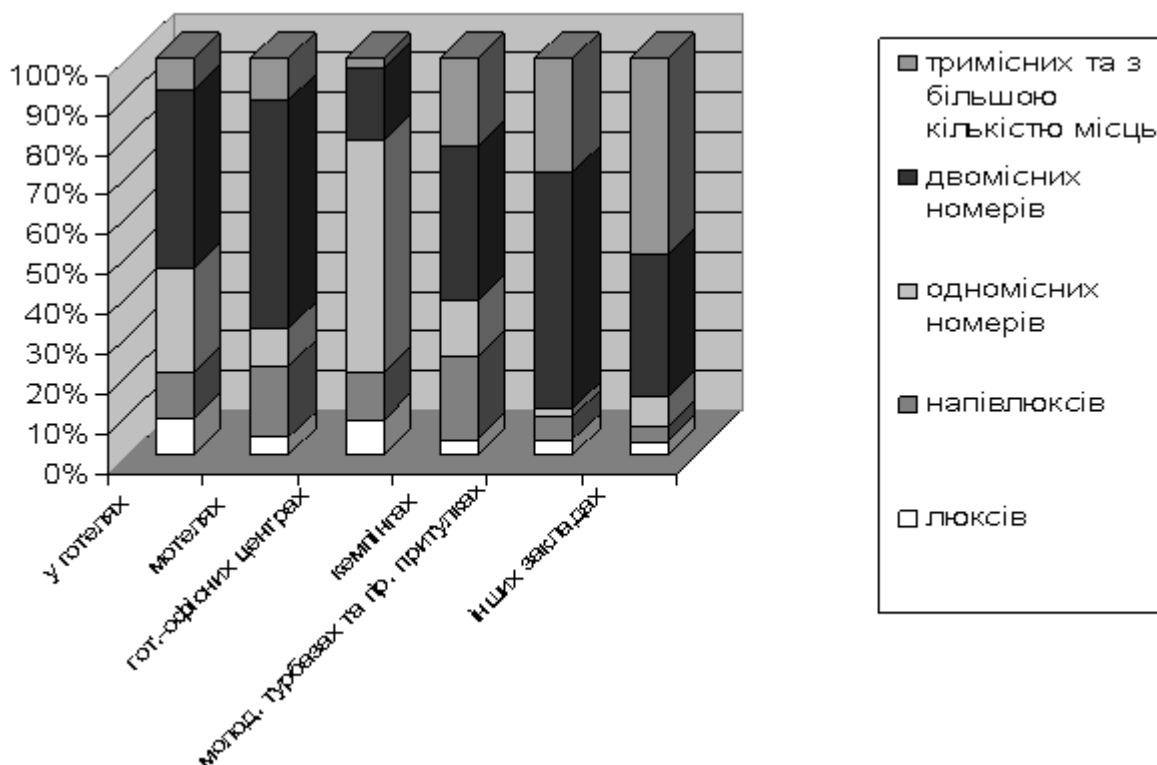


Рис. 4.12. Розподіл номерів в готельних закладах

За регіонами заклади готельного господарства розташовані нерівномірно (табл. 4.1).

Готелі та заклади готельного типу в Україні, 2017 р.

Таблиця 4.1

	Кількість закладів		В них номерів		Житлова площа номерів		Коефіцієнт використання місткості
	од.	%	од.	%	тис. м2	%	
Україна	1420	100	135199	100	1314	100	0,29
Вінницька	23	1,6	1553	1,1	16	1,2	0,37
Волинська	28	2,0	2075	1,5	20	1,5	0,57
Дніпропетровська	107	7,5	10924	8,1	97	7,4	0,27

Донецька	70	4,9	5805	4,3	70	5,3	0,23
Житомирська	42	3,0	3627	2,7	33	2,5	0,20
Закарпатська	45	3,2	3801	2,8	38	2,9	0,28
Запорізька	32	2,3	2427	1,8	27	2,1	0,36
Ів.-Франківська	34	2,4	2899	2,1	27	2,1	0,18
Київська	35	2,5	2233	1,7	19	1,4	0,38
Кіровоградська	16	1,1	1134	0,8	9	0,7	0,23
Луганська	83	5,8	4722	3,5	44	3,3	0,20
Львівська	128	9,0	9780	7,2	91	6,9	0,21
Миколаївська	84	5,9	11235	8,3	78	5,9	0,17
Одеська	80	5,6	7425	5,5	85	6,5	0,27
Полтавська	43	3,0	2632	1,9	25	1,9	0,28
Рівненська	23	1,6	2675	2,0	24	1,8	0,21
Сумська	39	2,7	2446	1,8	21	1,6	0,21
Тернопільська	37	2,6	4298	3,2	31	2,4	0,23
Харківська	48	3,4	3360	2,5	47	3,6	0,32
Херсонська	38	2,7	4590	3,4	33	2,5	0,20
Хмельницька	27	1,9	1750	1,3	19	1,4	0,37
Черкаська	53	3,7	3960	2,9	31	2,4	0,17
Чернівецька	27	1,9	4678	3,5	33	2,5	0,17
Чернігівська	62	4,4	3486	2,6	33	2,5	0,3
м. Київ	123	8,7	16377	12,1	218	16,6	0,64

Згідно даних, наведених в таблиці, у 2017 р. найбільшу кількість готелів мали Львівська область, м.Київ, Дніпропетровська та Миколаївська. Найбільший номерний фонд мали м.Київ, Миколаївська, Дніпропетровська та Львівська області. Найбільшу житлову площу – готелі м.Києва, Дніпропетровської, Львівської та Одеської областей. Ці регіони впливають на формування рейтингів туристичних районів за наявністю закладів готельного господарства (табл. 4.2).

Рейтинги туристичних районів України за розвитком готельного
господарства

Таблиця 4.2

Рейтинг	Кількість закладів	Кількість номерів	Житлова площа номерів
1	Столичний	Столичний	Столичний
2	Карпатський	Карпатський	Карпатський
3	Причорноморський	Причорноморський	Причорноморський
5	Слобожанський	Придніпровський	Придніпровський
6	Придніпровський	Придніпровський	Придніпровський
7	Волинський	Слобожанський	Слобожанський
8	Волинський	Волинський	Волинський
9	Подільський	Подільський	Подільський
10	Приазовський	Приазовський	Приазовський

В них перші позиції займають Столичний, Карпатський та Причорноморський регіони, багаті природними і соціально-культурними туристичними ресурсами. Високі рейтинги Столичного регіону пов'язані ще і з його особливим статусом, та наслідками, що з цього випливають: адміністративним значенням, високим рівнем ділової активності, насиченим культурним життям тощо. Досить високі рейтинги у промислово розвинених районів – Волинського й Придніпровського, що відрізняються високим рівнем ділової активності. Останні місця займають Подільський та Приазовський райони, що говорить не на користь використання їх значного соціально-культурного та природного рекреаційного потенціалу.

Коефіцієнти використання місткості українських готелів значно варіюють: від 0,64 у м.Київ, 0,57 у Волинській, 0,38 – у Київській, до 0,17 у Миколаївській, Черкаській і Чернівецькій областях. Попри сезонність, на заповнення українських готелів впливає епізодичний інтерес з боку туристів, зокрема, іноземних. Такі

буми спостерігались під час фіналу конкурсу "Євробачення", помаранчевої революції. Значний приплив іноземних туристів очікується і в зв'язку з проведенням Європейського чемпіонату з футболу у 2012 р. Подібні буми яскраво виявляють проблеми, що стоять перед українською індустрією туризму, зокрема, готельним господарством. Більшу частину часу ринок гостинності залишається ненасиченим, тоді коли під час бумів катастрофічно не вистачає місць у закладах розміщення. І дійсно, з одного боку Україна значно відстає від європейських країн за рівнем розвитку готельного господарства (табл. 4.3).

Показники розвитку готельного господарства в деяких країнах Європи,
2018 р.

Таблиця 4.3

Країни	Німеччин	Франці	Іспанія	Поль	Україн
Показники					
Кількість закладів, тис.	36,2	18,1	18,3	2,3	0,8
Кількість місць, тис.	1631	1254	1615	178	74
Кількість іноземних туристів, що відвідали країну, тис. осіб [42]	53,3	78,0	58,0	15,7	0,29
Кількість місць у готелях на 1000 іноземних туристів, од.	31	16	28	11	25
Прибуття у готелі іноземців та нерезидентів, тис. осіб [29; с. 74]	97,0	106,7	81,8	11,3	3,5

Загальний час перебування приїжджих у готелях, тис. людино-діб [29; с	208,2	197,4	267,0	21,8	9,2
Коефіцієнт використання місткості	0,35	0,43	0,45	0,34	0,34

Для порівняння не випадково було обрано саме ці країни: Франція – світовий "рекордсмен" з відвідуваності іноземними туристами, Іспанія, Німеччина – теж серед європейських та світових лідерів за обсягами розвитку в'їзного туризму, Польща – найближчий сусід України – останніми роками розпочала активну діяльність з розвитку туризму. За площею території Україна випереджає ці держави, кількість населення України більша за кількість населення Іспанії і Польщі. В той час як за кількістю готелів вона поступається першій майже у 23 рази, а другій – у 3. Далеко позаду Україна і за кількістю місць у готелях. Проте, якщо взяти до уваги коефіцієнти використання місткості готелів та рівень забезпеченості місцями у готелях іноземних туристів, то виявиться, що рівень забезпеченості країни готелями відповідає потребам.

А отже, готелі, що планується звести та реконструювати до чемпіонату (а це 143 нові готелі, у тому числі, 54 п'ятизіркових, 67 – чотиризіркових, 22 – тризіркових, а також 136 реконструйованих готелів) після масових заходів неминуче опиняться перед проблемою використання наявного номерного фонду. Для пом'якшення такої ситуації для забезпечення потреби в розміщенні футбольних болільників планується залучати реконструйовані студентські гуртожитки, які згодом використовуватимуться за призначенням, проте, це не вирішить проблему. В даній ситуації необхідно використати свій шанс і активізувати використання наявного туристичного потенціалу, поліпшувати умови для розвитку туризму, у тому числі, в'їзного, формувати позитивний імідж України, тим більше, що Україна планує і надалі розвивати туристичну сферу.

З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури, у тому числі і готелям, на добровільних засадах присвоюються категорії якості та рівня обслуговування [42].

На даний час в Україні нараховується 117 тризіркових, 64 чотирьохзіркових та 6 п'ятизіркових готелів [43] (табл. 4.4).

Кількість 3, 4 та 5-зіркових готелів за регіонами України

Таблиця 4.4

	3-зіркові готелі	4-зіркові отелі	5-зіркові готелі
Україна	117	64	6
Вінницька	3	-	-
Волинська	3	2	-
Дніпропетровсь	5	2	-
Донецька	2	1	1
Житомирська	-	-	-
Закарпатська	4	6	-
Запорізька	3	-	-
Ів.-Франківська	3	-	-
Київська	3	1	-
Кіровоградська	2	-	-
Луганська	4	1	-
Львівська	16	13	1
Миколаївська	3	-	-
Одеська	6	10	1

Полтавська	2	1	-
Рівненська	-	-	-
Сумська	1	-	-
Тернопільська	3	-	-
Харківська	3	2	-
Херсонська	1	-	-
Хмельницька	3	3	-
Черкаська	3	-	-
Чернівецька	2	1	-
Чернігівська	-	1	-
м.Київ	13	10	3

Найбільше готелів, яким присвоєно вищу категорію, знаходиться у визнаних туристичних регіонах України та столиці: тризіркових – у Львівській області та м. Київ, чотирьохзіркових – у Львівській, Одеській областях та м.Київ. П'ятизіркові готелі – "Отрада" у Одесі, "Ріксос-Прикарпаття" у Трускавці, "Опера", "Прем'єр-Палас" і "Хаят-Рідженсі" у Києві.

Разом з тим, існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. З 812 українських готелів лише 256 обладнані автостоянками, 581 – ресторанами, 235 – саунами, лазнями чи басейнами.

В Україні поширюється така важлива тенденція, як створення міжнародних готельних мереж, які дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування. Вже створено першу національну мережу "Прем'єр Готелз", до складу якої входять 6 готелів, що функціонують у Києві, Львові, Мукачево, Одесі і Харкові. В умовах практично відсутньої конкуренції на ринок готельних послуг України намагаються увійти й міжнародні мережі "Хаят", "Маріотт", "Хілтон", "Шератон" та інші.

Отже, стан готельної інфраструктури поки що не відповідає туристично-ресурсному потенціалу країни і вимагає поліпшення і приведення до міжнародних стандартів, інакше, за умови покращення інвестиційного клімату і активізації туристичної діяльності, вітчизняна готельна індустрія буде витіснена значно сильнішими конкурентами.

Ресторани й інші заклади харчування

Значення ресторанів і закладів харчування у обслуговуванні іноземних туристів не обмежується забезпеченням природної потреби людини у харчуванні. Воно виконує ряд інших важливих функцій:

- гостинності – специфіка сфери ресторанних послуг дозволяє показати гостям прихильне до них ставлення за допомогою привабливого інтер'єру, вишуканого сервірування, продуманого меню, в якому враховуються харчові уподобання та заборони іноземних гостей, та до якого включаються національні страви країн, звідки вони прибули;

- економічну – як сектор туристичної індустрії, ресторанне господарство впливає загальний її розвиток, а також сприяє збільшенню валютних надходжень в економіку;

- комунікативну – ресторан, бар, кафе – вдалі місця для невимушеного спілкування в неофіційній атмосфері;

- організації дозвілля гостей – жива музика, що є неодмінним атрибутом ресторанів вищого та люкс класів, тематичні вечірки, великі монітори, що дозволяють слідкувати за спортивними подіями – це та інше допомагає відпочити;

- культурно-пізнавальну – особливості національних кухонь є об'єктом жвавого інтересу з боку туристів, навіть більше, національні кулінарні традиції самі можуть бути об'єктом туризму.

Про той факт, що ресторанне господарство – важлива сфера вітчизняної економіки, свідчить те, що у 2017 році в нього було інвестовано 357,9 млн. грн, причому, цей показник дедалі зростає.

Харчування іноземних туристів може організовуватися як у ресторані готелю, так і за його межами. В 2017 році в Україні нараховувалось 742 ресторани та закладів харчування, що були структурними підрозділами готелів та інших місць тимчасового проживання, причому, останні 7 років динаміка цього показника була позитивною, а сам він з 2010 року збільшився у 1,5 рази. Проте, нинішня економічна ситуація може поставити під загрозу позитивну динаміку, оскільки ресторани при готелях не є джерелом стабільного доходу, і, як доводить світова практика, змушені заощаджувати на всьому власники готелів воліють закривати або передавати їх в оренду.

Підприємства ресторанного господарства, що не є структурними підрозділами готелів (а на обслуговуванні іноземців, здебільшого спеціалізуються ресторани, бари та кафе), поділяються на мережеві, незалежні та демократичні.

Мережеві ресторани характеризуються уніфікованими концепцією, пропозицією, виробничими та сервісними технологіями. Міжнародні ресторани мережі дають туристам змогу почуватися як удома, бути впевненими в якості послуг, менш забезпеченим – заощадити на витратах, а організаторам турів за короткий час забезпечити харчування великої кількості людей. Такими є "McDonalds", KFC та інші. Але даний варіант не може забезпечити раціонального харчування, неприйнятний для тривалого забезпечення потреби у їжі, а для деяких категорій споживачів взагалі непридатний.

Незалежні ресторани характеризуються унікальністю, мають власну концепцію та неповторний імідж для споживачів, які віддають перевагу персональному обслуговуванню, зацікавлені у специфічних характеристиках місця розташування, меню, сервісу, інтер'єру і управління підприємством. Незалежні ресторани іноді спеціалізуються на приготуванні страв національних кухонь. Маючи високий рівень сервісу, оригінальне меню, такі ресторани ідеальні для обслуговування іноземних туристів і здатні задовольнити найвибагливіші вимоги. Проте, можуть виникнути проблеми з пошуком прийняттого варіанту, а послуги таких ресторанів можуть виявитися не по кишені менш заможним мандрівникам.

Останніми роками в ресторанному бізнесі формується традиція створення демократичних ресторанів. Їх концепція знаходиться на стику масових технологій мережевих ресторанів та якісної національної кухні, що потребує індивідуального підходу. Частина демократичних ресторанів об'єднана в мережі, у яких широко представлені національні кухні – українська ("Пузата хата", "Здоровенькі були", "Куркуль"), японська ("Якиторія", "Планета Суші"), італійська ("Челентано", "Патіо-Піца"), російська ("Млинці", "Два гуся"), східна ("Східний експрес"), латиноамериканська ("Картопляна хата") та ін. Вони порівняно недорогі, дають змогу організувати харчування впродовж тривалого часу великої кількості людей, досить затишні для проведення дозвілля, дають туристам змогу познайомитися з особливостями національних кухонь або не змінювати звичного раціону, але не забезпечують достатнього рівня індивідуалізації сервісу, особливої святкової та вишуканої обстановки.

Усі типи ресторанів широко представлені в Україні і дають змогу обирати варіанти в організації харчування іноземних туристів. У 2017 р. вітчизняна мережа закладів ресторанного господарства нараховувала 26159 об'єктів. Найбільше ресторанних закладів функціонувало у Львівській, Харківській областях, м.Київ. Найменше – у Чернівецькій, Херсонській, Черкаській та Кіровоградській. За кількістю місць у ресторанних закладах лідирували м.Київ, Харківська, Львівська та Дніпропетровська області. Найнижчі рейтинги мали Херсонщина, Чернівецьчина, Черкащина, Закарпаття, Миколаївщина. Найкраще забезпеченими місцями в закладах ресторанного господарства у розрахунку на 10 тис. населення виявилися Волинська, Сумська, Вінницька, Львівська, Тернопільська та Харківська області. Найгірше – Херсонська, Черкаська, Закарпатська, Луганська та Чернівецька [44].

Розважальна інфраструктура

На наданні послуг організації дозвілля спеціалізується ряд підприємств, установ і організацій, що належать до різних галузей соціальної інфраструктури:

будинки та палаци культури, клуби, концертні організації, театри, кінотеатри, музеї, бібліотеки, виставкові центри, тематичні парки, зоопарки, казино, фітнес-центри та інші. Як правило, туристичним попитом з боку іноземців користуються послуги, споживання яких не пов'язано з необхідністю досконало знати мову приймаючої сторони. Тож у в'їзному туризмі найбільше значення мають тематичні парки, казино, виставкові центри та музеї.

Тематичні парки – порівняно нова концепція розважальних об'єктів, що динамічно розвивається. В основу роботи тематичного парку покладається захоплююча тема, якій підпорядковані усі вистави і атракціони, що пропонує парк [42]. Тематичні парки користуються величезною популярністю, у тому числі, й іноземних туристів, їх мережа інтенсивно розвивається, справа приносить значні прибутки і відноситься до перспективних напрямів розвитку індустрії дозвілля. Проте, в Україні немає жодного такого парку. Успіх цієї справи в світі говорить про доцільність створення подібних об'єктів, в основу яких могла бути покладена ідея відтворення різних епох та періодів з історії України: трипільської культури, Давньої Русі, козацької доби тощо.

В Україні немає також жодного казино міжнародного класу, подібного казино Монте-Карло, Атлантик-Сіті чи Лас-Вегаса. Тим більше, що для того, щоб таке казино приваблювало іноземних туристів, це повинен бути цілий гральний комплекс з відповідною інфраструктурою, готелями, закладами ресторанного господарства. Сам гральний бізнес в Україні часто виявляється поза законом.

Таким чином, із закладів розважальної інфраструктури в Україні найбільше значення для розвитку туризму мають музеї як інституції, що зберігають, досліджують і популяризують предмети найрізноманітнішого призначення, виконуючи про цьому пізнавальну, розвиваючу та виховну функції.

В залежності від спеціалізації виділяють природничі, історичні, художні, архітектурні, літературні, музичні, театральні та інші музеї. Їх мережа широко представлена в Україні: тут функціонує 485 подібних закладів, кількість експонатів основного фонду яких становить 11,2 млн. одиниць. Найбільший

інтерес для іноземців можуть становити історичні, художні, етнографічні та природничі музеї, які репрезентують довкілля та культуру держави, яку вони відвідують. В Україні їх нараховується 223. Наймасовішими ж є краєзнавчі музеї (155 закладів), які, здебільшого, мають місцеве значення. Увагу іноземців приваблюють і нетрадиційні музеї, в яких зібрані унікальні колекції, якими є, скажімо, музей писанкового розпису у Коломиї, музей пошти у Ніжині чи музей однієї вулиці у Києві.

Найбільшу кількість музеїв мають м.Київ, Кіровоградська, Полтавська, Чернігівська та Харківська області. А найбагатші музейні фонди – м.Київ та Львівська область (табл. 4.6).

Музеї України

Таблиця 4.6

	Усього музеїв	у тому числі				Кількість експонатів основного фонду, тис.	У тому числі занесених до державного реєстру національного культурного надбання, од.
		історичн.	природн.	художн.	етнограф.		
Україна	458	135	4	73	9	11242,7	85809
Вінницька	25	7	-	5	-	178,0	-
Волинська	10	6	-	-	-	181,1	50
Дніпропетровська	8	2	-	1	-	474,5	139
Донецька	23	10	-	4	-	368,3	-
Житомирська	7	1	1	1	-	142,7	6
Закарпатська	8	2	-	2	1	150,7	3
Запорізька	22	3	-	3	-	347,9	-
Івано-Франківська	17	7	-	4	1	214,9	11629
Київська	18	7	-	3	-	465,9	-
Кіровоградська	29	13	-	3	-	176,4	63

Луганська	17	6	-	1	-	403,1	-
Львівська	17	4	1	2	2	1145,2	-
Миколаївс	3	-	-	2	-	175,1	-
Одеська	13	2	-	5	-	528,2	-
Полтавськ	29	1	-	5	-	475,9	-
Рівненська	11	6	-	-	-	248,2	-
Сумська	13	-	-	2	-	176,9	10111
Тернопіль	18	-	-	3	2	405,1	-
Харківська	27	4	-	4	1	431,3	-
Херсонськ	6	1	-	2	-	162,1	-
Хмельниц	18	11	-	1	-	244,5	-
Черкаська	26	12	-	2	-	345,8	8184
Чернівець	4	1	-	1	1	130,1	28
Чернігівсь	28	15	-	3	-	428,2	7144
м.Київ	37	11	1	9	1	2083,1	48350

Є особлива категорія музеїв-ансамблів, що створюються на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єрів та навколишньої території. Особливо цінні з них мають статус музеїв-заповідників. В Україні таких об'єктів понад 50. Статус національних мають заповідники "Софія Київська" та Києво-Печерський історико-культурний заповідник, що увійшли також до об'єктів всесвітньої спадщини, Шевченківський національний заповідник у Каневі, "Чигирин" у одноіменному місті Черкаської області, "Чернігів стародавній", "Хортиця" у Запоріжжі, "Давній Галич" у м.Галич Ів.-Франківської області.

Незважаючи на те, що музейна справа в Україні набула значного рівня розвитку, для неї характерна певна традиційність і навіть консервативність. У

світі виникають і успішно функціонують нові типи музеїв: культурні центри, в яких культурно-просвітницька діяльність ведеться за допомогою творів мистецтва, книг, кіно, театру, аудіовізуальних програм, екскурсій та лекцій. Відвідувачі центрів можуть не лише ознайомитись з основною експозицією та тематичними виставками, але й мати у своєму розпорядженні книги, фільми, слайди, електронні видання та інші джерела, що допомагають знайти відповіді на різноманітні питання. До нових типів музеїв відносяться інтерактивні дитячі музеї з бібліотеками, лабораторіями, кінотеатрами, різноманітними колекціями, у яких відвідувачі є не лише спостерігачами, але й активними дослідниками, а також екомuzeї, присвячені людині та її природному та культурному оточенню. На жаль, в Україні таких музеїв поки що немає.

Одним із чинників розвитку ділового в'їзного туризму є розвиток виставкової діяльності, яка відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, розвитку торгівлі, запровадженні нових технологій. У 2017 році в Україні було проведено 1077 виставкових заходів (з них 14% мали статус міжнародних), у тому числі, на базі 16 виставкових центрів, що діють в країні. За масштабами виставкової діяльності виділяється м.Київ, а також Одеська, Запорізька та Дніпропетровська області. Найбільш активно іноземними гостями відвідувались виставки та ярмарки, що проводились у м.Київ, Одеській, Львівській та Запорізькій областях. Актуальною проблемою організації виставок та ярмарків залишається забезпечення виставковими площами та покращення інфраструктури виставкових центрів, у тому числі, і туристичної.

Роль транспортної інфраструктури в розвитку в'їзного туризму

Бурхливий розвиток транспортних засобів та шляхів сполучення в кінці XIX на початку XX століть поряд з іншими чинниками (науково-технічна революція, наслідками якої стала зміна якісного рівня продуктивних сил; урбанізація; збільшення вільного часу; загальне зростання культурного рівня населення) став потужним поштовхом для посилення міжнародної туристичної діяльності.

З розвитком туристичної сфери транспорт став невід'ємною її складовою. За участю у задоволенні туристичних потреб транспортні засоби відносяться до первинних, вторинних і третинних підприємств рекреаційного комплексу:

- первинні – транспортні підприємства, що беруть безпосередню участь в обслуговуванні туристів (в залежності від використовуваних транспортних засобів виділяють автомобільний, автобусний, мотоциклетний, авіаційний, залізничний, велосипедний, водний на гребних судах, водний на моторних судах, кінний види туризму);

- вторинні – транспортні підприємства, що виконують внутрішні (міські) та зовнішні пасажироперевезення, але не спеціалізуються на перевезенні туристів;

- третинні – транспортні підприємства, що обслуговують промисловість та сільськогосподарські підприємства і тим самим опосередковано залучені в обслуговування туристів [43].

Особливості техніко-економічних характеристик транспортних засобів та їх комфортність обумовили популярність певних видів транспорту на маршрутах різної протяжності. Так, поїздки від 5-10 до 500 км здійснюються за допомогою автомобільного транспорту. У поїздки від 500 до 1000 км туристи, здебільшого вирушають залізницею. Що ж до використання авіаційного транспорту, то на відстанях менше 500 км він просто нерентабельний і активно використовується у поїздках більше 1000 км.

Взаємодія транспортного комплексу з туристичним взаємовигідна. З одного боку, за даними Мінекономіки України, 80 - 90% доходу від пасажирських перевезень на транспорті одержується від обслуговування туристів. З іншого – завдяки транспорту до туристичного користування залучаються периферійні ділянки рекреаційного простору [42]. А в умовах високого транзитного потенціалу, що має Україна, розвиток транспортної мережі міг би сприяти прискоренню інтеграції України в міжнародний економічний простір, а також збільшенню потоків іноземних туристів.

Україна займає вигідне транспортно-географічне положення. Через її територію здійснюється транспортний зв'язок країн СНД з країнами Центральної

та Південної Європи, Близького Сходу та Африки. Крім того, налагоджені комунікації Західноєвропейських, Скандинавських та Балтійських країн з країнами Закавказзя, Центральної Азії, Далекого Сходу, Китаєм та Індією. У подальшому розвитку і укріпленні цих зв'язків зацікавлені всі учасники транспортно-комунікативних процесів. В зв'язку з цим в Європі та Азії ведеться створення системи транспортних коридорів, в якій українські магістралі відіграють важливу роль. Територією України проходять ділянки наступних міжнародних транспортних коридорів (рис. 4.13, 4.14):

- критський коридор N 3 - Берлін - Дрезден - Вроцлав - Львів - Київ;
- критський коридор N 5 - Трієст - Любляна - Будапешт (Братислава) - Львів - Рівне - Сарни - Мінськ;
- критський коридор N 7 - Дунайський (водний);
- критський коридор N 9 - Гельсінкі - Санкт-Петербург - Мінськ (Москва) - Київ - Кишинів (Одеса) - Димитровград - Александрополіс;
- Балтійське море - Чорне море - Гданськ - Варшава - Ковель - Одеса;
- Європа - Азія - Франкфурт - Краків - Львів - Дніпропетровськ - Алма-Ата (продовження коридорів N 3 і 5);
- ЧЕС - Анкара - Єреван - Тбілісі (Баку) - Ростов-на-Дону - Донецьк - Одеса (Кишинів) - Бухарест (Тірана) - Димитровград (Афіни) - Стамбул;
- Євразійський - Одеса - Тбілісі (Єреван) - Баку - Ашгабат;
- Північ - Південь - Харків - Полтава - Кіровоград - Одеса.

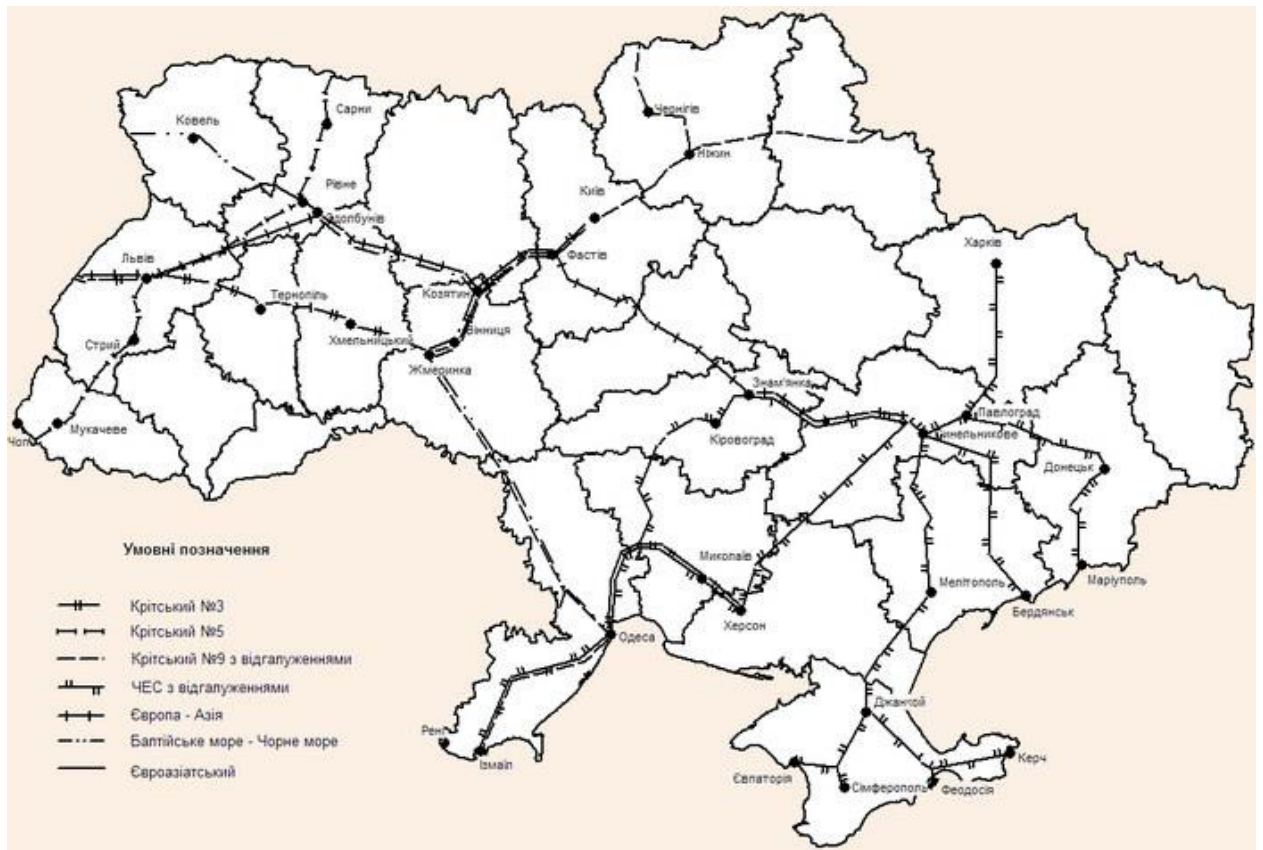


Рис. 4.13. Залізничні транспортні коридори, що проходять територією України



Рис. 4.14. Автомобільні транспортні коридори, що проходять територією України

Це мають бути швидкісні магістралі міжнародного класу. Їх створення повинно суттєво поліпшити транспортне обслуговування, сприяти соціально-економічному розвитку прилеглих територій і, разом з тим, відіграти значну роль у подальшому розвитку туризму. Планується вздовж транспортних коридорів, а особливо в місцях перетинання магістралей та поблизу великих населених пунктів, створити обслуговуючі комплекси, які б забезпечували ночівлю, відпочинок, технічне обслуговування подорожуючих. За даними уряду, безпосередньому впливу транспортних коридорів підлягають смуги територій завширшки 150 - 200 кілометрів [29; с. 55]. А це, за умови будівництва намічених магістралей, практично вся територія України. Отже, реалізація цієї програми дозволила б прив'язати до транспортних магістралей до 90% туристичних об'єктів.

Сучасний же стан транспортної інфраструктури в Україні рядом експертів визнається незадовільним. Щоб не бути голослівними, порівняймо основні показники транспортної забезпеченості декількох європейських держав з українськими (табл.4.7)

Порівняння транспортної забезпеченості деяких країн Європи

Таблиця 4.7

Країна	Площа, тис. км	Довжина автошляхів, тис. км	Щільність автошляхів, км/тис. км ²	Довжина залізниць, тис. Км	Щільність залізниць, км/тис. км ²
Україна	603,7	169,4	280,6	21,7	35,9
Польща	312,6	424,0	1355,9	22,3	71,4
Франція	551,6	951,5	1749,1	29,2	53,7
Німеччина	357,0	644,5	1805,3	41,9	117,4
Іспанія	307,6	681,2	1349,5	15,3	30,3
Італія	301,2	487,7	1618,7	19,7	65,5

Порівнявши дані показники, можна визначити, що Україна має досить високий рівень забезпеченості залізницями (за цим показником вона входить в першу десятку світу), хоча дещо відстає від Польщі, Франції і Німеччини. Рівень

електрифікації залізниць теж досить високий. На жаль, щодо забезпеченості автомобільними дорогами Україна зовсім невігідно відрізняється від даних країн: будучи трохи більшою за площею від Франції та Німеччини, Україна має, відповідно, у 5,6 та в 3,8 разів менше автодоріг. Якщо ж брати до уваги щільність автодоріг, то Україна залишається далеко позаду.

Докладно розглянемо кожен вид транспорту, що використовується в туристичних перевезеннях та забезпеченість країни магістралями для ефективного функціонування відповідних транспортних засобів.

Автомобільний транспорт – найбільш популярний в туристичних перевезеннях. Щорічно у міжнародному сполученні автомобільним транспортом перевозиться близько 2 млн. пасажирів. Таким він став завдяки своїй доступності широким верствам населення, універсальності застосування (у перевезеннях на далекі відстані, при організації трансферів, екскурсій), розвиненій мережі автомобільних комунікацій. Індивідуальні туристи при бажанні можуть орендувати легкові автомобілі для здійснення подорожі самостійно, але найчастіше в туристичних перевезеннях використовуються автобуси. Найбільш популярними в даних перевезеннях є спеціально обладнані імпорتنі автобуси "Мерседес", "Неоплан", "Ікарус" та інші. В Україні є можливість налагодити на Львівському автобусному заводі серійне виробництво власних автобусів туристичного класу, розрахованих на тривалі подорожі, обладнані зручними кріслами з висувними столиками та підніжками, туалетом, кондиціонером, міні-баром, відеопрогравачем тощо. Разом з тим, поряд з іншими недоліками (тривале сидіння, закачування, неможливість отримати повноцінне харчування), автомобільному транспорту притаманний високий рівень аварійності.

Щодо забезпеченості України автотранспортними мережами, то, як мовилося вище, загальна довжина автодоріг в Україні становить близько 170 тис. км, у тому числі, з твердим покриттям – понад 97 %. Найбільшу довжину автодоріг мають Харківська, Вінницька, Дніпропетровська, Полтавська та Житомирська області. Найменшу – Чернівецька, Закарпатська та Івано-Франківська. Найвищою щільністю автодоріг вирізняються Дніпропетровська,

Львівська, Івано-Франківська, Київська області. Помітно меншими є ці показники на півночі України.

Із загальної довжини автодоріг загального користування 5% припадає на міжнародні дороги, що входять до Європейської мережі, 3% – на національні (обслуговують зв'язок столиці та адміністративних центрів областей, великих промислових і культурних центрів з міжнародними автодорогами та входять до складу національних транспортних коридорів), 4% – на регіональні (з'єднують столицю з обласними центрами, а також з'єднують основні міжнародні прикордонні пункти пропуску автомобільного транспорту, морські та авіаційні порти міжнародного значення, найважливіші об'єкти національного культурного надбання, курортні зони та великі промислові і культурні центри країни з магістральними дорогами) [45]. Разом довжина доріг державного значення становить 20,2 тис.км. Саме вони відіграють важливу роль у розвитку в'їзного туризму. Територію України перетинають такі міжнародні автомагістралі як Київ - Москва, Одеса - Київ - Санкт-Петербург, Київ - Львів - Польща, Київ - Одеса - Кишинів. Головними внутрішньодержавними магістралями є Київ - Одеса, Київ - Львів, Київ - Харків.

Проте, ці дороги не відповідають європейським стандартам по багатьом критеріям: можливою швидкістю пересування, необхідною кількістю пунктів технічної та медичної допомоги, харчування та відпочинку, заправки паливом, телефонного зв'язку, туалетів. Лише 2,5 тис.км доріг державного значення побудовані за параметрами 1 категорії [46], яка передбачає наявність 4 і більше смуг руху та пересування на високій швидкості. Найбільше доріг 1 категорії в Київській області – 404 км, значно поступаються їй Дніпропетровська – 277 км, Житомирська – 232 км області. А деякі регіони практично не мають доріг такої якості: в Кіровоградській області їх довжина становить 1 км, в Сумській – 4 км, Чернівецькій – 16 км і Закарпатській – 17 км.

Українські швидкісні дороги благоустроєні лише 613 майданчиками стоянок і відпочинку, 91 криницею з питною водою та 304 туалетами [29; с. 12]. 10,2% державних доріг мають чорне покриття, а 8,7% – цементобетонне. Крім

того, 33% доріг державного значення не відповідають вимогам за міцністю, а 49% – за рівністю [21; с. 10].

Для розвитку в'їзного туризму значення мають також територіальні та районні дороги. Вони з'єднують між собою обласні та районні центри, а також основні аеропорти, морські та річкові порти, залізничні вузли, курорти, об'єкти національного культурного надбання та природно-заповідного фонду, прикордонні автомобільні пункти пропуску міжнародного та міждержавного значення. Їх довжина становить, відповідно, 30,6 тис.км (18% довжини усіх автодоріг України) та 86 тис. км (50,6% українських автодоріг). Їх стан теж залишає бажати кращого.

У першу чергу, така ситуація пояснюється браком фінансових коштів, що виділяються на будівництво, ремонт та утримання автодоріг. Так, у 2017 році обсяг видатків з державного та місцевого бюджетів на утримання автомобільних доріг становив 5,56 млрд. грн., або лише 35% від потреби. За підрахунками Уряду в Україні на утримання 1 км² автодороги витрачається 5 тис. дол. США, тоді як у Росії – 12,2 [47].

Разом з тим, в Україні розпочалося будівництво внутрішньодержавних доріг високої якості. Здано в експлуатацію першу чергу сучасної автомагістралі Київ - Одеса, реконструюється ряд автомагістралей, що входять до складу транспортних коридорів, що, безперечно, сприятиме розвитку в'їзного туризму.

Головним конкурентом автомобільного транспорту в групових перевезеннях є **залізничний транспорт**. Він же лідирує за перевезеннями іноземних туристів. Перевагою залізничного транспорту над іншими його видами є те, що він майже не залежить від погодних умов, на послуги встановлено більш низькі тарифи, пасажир може обирати клас вагону, існує розгалужена система знижок. В дорозі немає необхідності весь час сидіти, можна організувати повноцінне харчування у вагоні-ресторані. Залізничний транспорт більш безпечний порівняно з автомобільним.

Загальна довжина магістральних залізниць України становить 22,8 тис. км, причому, за останні 25 років цей показник практично не змінився. Середня

щільність залізниць складає 37,7 км/тис. км². Найвищою вона є в Київській, Львівській, Тернопільській областях, найнижчою – у Рівненській, Чернігівській, Херсонській. В Україні електрифіковано 37% колій, а 35% доріг є двоколійними. Загальна довжина міжнародних залізничних коридорів, що проходять територією України, становить 3162 км, з них 92,3% двоколійні, 77,3% – електрифіковані.

Найважливішими залізничними магістралями України є: Київ - Харків, Київ - Одеса, Одеса - Львів, Київ - Львів - Чоп, Київ - Ковель - Брест. Найбільш напруженими за обсягами перевезення пасажирів та вантажів є залізниці Київ - Фастів - Козятин, Жмеринка - Львів, Львів - Чоп.

В організаційному плані залізничні магістралі України розподілені між шістьма залізницями – Південно-Західною з центром у Києві, Південною – центром є Харків, Придніпровською (Дніпропетровськ), Одеською (Одеса) та Львівською (Львів).

Як вже мовилось, залізницею користуються туристи, що вирушають у путь від 500 до 1000 км. Тобто в зону впливу потрапляють центральноєвропейська частина Росії, Білорусь, Прибалтійські країни, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Сербія, Болгарія, Молдова. Більшість з них – країни, з якими ведеться активний туристичний обмін. Проте, перешкодою більш інтенсивного використання залізниці у туристичному обміні з країнами Східної Європи є неоднакова ширина залізничної колії в Україні та в європейських країнах (1520 та 1435 мм відповідно). На західних кордонах країни функціонує 14 спеціально обладнаних станцій та 8 пунктів перестановки вагонів на колеса західноєвропейського зразка. Ця процедура подовжує час перебування в дорозі, що іноді стає основною причиною відмови від використання залізничного транспорту в поїзді.

Ще однією проблемою українських залізниць є старіння основних фондів. Так, загальний ступінь зносу основних фондів залізниці становить 56%, у тому числі, рухомого складу – 68%. Значна частина колій змонтована на дерев'яних шпалах, що вже прийшли в непридатність. Негайного ремонту потребують 30% колій.

Модернізація залізничної транспортної мережі передбачає збереження і реконструкцію існуючої та будівництво нової залізничної мережі з можливою швидкістю руху до 300 км/год. Такі магістралі спеціалізуються на пасажирських перевезеннях, у тому числі, міжнародних. Дві такі магістралі вже діють. Першу швидкісну лінію Київ - Харків було уведено в експлуатацію у 2002 р., а другу – Київ - Дніпропетровськ – у 2003 р. Загальна протяжність швидкісних залізничних ділянок становить на сьогодні 1028 км. Поступово модернізуються інфраструктурні об'єкти залізниці: залізничні станції, вокзали, готелі, пункти зв'язку та інші.

Авіаційний транспорт відіграє важливу роль у здійсненні міжнародного сполучення України, особливо на заході, сході та півдні. Щорічно зростають обсяги міжнародних пасажироперевезень, здійснених авіаційним транспортом. Якщо в 2000 році кількість пасажирів, що користувались послугами цього виду транспорту, не перевищувала 900 тис., то в 2017 р. сягнула рівня 6,9 млн. пасажирів на рік. Специфіка цього виду транспорту (швидкість, комфортність тощо) зумовлює інтенсивний подальший його розвиток.

Середня відстань перевезень авіаційного транспорту становить 1,5 тис. км. Для повітряних перевезень України характерна велика, порівняно з іншими видами транспорту, сезонна нерівномірність: їхній обсяг зростає, починаючи з квітня й до серпня включно.

В Україні нараховується 1,5 тис. повітряних суден, які належать близько 110 авіакомпаніям. Літаки українських авіакомпаній здійснюють польоти до 36 країн світу за 105 маршрутами. 35 іноземних авіакомпаній здійснюють щотижнево 128 міжнародних регулярних рейсів у 9 міст України. В Україні функціонує 36 аеропортів, у 17 з яких є пункти міжнародного пропуску.

Найбільша кількість пасажирів відправляється аеропортами м. Києва (Бориспіль, Жуляни), Одеси, Львова, Харкова, Дніпропетровська. Київ лідирує в міжнародних пасажирських перевезеннях. Місто з'єднується десятками повітряних маршрутів з аеропортами країн Західної Європи й Близького Сходу. Регулярне міжнародне пряме авіасполучення налагоджене з м. Амстердамом,

Барселоною, Берліном, Брюсселем, Віднем, Лондоном, Мадридом, Манчестером, Москвою, Мюнхеном, Парижем, Римом, Франкфуртом-на-Майні, Цюрихом та іншими. Найбільший обмін пасажирами здійснюється з Франкфуртом, Дюссельдорфом, Віднем, Лондоном, Тель-Авівом. Кількість прямих міжнародних авіаліній постійно зростає.

У весняно-літній період з метою забезпечення транспортного обслуговування додаткового потоку іноземних туристів в Україну здійснюється чартерне сполучення з Великобританією, Іспанією, Італією, країнами Скандинавії, Францією, ФРН.

Основними проблемами повітряного транспорту в Україні в контексті розвитку в'їзного туризму є застарілий парк літаків, невідповідність технічних можливостей аеропортів України сучасним міжнародним вимогам, розвиток інфраструктурних об'єктів, необхідність розширення географії міжнародних авіап перевезень в умовах жорсткої конкуренції з провідними авіакомпаніями світу.

Перевагами **водних видів транспорту (морського, річкового)** у обслуговуванні туристичних перевезень є: значна місткість суден, можливість організації повноцінного харчування і відпочинку туристів, високий рівень комфорту, можливість реалізації різних видів і цілей туризму (пізнавальний, навчальний, бізнес-туризм та ін.). Популярності водних видів транспорту у туристичних перевезеннях сприяє також той факт, що поблизу великих водних магістралей і зручних бухт зосереджений значний соціально-культурний рекреаційний потенціал. Це закладає передумови розвитку круїзного туризму, коли транспортний засіб стає одночасно місцем розміщення, харчування і розваг.

Недоліками водного виду транспорту як такого є висока залежність від сезону, невисока швидкість пересування, хитавиця, високі тарифи, тривале обмеження життєвого простору туристів межами судна. В Україні до них додаються застаріла матеріально-технічна база, значний ступінь фізичного та морального зносу суден. Це стримує розвиток даних видів транспорту.

Річковий транспорт не набув у країні значного поширення. Він посідає одне з останніх місць в Україні за пасажирообігом. Загальна довжина судноплавних

річкових шляхів за останні роки скоротилася і становить лише 2175 км. Судноплавними в Україні є Дніпро, Дунай, Десна, Прип'ять, окремі ділянки Дністра і Південного Бугу, незначна частина Сіверського Дінця, Горині, Самари, Інгульця та деяких інших річок.

Хоча найбільшими річковими портами країни є Київ, Кременчук, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Нікополь, Херсон, Ізмаїл, Рені, міжнародні перевезення пасажирів за допомогою річкового транспорту здійснюються лише в Одеській області (трохи більше 20 тис. осіб на рік) та в м.Київ.

Найбільшими морськими портами України є Одеса, Іллічівськ, Південний, Херсон, Керч, Маріуполь. Організаційно вони розділені між трьома пароплавствами – Чорноморським, Азовським та Українським Дунайським.

Міжнародні пасажирські перевезення за допомогою морських суден, а це від 300 до 500 тис. осіб на рік, здійснюються в Запорізькій, Миколаївській та Одеській областях місті Київ. По Дунаю підтримуються економічні стосунки з країнами Східної і Центральної Європи. Діють поромні переправи Іллічівськ - Варна, Іллічівськ - Поті, Одеса - Хайфа. Через канал Дунай - Майн - Рейн Україна має вихід до Північного моря. Цю можливість треба використати для розвитку річкового круїзного туризму в Україні.

Екологічні проблеми, пов'язані з транспортом. Але говорячи про транспорт, не можна не згадати про його шкідливу дію на навколишнє середовище – один з основних ресурсів розвитку туризму. У вихлопних газах двигунів внутрішнього згорання містяться такі забруднюючі компоненти, як оксид вуглецю, оксиди азоту, вуглеводні, в тому числі, канцерогенний бензапірен, альдегіди (акролеїни, формальдегід), сірчистий газ. Окрім того, виділяються продукти, що містять свинець, хлор, бром і фосфор. Дизельні двигуни є "постачальниками" значної кількості сажі. Так, в 2017 р. в Україні пересувними джерелами забруднення було викинуто 2566,7 тис. т, або 4,25 т/км² токсичних речовин. Стан транспортних засобів з точки зору впливу на навколишнє середовище й досі залишається незадовільним. Авіаційний транспорт негативно впливає на озоновий шар атмосфери. При його використанні постають проблеми

авіаційного шуму, викидів у атмосферне повітря, а також негараздів у районах розташування аеропортів, пов'язаних з акустичним дискомфортом і джерелами іонізуючого і неіонізуючого випромінювання. Підраховано, що один легковий автомобіль щорічно поглинає 4 т кисню, викидає 800 кг оксиду вуглецю, 40 кг оксидів азоту, 200 кг вуглеводнів. Не слід забувати про шумове забруднення. Відомо, що шум дорожнього руху на пошкоджених автострадах становить 90 дБ. Приспосовуючись до сильного шуму, організм людини витрачає велику кількість енергії, перенапружується нервова система, виникає втома, нервові і психічні розлади. У разі наявності постійного шумового фону 70 дБ виникають розлади ендокринної та нервової систем, погіршується слух.

Така ситуація неприйнятна для розвитку рекреаційної діяльності, особливо такий стан речей загрожує існуванню таких видів туризму як екологічний та сільський зелений, що починають користуватися популярністю серед іноземців. Окрім того, з розвитком транспорту, будівництвом нових шляхів сполучення, поглинаються перспективні для розвитку туризму території, відбувається відчуження земель.

Вищевказані факти виявляють складний і суперечливий характер взаємодії транспорту та туризму. З одного боку, розвиток транспорту є запорукою інтенсивного туристичного освоєння і використання території, з іншого – завдає шкоди основному її ресурсу – навколишньому середовищу, і робить неможливим сталий розвиток рекреаційної сфери. Впливом транспорту на навколишнє середовище в контексті сталого розвитку туризму занепокоєна світова спільнота. Так, Генеральний секретар ООН на сесії Комісії зі сталого розвитку, що відбулась у 1999 р. в Нью-Йорку, в доповіді "Туризм і сталий розвиток" зазначив: "...задачею національних урядів є приділення особливої уваги... негативним екологічним наслідкам дорожнього та повітряного руху і прийняття заходів по забезпеченню того, щоб розвиток туризму спирався на використання екологічно раціональних видів транспорту." Цей аспект не повинен залишатися поза увагою при організації в'їзного туризму.

2.3. Сучасні тенденції розвитку іноземного туризму

Туризм є одним з пріоритетних напрямів розвитку країни. Це визначає державну увагу і проведення стимулюючої державної політики. Туристична політика держави – це сукупність форм, методів та напрямів впливу держави на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку соціально-економічного комплексу [32; с 67].

Туристичні потоки України у 2009-2018 рр.*

Таблиця 1

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон		Кількість іноземних громадян, які відвідували Україну		Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України	
	усього, чол.	темп зростання, %	усього, чол.	темп зростання, %	усього, чол.	темп зростання, %
2009	13422320	-	6430940	-	2013998	-
2010	14849033	110,6	9174166	142,7	2175090	108,0
2011	14729444	99,2	10516665	114,6	2265317	104,1
2012	14794932	100,4	12513883	119,0	2856983	126,1
2013	15487571	104,7	15629213	124,9	1890370	66,2
2014	16453704	106,2	17630760	112,8	1825649	96,6
2015	16875256	102,6	18935775	107,4	2206498	120,9
2016	17334653	102,7	23122157	122,1	2863820	129,8
2017	15498567	89,4	25449078	110,1	3041655	132,8
2018	15333949	98,9	20798342	81,7	2290097	75,3

* Розраховано автором за даними Держприкордонслужби України

Пріоритетними видами туристичної діяльності у 2018 році, як і у 2017 році, залишаються внутрішній та виїзний туризм. В цілому по Україні на внутрішній туризм припадає 48 % туристів, обслугованих ліцензіатами, 40 % – на виїзний туризм та 12 % на в'їзний (таблиця 2).

Структура туристичних потоків (в'їзні, виїзні, внутрішні) України у 2009-2018 рр.*

Таблиця 2

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України		Із загальної кількості туристів:					
			іноземні туристи		туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон		внутрішні туристи	
	чол.	%	чол.	%	чол.	%	чол.	%
2009	2013998	100,0	377871	18,8	285353	14,2	1350774	67,0
2010	2175090	100,0	416186	19,1	271281	12,5	1487623	68,4
2011	2265317	100,0	417729	18,4	302632	13,4	1544956	68,2
2012	2856983	100,0	590641	20,7	344 332	12,0	1922010	67,3
2013	1890370	100,0	436311	23,1	441798	23,4	1012261	53,5
2014	1825649	100,0	326389	17,9	566942	31,0	932318	51,1
2015	2206498	100,0	299125	13,6	868228	39,3	1039145	47,1
2016	2863820	100,0	372455	13,0	336049	11,7	2155316	75,3
2017	3041655	100,0	372752	12,3	1282023	42,1	1386380	45,6
2018	2290097	100,0	282287	12,3	913640	39,9	1094170	47,8

* Розраховано автором за даними Державної служби туризму і курортів України [49]

Всього протягом 2018 року туристичними підприємствами обслуговано 2,3 млн. туристів (на 25 % менше, ніж у 2008 році) та 1,9 млн. екскурсантів (на 21 % менше) в т. ч. за видами туризму:

- в'їзний – 282,3 тис. осіб (на 24 % менше, ніж у 2017 році);
- виїзний – 913,6 тис. осіб (на 29 % менше, ніж у 2017 році);
- внутрішній – 1,1 млн. осіб (на 21 % менше, ніж у 2017 році).

Зменшення на 25 % загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами протягом 2018 року, відбулось через світову економічну кризу, яка суттєво вплинула на доходи населення, та примусила до економії коштів [19; с. 223].

За географічними напрямками туристичні потоки майже не зазнали змін. Як і у попередніх роках українці подорожували до Туреччини (42 %), Єгипту (28 %), Греції (3 %), Болгарії (2 %), Об'єднаних Арабських Еміратів (1,7 %). До України приїздили переважно з Росії (44 %), США (10 %), Білорусії (5 %), Німеччини (4 %), Англії (3,6 %). Перші місця за рейтингами основних показників, як і в попередніх роках, посідають м. Київ та Івано-Франківська область. Зокрема, м. Київ посідає 1 місце майже по всім основним показникам, крім кількості обслугованих екскурсантів – 2 місце та внутрішніх туристів – 4 місце. м. Львів займає 2 місце за всіма показниками, крім кількості виїзних туристів – 17 місце та внутрішніх туристів – 3 місце. Івано-Франківська область займає 1 місце за показниками: кількість обслугованих екскурсантів та внутрішніх туристів [28; с. 438].

Кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих ліцензіатами протягом 2018 року, становила 913,6 тис. осіб, що менше на 24 % або на 90,5 тис. осіб, у порівнянні з 2017 роком. Зростання кількості обслугованих в'їзних туристів протягом року, відбулось лише в таких областях: Івано-Франківській, Тернопільській, та Харківській. Найменша кількість іноземних туристів обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Житомирській, Сумській, Луганській, Черкаській, Тернопільській, Кіровоградській, Київській та Полтавській областях. Традиційно більше 80 % іноземних туристів припадає на 4 регіони: м. Київ (50 %), м. Львів (16,6 %), м. Севастополь (11 %), Одеську область (5,7 %) [4; с. 57].

Кількість виїзних туристів, обслугованих ліцензіатами протягом 2018 року, становила 282,3 тис. осіб, що менше на 29 % або на 368,4 тис. осіб, у порівнянні з 2017 роком. Зменшення кількості виїзних туристів протягом року відбулось у всіх областях, найбільше зменшення спостерігається у таких областях: Кіровоградська, Дніпропетровська, Одеська, Сумська та Черкаська. Найменша кількість виїзних туристів –обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Кіровоградській, Житомирській, Рівненській, Волинській та Тернопільській областях. 70 % виїзних туристів припадає на м. Київ.

Кількість внутрішніх туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2018 р. становила 1,1 млн. осіб, що менше ніж у 2017 р. на 292,7 тис. осіб або на 1,1 %. Зростання кількості обслугованих внутрішніх туристів протягом року, відбулось лише в областях: Житомирській, Сумській та Херсонській. Найменша кількість внутрішніх туристів обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Київській області. Також низький цей показник в Житомирській, Чернігівській, Кіровоградській та Тернопільській областях. Більше 50 % обслуговуваних внутрішніх туристів припадає на туристичні підприємства: Івано-Франківської області (26,8 %), м. Києва (17 %), м. Львів (8,7 %) [24; с. 11].

Кількість екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2018 року становила 1,9 млн. осіб, що менше на 21 % або на 496,4 тис. осіб порівняно з 2017 роком. Зростання кількості обслугованих екскурсантів протягом року, відбулось лише в областях: Київській, Львівській, Сумській та Херсонській. Найменша кількість екскурсантів обслугована ліцензіатами туристичної діяльності в Київській, Житомирській, Кіровоградській, Миколаївській та Вінницькій областях. Більше 60 % обслуговуваних екскурсантів припадає на туристичні підприємства: Івано-Франківської області (27,3 %) та м. Львів (26,7 %) [23; с. 169].

Обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності протягом 2018 року становив 9,388 млрд. грн. і збільшився на 17 % або на 1,3 млрд. грн. порівняно з 2017 роком. Зростання обсягу послуг зареєстровано не у всіх областях

України, найбільш суттєве спостерігається у Івано-Франківській області на 84 % або на 93,2 млн. грн., Одеській області на 11 % або на 33,7 млн. грн., м. Львів на 6 % або на 15,2 млн. грн. та у м. Києві на 29 % або на 1,5 млрд. грн. Найбільш суттєве зменшення обсягів наданих послуг спостерігається у областях: Дніпропетровській на 32 % або на 123,4 млн. грн., Закарпатській на 33 % або на 13,4 млн. грн., Полтавській на 52 % або на 29,5 млн. грн. 70 % обсягів наданих послуг припадає на туристичні підприємства м. Києва [49].

Платежі до бюджету суб'єктів туристичної діяльності у 2018 році становили 196,5 млн. грн. і зменшились на 6 % або на 11,7 млн. грн. порівняно з 2017 роком. Таке скорочення платежів до бюджету можна пояснити збільшенням кількості приватних підприємств та фізичних осіб, які знаходяться на єдиному податку. Найбільш суттєве зменшення платежів до бюджету спостерігається у Дніпропетровській області на 25 % або на 1,4 млн. грн. та у м. Києві на 12 % або на 9.7 млн. грн. Найбільш суттєве зростання платежів до бюджету спостерігається в областях: Івано-Франківській на 51 % або на 7.8 млн. грн. та Чернівецькій на 96 % або на 1,2 млн. грн. Більше 60 % обсягів платежів до бюджету припадає на туристичні підприємства: м. Києва (36,4%), м. Львова (16,1%), Івано-Франківської області (11,7%) [49].

Таким чином, наявність всіх ознак самостійної галузі національної економіки та значний рекреаційно-туристичний потенціал в Україні свідчать про необхідність вироблення чіткої державної політики в сфері і впровадження дійових механізмів її реалізації. Регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні необхідне з метою збільшення валового національного доходу від рекреаційно-туристичної діяльності; захисту споживача туристичних послуг; організації рекреаційно-туристичної діяльності у цивілізованих рамках; збереження й охорони рекреаційно-туристичних ресурсів.

Збільшення валового національного доходу за рахунок туризму регулюється податковим законодавством України, яке повинно передбачати відповідні важелі заохочення розвитку туристичної індустрії. Поповнення місцевих бюджетів за рахунок рекреаційно-туристичної діяльності досягається додатковими місцевими

податками, зборами і платежами в межах діючого законодавства (туристичний податок, курортний та готельний збори тощо) [9; с. 78].

Захист споживача туристичних послуг на державному рівні здійснюється для фізичних осіб (громадян) у межах Закону України «Про захист прав споживачів», а також у судовому порядку, а юридичних (підприємств, організацій, закладів та фірм) – у судовому порядку.

До основних напрямів туристичної політики України належать:

- захист прав подорожуючих;
- захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту;
- підтримка внутрішнього та в'їзного туризму, що може проявлятися у формі: прямих інвестицій у формування туристичної інфраструктури, наукового та рекламно-інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку;
- податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій [10; с. 142].

Державна туристична політика базується на відповідній стратегії і тактиці. Туристична стратегія передбачає розробку загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких необхідний час і значні фінансові ресурси. Туристична тактика визначає конкретні дії і прийоми досягнення поставленої мети у конкретно визначених умовах.

Основна мета концепції полягає у створенні сучасної високоефективної і конкурентоспроможної туристичної індустрії, яка забезпечить широкі можливості для обслуговування українських та зарубіжних громадян, а також значний вклад у розвиток соціальної економіки. Для практичної реалізації цієї цілі пропонується перелік заходів (туристична тактика), до яких можна віднести:

- створення нормативно-правової бази розвитку туризму, що відповідає міжнародній практиці;
- формування економічних механізмів стимулювання розвитку іноземного та внутрішнього туризму і залучення інвестицій у цю галузь;

- введення жорсткої системи сертифікації і ліцензування туристичної діяльності тощо [13; с. 289].

Україна стрімко піднімається у рейтингу туристичної конкурентоспроможності, вже сягнула рівня Домінікани та Шрі-Ланки

У середині вересня президент Володимир Зеленський взявся змальовувати перед країною прекрасні туристичні перспективи: виступаючи на форумі YES у Києві, він повідомив про плани будівництва нового міста-курорту на узбережжі Чорного моря, перетворення Карпат на східноєвропейські Альпи й зведення парку розваг, аналогічного знаменитому іспанському Port Aventura. Голова держави навіть запросив у ці проекти іноземних інвесторів — під свої особисті зобов'язання.

Утім, привабливість вітчизняної туристичної інфраструктури й без зобов'язань президента підвищується. В останньому профільному звіті Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) її конкурентоспроможність експерти оцінили досить пристойно: у списку з 140 держав Україна посіла 78-е місце, піднявшись із минулого року одразу на десять позицій. Країна опинилася на одному рівні з такими визнаними центрами міжнародного відпочинку, як Домініканська Республіка, Шрі-Ланка, Туніс і Албанія, яка стрімко набирає бали популярності.

Туристична конкурентоспроможність за версією ВЕФ — це не тільки галузеві показники на зразок культурної спадщини або авіаінфраструктури, але й оцінка стану бізнес-середовища, а також рівня безпеки.

І хоча Україна поки у другій половині списку, опитані НВ експерти ринку впевнені: позитивна динаміка — це вже позитивний сигнал. «Враховуючи інформаційне тло, в якому країна живе останні п'ять років», певен Іван Ліптуга, керівник Одеської туристичної асоціації.

«Такі звіти [як у ВЕФ] переглядають бізнесмени, світові ЗМІ й інші авторитетні люди», — пояснює експертка Анна Романова, яка в минулому скликанні парламенту очолювала підкомітет із питань розвитку туризму.

«І про Україну в світі вже говорять інакше — не про бої та втрати, а про оновлення влади й економіки.» Цей факт відзначила Юлія Алексєєва, власниця туроператора Zabugor.com і менеджерка одного з проектів розвитку внутрішнього туризму. «Це ще не мейнстрім [зміна тональності згадувань України], але зрушення є», — зазначила вона.

Найбільше підтягнув Україну вгору в рейтингу ВЕФ показник «безпека» — він покращився одразу на 20 пунктів. Це значно більше за зростання інших врахованих експертами чинників, пояснили в Мінекономрозвитку.

Країна за останній рік ще й залишила топ-10 найнебезпечніших місць для подорожей у світі. Для туристичної галузі від цього один позитив. «Адже про нас часто думають, що тут війна йде на всій території», — запевняє Романова. Тепер в англійській новинній пресі повідомлень про надзвичайні події, пов'язаних з Україною, стало менше.

Свою позитивну роль у покращенні української позиції в рейтингу зіграв і розвиток авіаперевезень. У 2018 році на вітчизняний ринок вийшов найбільший лоукостер світу — RyanAir. А ще один масштабний і недорогий міжнародний перевізник — WizzAir — істотно розширив тут географію й кількість польотів. Так Україна стала доступнішою для іноземців, які відкрили в ній безліч недорогих задовольень на кшталт їжі й випивки, а також розмаїття кафе-ресторанів і вражаючі об'єкти культурної спадщини.

Показовою є ситуація з британцями. Кількість туристів із Туманного Альбіону подвоїлася після запуску декілька років тому кількох лоукост-авіарейсів. І за перше півріччя 2019 року, за даними Держприкордонслужби, Україну відвідали майже 60 тис. туристів з островів.

Активно — 116 тис. за шість місяців — цікавляться країною німці, яким тепер доступні одразу кілька маршрутів від RyanAir. До України ще частіше стали навідуватися і громадяни Туреччини: за півроку — майже 126 тис. туристів.

Просто тому, що авіакомпанії Turkish Airlines і Pegasus, які представляють цю країну, збільшили кількість польотів.

Заторік, за даними прикордонників, іноземці 14,2 млн разів перетинали кордон України. Цей показник можна порівняти з Польщею — 19,6 млн разів. А для Чехії рекордом стали 13,7 млн перетинів. Але частка мандрівників-відпочивальників у цьому потоці в Україні помітно менша, ніж у сусідніх із нею західних країнах, хоча вона і неухильно зростає.

За даними туристичного підрозділу Київміськдержадміністрації (КМДА), торік столицю відвідало 1,8 млн інтуристів. А якщо поточна динаміка збережеться, то за підсумками нинішнього року їх вже буде 2 млн. За перші 6 місяців 2019-го Київ уже відвідали майже 900 тис. іноземців.

І все ж чистих туристів могло бути і більше. Володимир Царук, директор Центру розвитку туризму України, наводить як приклад мандрівників із Молдови, потік яких у країну найбільший: «за перше півріччя молдовани перетнули кордон майже 1,8 млн разів. Але переважну більшість поїздок у даному разі здійснили люди, які прямували до Одеси на шопінг або на заробітки».

А ось більшість білорусів приїждять в Україну саме як туристи: за півроку з півночі прибуло майже 900 тис. таких гостей-відпочивальників. За підрахунками Віктора Пермякова, комерційного директора львівської компанії Tour U, «білоруси в цьому сезоні становлять до чверті туристів, які користуються послугами його компанії».

«Білорусь — вона зовсім поруч, рівень життя там зростає, а люди хочуть подорожувати», пояснює Олександр Лієв, керівник Асоціації індустрії гостинності України. Водночас до більшості країн білорусам потрапити складно. Ось вони і їдуть на південь, замінивши собою росіян, пояснює Царук: гостям із півночі цікаві як Львів і Трускавець, так і море в Затоці та на Херсонщині.

Але й російських мандрівників — йдеться про справжніх, а не про «их там нет», — у країні все ще вистачає: за півроку Україну відвідало понад 0,5 млн людей із паспортами РФ. Утім, серед них теж переважає нетуристична категорія — родичі тих, хто живе в Україні.

«Якщо ж звернутися до європейських країн, то з того боку найчастіше в'їжджають поляки — 514 тис. відвідувань за півроку. А ще на береги Дніпра зачастили — потік збільшився на 60% за три роки — ізраїльтяни. Втім, зростає й потік німців»: як нагадує Лієв, «вони — найбільш мандрівна нація у світі».

Найчастіше інтуристів, особливо старшого віку, в Україні цікавлять прояви спадщини Радянського Союзу, пояснює Царук. «Не варто все знищувати в рамках боротьби з радянським минулим, — каже він. — На цьому можна заробляти».

Авторитетний сайт про подорожі Lonely Planet рекомендує туристам відвідати столичний Хрещатик із його архітектурою сталінських часів і станції метрополітену, виконані в радянській естетиці. А також ознайомитися із будівлею колишнього КДБ (зараз — СБУ) на Володимирській, в якій колись знаходилося гестапо. А в британській пресі співвітчизникам, які їдуть в Україну, рекомендують відвідати в Києві пам'ятник Батьківщині-матері, Музей Чорнобиля і залишене місто атомників Прип'ять.

27-річний Шон Джонс із Вельсу торік поїхав у тур Східною Європою. Він заглянув і до України — аби побувати на місці катастрофи, що сталася у 1986 році на ЧАЕС. «Мені з ранніх років розповідали про те, що сталося у Чорнобилі», — зізнається Джонс. Та й його сусід у Вельсі колись приймав у себе радянських дітей, які постраждали від вибуху на атомній станції.

«Прип'ять» і «Чорнобиль» — ці два слова стали магнітом для багатьох західних туристів. За даними Мінекології, яка опікується зоною відчуження навколо ЧАЕС, у 2015 році місце аварії відвідало близько 10 тис. осіб, а торік — 70 тис. А всього за вісім місяців цьогоріч — уже 75 тис. Половина гостей закритої території — іноземці.

Одним із головних драйверів для зростального інтересу західних туристів став британо-американський серіал Чорнобиль, присвячений аварії на ЧАЕС. Він вийшов на початку 2019-го й отримав найвищий рейтинг серед серіалів усіх часів на глядацькому ресурсі IMDb.

Допоміг зоні залучити нових гостей і недавній указ президента про розвиток територій із радіоактивним забрудненням. Цей момент став знаковим, запевняє

Ярослав Ємельяненко, директор компанії Чорнобиль-Тур, що возить туристів до зони відчуження. У документі вперше на офіційному рівні прозвучало словосполучення «чорнобильський туризм». «На це позитивно відреагувала міжнародна спільнота, — розповів Ємельяненко. — Після указу до нас звернулися багато серйозних міжнародних туроператорів».

Ще один серіал, але вже український, сподіваються осідлати у своїх інтересах місцеві туркомпанії. Йдеться про телевізійну мильну оперу «Кріпосна», яка з величезним успіхом йде в Польщі. У тамтешніх ЗМІ прогнозують, що поляки ось-ось потягнуться в українське місто Ніжин, де відбуваються головні події костюмованої мелодрами з життя XIX століття.

У структурі вітчизняного ВВП туристична галузь займає менше 2%, водночас у масштабі світової економіки вона генерує більше 10% доходів, або \$8,8 трлн.

Україна могла б підтягнути значимість в'їзного туризму, але для цього треба розвивати не тільки самі об'єкти для відвідування або готелі. Необхідно будувати хороші автошляхи, удосконалювати супутню інфраструктуру, навчати іноземним мовам працівників сфери обслуговування. І підвищувати рівень сервісу, який часто все ще невисокий.

Всього лише рік зваженої «роботи над собою» дасть можливість Україні потрапити до топ-50 рейтингу ВЕФ. А за п'ятирічку країна цілком може увійти до двадцятки міжнародного списку.

Це не просто питання престижу, а й реальний приріст грошових надходжень. Інтуристи в середньому, за оцінками КМДА, витрачають на день до \$100–150. Із цих крапель утворюється серйозна річка: за 2017-й гості країни залишили в її економіці \$1,3 млрд, а наступного року — \$1,5 млрд. І це лише в сегменті безготівкових розрахунків: операції з готівкою навіть експерти не беруться оцінити.

За місцевими мірками подібні суми виглядають солідно. Але якщо поглянути на них хоча б із протилежного берега Чорного моря — з Туреччини, вони виявляться занадто скромними: до турецької економіки туристи щорічно

додають близько \$25 млрд. Тому місце в рейтингу — не підстава для заспокоєння: на переконання Романової, всього за рік виваженої роботи Україна може подвоїти фінансові надходження від інтуристів [48].



Таким чином, кожна держава, яка розвиває туризм, намагається досягти від його функціонування максимальної економічної ефективності. Організація рекреаційно-туристичної діяльності у правових рамках регулюється: нормативно-правовими актами реєстрації юридичних осіб, а також фізичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю; законодавчими актами про сертифікацію туристичних підприємств та ліцензуванням туристичної діяльності; податковим законодавством.

Стан ринку туристичних послуг визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в Україні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. З огляду на це, необхідним є побудова ефективного механізму державного регулювання туризму.

Для того, щоб туристична індустрія України як в цілому в державі, так і в окремих регіонах посіла провідне місце в економічному зростанні, необхідно вирішити на державному рівні ряд таких першочергових завдань:

- створити службу обліку й охорони туристичних ресурсів (складання карт туристичних ресурсів кожної області, оцінка їх у балах, визначення першочерговості їх освоєння, розробка системи заходів щодо охорони природних ресурсів і відновлення пам'ятників культури);

- створити службу визначення попиту та реклами туристичних послуг (особливості географічного положення, природних умов, унікальність культурної спадщини тощо зумовлюють необхідність визначення попиту і рекламування у кожному конкретному регіоні);

- розробити програми розвитку індустрії туризму кожної області та планів капітального будівництва й інвестування; вирішити питання підготовки туристичних кадрів (курси, технікуми, коледжі, інститути, університети) та управління підприємствами готельного господарства, харчування, виробництва;

- скоординувати роботу туристичних організацій з транспортними агентствами, культурними установами; обґрунтувати порядок, за яким підприємства індустрії туризму повинні відраховувати частину прибутку в місцеві бюджети на формування інфраструктури та благоустрою району;

- провести оцінку економічної ефективності туризму та рекреаційну оцінку територій; визначити території, сприятливі для туризму та лікування;

- розробити класифікацію місць відпочинку за ступенем значущості, природними умовами, функціональними ознаками, а також методи обґрунтування норм одночасного навантаження на різні природні комплекси [25; с. 75].

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми розвитку іноземного туризму

Іноземний туризм в Україні був започаткований ще за часів радянської влади у 30-ті роки минулого сторіччя. Свого часу в Радянському Союзі були досить поширені туристичні подорожі громадян союзних республік. Проте за роки незалежності держави Україна багато чого втратила в організації іноземного туризму, хоча ця галузь є досить перспективною для держави і влада має розвивати його, адже наша країна володіє достатнім рекреаційним потенціалом. Перші вітчизняні публікації, присвячені безпосередньо маркетингу туризму, з'явилися на початку 90-х рр. ХХ ст. Серед науковців, які досліджували маркетингові аспекти сфери туристичної діяльності, слід згадати таких, як Кудла Н., Правик Ю., Школа І., Мартинов І. та ін. [25; с. 92].

Метою дослідження є визначення основних проблем у сфері маркетингу туристичних послуг, а також розроблення практичних рекомендацій щодо їх ефективного вирішення. На сьогодні туристичне господарство генерує 11% ВВП країн світу, а туристична індустрія становить 4,2 %.

Незважаючи на досить велику кількість досліджень у сфері туристичних послуг, залишаються не вирішеними проблеми налагодження та розвитку потужного рекреаційного комплексу на достатньому рівні, для цього необхідно визначити ряд основних чинників, що перешкоджають розвитку туризму в Україні. Таку ситуацію спричинили: внутрішні, суто галузеві, а також зовнішні, переважно загальноекономічні та політичні чинники. Головні галузеві чинники такі:

- недостатній рівень розвиненості безпосередньо туристичної мережі та об'єктів туристичної інфраструктури (автомобільні дороги, залізниця, готелі, мотелі та ін.), їх невідповідність високим світовим стандартам;

- технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовували туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники про готелі, транспортні маршрути, туристичні фірми з переліком та вартістю послуг, які вони надають;

- низький рівень обслуговування, зумовлений відповідним загальним рівнем кваліфікації працівників галузі. В Україні на той час не було адекватної системи підготовки і перепідготовки кадрів для туризму, чітких, на рівні світових стандартів кваліфікаційних вимог;

- відставання темпів, навіть порівняно із середніми показниками в країнах СНД, нормативно-правового та організаційного забезпечення туристичної діяльності, яке значною мірою було зумовлене перманентною адміністративною реформою [31; с. 77].

Проблеми іноземного туризму в Україні

Сучасне інтегроване європейське суспільство диктує умови можливості бурхливого розвитку світового туризму. І, закономірно, постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. На сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним з найбільш важливих питань вітчизняної туристичної галузі. Адже туризм, за розрахунками фахівців, лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд доларів.

Незважаючи ще на досить нестабільну та загострену ситуацію на території України, все ж таки в останні роки спостерігаються певні позитивні тенденції щодо збільшення кількості в'їзних туристів. Щорічно Україну відвідують мільйони іноземців: хто у справах, хто провідати рідню, а деякі їдуть подивитися визначні пам'ятки.

За даними Укрінформ України, торік продовжилася тенденція збільшення кількості в'їзних туристів після дворазового падіння показника у 2014 році. Так, 2017 року Україну відвідало 14,6 млн іноземців, що майже на мільйон більше

порівняно з попереднім роком. У 2013-му році Україну відвідало 25 млн. іноземних туристів, а у 2014-му – 12,5 млн. Відтоді кількість приїжджих зростає [14; с. 22].

Для того, щоб краще зрозуміти негативні процеси, які відбуваються в галузі туризму, треба детальніше проаналізувати ситуацію, що склалася на ринку туристичних послуг. Незважаючи на широку “географію” туристів, які приїжджають в Україну, їх переважну частину (78 %) становлять туристи з колишнього СРСР, і насамперед з Росії, Білорусії та Молдови. Щодо інших країн, то найбільше Україну відвідують туристи з Німеччини та Польщі [6; с. 43]. При цьому частина іноземних туристів, які подорожували в туристичних групах, є доволі незначною, – лише 1,2 %. Більшість громадян, які, за існуючою класифікацією, розглядаються як іноземні туристи, фактично такими не є, а відвідують Україну зі службовими або приватними цілями (і зокрема, для ведення приватного бізнесу). Це водночас є яскравим свідченням недостатності розвитку в Україні організованого туризму.

Розвиток туристичної галузі України повинен ґрунтуватись на впровадженні інновацій у виробничо-господарський процес підприємств та організацій цієї сфери, що, своєю чергою, потребує інвестиційних вкладень. Загалом інвестиційна активність у туристичній сфері залежить від певних чинників, таких як:

- ступінь НТП;
- державне регулювання політики у сфері туризму;
- сума одержаного капіталовкладення та його подальше використання в економіці туристичної галузі.

Інвестиції у туристичній сфері потрібно розглядати в окремих та загальних обсягах інвестування (враховуючи інвестиції у суміжні галузі). Під інноваціями в туризмі необхідно розуміти системні заходи, які мають якісну новизну та призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стійке функціонування і розвиток галузі у регіоні. Так, ідея створення і реалізація туристичних проєктів, навіть якщо вони не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх

розвитку туризму і тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць та зростанню доходів населення. Ґрунтуючись на положеннях угоди про торгівлю послугами, в туризмі інноваційна діяльність розвивається за трьома напрямками [20; с. 76]:

- впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристичного бізнесу у системі та структурі управління;
- маркетингові інновації, що дають змогу охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на цей період часу клієнтів;
- періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і конкурентні переваги.

Основними напрямками інноваційної діяльності в туризмі є використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг, впровадження нових послуг з новими властивостями, зміни в організації виробництва і споживання традиційних туристичних послуг, залучення раніше не використаних туристичних ресурсів, виявлення і використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів [50]. Проте автори не вказують, за яким принципом була проведена класифікація. Розглянувши запропоновані варіанти, ми пропонуємо об'єднати і посилити підходи, структурувати основні напрями інноваційної діяльності залежно від того, до якого елемента вони зараховані (табл. 3).

Основні елементи туризму та напрямки їх розвитку в інноваційній діяльності

Таблиця 3

Елементи туризму	Напрямок розвитку елементів туризму в інноваційній діяльності
Туристичний продукт	- випуск нових видів туристичного продукту впровадження послуг з новими властивостями в традиційний туристський продукт зміни в організації виробництва традиційних туристичних продуктів
Сфери діяльності, пов'язані з	- виробництво інноваційних продуктів і послуг

туризмом	використання під час виробництва інноваційних продуктів і послуг нових туристичних ресурсів, раніше не використаних - навчання кадрів для реалізації і поновлення їх інтелектуального потенціалу, технологічного опрацювання процесу обслуговування - використання новітніх розробок і технологій
Організатор (юридична особа або приватний підприємець, який здійснює реалізацію туристичного продукту)	- діяльність туроператора з укладення і виконання договорів з третіми особами, що надають окремі нові або досконалені послуги, що входять в інноваційний туристичний продукт - організація реклами і збуту інноваційного туристичного продукту - збереження та посилення ринкових позицій досконалення системи управління, що сприяє переведенню взаємин на якісно новий рівень поглиблене використання телекомунікацій, створення та обробка баз даних
Учасник	- виявлення і використання нового споживача і нового ринку збуту турпослуг

Джерело: власна розробка автора на основі [27; с. 49]

Інноваційні зміни в туризмі створюють внутрішню енергію ефективного зростання. Ці зміни порушують збалансованість, але створюють основи подальшого розвитку, перехід системи в нову якість. Тому саме професійне введення інновацій у життя і є розвитком тієї або іншої галузі. Сучасні фахівці з розвитку суспільства стверджують, що жодна з проблем, з якою стикається в наші дні бізнес, не є важливішою і складнішою, ніж проблема нововведень. Крім чинників зовнішнього середовища, що стримують інноваційні процеси у розвитку туристичної галузі, багато чого залежить від внутрішнього середовища. До чинників внутрішнього середовища належить:

- політика і стратегія туристичного підприємства;
- наявність у колективі працівника-ініціатора;
- беззастережна підтримка інноваційних ідей з боку керівництва;

- всебічне сприяння експериментам на усіх рівнях і в усіх підрозділах туристичного підприємства;

- використання мотиваційних систем, які включають різні форми заохочення творчої та інноваційної діяльності;

- наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації нововведень;

- необхідний рівень фінансових можливостей;

- розвинені комунікаційні системи;

- організаційно-технічна готовність до реалізації нововведення, чітко спланована система управління персоналом, їх інтелектуальним потенціалом.

Для розвитку туризму в Україні необхідно виконати низку завдань, які полягають у такому:

- істотне нарощування мережі туристичних об'єктів і інфраструктури;

- підтримка малого підприємництва у туристичній сфері;

- розвиток міжнародної співпраці у галузі туризму;

- економічне стимулювання розвитку матеріальної бази, туристичної інфраструктури через залучення позабюджетних джерел, зокрема іноземних інвестицій для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів;

- вдосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, створення крайової інформаційно-довідкової системи туризму, проведення активної рекламної діяльності;

- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів;

- проведення необхідних наукових досліджень у сфері туризму;

- розвиток та підтримка приватного сектору.

Втілення цих завдань у реальність дасть змогу привабити як іноземних, так і національних туристів. Потрібно реконструювати і розширити мережі туристичних об'єктів і послуг. Допомогу повинні отримати й суб'єкти малого і середнього бізнесу. Приватний сектор становить незначну конкуренцію у готельній сфері підприємництва. За допомогою дрібних підприємців туристи

можуть справді відчуті колорит культури України, бути віддаленішими від навколишнього світу і водночас почувати себе у безпеці [7, с. 27-28].

Підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів, удосконалення туристичної інфраструктури та транспортних шляхів сполучення значно прискорило б розвиток вітчизняного туризму та привабило б більше туристів як з України, так із близького зарубіжжя. Такі дії привели б до збільшення інвестиційної привабливості вітчизняного сектору туризму. Відрегулювання та вдосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму полегшило б виконання поставлених цілей. Одним із важливих чинників привабливості інвестицій в інноваційну діяльність туристичної галузі є розроблення чіткої стратегії конкурентоспроможності України та підприємств. Крім того, усі компоненти та складові туристичної діяльності повинні піддаватися впливу науково-технічного прогресу. Тільки така взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання сфери туризму. У підсумку виграє той, хто раніше за всіх додасть своєму туристичному продуктові нові споживчі якості і властивості і зуміє зацікавити споживача цими новаціями. У процесі подальших досліджень, на основі результатів проведених досліджень, які дали змогу виявити особливості та проблеми розвитку сфери туризму, повинен бути розроблений організаційно-економічний механізм розвитку туристичної галузі. Цей механізм уможливив би ефективно керувати туристичною галуззю, тим самим забезпечив би рентабельність та конкурентоспроможність вітчизняної економіки загалом.

Але нещодавно було прийнято ряд документів, які позитивно позначилися на розвитку туристичної сфери та притоку іноземних туристів в Україну. Умови зростання обсягів в'їзного туризму такі: спрощення процедур перетину іноземними туристами українського кордону та умов їхнього перебування в Україні. Запровадження сертифікації, ліцензування та стандартизації у туристичній та суміжних сферах діяльності. Звичайно, необхідно моніторити ринок і постійно популяризувати країну в інших регіонах і континентах, тому що

традиційна наша аудиторія зосереджена у Центральній та Східній Європі, це в основному пострадянські країни, які звикли до нашого рівня сервісу [26; с. 154].

Загалом найбільша кількість іноземців (понад 1 млн) вїхала в Україну з країн-сусідів: Молдова – 4,4 млн, Білорусь – 2,7 млн, Росія – 1,5 млн, Польща – 1,1 млн, Угорщина – 1 млн. (мал. 1).



Однак, якщо дивитися на мету приїзду, то Росія стала лідером серед країн, громадяни яких приїжджали в Україну на постійне місце проживання. 2776 росіян

переїхали жити в Україну. А це аж 69% серед усіх іноземних іммігрантів, які отримали право на проживання в Україні.

Звідки в Україну приїжджають іммігранти					
Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього					
	Молдова, Республіка	4 435 664		США	153 778
	Білорусь	2 727 645		Азербайджан	96 031
	Російська Федерація	1 464 764		Італія	84 638
	Польща	1 144 249		Велика Британія	78 603
	Угорщина	1 058 970		Литва	75 622
	Румунія	791 116		Туркменістан	70 989
	Словаччина	366 249		Чехія	67 680
	Туреччина	270 695		Франція	61 000
	Ізраїль	261 486		Грузія	49 205
	Німеччина	209 447		Болгарія	41 738

Отже, можемо зробити висновки про те, що іноземний туризм в Україні є слабо розвинений і потребує дієвих рішень для його відновлення і підтримки з боку держави. Якщо б держава виділяла кошти на реставрацію архітектурних пам'яток, реконструкцію туристичних об'єктів, то туристична галузь почала б краще розвиватися. Однак досі рекреаційно-туристичний потенціал більшості областей України використовується недостатньо [51].

3.2. Стратегічні напрями розвитку іноземного туризму в Україні

Уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії

передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Реалізація акта передбачається за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей.

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

РОЗПОРЯДЖЕННЯ

від 16 березня 2017 р. № 168-р

Київ

Про схвалення Стратегії розвитку
туризму та курортів на період до 2026 року

1. Схвалити Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, що додається.

2. Міністерству економічного розвитку і торгівлі разом з іншими заінтересованими центральними та місцевими органами виконавчої влади щороку розробляти і затверджувати плани заходів щодо реалізації Стратегії, схваленої цим розпорядженням.

3. Визнати таким, що втратило чинність, розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088 “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів” (Офіційний вісник України, 2008 р., № 60, ст. 2041).

За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. У 2015 році

частка міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4 відсотка і становила 1184 млн. туристів.

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як "гаряча точка".

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів — це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

- ✓ забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;
- ✓ концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;
- ✓ створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;
- ✓ удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;
- ✓ сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;
- ✓ удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;

- ✓ запровадження інституту саморегулювальних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);
- ✓ розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;
- ✓ популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;
- ✓ розвиток туристичних територій.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Мета, стратегічні цілі та завдання Стратегії

Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

- ✓ створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;
- ✓ забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього

природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

- ✓ системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;
- ✓ удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;
- ✓ забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;
- ✓ організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Основними завданнями Стратегії є:

- ✓ здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;
- ✓ забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

- ✓ об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;
- ✓ гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:

- ✓ туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);
- ✓ послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);
- ✓ транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);
- ✓ туристичні інформаційні центри;
- ✓ музеї та галереї;
- ✓ театри, арени, клуби;
- ✓ конгрес-холи і конференц-центри;
- ✓ заклади громадського харчування;
- ✓ спортивні арени;
- ✓ торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
- ✓ ІТ-компанії;
- ✓ страхові компанії;
- ✓ медіа-компанії.

Територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме:

- ✓ північ, південь, схід, захід, центр;
- ✓ області;
- ✓ райони;
- ✓ територіальні громади;
- ✓ курорти;
- ✓ туристичні території.

Секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- ✓ міський туризм;
- ✓ екологічний (зелений);
- ✓ етнічний;
- ✓ сільський;
- ✓ культурно-пізнавальний;
- ✓ подієвий;
- ✓ медичний, лікувально-оздоровчий;
- ✓ гастрономічний;
- ✓ релігійний;
- ✓ гірський, спортивний, велосипедний;
- ✓ пригодницький та активний;
- ✓ науковий та освітній;
- ✓ круїзний та яхтовий;
- ✓ шопінг та розважальний туризм;
- ✓ інші пріоритетні види туризму.

Дорожня карта та напрями реалізації Стратегії

Основними напрямками реалізації Стратегії за напрямом “Безпека туристів”

є:

Забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом:

- ✓ надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі;
- ✓ створення “гарячої” телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;
- ✓ проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах;
- ✓ посилення відповідальності суб’єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг.

За напрямом “Нормативно-правова база сфери туризму та курортів”

Імплементация законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом:

- ✓ розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України “Про туризм” та “Про курорти”;
- ✓ розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації), заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії (щодо створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії);
- ✓ приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів та впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
- ✓ візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України;
- ✓ актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів;

- ✓ розроблення і затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном.

Гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом:

- ✓ забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів;
- ✓ впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсоводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо;
- ✓ визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів.

Лібералізація та ефективне регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом:

- ✓ скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку;
- ✓ скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення;
- ✓ створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів.

За напрямом “Розвиток туристичної інфраструктури”

Забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- ✓ проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;
- ✓ підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;
- ✓ участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;
- ✓ визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;
- ✓ забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.

Забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом:

- ✓ регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);
- ✓ створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;
- ✓ збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;
- ✓ проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних чинників на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення;
- ✓ сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту.

За напрямом “Розвиток людських ресурсів”

Удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом:

- ✓ комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб;
- ✓ гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму та курортів, і стандартів професійної підготовки;
- ✓ затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;
- ✓ залучення населення до популяризації туризму;
- ✓ забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму та курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок шляхом;
- ✓ заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму та курортів за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні.

За напрямом “Маркетингова політика розвитку туризму та курортів
України”

Формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

- ✓ розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту;
- ✓ маркетингового просування офіційного туристичного бренду України;

- ✓ створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу “Відвідай Україну” (“Visit Ukraine”) із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України;
- ✓ розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави;
- ✓ презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо;
- ✓ становлення інституту саморегулювальних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації).

Формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів, що сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом:

- ✓ створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території);
- ✓ створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об’єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів;
- ✓ забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів.

Механізми та інструменти реалізації Стратегії

Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного,

економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання.

Основними складовими організаційного механізму є:

- ✓ план заходів з реалізації Стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей Стратегії шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;
- ✓ цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів;
- ✓ договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом:

- ✓ використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;
- ✓ надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції;
- ✓ сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі;
- ✓ впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків

та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом.

Обсяг фінансування Стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

Моніторинг реалізації Стратегії

Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Крім того, проводиться постійне порівняння результатів її реалізації у частині досягнення цілей Стратегії та регіональних стратегій розвитку.

Реалізація положень Стратегії, виконання плану заходів, моніторинг стану їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Моніторинг реалізації Стратегії проводить Мінекономрозвитку. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Інститути громадянського суспільства здійснюють контроль за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації Стратегії, зокрема шляхом проведення громадської експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів з питань розвитку сфери туризму та курортів.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування планів заходів з реалізації Стратегії.

Показники реалізації Стратегії

Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі.

За результатами реалізації Стратегії необхідно досягти таких контрольних показників:

Найменування показника розвитку	За роками				Примітка
	2015	2019	2022	2026	
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	за вихідні показники взято показники 2015 року
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
5. Кількість робочих місць у сфері туризму,	88	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	

тис. Осіб					
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. Осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників:

- ✓ збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році;
- ✓ збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році;
- ✓ забезпечення діяльності інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);
- ✓ функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;
- ✓ впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
- ✓ заснування десяти туристичних представництв за кордоном;
- ✓ лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

Очікувані результати

Реалізація Стратегії дасть змогу:

- ✓ підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;
- ✓ підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

- ✓ створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;
- ✓ створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [52].

Україна стає все цікавішою для іноземних туристів – про це свідчить зростаюча статистика відвідування нашої країни 2015-2018 років

За даними Мінекономрозвитку, уже в 2016-му Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію. Ми обійшли Ірландію, Швейцарію, Сингапур та іще півтори сотні держав, про що повідомив BusinessViews. А в 2017-му, за даними Світового банку, ми успішно перемістилися на 25 позицію. В 2018-му ми цю позицію, за попередніми оцінками, зберегли. Звернувши увагу на такі привабливі показники, Укрінформ не міг не поцікавитися детальніше – скільки ж і звідки найбільше до нас приїздить іноземних туристів та що вони поспішають побачити.

За останніми даними Світового банку, за 2017 рік Україну відвідали 14,2 мільйони іноземних туристів. Це більше за кількість туристів у Сингапурі, Данії, Ісландії, Чехії, Швейцарії, Норвегії, Австралії, Швеції, Новій Зеландії та ще безлічі інших країн, які відомі давньою історією, унікальними пам'ятками та красивою природою. Звісно, Франція з її Парижем та Ейфелевою вежею так і продовжує залишатися найпопулярнішою країною у світі, до якої приїхало 86,8 мільйонів мандрівників. Далі за нею у рейтингу Іспанія та США, які прийняли по 81 млн та 77 млн туристів відповідно.

Цифри світового банку збігаються і з даними Держстату за 2017-й рік, який зафіксував, що порівняно з 2016-м іноземних туристів побільшало майже на мільйон – з 13,3 млн до 14,2 млн. Практично такі ж цифри наводить і Мінекономрозвитку, щоправда там вже знають про кількість іноземних відвідувачів і за 2018-й рік, відмічаючи, що показник в'їзного туризму залишився на рівні 2017 року – тобто трохи більше 14 мільйонів.

Щоправда, за словами керівника Центру розвитку туризму Володимира Царука, підрахувати реальну кількість іноземців, які приїздили до України як туристи, досить складно. “У нас все ще залишається радянський принцип підрахунку, який виходить з даних Держприкордонслужби про перетин кордону іноземними громадянами. Тобто є велика кількість тих, хто побував в Україні просто транзитом, або тих, хто приїздить до нас за певними товарами. У сусідній Польщі, приміром, інший принцип – там всі готелі, хостели тощо звітуються про кількість іноземних відвідувачів, які провели в апартаментах хоча б одну ніч. Це, звісно, дає змогу говорити про більш точну статистику”, – говорить Володимир Царук.

Традиційно лідерами за відвідуванням України є прикордонні країни – Молдова (4,4 млн за 2018 рік), Білорусь (2,6 млн), Росія (1,5 млн), Польща (1 млн), Угорщина (915 тис.), Румунія (740 тис.). Але дійсно, як відмітив раніше голова Центру розвитку туризму, тут потрібно розуміти, що ці дані опираються на кількість перетинів кордону, коли буває й таке, коли одну й ту ж людину фіксують на кордоні декілька разів. Особливо це показово на прикладі Молдови, населення якої станом на 2017-й рік складає 3,5 мільйони людей. Тобто велика кількість туристів з прикордонних країн – не обов’язково є показником туристичної привабливості, а, як це часто буває, – маркером тісних родинних, бізнесових, торгових зв’язків з потребою відвідувати сусідню країну.

Але у звіті Мінекономрозвитку показова інша туристична тенденція за минулий рік: відвідування України громадянами з не прикордонних країн зросло, і причому відчутно. Великобританії – на 47,3%, Китаю на 38,8%, Литви на 23,4%, Ізраїлю на 21,7%, США на 19,7%, Чехії на 16,0%, Італії на 15,4%, Німеччини на 13,3%, Франції на 9,2%, Болгарії на 7,9%. У Мінекономрозвитку такі зміни пояснюють активізацією просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення.

Водночас є ще одна хороша тенденція. За підсумками 2018 року сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% – до 4,2 мільярда гривень. Це – загальні витрати на туризм як іноземних мандрівників, так і наших громадян, які відпочивали в Україні. Сюди включено і надходження туристичного збору, які теж зросли на 29,2% і склавши 90,7 мільйона гривень.

Найбільш відвідуваним місцем серед іноземних туристів є Карпати, а також Київ, Львів, Одеса, Чернігів. Володимир Царук відмічає, що іноземців, які приїждять в Україну як туристи, передусім цікавить гастрономічний туризм, а на другому-третьому місці для них – визначні місця та розваги, хоча звісно, свою роль тут відіграють унікальні особливості кожного регіону, куди приїждять іноземні мандрівники.

А от початок туристичний сезону 2019 року виявився дещо несподіваним для в'їзного туризму, про що розповіла голова правління Української асоціації гідів Яніна Гаврилова: “Представники готелів стверджують, що січень-лютий були дуже слабкими за туристичним потоком іноземних відвідувачів. Ті хто планував відвідувати та бронював раніше – відмовлялися, проте зараз ситуація вже краща”.

Про те, що Україна стає все популярнішою серед іноземних відвідувачів свідчить і те, що CNN, одна з найвідоміших телекомпаній світу, склала окремий рейтинг з топ-11 туристичних міст України. До нього ввійшли Львів, Чернівці, Умань, Київ, Переяслав-Хмельницький, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський. “В Україні є безліч прекрасних місць з великою кількістю туристичних заходів. І хоча відвідування деяких регіонів рекомендується уникати через наявність там сепаратистів, та велика частина цієї величезної країни відкрита для турбізнесу. Жваві міста, стародавні замки, приголомшлива сільська місцевість, різноманітність ландшафтів та гостинність – все це робить Україну особливим місцем, незалежно від її проблем”, – пишуть

укладачі рейтингу. У Києві вони рекомендують відвідати два об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО – Києво-Печерську Лавру (Монастир печер) і Софійський собор, а також Андріївський узвіз і Будинок з химерами. Львів називають “культурною столицею України з найбільш приголомшливою архітектурою в країні”, а Чернівці – “перлиною Західної України” і “Маленьким Віднем” [53].

ВИСНОВКИ

У результаті опрацювання значної кількості наукової літератури та джерел автор дійшов наступних висновків.

Україна має вигідне географічне положення та необхідні ресурси для розвитку різних видів туризму. Наша країна має надзвичайно високий рекреаційно-туристичний потенціал, що надає їй значні можливості для стрімкого розвитку туризму. Цьому сприяють як забезпеченість природними ресурсами, так і наявність численних пам'яток історії та культури.

Туризм є невід'ємною ланкою продуктивного розвитку економіки країни. Значення туризму в макроекономічному вимірі показує, чому інвестиції в туризм є рентабельними. З одного боку туризм є важливим джерелом податкових надходжень, з іншого – потужним фактором на ринку праці.

Проаналізувавши ситуацію в туристичній галузі України, я спробувала виокремити її головні проблеми та спробувала знайти альтернативний шлях виходу з кризи. Звичайно, така робота є далекою від висновків та думок справжніх фахівців та експертів в цій галузі. Але, незалежно від рівня фахової підготовки, на сьогоднішній день є декілька речей, очевидних, мабуть, кожному громадянину України. Найважливіше з них – аби досягти успіху слід докласти загальних зусиль до розв'язання проблеми. Це мають бути не лише викладені на папері думки законодавців з приводу того, якою б вони хотіли бачити галузь туризму у майбутньому, а конкретні вчинки з їх боку. І починати слід не тільки з економічних та законодавчих нюансів. Так, на сьогодні можна говорити про деяке покращення загальної ситуації. Так, спостерігається певна зацікавленість іноземних інвесторів. Розпочато реконструкцію ряду київських готелів; в Карпатському регіоні почала свою діяльність з розвитку туристичної галузі міжнародна організація TACIS; британський фонд “Ноу-хау” взяв на себе витрати на відновлення туристичних об'єктів Львова.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Але не можна зупинятися на досягнутому. Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому.

Незважаючи на складну ситуацію в Україні, внутрішній туризм розвивається. Внутрішні потоки туристів можна значно збільшити навіть в умовах економічної кризи, але цього можна досягти за умови, якщо власники туристичних об'єктів закріплять середні ціни минулих років. Тоді це зможе активізувати попит на внутрішні туристичні маршрути та відвернути відпочиваючих від недешевих закордонних поїздок.

Зростаючий попит на туристичні послуги звичайної якості породив масовість їх виробництва, у результаті чого надання послуг і реалізацію товарів для туристів поставлено "на конвейер". З'явилися різноманітні підприємницькі структури і суспільні інституції, що виготовляють різні компоненти для формування й реалізації турпродукту. Це викликало необхідність сертифікації та стандартизації у сфері туристичної діяльності, гармонізації вітчизняних стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами та правилами, що стосуються вимог до об'єктів туристичних відвідувань, взаємодії туроператорів, раціонального використання обмежених туристичних ресурсів, якості туристичних послуг. Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації, стосуються безпеки для життя та здоров'я людей, захисту їхнього майна та охорони довкілля. Порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України.

На основі здійсненого моніторингу, автором визначено місце України в глобальних туристичних потоках. Наша країна надзвичайно багата на туристичні ресурси і може бути досить привабливою для іноземних інвесторів. Але на жаль туристична інфраструктура країни недостатньо розвинена для цього, тому перш за все необхідно повністю модернізувати всі готельні, ресторани заклади. Звичайно

такі заходи потребують немалих витрат, але враховуючи останню статистику, ми можемо казати про те, що наша країна зможе досягти своїх цілей та вивести себе на більш високе місце в туристичних потоках.

В даний час індустрія туризму є однією з найбільших динамічних форм міжнародної торгівлі та послуг. За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі.

Міжнародний туризм входить до числа трьох найбільших галузей, поступаючись нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню.

Україна має вагомі об'єктивні передумови, щоб увійти до групи країн із високорозвинутою індустрією туризму.

Україна володіє значним природним рекреаційно-туристичним потенціалом: сприятливими кліматотерапевтичними умовами, привабливими рівнинними, гірськими й аквальними (морськими та річковими) ландшафтами, багатою флорою фауною.

На території України створено розгалужену туристично-рекреаційну інфраструктуру, особливо в приморських областях та в Карпатах, але вона не відповідає світовим стандартам, фізично й морально застаріла.

Рекреаційно-туристична галузь складається з лікувальної, спортивно-оздоровчої, відпочинкової складових, кожна з яких має свої специфічні особливості.

Загалом структура туризму в Україні дуже своєрідна. Його істотну частину (близько 43%) займає відпочинок на курортах і в інших рекреаційних зонах. У той же час сільський, оздоровчо-спортивний, мисливський та інші види складають лише 9%.

Тенденції розвитку туризму в Україні протягом декількох останніх років дозволяють виділити кілька суттєвих моментів: по-перше, в національному

туризмі високою є частка виїзного туризму; по-друге, з боку держави підтримка вітчизняного туризму носить декларативний характер; по-третє, зростає диспропорція між ресурсним забезпеченням і ступенем його використання; по-четверте, розвиток нових видів туризму урізноманітнив національний туристичний продукт [34].

Реалізація основних напрямів перспектив стимулюватиме туристську діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. А це, у свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристських послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристської галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Активна туристична політика, спрямована на стабілізацію споживчого ринку, комплексно-пропорційний розвиток індустрії туризму сприяють інтенсифікації внутрішнього туристичного ринку, посиленню участі країни в регіональному та світовому туристичному процесі. Перспективними, відповідно до сучасних тенденцій зміни мотиваційної орієнтації у формуванні попиту на європейському ринку, є субринки екологічного, курортно-лікувального напрямків туризму, та субринок комбінованих (ріка - море) круїзних турів. Релігійні ресурси, представлені християнськими, іудаїстськими та іншими святинями, що становлять мотиваційну цінність паломницьких турів як в межах країни, так і на міжнародному ринку, є основою розвитку сегменту релігійного туризму. Нарешті, транзитне географічне положення країни на перетині основних євразійських транспортних коридорів потребує створення інфраструктури автотуризму і розвитку даного ринкового сегменту [33].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдуразакова Я. М. Сучасний міжнародний туризм: тенденції та перспективи / Я. М. Абдуразакова. – Вестн. АГТУ. Сер. : Економіка. – 2016. – № 2. – 366 с.
2. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Знання України, 2015. – 278 с.
3. Актуально // Новини турбізнесу. – 2015. – №21. – 154 с.
4. Александрова А. Ю. Международный туризм: учеб. / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 470 с.
5. Антонюк Н., Краєвська О. Перспективи розвитку європейського туризму на 2014-2020 роки / Н. Антонюк, о. Краєвська // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2014. – Вип. 34. – 141 с.
6. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму / Г. Бак // Наукові записки. – 2018 – №2. – 56 с.
7. Балабанов І.Т. Курс інноваційного менеджменту: підручник. – К., 2015. – 301 с.
8. Безносок В. М. Куди зник турист-2 //Голос України. – 2017. – 150 с.
9. Близнюк А.М. Координація дій на обласному рівні місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування у сфері туризму та суб'єктів підприємництва / А.М. Близнюк, Н.Й. Коніщева, Л.І. Давиденко // Вісник ДІТБ. – 2015. – № 9. – 85 с.
10. Богуш Л.Г. Підходи до формування стратегії розвитку туристичної індустрії в Україні / Л.Г. Богуш // Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. – К.: Кармаліта, 2014. – Вип. 5. – 155 с.
11. Давидова О.Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід / О.Г. Давидова // Ефективна економіка. – Вестн. АГТУ. Сер. : Економіка. – 2016. – № 3. – 366 с.
12. Кальченко О.М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України. // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К., 2016. – Вип 3. – 163 с.

13. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Кифяк В.Ф. – Чернівці: Зелена Буковина, 2013. – 400 с.
14. Кожухівська Р.Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку / Р.Б. Кожухівська // Вісник Донецького національного університету, сер. Економіка і право. – 2014. – Вип.1. – 186 с.
15. Козловский Е.В. Иностранный опыт регулирования международного туризма и его использование в Украине / Е.В. Козловский // Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. – К.: Центр навч. літератури, 2017. – 344 с.
16. Кравчук І. П. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження / І. Кравчук // Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2018. Вип. 24. – 141 с.
17. Краєвська О. Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної політики ЄС / Краєвська О.Ю., Присяжнюк Г. Ю. // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2012. – Вип. 29. – Ч. 1. – 178 с.
18. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: ЦУЛ, 2015. – 171 с.
19. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. / – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 272 с.
20. Новіков В.С. Інновації в туризмі. – М.: Академія, 2017. – 208 с.
21. Огляд Державної програми розвитку дорожнього сектору України [Текст]. – К.: Державна служба автодоріг України. – 2016.
22. Паламарчук М.М., Паламарчук О.М. Економічна і соціальна географія України з основами теорії [Текст] /. – К.: Знання, 1998. – 416 с.
23. Поклонский Ф.Е. Развитие государственного регулирования деятельности предприятий / Ф.Е. Поклонский // Вісник ДІТБ. – 2015. – № 9. – 226 с.

24. Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 50. – Ст. 2600. – 55 с.
25. Смаль І.В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку / І.В. Смаль // Тур.-краєзн. досл.: зб. наук. пр. – К.: Кармаліта, 2014. – Вип. 5. – 134 с.
26. Соловйова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (європейський досвід) / О. Соловйова П.Р. Пуцентейло Монографія / Вишневська О. О. – Харків: ХНУ імені Каразіна В. Н., 2017. – 296 с.
27. Соловйов Д.І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д.І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016 – №1(9) – 173 с.
28. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: моногр. / Т.І. Ткаченко. – К.: Київський нац. торг.-економі. ун-т, 2016. – 537 с.
29. Туризм в Україні [Текст]. – К.: Держкомстат, 2018. – 217 с.
30. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні К.: Вища школа, 2012. – 195 с.
31. Федорченко В.К. (ред.), Малюга Л.В. (упоряд.). Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / Київський ун-т туризму, економіки і права / – К.: Юрінком Інтер, 2016. – 134 с.
32. Школа І.М., Ореховська Т.М., Козьменко І.Д. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / та ін. – Чернівці: Книги–ХХІ, 2015. –596 с.
33. Туризм як сфера господарської діяльності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5118335/page:3/>
34. Класифікація, види й форми туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://infopedia.su/6x37b4.html>

35. Світовий досвід розвитку сфери туризму та перспективи його впровадження в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://visnyk-onu.od.ua/journal/2016_21_3/06.pdf
36. Туристична політика країн Європейського Союзу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mytrevel.org.ua/strany/turisticheskaya-politikastranetropejskogo-soyuza.html>.
37. Матеріали виїзного засідання Комітету Верховної Ради України з питань сім"1, молодіжної політики, спорту та туризму у Львівській області на тему: «Актуальні питання розвитку туристичної та курортної інфраструктури на прикладі Львівщини». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://komsport.rada.gov.ua/komsport/control/uk/index..>
38. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (європейський досвід) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com>.
39. Зовнішньоекономічна діяльність в туризмі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5081194/>
40. Основні тенденції в'їзного туристичного потоку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/gabchak3.htm
41. Розвиток туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourism-book.com/pbooks/book-11/ua/chapter-807/>
42. Закон України “Про туризм”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
43. За даними сайту – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.hotelresort.com.ua
44. Потенціал розвитку в'їзного туризму в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/vt4-3-5.htm

45. За матеріалами сайту – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
46. За матеріалами сайту – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukravtodor.gov.ua
47. За матеріалами сайту – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rbc.ua/ukr/newsline/2008/07/01/
48. В зоні особливого тяжіння. Завдяки чому зростає кількість іноземних туристів в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/biz/markets/inozemniy-turizm-ukrajina-pidnyalasya-v-reytingu-turistichnoji-privablivosti-novini-ukrajini-50047420.html>
49. Аналітична довідка про роботу туроператорів та турагентів за 2018 рік. Державна служба туризму і курортів Міністерства культури і туризму України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>.
50. Офіційний веб-сайт Всесвітньої туристичної організації ЮНВТО. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf.
51. Звідки в Україну приїжджає найбільше іноземців – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://24tv.ua/ne_rosiya_zvidki_v_ukrayinu_priyizhdzhaye_naybilshe_inozemtsiv_n9274
52. Розпорядження про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
53. В туризмі Україна не пасе задніх. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>