

УДК 338.48:342.7

**Опанасюк Н.А.***кандидат юридичних наук, доцент  
Київського національного торговельно-економічного університету***Охріменко А.Г.***кандидат економічних наук, доцент  
Київського національного торговельно-економічного університету***ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ  
ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ****ORGANIZATIONAL AND LEGAL PRINCIPLES OF DEVELOPMENT  
OF DOMESTIC TOURISM IN UKRAINE****АНОТАЦІЯ**

Стаття присвячена обґрунтуванню організаційних та правових засад розвитку внутрішнього туризму в Україні. У ній розкрито сутність внутрішнього туризму, проведено аналіз законодавчого регулювання розвитку внутрішнього туризму в Україні. На основі статистичної звітності проведено оцінку обсягів внутрішніх туристичних потоків за 2000-2013 рр. Обґрунтовано переваги та недоліки внутрішнього туризму для різних контактних аудиторій. Узагальнено проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні.

**Ключові слова:** організаційно-правові засади, внутрішній туризм, види внутрішнього туризму за метою, внутрішній туристичний потік, державне регулювання туризму, законодавство про туризм.

**АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена обоснованию организационных и правовых основ развития внутреннего туризма в Украине. В ней раскрыта сущность туризма, проведен анализ законодательного регулирования развития туризма в Украине. На основе статистической отчетности проведена оценка объемов внутренних туристических потоков за 2000-2013 гг. Обоснованы преимущества и недостатки внутреннего туризма для различных контактных аудиторий. Обоснованы проблемы и перспективы развития туризма в Украине.

**Ключевые слова:** организационно-правовые основы, внутренний туризм, виды туризма по цели, внутренний туристический поток, государственное регулирование туризма, законодательство о туризме.

**ANNOTATION**

The article is devoted to substantiation of organizational and legal principles of domestic tourism in Ukraine. It reveals the essence of domestic tourism, the analysis of legal regulation of domestic tourism in Ukraine. Based on the statistical reporting an assessment of the domestic tourist flows for 2000-2013 years. The advantages and disadvantages of domestic tourism for different contact audiences. The problems and prospects of development of domestic tourism in Ukraine generalized.

**Keywords:** organizational and legal principles, domestic tourism, types of domestic tourism, domestic tourist flow, state regulation of tourism, legislation of tourism.

**Постановка проблеми.** Складна соціально-економічна та політична ситуація в Україні впливає на усі сфери економіки й суспільного життя, не виключенням є й туризм, який досить чутливий до будь-яких змін. Незважаючи на низку досить позитивних заходів, спрямованих на покращення туристичного іміджу України в останні роки (проведення Євро-2012, Революція гідності, що засвідчила демократичні

прагнення значної частини громадян країни, певні промоційні заходи), вони, на жаль, нівелювалися негативними політичними подіями, пов'язаними з тимчасовою окупацією Російською Федерацією території Автономної Республіки Крим, проведенням Антитерористичної операції на частині території Донецької й Луганської областей, локальними терористичними актами й діями на іншій території нашої країни. Тому, очікувано, розвиток іноземного туризму за таких умов для нашої країни є досить проблематичним і потребує надзусиль. Натомість, з'являються об'єктивні та суб'єктивні чинники для розвитку внутрішнього туризму, що, з одного боку, сприятиме певній стабілізації соціально-економічної напруженості в країні, а з іншого – може стати потужним синергетичним інструментом і, водночас, сигналом для розвитку в'їзного (іноземного) туризму.

Ще одним аспектом, що певною мірою сприятиме переорієнтації туристичних підприємств на внутрішній туризм і який дедалі буде посилюватися, є припинення («консервація») діяльності або банкрутство потужних туристичних операторів, орієнтованих на виїзний туризм. Основні чинники, що вплинули на загострення цих проблем, пов'язані, у першу чергу, з різким зниженням попиту на відповідні тури через погіршення платоспроможності потенційних споживачів і станом валютного ринку в нашій державі. Тому проблеми функціонування й розвитку внутрішнього туризму є досить актуальними й потребують відповідного реагування та якнайшвидшого вирішення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Здебільшого в науковій літературі внутрішній туризм розглядається в межах досліджень загальних процесів розвитку туризму. Окремі аспекти розвитку внутрішнього туризму розглянуто в працях О.М. Бейдика, О.О. Любіцевої, М.М. Мальської, Г.П. Науменка, С.І. Поповича, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко та ін. Можна констатувати, що аналіз проблем розвитку внутрішнього туризму характерний в основному для вчених-географів. Крім того, у багатьох роботах

звертається увага суто на практичні аспекти розвитку внутрішнього туризму, аналіз статистичних даних, хоча, водночас, і недостатньо теоретичних напрацювань.

**Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми.** З метою системного та більш ґрунтовного дослідження різноманітних аспектів, що є характерними виключно для внутрішнього туризму, та з метою планування й організації його подальшого розвитку, постає необхідність у дослідженні процесів і явищ, пов'язаних суто з внутрішнім туризмом. Крім того, саме на сучасному етапі внутрішній туризм є досить актуальним і затребуваним. Основними складовими, що не отримали значної уваги науковців є виявлення відмінних характеристик, переваг, регіональної диференціації видів внутрішнього та особливостей організаційно-правових засад його розвитку.

**Формулювання цілей статті.** На основі викладеного можна сформулювати дослідження, що полягає в обґрунтуванні організаційних та правових засад розвитку внутрішнього туризму в Україні. Відповідно до цього поставлено такі задачі: 1) розкриття сутності внутрішнього туризму; 2) аналіз правового регулювання розвитку внутрішнього туризму в Україні; 3) дослідження процесу організації функціонування внутрішнього туризму; 4) оцінка обсягів внутрішніх туристичних потоків; 5) виявлення проблем і перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туризм, як досить специфічна сфера господарської діяльності, суспільного життя, міжнародних відносин, може розглядатися з різних аспектів. Відповідно, класифікацій видів і форм туризму є багато, вони досить різнобічні та відрізняються за глибиною й змістом охоплення. Одним з найбільш використовуваних виокремлень видів туризму є його ідентифікація за спрямованістю туристичних потоків, згідно з якою загально визначеними видами туризму є виїзний (зарубіжний), в'їзний (іноземний) та внутрішній. У науковій та аналітичній літературі існують також англійські трактування назв цих напрямів: аутгоінг (outgoing), інкамінг (incoming), інсайдинг (insiding), проте розуміння їх сутності це не надто змінює.

З метою визначення внутрішнього туризму використаємо документи Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), зокрема Допоміжний рахунок туризму (Tourism Satellite Account), що забезпечує загальну концептуальну основу вивчення туристичного сектору, а також у ньому зазначається система понять, класифікацій, визначень, таблиць і агрегатів системи національних рахунків, міжнародних стандартів для систематичного опису національної економічної діяльності з функціональної точки зору. Згідно із зазначеним документом, «внутрішній туризм включає діяльність відвідувачів-резидентів у межах певної країни (як частина внутрішньої

туристичної поїздки або частина виїзної (зарубіжної) туристичної поїздки)» [8, с. 15].

Подібне визначення подається й в Методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженій спільним наказом Держтурадміністрації та Держкомстату України від 12 листопада 2003 року: «внутрішній туризм – це поїздки відвідувачів-резидентів за межі свого звичайного середовища, але в межах своєї країни (подорожі в межах України осіб, які постійно проживають в Україні)» [1].

На основі аналізу існуючих в українській науковій літературі трактувань сутності внутрішнього туризму, впливає, що більшість визначень містять певну спільну основу, і не відрізняються кардинально протилежними баченнями. Так, до основних ознак, що характеризують сутність внутрішнього туризму, можна віднести:

- просторово територія тимчасового виїзду особи з місця постійного проживання, надання та отримання послуг внутрішнього туризму обмежується кордонами країни;

- споживачами послуг внутрішнього туризму країни є її громадяни;

- правові відносини між об'єктами й суб'єктами послуг внутрішнього туризму регулюються національним законодавством країни.

Отже, внутрішній туризм – це туризм у межах території країни осіб, які постійно в ній проживають.

Проте, досить важливим аспектом, при виявленні сутності внутрішнього туризму є те, що підприємствами, які надають послуги з внутрішнього туризму, є виключно підприємства-резиденти. Досить часто до внутрішнього туризму можуть бути залучені й іноземні компанії, які зареєстровані відповідно до законодавства країни провадження такої діяльності:

- міжнародні туристичні оператори;
- авіакомпанії, як приклад, можна навести іноземну авіакомпанію Wizzair, що здійснює польоти між містами України; крім того, є пропозиція від Державіаслужби України зобов'язати авіакомпанії, що претендують на здійснення польотів з України до інших країн здійснювати декілька внутрішніх рейсів;

- тимчасові засоби розміщення (проживання), до яких у першу чергу варто віднести окремі готелі міжнародних готельних мереж, що підпорядковуються безпосередньо головним офісам;

- страхові компанії тощо.

Відповідно, у даному випадку варто підкреслити наявність певної невідповідності між такими науковими категоріями як «внутрішнє туристичне споживання» та «внутрішній туризм», оскільки внутрішній туризм є більш широким за змістом.

До учасників відносин у системі внутрішнього туризму можна віднести:

- споживачів туристичних послуг;
- органи державної влади та місцевого самоврядування;

– суб'єкти туристичної діяльності (туристичні оператори та туристичні агенти, що формують і реалізують туристичний продукт; підприємства-виробники туристичних, супутніх і суміжних послуг різного рівня; об'єкти туристичного показу та відвідувань (історичні, культурні пам'ятки, природні ресурси тощо)).

Крім зазначених ознак, необхідно вказати на відмінні характеристики та переваги, що відрізняють внутрішній туризм від виїзного та в'їзного, які можна згрупувати в певні напрями (економічні, соціальні, правові, культурні, технологічні), які також можуть стосуватися як окремих туристів, так і підприємств, що надають туристичні послуги, а також регіонів і держави в цілому (табл. 1).

Внутрішній туризм є досить поширений у країнах світу. Так, у дослідженні, виконавчого директора ЮНВТО Ф. Пірета (F. Pierret, 2011) мова йде про те, що «внутрішній туризм (domestic tourism) з історичної точки зору, насправді перша форма туризму, і в сучасній практиці на нього, як і раніше, припадає значна частина туристичної діяльності: з 4,8 млрд туристів на рік 83% є внутрішніми туристами. За оцінками економістів ЮНВТО на внутрішній туризм глобального рівня припадає: 73% від загального обсягу ночівель; 74% прибуттів і 69% ночівель в готелях; 89% прибуттів і 75% ночівель в інших тимчасових засобах розміщення [7].

Щодо тенденцій динаміки обсягів туристичних потоків внутрішнього туризму в Україні, то

Таблиця 1

## Групування переваг внутрішнього туризму для різних контактних аудиторій

	Для споживача	Для підприємств, що надають послуги	Для регіонів і держави в цілому	
Економічні	Порівняно низька вартість туристичного продукту в цілому та окремих послуг, зокрема (у т.ч. послуг підприємств-партнерів)		Посилення позитивних зрушень різноманітних економічних процесів (доходів різних суб'єктів, бюджетні надходження, інвестиції, розвиток підприємництва)	
	Відсутність потреби в необхідності врахування валютного курсу та обміні валюту		Можливості отримання інвестицій на потреби культурного характеру, збереження спадщини	
		Відсутність потреби в додаткових витратах для комунікацій із зарубіжними партнерами	Каталізатор розвитку іноземного туризму й загалом господарських процесів	
		Використання в розрахунках національної грошової одиниці		
		Краща прогнозованість бізнесу, менша чутливість до впливу різних негативних факторів		
Соціальні	Розуміння різноманітних процесів суспільного життя й, відповідно, менша ймовірність у появі певних проблем і ризиків		Посилення позитивних зрушень різноманітних соціальних процесів (диверсифікація робочих місць та збільшення зайнятості населення)	
	Відсутність потреби в звиканні до клімату та погодних умов	Відсутність необхідності пошуку та надання споживачам додаткової інформації	Сприяння усуненню соціальної напруги	
	Вживання знайомої їжі			
	Залучення більш широких верств населення			
Правові	Перебування в звичному правовому полі		Відсутність необхідності застосування паспортно-візових, митних та інших формальностей	
	Відсутність необхідності врахування паспортно-візових, митних та інших формальностей			
	Відсутність потреби при організації подорожі у врахуванні факторів міжнародної політики			
Культурні	Використання державної чи іншої, поширеної в країні, мови		Популяризація використання державної мови	
	Зрозумілість національних звичаїв і традицій			
	Розуміння культурних та історичних процесів		Популяризація, збереження та примноження звичаїв, традицій і культурно-історичної спадщини	
	Культурне зростання, збагачення духовного світу			
		Зрозумілість особливостей корпоративної культури партнерів та обмін досвідом		Активізація культурних обмінів між регіонами
	Виховання патріотизму, зростання національної свідомості			
Повторне відвідування дестинацій та більш тривале перебування				
Технологічні	Розуміння системи та специфіки роботи транспорту та більш широке використання наземних видів транспорту		Сприяння розвитку технологічних процесів, у т.ч. інноваційних	
	Відсутність необхідності оплати роумінгу для мобільного зв'язку та використання звичного пакету й номерів телефонного оператора			
	Користування послугами поширених та відомих у країні підприємств і мереж			

Джерело: розроблено авторами

спостерігається чітка їх залежність від впливу зовнішніх факторів. Використовуючи дані Державної служби статистики України щодо кількості внутрішніх туристів, які користувалися послугами суб'єктів туристичної діяльності [1] можна виділити окремі тенденції (рис. 1).

Так, досить стабільний період з 2000 до 2004 рр. характеризувався зростанням цих показників щорічно в середньому на 12,7% (із 1,3 млн осіб до 1,9 млн осіб). У 2004 р. відбулося значне скорочення обсягів внутрішнього туризму – на 47,3%, а в 2005 р. – ще на 7,9%, причинами чого була нестабільна політична ситуація. У 2006 р. під впливом позитивних політичних подій відбулось зростання обсягів внутрішнього туризму на 11,5% у порівнянні з попереднім роком, а в 2007 р. навіть на 107,4%, що пояснюється також покращенням платоспроможності населення та позитивними очікуваннями. Загалом, у 2007 р. суб'єктами туристичної діяльності було надано послуг майже 2,2 млн внутрішніх туристів, що є найвищим показником за останні 14 років.

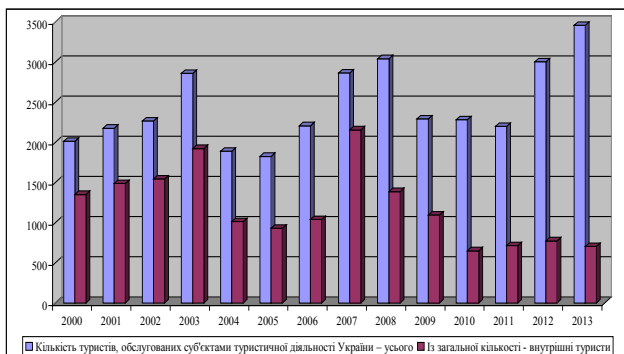


Рис. 1. Динаміка обсягів туристів, що користувалися послугами суб'єктів туристичної діяльності у 2000–2013 рр.

Джерело: Розроблено за [5]

Фінансова криза, що розпочалась у 2008 р., також безперечно вплинула на показники, та й в цілому, на стан внутрішнього туризму: скорочення в перший рік на 35,7%, у два наступні – ще на 21,1%, і 40,7%. Певна стабілізація соціально-економічного й політичного життя сприяла зростанню обсягів внутрішнього туризму в 2011 р. на 10,2%, а в 2012 р. – ще на 8,2%. 2013 р. позначився скороченням внутрішнього туристичного потоку на 9,2%, безперечно, що така тенденція продовжилась і в 2014 році. Загалом, у 2013 р. суб'єктами туристичної діяльності було надано послуг 702,6 тис. внутрішніх туристів, що на 47,9% менше, ніж у 2000 р. і на 67,4%, ніж у 2007 році.

Оскільки офіційних статистичних даних за 2014 р. ще не опубліковано, можна скористатися, наприклад, даними Державної фіскальної служби України: за 9 місяців 2014 р. суб'єктами туристичної діяльності (без урахування Автономної Республіки Крим та м. Севастополя) сплачено податків і зборів до Державного та

місцевого бюджетів майже 900 млн грн. (на 3,4% менше порівняно з відповідним періодом минулого року) [6].

Негативна тенденція, що характерна для останнього періоду – різке скорочення питомої ваги внутрішніх туристів в обсягах туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності України. Так, у 2000-2006 рр. цей показник коливався в межах 47,1%-68,4%, досягнувши максимального значення в 2007 р. – 75,3%. Відтоді починається скорочення, що досягнуло в 2013 р. мінімального значення – 20,3%. Ці тенденції пояснюються, з одного боку, більшою зацікавленістю населення у виїзному туризмі, а з іншого – відмовою й наявністю можливостей не користуватися послугами суб'єктів туристичної діяльності при організації внутрішніх турів.

На відміну від туристів, що подорожують за кордон, та іноземних туристів, що в'їжджають в Україну, більш значний обсяг внутрішніх туристів не враховано в статистиці. Це пов'язано з особливостями організації й здійснення внутрішніх турів, оскільки: 1) внутрішні туристи не перетинають державний кордон; 2) досить часто туристи не користуються послугами туристичних підприємств, а віддають перевагу самодіяльному туризму; 3) зазвичай засобами тимчасового розміщення (проживання) слугують приватні будівлі, зокрема для певних видів туризму (сільський, пригодницький, окремі види екологічного, спортивного туризму), що є практично нормою; 4) відсутність необхідності придбання страхових полісів; 5) відсутність практики користування послугами екскурсійних бюро.

Відповідно, напрашується висновок про необхідність оперування не лише даними щодо кількості обслужених внутрішніх туристів суб'єктами туристичної діяльності України, а й кількості наданих послуг у засобах тимчасового розміщення (проживання). А що стосується регіонів формування попиту, то нечасто відбувається придбання турів у місцевих туроператорів і турагентів, оскільки досить поширеним явищем є придбання турів у суб'єктів туристичної діяльності в іншому регіоні чи безпосередньо в дестинаціях реалізації попиту. А, відтак, провести аналіз внутрішніх туристичних потоків є досить проблематичним.

У структурі внутрішніх туристів за метою подорожі за період 2011-2013 рр. прослідковується чітка тенденція. Сумарно за цей період найвищу питому вагу має «дозвілля та відпочинок» – 64,3%, «службова мета, ділова, навчання» – 15,9%, «лікування» – 12,9%, «спортивний туризм» – 5,5%, «інша мета» – 1,2%, «спеціалізований туризм» – 0,3%.

Щодо розподілу громадян України за типам засобів тимчасового розміщення (проживання), то в 2013 р. більшість осіб зупинялась у готелях та аналогічних засобах розміщення (мотелі, хостели, кемпінги та інші) – 4335,1 осіб, що складає 64,9%, і, відповідно 2446,2 тис. осіб

Таблиця 2

**Динаміка та розподіл туристів, обслугованих туроператорами й турагентами,  
за метою поїздки та видами туризму в 2011–2013 рр.**

Показники	2011 р.			2012 р.			2013 р.		
	разом	у т.ч. за суб'єктами надання послуг:		разом	у т.ч. за суб'єктами надання послуг:		разом	у т.ч. за суб'єктами надання послуг:	
		юридичні особи	фізичні особи-підприємці		юридичні особи	фізичні особи-підприємці		юридичні особи	фізичні особи-підприємці
Усього, в т.ч.:	715638	569982	145656	773970	643305	130665	702615	576474	126141
– служба, ділова, навчання	71433	69999	1434	147718	147064	654	128605	127891	714
– дозвілля, відпочинок	477516	344991	132525	490763	372814	117949	441260	332072	109188
– лікування	115979	109424	6555	85194	77762	7432	82710	69939	12771
– спортивний туризм	37870	34176	3694	44360	40359	4001	37495	35160	2335
– спеціалізований туризм	2073	1726	347	2381	2359	22	1425	1176	249
– інше	10767	9666	1101	3554	2947	607	11102	10236	866

Джерело: розроблено за [3; 4]

(36,6%) – у спеціалізованих засобах розміщення (санаторії, пансіонати, будинки, бази відпочинку та інші).

Усі зазначені проблеми стають перешкодою в здійсненні системного обліку, планування й організації держаними та місцевими органами влади внутрішніх туристичних потоків, тому в даному випадку виникає необхідність сприяння в здійсненні підприємницької активності щодо обладнання стаціонарних місць стоянок туристів, підведення необхідних комунікацій, відкриття закладів торгівлі, ресторанного господарства, виробництва сувенірної продукції тощо.

Але, водночас, слід також визнати, що за відсутності належних умов державного регулювання й стимулювання розвитку внутрішнього туризму, буде надто важко досягти певних результатів у розвитку внутрішнього туризму.

Зважаючи на такий стан справ у вітчизняному туризмі переважна більшість суб'єктів туристичної діяльності займається економічно вигідним виїзним туризмом. Так, наприклад, у 2012 році туроператорами за кордон направлено в 7 разів більше туристів (1,9 млн), ніж прийнято іноземних туристів (270 тис.), і в 2 рази більше, ніж обслуговано внутрішніх туристів (807 тис.) в Україні.

І це не в останню чергу зумовлено недосконалістю правового регулювання туризму в Україні, наявністю суттєвих регуляторних бар'єрів щодо провадження туристичної діяльності, відсутністю державної політики підтримки пріоритетних внутрішнього та в'їзного туризму, а також відсутністю механізму правореалізації законодавчих актів у галузі туризму та контролю з боку державних органів за їх виконанням тощо.

За таких умов національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним як на внутрішньому, так і міжнародному ринках послуг.

Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних умов для розвитку туризму в нашій державі має вирішити удосконалення правового регулювання туризму, у т.ч. і внутрішнього.

Крім того, підписання Україною останнім часом міжнародних угод, інтеграція українського законодавства до загальноєвропейських міжнародних правових засад, а також сучасна практика здійснення туристичної діяльності також потребують змін у системі правового регулювання вітчизняного туризму. Зокрема, внесення змін до чинного Закону про туризм: 1) удосконалення термінологічно-понятійного апарату в галузі туризму (наприклад, визначення дефініції «внутрішній туризм»); 2) впровадження адекватних механізмів захисту прав споживачів туристичних послуг; 3) зміна підходів у фінансовому забезпеченні відповідальності туристичних підприємств перед туристами (розмір фінансових гарантій залежатиме від обсягу наданих послуг) та зменшення кола суб'єктів, які повинні гарантувати таку відповідальність, що повністю відповідає європейському законодавству та існуючій практиці; 4) збереження дозвільної системи провадження туристичної діяльності; 5) вилучення норми щодо виключності туроператорської діяльності; 6) запровадження додаткових важелів стимулювання розвитку вітчизняного туризму та визначення реальних кроків державної підтримки пріоритетних для України внутрішнього та в'їзного туризму та інше [2].

Розвиваючи внутрішній туризм важливо враховувати певні застереження, зокрема, на думку Ф. Пірета «розвиток внутрішнього туризму не слід розглядати як антагонізм або альтернативу міжнародному туризму – ці дві форми туризму відрізняються, і не варто нехтувати одним на користь іншого» [7], а друге застереження стосується «відсутності єдиної формули розвитку внутрішнього туризму» [7], тому вар-

то враховувати й використовувати національні та регіональні специфічні риси, середовище, потенціал.

Можна сподіватися, що впроваджуючи зазначені заходи в рамках комплексної програми розвитку туризму України, можна досягти значних результатів як у туристичному, так і суміжних секторах економіки. При цьому варто враховувати, що внутрішній туризм може стати одним із факторів економічної стабілізації економіки, а також, що є нині досить важливим для України – сприяти комунікації населення різних регіонів і стати каталізатором розвитку в'їзного (іноземного) туризму в Україні.

Так, за підрахунками експертів держава могла б щорічно отримувати тільки від експорту туристичних послуг (в'їзний туризм) близько 10 млрд. дол. США та додатково до 20 млрд грн. від внутрішнього туризму й діяльності колективних засобів розміщення [2].

**Висновки з проведеного дослідження.** Розвиток внутрішнього туризму в Україні на сучасному етапі є досить актуальним, оскільки сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу в туризмі, зайнятості населення, формуванню сучасної інфраструктури, збереженню конкурентного середовища на ринку турпослуг, стимулюванню експорту туристичних послуг, підвищенню питомої ваги туризму в економіці України, підвищенню туристичного іміджу України, а також створенню конкурентоспроможного національного турпродукту і його просування на світових ринках.

Вважаємо, що дефініцію «внутрішній туризм» можна визначити як туризм у межах території країни осіб, які постійно в ній проживають. З'ясовано відмінні характеристики та переваги внутрішнього туризму. Обґрунтовано, що розвиток внутрішнього туризму може бути ефективний лише за умови запровадження механізмів державного регулювання (податкове

регулювання, стимулювання підприємств, що займаються пріоритетним для держави внутрішнім туризмом, просування національного туристичного продукту на ринках послуг тощо). За умови ефективного державного регулювання щодо розвитку внутрішнього туризму збільшуватимуться й обсяги наданих послуг туристам і, відповідно, відрахування до бюджетів різних рівнів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності №№ 142/394, 142/394, 12.11.2003, Наказ, Методика, Державна туристична адміністрація України, Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=z1128-03>.
2. Матеріали Всеукраїнського туристичного форуму з питань удосконалення туристичного законодавства (30.09.2013 р., м. Київ). Резолюція / Туристична асоціація України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tau.org.ua>.
3. Туристична діяльність в Україні в 2011 році: статистичний бюлетень / Відповідальний за випуск І.В. Калачова / Державна служба статистики України. – Київ, 2012. – 76 с.
4. Туристична діяльність в Україні в 2013 році: статистичний бюлетень / Відповідальний за випуск І.В. Калачова / Державна служба статистики України. – Київ, 2014. – 272 с.
5. Туристичні потоки (2000-2013 рр.). Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Туристичні потоки за 9 місяців 2014 року. Офіційний сайт Державної служби туризму й курортів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/news/27509>.
7. Pierret F. Some points on domestic tourism. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unwto.com>.
8. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. – Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. – World Tourism Organization. – Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unstats.un.org>.