

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Виконала: студентка II курсу, групи МТЕ-112м

Спеціальності 242 Туризм

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство

РЕВА Т.Ю.

(прізвище та ініціали)

Керівник КОРНІЄНКО О.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний університет «Запорізька політехніка»**Інститут, факультет Міжнародного туризму та економікиКафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесуСтупінь вищої освіти Другий (магістерський) рівеньОсвітньо-кваліфікаційний рівень магістрСпеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))**ЗАТВЕРДЖУЮ****Завідувач кафедри ТГРБ**Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТКИ**РЕВИ Тетяни Юріївни

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в світі та Українікерівник роботи (проекту) КОРНІЄНКО О.М., к.е.н., доцент ,

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано нормативно-правову базу України, статистичні дані Державної служби статистики України, статистичні дані Головного управління статистики Тернопільської області, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку туризму. Розділ 2. Сучасний стан розвитку туризму в Тернопільській області. Розділ 3. Перспективи розвитку туризму в Тернопільській області.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

13 таблиць, 11 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ	01.09.2023	02.09.2023
2	КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ	23.09.2023	25.09.2023
3	КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ	16.10.2023	18.10.2023
Нормо контроль	ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	Виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	Виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	01.09-01.10.2023	Виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2023	Виконано
5	Виконання першого розділу	01.10.2023	Виконано
6	Виконання другого розділу	20.10.2023	Виконано
7	Виконання третього розділу	05.11.2023	Виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	06-09.11.2023	Виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10-11.11.2023	Виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12-15.11.2023	Виконано
11	Перевірка роботи керівником	16-20.11.2023	Виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	22-23.11.2023	Виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	16-20.11.2023	Виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	Виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	Виконано

Студент

(підпис)

Тетяна РЕБА

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Ольга КОРНІЄНКО

(ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 100 с., 11 рис., 13 табл., 67 джерел.

Об'єкт дослідження – туризм.

Мета роботи – дослідити сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Тернопільській області.

Методи дослідження: діалектичний метод, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, структурний метод, статистичні методи, метод спостережень.

В першому розділі кваліфікаційної роботи висвітлено сутність поняття туризм; визначено туристичні ресурси як фактор розвитку туризму. В другому розділі кваліфікаційної роботи проведено дослідження потенціалу розвитку туризму та проаналізовано сучасний стан розвитку туризму в Тернопільській області. Третій розділ кваліфікаційної роботи містить визначення стратегічних напрямків розвитку та перспектив післявоєнного відновлення туризму в Тернопільській області.

Одержані результати кваліфікаційної роботи можуть бути задіяні національними, регіональними та місцевими органи влади, приватним сектором і громадами для розробки регіональних програм розвитку туризму з метою залучення відвідувачів туристичних дестинацій.

ТУРИЗМ, СУЧАСНИЙ СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ, ПОТЕНЦІАЛ, ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ.

АНОТАЦІЯ

Рева Т. Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Тернопільській області. – Кваліфікаційна робота.

У роботі досліджено теоретичні аспекти розвитку туризму. Досліджено потенціал розвитку туризму та проаналізовано основні показники розвитку туризму в Тернопільській області. Визначено стратегічні напрямки розвитку та перспективи післявоєнного відновлення туризму в Тернопільській області.

Ключові слова: туризм, сучасний стан, перспективи, потенціал, Тернопільська область.

ANNOTATION

Reva T. U. The current state and prospects for the development of tourism in the Ternopil region. – Qualifying work.

Theoretical aspects of tourism development are investigated in the work. The potential of tourism development was studied and the main indicators of tourism development in the Ternopil region were analyzed. The strategic directions of development and prospects for the post-war recovery of tourism in the Ternopil region have been determined.

Keywords: tourism, current state, prospects, potential, Ternopil region.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ
І ТЕРМІНІВ

ВВП – внутрішній валовий продукт

ВПО – внутрішньо-переміщена особа

див. – дивись

дол. – доларів

га – гектар

грн – гривень

ЄСВ – єдиний соціальний внесок

ЗВО – заклад вищої освіти

ін. – інше

км – кілометр

км² – квадратний кілометр

млн – мільйон

млрд – мільярд

НПП – національний природний парк

од. – одиниць

ОДА – обласна державна адміністрація

ООН – Організація Об'єднаних Націй

ПДВ – податок на додану вартість

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

РЛП – регіональний ландшафтний парк

РРО – реєстратор розрахункових операцій

с. – село

сек. – секунда

см – сантиметр

сmt. – селище міського типу

табл. – таблиця

ТІЦ – туристично-інформаційний центр

тис – тисяч

т. ч. – у тому числі

УФР – ультрафіолетова радіація

ФОП – фізична особа підприємець

хв. – хвилини

ЮНВТО – Всесвітня туристична організація

COVID-19 – коронавірусна інфекція

% – відсоток

°C – градуси Цельсія

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	12
1.1. Туризм як вид соціально-економічної діяльності	12
1.2. Поняття та структура індустрії туризму	18
1.3. Туристичні ресурси – фактор розвитку туризму	25
Висновки до 1 розділу	32
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ	34
2.1. Дослідження потенціалу розвитку туризму в Тернопільській області	34
2.2. Аналіз основних показників розвитку туризму в Тернопільській області	51
Висновки до 2 розділу	65
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ	68
3.1. Стратегічні напрямки розвитку туризму в Тернопільській області	68
3.2. Перспективи післявоєнного відновлення туризму в Тернопільській області	74
Висновки до 3 розділу	86
ВИСНОВКИ	88
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	93

ВСТУП

Туристична галузь є важливою складовою розвитку держави та має вагоме значення для економіки та соціальної сфери країни. Сучасний розвиток туризму, його перетворення на суспільно-значимий соціально-економічний лад обумовлює особливу актуальність проблеми дослідження перспектив для ефективної організації туристичної діяльності Тернопільської області.

Тернопільська область має значний рівень потенціалу розвитку туризму, оскільки саме на її території містяться значні ландшафтні, історико-культурні, рекреаційні ресурси. необхідні умови для активізації розвитку туризму створюють також вигідне географічне розташування області, багата флора і фауна, проведення різних фестивалів та ярмарок, історична та пізнавальна спадщина та достатня кількість колективних засобів розміщування.

Крім того, достатньо сприятливий екологічний стан області та відносно невисока концентрація промисловості, теж відіграють не останню роль у розвитку туризму області.

Дослідженням проблемних питань щодо розвитку туризму займається багато вчених, праці яких висвітлено у даній роботі. Серед них: Бейдик О. О., Зайцева В. М., Кифяк В. Ф., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Басюк Д. І., Кудла Н. Є., Любіцева О. О., Мальська М. П., Худо В. В., Цвілий С. М., Цибух В. І. та ін. Не дивлячись на значний внесок авторів у дослідження регіонального розвитку туризму, вона потребує подальшого дослідження.

Метою роботи є дослідження сучасного стану та визначення перспектив розвитку туризму в Тернопільській області.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

- обґрунтувати теоретичні аспекти розвитку туризму;
- проаналізувати сучасний стан розвитку туризму в Тернопільській

області;

– визначити перспективи розвитку туризму в Тернопільській області.

Об’єктом дослідження є туризм.

Предметом дослідження є процес розвитку туризму в Тернопільській області.

Джерелами інформації для написання роботи слугували: нормативно-правова база України, статистичні дані Державної служби статистики України, статистичні дані Головного управління статистики в Тернопільській області, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань під час написання роботи було використано такі загальнонаукові та спеціальні методи: описовий, що передбачає узагальнення зібраного матеріалу та визначення сутності поняття «туризм»; порівняльний – для визначення спільних та відмінних ознак ресурсних складових туризму; статистичний – для аналізу основних показників розвитку туризму в Тернопільській області; аналіз і синтез, що передбачає розподіл досліджуваних об’єктів на складові, властивості та об’єднання їх під час вирішення завдань; структурний та системний аналіз – для розгляду проблем розвитку туризму в Тернопільській області; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення та формулювання висновків.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту теоретичних аспектів туризму, як фактору розвитку дестинації, а також у визначенні основних проблем та перспектив розвитку туризму в Тернопільській області.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження при розробці національних та регіональних програм розвитку туризму. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін для студентів

спеціальності 242 Туризм «Економіка туризму» та «Технологія туристичної діяльності».

Апробація результатів дослідження. Основні результати, викладені в роботі, доповідалися на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.) [67].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань. Загальний обсяг роботи складає 100 сторінок друкованого тексту, основний зміст роботи викладено на 92 сторінках, включаючи 13 таблиць, 11 рисунків. Перелік посилань містить 67 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Туризм як вид соціально-економічної діяльності

Україна має сприятливі умови для розвитку туризму. З її достатньо привабливими туристичними ресурсами вона має всі можливості стати центром розвитку туризму в Центрально-Східній Європі. Вітчизняний туризм може стати однією з найбільш прибуткових сфер народногосподарського комплексу України, однак це можливо тільки за умови відповідних інвестицій у неї. Стимулювання розвитку туризму в економічно депресивних регіонах сприятиме створенню нових робочих місць і підвищення благополуччя населення [30].

Для повного розуміння сутності туризму надзвичайно актуальним є питання щодо визначення його економічного і соціального значення. Саме через призму цих двох аспектів і слід розглядати туризм як явище. Тобто соціальне явище, що носить назву туризм, має глибокий економічний зміст.

Соціальний аспект розвитку туризму реалізується через використання вільного часу, створення сприятливих умов для розвитку особистості, підвищення інтелектуального та культурного рівня нації, покращення національної свідомості, сприяння спілкуванню і взаєморозумінню між людьми [11].

Аналіз економічної складової туризму проводиться через розкриття механізму діяльності і регулювання туристичної індустрії, визначення місця туризму в економічній системі, характеристику туристичного попиту і пропозиції.

Нині туризм як соціально-економічне явище набирає ознак самостійного виду економічної діяльності. По-перше, його суб'єктами є досить однорідні за призначенням і технологією виробництва товарів і послуг підприємства. По-друге, поступово вдосконалюється система управління туризмом. По-третє, незважаючи на значну диверсифікацію, у

туристичній індустрії створюється однорідна за цільовим призначенням продукція [61].

Серед основних причин виникнення та розвитку туризму як соціально-економічного явища слід виділити:

- суспільні (рівень розвитку суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі);
- географічні (рівень природно-ресурсного потенціалу тієї чи іншої дестинації);
- демографічні (зростання кількості населення, збільшення частки вільного часу, рівень фінансових можливостей);
- історичні (історична спадщина);
- політичні (перерозподіл сфер впливу, освоєння нових територій, розвиток міждержавних зв'язків, спрощення прикордонних формальностей);
- мотиваційні (розвиток культури, мистецтва, науки, вплив релігії);
- екологічні (охорона і збереження природного навколишнього середовища).

На міжнародному рівні перші кроки розробки визначень щодо туризму були зроблені в 1937 р. Рада Ліги Націй визначила, що під категорію «турист» підпадають:

- особи, які здійснюють подорожі з метою відпочинку, покращення здоров'я, ознайомлення з пам'ятками природи, історії, культури;
- особи, які вирушають у ділові поїздки; особи, які відправляються у відрядження з будь-якою іншою метою;
- учасники морських круїзів, навіть якщо тривалість їх перебування в країні була меншою, ніж 24 години (таким чином, туристи – відвідувачі, що підпадають під ці категорії і тривалість їх перебування більше 24 годин) [65].

На сьогодні відповідно до змін, що були внесені у 1950 р. в м. Дублін, у 1963 р. в м. Рим, та у 1991 р. в м. Оттава, основною статистичною одиницею туризму є відвідувач – особа, яка подорожує в будь-яке місце, що знаходиться за межами її звичайного середовища, на термін, що не

перевищує 12 місяців, і головною метою поїздки якої не є діяльність, яка оплачується із джерела в місці відвідування [13].

Відвідувачі, в свою чергу, поділяються на туристів і екскурсантів. Турист – відвідувач, який здійснює не менше, ніж одну ночівлю в колективному або індивідуальному засобі розміщення країни відвідування. Одноденний відвідувач (екскурсант) – відвідувач, який не здійснює ночівлю в колективному або індивідуальному засобі розміщення країни відвідування.

Законодавством України (зокрема Законом України «Про туризм») «турист» ототожнюється з мандрівником і трактується як 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 [1].

В свою чергу, туристична діяльність – це діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог законодавства України. На відміну від туристичної, екскурсійна діяльність – це діяльність по організації подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо [1].

Таким чином, як і міжнародне, так і національне законодавство розмежовує поняття туриста і екскурсанта. Критерієм розмежування є час перебування особи в новому для неї середовищі, а саме 24 години (оскільки, протягом цього часу буде здійснена ночівля).

Відмінність полягає в тому, що відповідно до міжнародного законодавства турист перебуває за межами звичного середовища до одного року, а відповідно до Закону України «Про туризм» до 6 місяців.

Крім того, у Законі України «Про туризм» робиться акцент на необхідності здійснення діяльності, що не заборонена законом країни перебування, і на зобов'язанні залишити країну або місце перебування у

зазначений термін.

В умовах перетворення на одну з пріоритетних галузей національної економіки туризм можна розглядати в широкому і вузькому значенні.

В широкому розумінні до туризму відноситься будь-яке переміщення особи у просторі, яке виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ.

Так, щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому, до туризму не відносяться, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс – це туризм. Похід у магазини по дорозі на роботу – це не туризм, а ось відвідування ярмарку або цілеспрямована поїздка в торговий центр в іншому місті відноситься до туризму, якщо ця поїздка не здійснювалась за товарами, які регулярно купуються для повсякденних потреб.

У вузькому значенні до туристичних відносяться всі спеціально організовані маршрути з переміщення громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх відправили) окрім переміщень, пов'язаних з виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму, у вузькому значенні, займаються спеціальні організації (туристичні підприємства, бюро, агентства та ін.), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності [20].

Узагальнюючи вище сказане, дійшли висновку, що туризм явище складне і багатогранне. Саме тому в науковій літературі зустрічається достатньо багато його визначень (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Деякі визначення дефініції «туризм»

Визначення	Джерело
Туризм – діяльність, що відіграє важливе значення в житті народів завдяки впливу на соціальну, культурну, освітню і економічну області життя держав і їх економічних відносин.	[47]

Продовження таблиці 1.1

Визначення	Джерело
Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного помешкання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття діяльністю, що оплачується.	[1]
Туризм – взаємопов’язане об’єднання видів діяльності та організацій, які повністю або частково надають послуги транспорту, розміщення, товари та інші необхідні засоби для поїздки з будь-якою метою, що не пов’язана з повсякденною діяльністю, за межі постійного місця проживання.	[65]
Туризм – вид діяльності, що має важливе значення для життя людей і сучасних суспільств, перетворившись в важливу форму використання вільного часу окремими особами і основний засіб міжособистісних зв’язків і політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй.	[47]
Туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями.	[6]
Туризм – діяльність, що найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, і повинен плануватись і практикуватись як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення.	[47]
Туризм – це вид рекреації, пов’язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.	[35]

На основі наведених визначень, можна запропонувати поділ визначень туризму на три основні групи.

До першої відносяться визначення, які тлумачать туризм як сферу національної і міжнародної економіки, що включає в себе окремі підприємства і організації. Погоджуючись з даними авторами в тому, що туризм слід розглядати як окрему сферу національної економіки, яка займає вагоме місце в міжнародних зв'язках зазначимо, що в них не повністю розкривається сутність туризму, оскільки неналежна увага приділяється необхідності переміщення туристів з метою проведення часу та задоволення потреб.

До другої групи віднесемо визначення які запропонували О. О. Бейдик, М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух [6; 35], що розглядають туризм як одну з форм переміщення, руху населення.

Дані автори звертають увагу на необхідність фізичного переміщення подорожуючих з метою їх задоволення в процесі реалізації окремих функцій туризму.

Саме як форма переміщення, туризм трактується і в Законі України «Про туризм» [1]. На відміну від першої групи визначень, туризм не визначається як окрема сфера економічної діяльності.

До третьої групи відносяться визначення відображені в міжнародних документах: Манільській декларації зі світового туризму, Гаазькій декларації з туризму, Глобальному етичному кодексі, в яких туризм трактується як соціальне явище, що безпосередньо пов'язане з проведенням вільного часу та задоволення індивідуальних чи колективних потреб.

Дане соціальне явище відіграє вагому роль у суспільстві та спрямовується на покращення політичних, економічних та культурних контактів. Недоліком визначень цієї групи є акцентування лише на соціальній складовій туризму тоді як економічній практично не приділяється увага.

Окремо проаналізувавши кожен з наведених вище груп зазначимо, що туризм слід розглядати як вид соціально-економічної діяльності, який пов'язаний з переміщенням подорожуючих і спрямовується на всебічне задоволення їх потреб.

Тому туризм – це вид соціально-економічної діяльності, який передбачає процес комплексної реалізації туристичного продукту споживачу (туристу), що тимчасово перебуває поза межами постійного місця проживання з метою задоволення його потреб без отримання ним доходу.

На початку 1970-х років туристична галузь під впливом суспільних та політичних причин перетворилася на туристичну індустрію.

Вона займає важливу питому вагу у світовій економіці, тісно переплітається з розвитком природного середовища, економічної системи та суспільства в цілому [5].

1.2. Поняття та структура індустрії туризму

Туристична галузь – це одна з найбільш динамічних галузей, що швидко розвиваються у світовому господарстві. Туризм входить до трьох найбільших експортних галузей, поступаючись нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню. Нині туризм є найрентабельнішою сферою світової економіки [3].

Туристична галузь приваблива для підприємців з таких причин:

- невеликі стартові інвестиції;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- високий рівень рентабельності;
- мінімальний строк окупності витрат.

Ефективність туризму складається з таких аспектів:

- 1) це джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни;
- 2) він розширює внески в платіжний баланс країни;

3) сприяє диверсифікованості економіки, розвиваючи галузі, що обслуговують сферу туризму: будівництво, торгівлю, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо.

Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. До того ж, він має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей.

Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки тим, що стабілізує відносини між країнами та регіонами [7].

Туристичний бізнес виступає єдиною економічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги. Він складається з чотирьох основних елементів:

- 1) виробництво туристичних послуг;
- 2) комплектування туристичного продукту;
- 3) реалізація туристичного продукту або окремої послуги;
- 4) споживання туристичного продукту (послуги).

Економіка туристичного бізнесу – це, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичної діяльності, тобто туристичних послуг (туристичних продуктів), які вивчаються економічною теорією, а з іншого боку, є невід'ємною частиною народногосподарського комплексу країни як катализатора економічного зростання [12].

Туристична галузь як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

- має власну індустрію з виробництва та обслуговування туристів;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і реалізує його;
- формує комплексний ринок туристичних послуг на різних рівнях;
- виступає мультиплікатором національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;

- є сферою, де створюються робочі місця з низькими витратами, забезпечуючи високу ефективність та швидку окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- сумісний практично з усіма секторами, галузями та видами людської діяльності;
- є вигідним у процесах інтеграції та глобалізації, що відбуваються у світовому просторі.

Таким чином, туризм здатний активно впливати на економіку регіону (або країни), в якому він розвивається, на його господарську, соціальну та гуманітарну основи.

Туристична послуга в економічній системі бізнесу виступає товаром, а суб'єкт туристичної діяльності – підприємницькою структурою, що створює, пропонує і реалізує на ринку ці послуги споживачам, тобто туристам [2].

Окрема туристична послуга (розміщення, харчування, транспортування, екскурсії, побутові послуги, культурно-видовищні заходи, спортивні, рекреаційно-оздоровчі послуги тощо) може задовольнити тільки якусь конкретну потребу туриста, а не комплекс його потреб. Тому виникає об'єктивна необхідність об'єднання всіляких за призначенням туристичних послуг у єдиний комплекс, який прийнято називати туристичним продуктом.

Необхідність формування комплексу туристичних послуг у вигляді продукту з метою задоволення потреб туристів стала основою створення таких підприємницьких структур як туристичні оператори та агенти (дилери).

Отже, на шляху до ринку туристичні послуги проходять стадії виробництва комплектування й анімації, тобто об'єднання в турпродукт.

У Законі України «Про туризм» [1] туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не

менше двох таких послуг, що реалізуються або пропонуються до реалізації за визначеною ціною.

До складу туристичного продукту входять послуги перевезення, розміщення, організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо, тобто послуги, спрямовані на задоволення потреб туриста під час його подорожі.

Визначаючи туристичну послугу коротко, слід зазначити, що вона являє собою доцільну діяльність по задоволенню якої-небудь потреби туриста.

Туристичні послуги та товари поділяються на дві групи: характерні (основні) та супутні (додаткові) [12].

Характерні туристичні послуги та товари призначені для задоволення потреб споживачів, виробництво й надання яких суттєво скоротиться без їх реалізації особам, що подорожують, а супутні хоч і призначені для задоволення потреб туристів, але їх виробництво несуттєво скоротиться без реалізації туристам.

Важливу роль у туристичному бізнесі відіграє просування туристичного продукту до споживачів, яке передбачає низку заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг.

До таких заходів належить організація рекламно-ознайомлювальної діяльності, проведення або участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо.

Місцем продажу туристичних послуг є країна, в якій зареєстровано суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт, а місцем надання проданих послуг – країна, на території якої знаходяться туристичні об'єкти, які надають відповідні послуги [12].

На відміну від звичайних споживчих товарів, які постачаються до місць перебування (помешкання) споживача, основні туристичні послуги надаються там, де знаходяться об'єкти інтересу туристів (туристичні

об'єкти), що викликає необхідність подорожей з метою отримання таких послуг.

Оскільки об'єкти туристичних відвідувань знаходяться як на території своєї країни, так і поза нею, то за цією ознакою виділяються дві організаційні форми туризму: внутрішній та міжнародний.

Внутрішній туризм в Україні – це подорожі в межах своєї території своїх громадян та осіб, які постійно проживають на її території. Міжнародний туризм включає в себе в'їзний туризм, коли особи, які постійно не проживають на території України, подорожують в межах України, та виїзний туризм, коли громадяни України та особи, які постійно проживають в Україні, подорожують до інших країн [2].

Оскільки туризм – це переміщення людини з місця постійного проживання до туристичного об'єкта і повернення назад, то появилось поняття «тур», яке походить від французького слова «tour» і означає «рух по колу». Завчасно визначений шлях подорожі називається маршрутом. Ця назва походить від німецького слова «marschrute», що в перекладі означає «послідовний шлях руху».

Отже, тур – це цілеспрямована подорож людей (пішохідна або на транспорті) за визначеним маршрутом у конкретні терміни тривалістю понад 24 години, але не більше одного року.

Така тривалість подорожей потребує забезпечення туристів певним комплексом послуг, який називається пакетом туристичних послуг за відповідним маршрутом (туром).

Відтак у широкому розумінні поняття «тур» охоплює не тільки туристичний маршрут, а й пакет товарів і послуг, необхідних туристам під час подорожування за цим маршрутом [31].

У ринковій економіці тур, як єдність маршруту з його матеріально-технічним, культурним та іншим забезпеченням, виступає товаром, ціна на який визначається за законами ринку.

Формування турів охоплює розробку маршрутів і пакетування товарів

та послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування за певним маршрутом.

До основних туристичних послуг належить реклама, перевезення, харчування, розміщення, організація відвідувань туристичних об'єктів, забезпечення відпочинку й рекреації (оздоровлення).

Формування, продаж та проведення турів здійснюють спеціальні суб'єкти туристичної діяльності, якими є підприємства, установи, організації різних форм власності, фізичні особи, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку та отримали ліцензії на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг [2].

Отже, суб'єкт туристичної діяльності, по-перше, утворюється відповідно до чинного законодавства країни; по-друге, займається формуванням (створенням) і/або реалізацією туристичного продукту (послуги); по-третє, функціонує на принципах комерційного розрахунку з метою максимізації прибутку або іншого ефекту, в тому числі й соціального.

На туристичному ринку споживачеві пропонується товар у формі конкретного туру, який охоплює попередньо розроблений комплекс туристичних товарів і послуг, необхідних при подорожі за певним маршрутом.

Формування цілісно-цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є основною функцією туроператорів, що готують цей продукт для реалізації в закінченому, тобто скомплектованому вигляді.

Споживання туристичного продукту завершує відтворювальний цикл руху туристичних послуг. Туристичні ресурси при цьому виступають факторами формування турів як комплексу туристичних послуг за певним маршрутом подорожей.

В умовах ринку як туристичні ресурси, так і результати їхнього використання здобувають усі властивості товару – корисність для споживача і ціну для виробника [2].

Туристична діяльність здійснюється комплексом підприємницьких

структур, який називається туристичною індустрією.

Сучасна індустрія туризму охоплює всю сукупність суб'єктів господарювання, які виконують туристичні послуги, як це видно з рисунку 1.1.



Рис. 1.1 – Комплекс структур туристичної індустрії

Туристична індустрія є міжгалузевим комплексом підприємницьких структур з виробництва та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

Отже, міжгалузевий комплекс індустрії туризму відрізняється складністю внутрішньої структури, ієрархією цілей функціонування компонентів і елементів, різноманітністю зовнішніх та багаторівневістю внутрішніх комплексоутворюючих зв'язків, стадійністю споживання та організації масового обслуговування. Планування його розвитку потребує відповідного комплексного і системного підходу [4].

1.3. Туристичні ресурси – фактор розвитку туризму

Ресурси, їх структура, розмір та збалансованість є важливими факторами для розвитку туризму та рекреації.

Туристично-рекреаційний потенціал є доволі широким поняттям, яке містить багато формулювань, що описують туристичну привабливість конкретної території. Потенціал у туризмі – це цілий ряд пов'язаних між собою природних і матеріальних методів, котрі здатні виробляти продукт. Щоразу збільшуючи кількість ресурсів регіон має всі шанси до зростання потенціалу туристичної галузі.

Спочатку науковці використовували лише визначення «рекреаційний». Рекреаційним потенціалом називають сукупність можливостей соціальних, історико-культурних, природних елементів певної місцевості, що сприяють організації рекреаційного відпочинку.

О. О. Любіцева [33] трактує поняття «туристичні ресурси» як природні елементи, явища, події, об'єкти історії та культури, які можуть бути використаними під час формування та «відпускання» туристичного продукту.

Туристичні ресурси – це один з найважливіших активів туристично-рекреаційного потенціалу певної місцевості, яка входить до комплектації

туристичного продукту. Вони є частиною мотиваційної підстави для підбору туристичних послуг.

У роботі О. О. Любіцевої також наголошено, що практично всі умови та ресурси певної дестинації за відповідних умов, можуть бути залученими до туристичної діяльності.

В законі України «Про туризм» значення «туристичні ресурси» звучить так: «...пропоновані або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції на основі та з використанням обкатів державної, комунальної чи приватної власності» [1].

За визначенням українського географа М. П. Крачило, рекреаційні ресурси – це предмети та явища природного й антропогенного походження, які є придатними для здійснення активного відпочинку, сприяють поліпшенню працездатності, відновленню фізичних та духовних сил людини.

На сьогоднішній день науковці та експерти туристичної галузі поєднують обидві сторони діяльності та вживають поняття у комплексі.

Туристично-рекреаційний потенціал є одним з найуживаніших понять у галузі туризмознавства, але проблема визначення сутності цього поняття актуальна і сьогодні.

Вивчення туристичного потенціалу регіону показані у роботах вітчизняних та іноземних авторів: М. П. Бутко, І. В. Бережної, С. В. Дутчак, О. М. Корнієнко, Є. П. Крупочкиної, М. А. Лось, Н. В. Святохо, А. А. Тельцової, Н. В. Шабалінової [22].

Найбільш ґрунтовним є підхід вченого Н. В. Святохо, за словами якого, туристично-рекреаційний потенціал певного регіону розглядається як сполучення чотирьох найголовніших складових: природно-ресурсний, історико-культурний, економічний, соціальний, котрі мають спільне відношення [53].

Природно-ресурсний компонент – властивості природної системи успішно та без ризику самоушкодження застосовуватись у туристично-рекреаційній діяльності.

Історико-культурна складова окреслює можливості для розвитку туристичної діяльності за допомогою історико-культурної спадщини певного регіону.

Економічний компонент – є складовою частиною економічного потенціалу регіону, що характеризує потужність місцевості виробляти та просувати туристичні продукти. Сюди відноситься вклад інвестицій, сукупність туристичної інфраструктури, інформаційні можливості, управлінські процедури [23].

Соціальна складова характеризує забезпеченість регіону робочою силою для надання туристичних послуг.

Відрізняються від попередніх вчених думки Н. В. Корж і Д. І. Басюк у роботі «Управління туристичними дестинаціями» [27], котрі зауважують на таких складових системи забезпечення туристично-рекреаційного потенціалу, як: ресурсні можливості, трудові кадри, фінансування, маркетингова компанія, інноваційні технології.

Французький економіст П. Дефер не відносить до ресурсів туризму приміщення для обслуговування, адже заклади лише дозволяють користуватися ресурсами, але окремо вони не є метою подорожей. Він пропонує інший поділ ресурсних можливостей, який виглядає наступним чином:

- гідром – ресурси, що мають у своєму складі водні об'єкти;
- фітом – природні ресурси, до складу яких входить земля (ліси, гори, національні парки);
- літом – охоплює все, що створюється руками людини та приваблює туриста: не тільки архітектура, а й прості житла, етнографічні села, аеропорти, обсерваторії тощо.
- антропом – до нього належать всі види діяльності людини, які можуть зацікавити туриста, незалежно від місця розташування. Елементами є сама людина, давні форми діяльності предків, звичаї, традиції, музика.

Однією з нових та найпоширеніших класифікацій є наступна (див. рис.

1.2).

Природні ресурси є основними для розквіту туризму та мають для нього також важливе економічне значення.



Рис. 1.2 – Класифікація туристично-рекреаційних ресурсів

Їх розрізняють за такими групами:

1. За походженням:

- ресурси неживої природи (наприклад кліматичні);
- ресурси живої природи (флоро-фауністичні);
- такі, що є місцем привабливості (територія, місцина).

2. За різновидами рекреаційного споживання: штучні води з мінеральними родовищами, грязьові джерела, лісові запаси.

3. За стрімкістю споживання ресурсів:

- вичерпні (грязі, води з мінімальним вмістом солі, рослинність тощо);
- невичерпні (сонячна енергія).

4. За можливістю самостійного відродження (прикладом може виступати ліс).

Вирізняють природні ресурси також за характером приєднання їх у туристичну діяльність [13]. Наприклад, такими ресурсами можуть виступати ті, які сприймаються лише очима (пейзажі чи ландшафт) та ті, які прямо залучені в діяльність галузі.

Історико-культурні ресурси регіону – це надбана спадщина пам'яток історії, матеріальної та духовної культури певної території, які були утворені протягом всього періоду історичного розвитку.

Окрім вищезгаданих пам'ятників історії, археології, витворів мистецтва до них відносяться пізнавальні (наприклад, місця, пов'язані з життям видатних людей), етнографічні (традиції, національна кухня), подієві (свята і фестивалі присвячені історичним подіям).

З-поміж соціально-економічних ресурсів інформаційні можливості виділяють окремо [45]. Це певні види інформаційних повідомлень про конкретний об'єкт чи місцевість, що використовуються безпосередньо під час подорожі або екскурсійного обслуговування.

Туристично-рекреаційний потенціал є більш значущим поняттям, аніж туристично-рекреаційні ресурси. Адже для здійснення туристичної діяльності та влаштування відпочинку мати гарні кліматичні умови, декілька пляжів та пам'яток культури замало.

Тож, як висновок зі сказаного раніше, потенціал є сукупністю не лише природних ресурсів, а й транспортних, інфраструктурних, інформаційних систем, завдяки яким взагалі можуть існувати певні різновиди туризму.

Рекреаційно-туристичний потенціал регіону має певні ознаки, за якими визначається придатність території для туристичної діяльності. Його окреслюють за:

- за природними складниками, що являють собою базу для розвитку туризму. Це і комфортні кліматичні умови, і гідрологічні ресурси, і привабливість ландшафтних будов, а також екологічний стан навколишнього середовища;

- за соціальною та історичною цінністю, що була сформована

відбитками діяльності попередніх поколінь, у виді пам'ятників культури;

- за трудовими резервами, які визначаються кількістю робочих кадрів та якістю обслуговування ними;

- відповідно до виробничого потенціалу, який характеризує господарський осередок функціонування рекреаційного господарювання, гарантує якісну матеріально-технічну базу та об'єкти інфраструктури галузі;

- за образом території в уявленнях та враженнях туристів [8].

На зростанні інтересу та потреб суспільства зароджується туристичний ринок. Він є сферою задоволення потреб туристів в тих послугах, що пов'язані з подорожами та відпочинком.

Туристичний ринок формується при одночасному об'єднанні туристичних ресурсів, продуцентів та посередників діяльності та споживачів, що безпосередньо користуються пропонованими послугами та прямують до місця знаходження туристично-рекреаційних ресурсів.

Різноманітні види ресурсів забезпечують умови для формування пропозицій та попиту в туризмі.

Видами туризму, що здійснюються за допомогою існування туристично-рекреаційних ресурсів, є: культурний, рекреаційний, лікувально-оздоровчий, спортивний, екстремальний, паломницький, водний, зелений та ін. Отже, й сам потенціал ринку, звичайно, відрізняється за видами туризму.

Окрім зазначених вище умов утворення туристичного ринку існують інші. Український вчений В. Ф. Кифяк [20] подає наступний їх перелік:

- демографічні процеси;
- матеріальне та соціальне забезпечення мешканців;
- освітній рівень громадян;
- тривалість відпусток;
- зайнятість населення;
- інші.

Беручи до уваги окремі поодинокі регіони, відносно однорідної території, швейцарські експерти запропонували такий список чинників

формування ринку туристичних послуг у регіоні:

- приміські перевезення транспортом;
- транспортні засоби для експлуатації на місці;
- спосіб надання та ступінь затишку житлових місць;
- проміжок часу, відведений для відпочинку та рекреації;
- маршрут поїздки, дистанція між зупинками;
- дані щодо мобільності серед населення та туристичних ресурсів [37].

Та найважливішого значення для туриста мають особливі фактори туристичного продукту та їх відмінності на регіональному рівні, що найбільше закріплюються на конкретній території та визначають її привабливість. Це дасть змогу будь-якому регіону виділитися з-поміж інших та бути конкурентоспроможним.

Суттєву дію на розвиток туристично-рекреаційних ресурсів здійснює сезонність, тому дослідження факторів впливу на них необхідно проводити з врахуванням розквіту ресурсних можливостей в певну пору року.

Ще одними чинниками можуть бути такі, що впливають на ресурсний потенціал іноді або весь час, тому серед них виділяють фактори впливу постійного та ситуаційного. До першого відносяться екологічні аспекти глобального рівня, до другого можна віднести сезонність, адже цей фактор повторюється періодично [25].

Згідно проведеного аналізу можна стверджувати, що класифікація туристично-рекреаційного потенціалу та виявлення факторів впливу на формування ринку туристичних послуг (маючи всі необхідні ресурсні запаси), допоможуть в подальшому дослідженні та виборі методики оцінювання потенціалу територій, а також у виробленні стратегічних планів розвитку туристичної діяльності окремих регіонів.

Висновки до 1 розділу

Нині туризм як соціально-економічне явище набирає ознак

самостійного виду економічної діяльності. По-перше, його суб'єктами є досить однорідні за призначенням і технологією виробництва товарів і послуг підприємства. По-друге, поступово вдосконалюється система управління туризмом. По-третє, незважаючи на значну диверсифікацію, у туристичній індустрії створюється однорідна за цільовим призначенням продукція.

Туризм – це вид соціально-економічної діяльності, який передбачає процес комплексної реалізації туристичного продукту споживачу (туристу), що тимчасово перебуває поза межами постійного місця проживання з метою задоволення його потреб без отримання ним доходу.

Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. До того ж, він має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей.

Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки тим, що стабілізує відносини між країнами та регіонами.

Туристичний бізнес виступає єдиною економічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги.

Таким чином, туризм здатний активно впливати на економіку регіону (або країни), в якому він розвивається, на його господарську, соціальну та гуманітарну основи.

Туристична індустрія є міжгалузевим комплексом підприємницьких структур з виробництва та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

Ресурси, їх структура, розмір та збалансованість є важливими факторами для розвитку туризму та рекреації.

Туристично-рекреаційний потенціал є доволі широким поняттям, яке містить багато формулювань, що описують туристичну привабливість конкретної території.

Потенціал у туризмі – це цілий ряд пов'язаних між собою природних і

матеріальних методів, котрі здатні виробляти продукт. Щоразу збільшуючи кількість ресурсів регіон має всі шанси до зростання потенціалу туристичної галузі.

Туристичний ринок формується при одночасному об'єднанні туристичних ресурсів, продуцентів та посередників діяльності та споживачів, що безпосередньо користуються пропонованими послугами та прямують до місця знаходження туристично-рекреаційних ресурсів.

Згідно проведеного аналізу можна стверджувати, що класифікація туристично-рекреаційного потенціалу та виявлення факторів впливу на формування ринку туристичних послуг (маючи всі необхідні ресурсні запаси), допоможуть в подальшому дослідженні та виборі методики оцінювання потенціалу територій, а також у виробленні стратегічних планів розвитку туристичної діяльності окремих регіонів.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Дослідження потенціалу розвитку туризму в Тернопільській області

Тернопільська область є привабливою територією для туристів за такими критеріями: географічне положення, екологічна ситуація, природні ресурси та культурно-історична спадщина. Вона розміщена в західній частині України.

Тернопільська область займає західну частину Подільського плато, межуючи на півночі з Рівненською, на півдні з Чернівецькою, на південному заході з Івано-Франківською, на заході з Львівською, а на сході – з Хмельницькою областями України.

Тернопільська область, хоч і розташована поблизу українського кордону з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією і Молдовою, власних наземних кордонів з сусідніми державами не має, як і не має виходу до моря.

Площа Тернопільської області – 13,8 тис км², що трішки більше за площу Чорногорії, що становить 2,3% території України. За цим показником займає 23 місце серед інших регіонів України (меншими є тільки Закарпатська та Чернівецька області).

За площею Тернопільщина співмірна з Ізраїлем. За конфігурацією території Тернопільська область нагадує трикутник з основою на сході та вершиною – на заході. Протяжність із півночі на південь становить 195 км, а з заходу на схід – 129 км.

Головною особливістю економічного та географічного положення Тернопільської області є її транзитне положення та відносно близьке розміщення до державних кордонів України.

Отже, область межує з Рівненською, Хмельницькою, Львівською, Івано-Франківською, Чернівецькою областями. Це дає можливість вивчити історичну спадщину цих територій, а також ділитися своїми досягненнями в галузі туризму.

Близьке розміщення до державних кордонів України з Словаччиною, Польщею, Угорщиною, Румунією та наявність зв'язків дає можливість підтримувати ділові й культурні контакти з цими регіонами.

Тернопільська область є ланкою, що з'єднує потужний потенціал туристичних можливостей Карпатського й Південного регіонів, а також Волині й Буковини. Тернопільщину перетинають автомобільні й залізничні шляхи.

Найважливіші автомагістралі перетинають з півночі на південь (Тернопіль – Чернівці) із заходу на схід (Львів – Тернопіль – Хмельницький). Залізничні дороги, що перетинають територію області: Київ – Жмеринка – Тернопіль – Львів, Тернопіль – Чернівці. Аеропорт м. Тернополя не функціонує.

Розвиток рекреаційно-заповідного природокористування в умовах складної еколого-географічної ситуації в Україні має сьогодні пріоритетний характер. Такий розвиток приурочений до просторових структур регіональних екомереж.

Основу природно-заповідного фонду Тернопільської області становлять об'єкти таких категорій: природний заповідник, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища зі збереженням природних угруповань та ландшафтів.

У таблиці 2.1 представлена структура природно-заповідного фонду Тернопільської області станом на 01.01.2021 р. [39].

Таким чином, до складу природно-заповідного фонду Тернопільської області входить 639 природних об'єктів і комплексів загальною площею 13536,4 га.

При площі області у 13,8 тис км² показник заповідності складає 8,92%, що є вище середнього значення по Україні. Найбільшу площу займають 133 заказники – 62031,9 га.

Таблиця 2.1 – Структура природно-заповідного фонду Тернопільської області (станом на 01.01.2021 р.)

Категорія охоронних об'єктів	Кількість	Площа, га
Природні заповідники	1	9516,7
Національні природні парки	2	18681,48
Регіональні ландшафтні парки	3	42997,0
Заказники	133	62031,9
Заповідні урочища	5	492,2
Пам'ятки природи	467	1343,9
Ботанічні сади	3	232,86
Дендрологічні парки	9	109,70
Зоологічні парки	1	10,0
Пам'ятки садово-паркового мистецтва	15	120,6
Всього	639	13536,4

Розподіл природних об'єктів і комплексів по території відносно рівномірний.

Найбільшу популярність серед туристів мають національні природні парки «Дністровський каньйон» (площею 10829 га) і «Кременецькі гори» (площею 691 га).

У традиційних рекреаційних районах Тернопільщини – Кременецькому

горбогірному, Товтровому, Опільському і Придністерському ці види природокористування мають бути визначальними у розвитку господарських комплексів [58].

Їх розвиток має пріоритет другого порядку після сільськогосподарського і лісгосподарського природокористування, які мають тут найвищий природно-ресурсний потенціал.

В адміністративних районах і територіальних громадах Тернопільської області розвиток заповідного і рекреаційного природокористування має хоча і підпорядковане значення, однак важливе для збалансування регіонального і господарського комплексу (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Критерії забезпеченості природними рекреаційними ресурсами природні райони Тернопільської області

Природні райони	Базові критерії				
	Лісистість території, %	Частка природної рослинності, %	Ступінь заповідності, %	Наявність НПП, РЛП, (діючих/перспективних)	Забезпеченість рекреаційною інфраструктурою, бал
Кременецький горбогірний	25	35	16	1/–/–/3	7
Товтровий	20	38	15	–/–/–/1	5
Опільський	30	45	10	–/–/1/1	4
Подністерський	10	24	19	1/1/–/–	8

У межах Кременецького горбогірного району базовими ландшафтними місцевостями для організації екологічного туризму є уступ Подільського плато з урочищами балок та ерозійних останців з сильно змитими

здебільшого сіримі лісовими ґрунтами.

Вказані місцевості є сприятливими для організації рекреаційної діяльності згідно рекреаційного районування Чернюк Г. В. [58]. Ці місцевості увійшли до створеного у 2006 році НПП «Кременецькі гори», територія якого є базовою для організації екологічного туризму. Окрім того, в районі наявні інші природно-заповідні об'єкти: Кременецький ботанічний сад, ряд заказників та пам'яток природи, які виступають об'єктами екологічного туризму.

У Волинському рекреаційному районі, де розташований НПП, наявні чисельні історико-архітектурні пам'ятки, розвинута рекреаційна інфраструктура, у межах НПП організовано низку еколого-освітніх стежок та туристичних маршрутів, функціонують садиби зеленого туризму, парадом на горі Соколиха, об'єкти спортивної інфраструктури тощо.

Наступним районом зі сприятливими умовами для розвитку екологічного туризму є Подільський рекреаційний район.

Наявні ландшафтні місцевості в межах Медоборського природного округу та Бережанського горбогір'я з діючими РЛП «Загребелля» та «Зарваницький», перспективними до створення РЛП «Збаразькі Товтри», НПП «Бережанське Опілля», чисельними заповідними територіями формують сприятливі природні передумови для організації пізнавального туризму і рекреації.

Оскільки Бережанське Опілля відзначається розчленованим рельєфом, високою лісистістю (понад 33%), джерелами і потічками з чистою водою, чисельними місцями для збору грибів і ягід, його варто розглядати в якості перспективного для організації пішого, велосипедного і кінного екотуризму [59].

І, нарешті, Подністерський рекреаційний район в межах Чортківського адміністративного району є унікальним в плані організації сплавів по Дністру і нижніх відтинків його допливів в межах НПП «Дністровський каньйон». Каньйоноподібні річкові долини з унікальною наскельно-степовою

рослинністю заворюють відвідувачів своєю неповторною природою з чисельними печерами, водоспадами, гротами.

Функціонування у межах рекреаційного району НПП і кількох РЛП з проведенням традиційних фестивалів: борщу, коропа, Борщівської вишиванки, лемківської ватри, Джуринфест, щороку приваблюють десятки тисяч туристів [58].

На особливості розвитку туризму й рекреації звичайно мають вплив кліматичні показники.

Вплив клімату на організм людини може виступати у ролі конкретних погодних умов. Тому, оцінювати кліматично-рекреаційні ресурси Тернопільської області має сенс за типом медико-біологічної оцінки, яка враховує їх комфортність для відпочиваючих та позитивну дію на організм (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Оцінка оптимальних кліматичних умов для туристично-рекреаційних цілей в Тернопільській області

Параметр	Під час використання в період	
	літній	зимовий
Середньодобова температура повітря, °C		
при $V = 0 - 1$ м/сек	+10...+15	0... -15
при $V = 2 - 3$ м/сек	+10...+18	0... -10
при $V = 4 - 5$ м/сек	+15...+23	0... -5
Швидкість вітру, м/сек.	До 5	До 5
Час одержання оптимальної дози УФР, хв.	30...40	—
Тривалість купально-пляжного періоду, дні	40 – 50	—

Продовження таблиці 2.3

Параметр	Під час використання в період	
	літній	зимовий
Період геліотерапії, дні	55 – 70	–
Товщина сніжного покриву, см	–	10 – 30
Тривалість періоду для занять зимовими видами спорту, дні	–	45 – 50

Термічний режим характеризується певною тривалістю різних періодів: без морозного, сприятливого для літньої чи зимової рекреації, купального періоду.

Середньою «зоною комфорту» для людини вважається температура в межах $+17 - +23^{\circ}\text{C}$ приблизно 100 днів на рік [22].

Для зимових видів відпочинку сприятливі умови будуть тоді, коли температура повітря буде нижче нуля, а товщина сніжного покриву при цьому буде не менше 10 см і не більше 30 – 40 см – понад 110 дні. При температурі -10°C починається зона дискомфорту.

Отже, за результатами оцінки придатності клімату для розвитку оздоровчого туризму на локалізованому рівні виявлено, що найсприятливішими є території, де кількість днів зі сприятливою середньодобовою температурою становить понад 60%, а повторюваність випадків із сильними вітрами – менше 10%.

Тривалість несприятливих природних явищ (кількість) становить не більше ніж 10%.

Оцінки клімату з метою розвитку оздоровчого туризму Тернопільської області дозволила визначити, що Тернопільщина має конкурентно-спроможний туристично-рекреаційний потенціал.

Наявність на території водних об'єктів та рекреаційна цінність

акваторій визначається за такими ознаками:

- географічне положення;
- протяжність водойм у кілометрах до площі території;
- довжина берегових ліній;
- визначення умов зокрема для пляжного відпочинку.

У Тернопільській області налічується близько 2400 річок. З них 120 річок мають довжину понад 10 км. Найбільша ріка області Дністер. Його довжина в межах області 215 км.

Для оцінки гідрографічних ресурсів віднесено площу актуальних смуг річок (див. табл. 2.4) і рекреаційних акваторій, що розраховуються за відповідною методикою.

Таблиця 2.4 – Розрахунки площ актуальних смуг річок Тернопільської області

Річки	Довжина, км		Площа акваторії, км ²	Площа актуальної смуги, км ²			Загальна площа, км ²
	загальна	в межах області		ліво-бережжя	право-бережжя	разом	
Великі	659	45	22,5	22,5	22,5	45	67,5
Середні	1280	847	84,7	254,1	254,1	508,2	592,9
Малі	2196	2010	100,5	201	201	402	502,5
Загалом							1162,9

Отже, на території досліджуваної дестинації переважають малі річки, довжина яких разом складає 2196 км, а їх площа доступної акваторії для відпочинку й рекреації становить 100,5 км². Загальна площа актуальних смуг

річок 1162,9 км².

Наступним етапом є розрахунок площ актуальних смуг озер для проведення рекреаційної діяльності на території Тернопільської області (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Розрахунки площ актуальних смуг озер Тернопільської області

Назва	Площа акваторії, км ²	Довжина берегової лінії, км	Площа актуальної смуги, км ²	Загальна площа, км ²
Безодня	0,0033	1,2	0,36	0,36
Бережани	25	3,63	1,089	26,1
Борухівське	0,05	1,9	0,57	1,07
Загалом озер				27,5

Було розраховано також площу актуальних смуг водосховищ (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Розрахунки площ актуальних смуг водосховищ Тернопільської області

Назва	Площа акваторії, км ²	Довжина берегової лінії, км	Площа актуальної смуги, км ²	Загальна площа, км ²
Тернопільське	2,89	10	4	6,89
Касперівське	3,10	12	4,8	7,9
Загалом водосховищ				14,79

Згідно даних про існуючі канали у регіоні, визначено, що їх загальна довжина в межах області є відносно не великою – 1,44 км, а загальна площа

становить 0,36 км².

Канали лише частково використовують для рекреації.

Розрахунки площ актуальних смуг каналів Тернопільської області представлено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Розрахунки площ актуальних смуг каналів Тернопільської області

Назва каналу	Довжина в межах області, км	Площа акваторії, км ²	Площа актуальної смуги, км ²			Загальна площа, км ²
			ліво-бережжя	право-бережжя	разом	
Веслувальний	1,44	0,072	0,144	0,144	0,288	0,36
Загалом каналів						0,36

Бейдик О. О. пропонує проводити бальну оцінку гідрографічних ресурсів, що визначається відношенням наявних смуг визначених водних об'єктів і загальної площі рекреаційних акваторій до площі місцевості.

Під час розрахунку балу гідрографічних ресурсів передбачається, що:

- 1 бал – до 10,0%;
- 2 – 11 – 20,0%;
- 3 – більше 20,0% [6].

За результатами розрахунків актуальних смуг можна поставити бал оцінки гідрографічних ресурсів Тернопільської області за формулою (2.1):

$$\text{Бал оцінки гідрографічних ресурсів} = \frac{\Sigma_B}{S_p} \quad (2.1)$$

де Σ_B – загальна сума площ водних об'єктів,

S_p – площа регіону.

Отже, за проведеною оцінкою гідрографічних ресурсів було визначено, що відношення наявних смуг визначених водних об'єктів і загальної площі рекреаційних акваторій до площі Тернопільської області – 8,7%, що відповідає 1 балу.

В результаті дослідження було визначено, що на водні ресурси Тернопільська область не багата.

В залежності від водності року на одного мешканця області припадає лише від 1 до 1,5 тис м³ води на рік. До того ж розподіл водних ресурсів по території області нерівномірний. Найменше водозабезпеченими є Борщівський, Гусятинський, Заліщицький та Чортківський райони.

Загальна водно-екологічна ситуація в області в цілому нестабільна і вимагає значного покращення.

Економічно незбалансована господарська діяльність, значне забруднення поверхневих вод комунальними підприємствами, змив з сільськогосподарських угідь і урбанізованих територій, поряд з штучною зміною природного режиму водних об'єктів та гідрологічною посухою призводить до деградаційних процесів, які стали переважати над самовідновлювальною і самоочисною здатністю водних екосистем.

Тернопільська область має значний спелеологічний потенціал, її печери унікальні, в світі ще не відкрито таких ж великих горизонтальних печер з специфічною будовою. Розташовані вони на глибині від 10 до 60 метрів під землею.

В області налічується 128 печер, з них 7 – пам'ятки природи державного значення.

Найбільш популярними з них можна виділити: Кришталева в с. Кривче Борщівського району, Вертеба – археологи називають її Наддністрянською Помпеєю,

Оптимістична є найбільшою в Європі гіпсовою печерою, знаходиться поблизу с. Королівка Борщівського району, Озерна – знаходиться за кілька кілометрів від Оптимістичної біля с. Стрілківці також є однією з найбільших

гіпсових печер світу, Млинки – розташована за 11 км. Від Чорткова, загальна довжина ходів 28 км [28].

У Тернопільській області знаходиться:

- найбільший в Україні на рівнинній території «Червоногородський» (інша назва – «Джуринський») водоспад, висота якого сягає 16 м;
- найвищий в Україні прямовисний скелястий річковий берег (річка Дністер) висотою 250 м та довжиною 1,5 км;
- найбільший в Україні та один з найбільших у Європі – Дністровський каньйон;
- найбільший водоспадистий струмок Русилівський, на якому можна нарахувати до 14 водоспадів.

Водні ресурси краю дозволяють у багатьох місцях займатись водним туризмом.

Тернопільська область багата на підземні та мінеральні води. Відомі сірководневі води сіл Настасів Тернопільського району і Конопківка Тереховлянського району.

Джерела типу «Нафтусі» є в Гусятині, а також у Великому Глибочку Тернопільського району, типу «Нарзан» – у Копичинцях. Сірководневі мінеральні води є в селах Сороцьке і Мшанець Тереховлянського, Козівка Тернопільського районів [41].

Тернопільська область має достатньо ресурсів та можливостей для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. На її території присутні джерела мінеральних вод, родовища лікувальних грязей, лісові ресурси та сприятливий клімат, наявна також і матеріально-інфраструктурна база (див. табл. 2.8).

Варто зазначити, що вже досить довго зберігається тенденція до скорочення кількості лікувально-оздоровчих закладів в Україні.

Така ситуація склалася і у Тернопільській області. На жаль, в останні роки була припинена діяльність саме тих закладів, які раніше були

найбільшими центрами надання комплексу послуг лікування та оздоровлення.

Таблиця 2.8 – Санаторно-курортні заклади Тернопільщини [31]

Назва	Розташування	Спеціалізація
Санаторій «Барвінок»	Зборівський район, село Мшанець	Діагностика та комплексне та хірургічне лікування зору
Санаторій «Медобори»	Теребовлянський район, село Конопківка	Серцево-судинні захворювання, хвороби опорно-рухового апарату, захворювання периферичної та центральної нервової системи, захворювання шлунково- кишкового тракту, печінки, гінекологічні захворювання запального характеру, захворювання шкіри
Микулинецька фізіотерапевтична лікарня Теребовлянський район, смт. Микулинці. Основою лікування є використання сірководневих вод та торфових грязей Гусяти	смт. Гусятин	Лікування на базі родовища мінеральних вод «Новозбручанське»

Продовження таблиці 2.8

Назва	Розташування	Спеціалізація
Більче-Золотецька обласна лікарня фізіотерапії та реабілітації	Борщівський район, село Більче- Золоте	Забезпечує надання висококваліфікованої медичної допомоги, проведення комплексного реабілітаційного та відновного лікування
Заліщицький обласний дитячий санаторій	сmt. Заліщики	Оздоровлення та реабілітація дітей з легеневими, серцево- судинними захворюваннями та ін.

Наприклад, санаторій «Збруч», який спеціалізувався на захворюваннях органів травлення, нирок, урологічних захворюваннях, захворюваннях шкіри тощо.

В даному закладі використовували широкий спектр методів лікування, що базуються на використанні курортологічних ресурсів: кліматотерапію, кінезотерапію, гідротерапію, бальнеотерапію, пелоїдотерапію та ін. А також, Бережанський обласний комунальний дитячий гастроентерологічний санаторій «Золота Липа» – заклад ще не ліквідований, але перебуває в стані припинення.

Санаторій працював цілорічно, особливу увагу тут приділяли кліматотерапії, геліотерапії, аеротерапії та дієтичному харчуванню. Діяльність призупинена також і Кременецького обласного комунального дитячого психоневрологічного санаторію, який спеціалізувався на неврозах, невротичній реакції, невротичних станах, заїканні різних ступенів складності, голоневрозах та ін.

В Тернопільській області найбільш перспективним для туристичного бізнесу є південний туристичний регіон (у першу чергу Подільське

Подністров'я), а також так званий Гусятинсько-Сатанівський рекреаційний район.

Ці території потребують модернізації наявної логістики для того, щоб цей регіон був найбільш доступним.

Одночасно гострим є питання залучення інших районів (Північних та екологічно чистих) для точок зростання туристичного бізнесу Тернопільської області.

Нерівномірність концентрації наявних туристичних ресурсів проходить через внутрішньо-обласні відмінності у потенціалі туристичних ресурсів.

Застосування природно-кліматичних ресурсів дозволяє розвивати в Тернопільській області такі туристичні напрямки, як екологічний, лікувально-оздоровчий, медичний туризм та активний відпочинок. Цілком придатні кліматичні умови, курорти з мінеральними водами та лікувальними джерелами є потужним осередком для організації рекреаційної діяльності з використанням природно-заповідного фонду.

Матеріальні та духовні історико-культурні пам'ятки мають велике значення для генерування людського світогляду, задоволення матеріальних туристичних потреб.

Кількість пам'яток історії та культури в Тернопільській області сягає 4409 об'єктів культурної спадщини – історичних, археологічних та монументального мистецтва, не враховуючи пам'яток архітектури. Серед 176 архітектурних перлин державного значення – ратуша в Бучачі, замки у Бережанах, Збаражі, Тереховлі, костьоли у Тернополі, Микулинцях, дерев'яні церкви XVI – XVII століть.

Рішенням уряду в області впродовж останніх років створено три державних історико-архітектурних заповідники – Збаразький, Кременецько-Почаївський і Бережанський. Під покров чудотворних образів Пресвятої Богородиці в Почаєві й Зарваниці з'їжджаються паломники з усіх континентів Землі.

До державного реєстру національно-культурного надбання внесені п'ять поховань (гробниць, некрополів, мавзолеїв). Тернопільська область має значні природні туристичні ресурси.

В останні роки історичні й культурні пам'ятки Тернопільської області не є досить популярними «магнітами», багато з них залишаються поза увагою як уряду, так і туристів. Вони потребують певної реконструкції та «оживлення», а також активнішого просування серед українських та іноземних мандрівників.

Оцінка культурно-історичних ресурсів не має загальноприйнятого плану, оскільки в Україні такі об'єкти майже не оцінені як туристичні ресурси, більшість видатних пам'яток не включено до туристичних маршрутів, що зумовлює їх ужиток в обмеженому обсязі.

Історико-культурні ресурси Тернопільської області характеризуються великою різноманітністю і включають археологічні та історичні об'єкти, середньовічні фортифікаційні споруди і печерні міста, культові об'єкти, палацові ансамблі, місця історичних подій, а також специфічні особливості культури і побуту українців та інших народів, які населяють територію краю (див. табл. 2.9).

Таблиця 2.9 – Пам'ятки історії та культури Тернопільської області

Назва	Кількість	Занесені до пам'яток національного значення	%, до загальної кількості
Історичні	1673	1	47
Археологічні	426	6	12
Мистецтва	164	0	5
Архітектури та містобудування	1315	180	36
Разом	3578	187	100

До Списку історичних населених місць України включено 30 населених пунктів Тернопільської області: Бережани, Борщів, Бучач, Вишнівець, Гримайлів, Гусятин, Залізці, Заліщики, Збараж, Зборів, Золотий Потік, Козова, Копичинці, Коропець, Кременець, Ланівці, Мельниця-Подільська, Микулинці, Монастириська, Підволочиськ, Підгайці, Почаїв, Скала-Подільська, Скалат, Теребовля, Тернопіль, Товсте, Хоростків, Чортків, Шумське [53].

Культурна спадщина минулого, зберігається в музейних закладах Тернопільської області, в таких як: Тернопільський художній музей, Борщівський краєзнавчий музей, Велеснівський етнографічно-меморіальний музей В. Гнатюка, Меморіальний музей-садиба Леся Курбаса, Меморіальний музей Богдана Лепкого (Бережани), Літературно-меморіальний музей Юліуша Словацького та інші.

Тернопільська область поєднала у собі частини трьох давніх українських етнічних земель: Галичини, Волині, Поділля.

Звідси неповторний колорит Тернопільської області, величезне розмаїття побутових та обрядових традицій, багатий фольклор, унікальні народні промисли, смачна кухня.

В Тернопільській області проводяться різноманітні фестивалі. Широку популярність здобувають традиційне фольклорно-обрядове дійство «Маланка» у с. Горошов, кулінарний фестиваль борщу в м. Борщів, фольклорний фестиваль «Зимові гостини» у м. Зборові, фестиваль «Мандруємо замками Тернопілля».

На свою увагу заслуговують Андріївські вечорниці у м. Тернополі, це свято є одним із найчаруючих, найвеселіших, найзагадковіших і посідає особливе місце в культурі місцевого населення.

Усі ці історико-культурні аспекти створюють надзвичайний колорит Тернопільської області.

Особливої туристичної привабливості цій території надають об'єкти історико-культурної спадщини, які включають у себе значну кількість

сакральних пам'яток, замків і фортець, музеїв, цінних в архітектурному плані громадських споруд.

Аналіз природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурного потенціалу області демонструє широкий обсяг можливостей для організації та розвитку різних видів туризму, лікування та відпочинку. Тернопільська область виступає на національному туристичному ринку як адміністративний, історико-культурний, промисловий, спортивний і діловий центр, а в області туризм має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку.

2.2. Аналіз основних показників розвитку туризму в Тернопільській області

Важливою умовою досягнення високих показників у галузі туризму є максимально повне використання наявних потенційних можливостей.

Попри повномасштабне вторгнення, яке триває майже два роки, туристична галузь в Україні продовжує функціонувати. Тернопільська область не стала винятком.

За перше півріччя 2022 р. згідно з ліцензійним реєстром Державного агентства розвитку туризму України, в Тернопільській області загалом – 29 туроператорів. Половина з них тимчасово не проводить туристичну діяльність.

Окрім того, жителям області надають туристичні послуги понад 100 турагентів [2].

З початком війни суб'єкти туристичної діяльності Тернопільської області, попри надання туристичних послуг з організації екскурсій та відпочинку, реалізують волонтерські проєкти: займаються перевезенням осіб з тимчасово окупованих територій або тих, де ведуться бойові дії, доставляють вантажі гуманітарної допомоги, тимчасово розселяють ВПО.

У таблиці 2.10 подані дані про обсягів та напрямів туристичних потоків в Тернопільській області.

Проаналізувавши потенціал Тернопільської області на внутрішньому туристичному ринку, бачимо, що організація екскурсійних подорожей припадає на Кременецький, Збаражський, Борщівський, Бережанський та Монастирський райони.

Таблиця 2.10 – Аналіз показників обсягів та напрямів туристичних потоків в Тернопільській області

Показники	Рік			Відхилення, %	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, тис осіб, у тому числі	24599	8199	17455	–66,6%	112%
іноземні туристи, тис осіб	–	–	–	–	–
туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, тис осіб	20823	3776	7820	–81,8%	107
внутрішні туристи, тис осіб	7586	613	9635	–91,9%	1471,7

Туристичні ресурси Тернопільської області мають великий потенціал, але туристичні підприємства області працюють не на повну потужність.

Кількість охочих до мандрів особливо зросла в літній період. Чимало людей мають відпустки та прагнуть відпочити від щоденних клопотів. Через

заборону авіаперельотів та обмеження перетину кордону для чоловіків добре розвинувся внутрішній туризм.

За даними Департаменту культури та туризму Тернопільської обласної держадміністрації, попередні два роки (2020 – 2021 рр.) пандемія коронавірусу та вжиті протиепідемічні заходи продовжували мати стримуючий вплив на розвиток туристичної сфери області. З об'єктивних причин влітку 2023 року відпустку також планувала мала кількість працюючих громадян Тернопільської області. Значна частина втратили роботу через війну, а тому не збирались відпочивати.

Через відсутність авіасполучення з Україною, цього літа популярними залишаються автобусні тури за напрямками: Болгарія, Греція, Чорногорія, Меджугор'є (Боснія та Герцеговина).

Мешканці Тернопільської області найчастіше обирають морський відпочинок у поєднанні з екскурсійними програмами.

Натомість минулого року з області їздили відпочивати здебільшого на курорти Європи, у Туреччину та Єгипет, розповідають у Департаменті культури та туризму.

З перших тижнів вторгнення іноземні громадяни, які проживали та навчались у ЗВО України, виїхали. Станом на сьогодні іноземці також не відвідують Тернопільську область з метою мандрівок.

Аналізуючи ситуацію з внутрішнім туризмом, за даними Департаменту культури та туризму Тернопільської обласної держадміністрації, в час війни Тернопільська область є однією з умовно найбезпечніших областей для відпочинку.

Тому місцеві туристичні організації літом 2023 р. напрацьовували нові та вдосконалювали вже існуючі маршрути активного пішого і велотуризму. Пізнавальні екскурсії з локальної історії для ВПО регулярно проводяться у різних населених пунктах області. Але зазвичай туристичні групи на 70% складаються з тернополян, і всього на 30% – з переселенців.

В Тернополі, Теребовлі, Чорткові та Заліщиках туристично-інформаційні центри популяризують локальні туристичні продукти. Вони створюють туристичні маршрути, що містять екскурсійні програми з майстер-класами та елементами гастротуризму. Також в умовах війни ТІЦ реалізують волонтерські проекти для внутрішньо переміщених осіб зі східних та центральних регіонів України, котрі тимчасово перебувають в Тернопільській області.

За інформацією туроператорів, в червні – серпні 2022 року найпривабливішими для мандрівників в Тернопільській області є такі маршрути і туристичні локації:

- лавандові поля у селі Деренівка та Джуринський водоспад;
- печера Вертеба і урочище Монастирок;
- Русилівські водоспади та місто Бучач;
- замки та палаци Тернопілля (Збараж, Вишнівець, Кременець, Білокриниця).

Традиційно популярний відпочинок в садибах сільського зеленого туризму, організація риболовлі.

Територіальні громади, на території яких є водойми, облаштовують спеціально відведені місця, пляжі з рекреаційними зонами та стоянками для автотуристів.

На жаль, зменшився попит на водні сплави. Аби їх організувати, потрібен дозвіл Тернопільської ОДА. Заборонено сплавлятися під мостами, бо це об'єкти критичної інфраструктури.

Відвідування музеїв та об'єктів культурної спадщини проходить в штатному режимі з урахуванням вимог Закону «Про правовий режим воєнного стану» і відповідно до затверджених графіків.

Відповідно до Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності», ліцензування турагентської діяльності скасовано. Це призвело до неконтрольованості турагентів щодо надання ними послуг.

Згідно закону, державним органам статистики подають інформацію тільки суб'єкти, які є юридичними особами.

Натомість більшість суб'єктів туристичної діяльності в Тернопільській області є ФОП-ми.

Рахувати кількість мандрівників, які цього літа скористались послугами турфірм можна лише на основі їхньої звітності, але це не відображає реальної ситуації з туристичними потоками в області.

Одним із показників діяльності туристичної галузі є сплата туристичного збору. За даними Департаменту культури та туризму Тернопільської ОДА, у першому півріччі 2022 року суб'єкти господарювання області (зокрема ті, хто надає послуги з розміщення), загалом сплатили 731,6 тис гривень збору.

Сума вражає, адже за відповідний період 2020 року туристичного збору нарахували на суму всього лиш 264,2 тис гривень, а за 2021 рік – на 298,04 тис гривень (див. рис. 2.1).

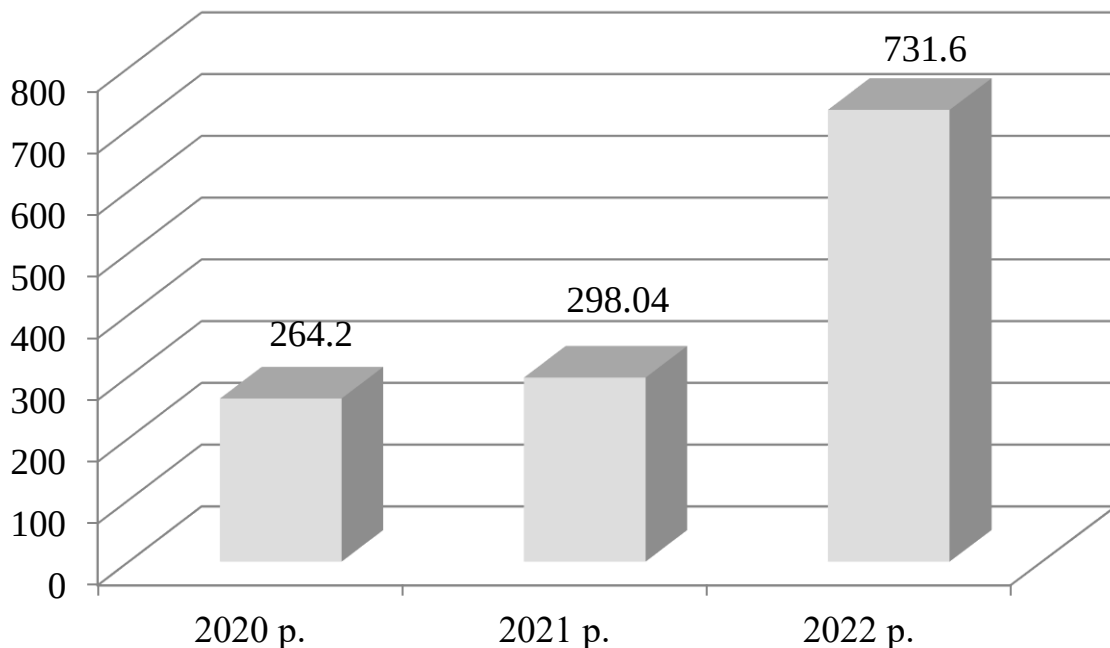


Рис. 2.1 – Сплата туристичного збору суб'єктами господарювання, що надають послуги з розміщення, Тернопільської області (тис грн.)

Це рекордний показник, який навіть попри війну більш ніж удвічі перевищив аналогічний торішній і майже догнав збір за цілий 2021 рік, коли сплатили 987,3 тис гривень.

Приріст коштів за першу половину 2022 року в порівнянні з 2021 роком складає 245%.

Лідирують за сплатою туристичного збору Тернопіль і околиці, Почаїв та Кременець [38].

Туризм позначається на зростанні частки зайнятого населення, розвитку відносин на ринку, міжнародній кооперації, участі громадян у пізнанні об'єктів природної краси та історико-культурного надбання свого краю, участі в збереженні природного екологічного балансу.

Для визначення перспектив подальшого розвитку туризму в Тернопільській області та формування для цього відповідних цілей, необхідно провести PEST-аналіз, котрий допоможе відстежити зміни та події зовнішнього середовища, що не є підконтрольними для конкретної галузі, а саме відображатиме зовнішні фактори впливу на туристичну сферу: політичні, економічні, соціокультурні та технологічні. PEST-аналіз наведено в таблиці 2.11.

Серед політичних факторів, що можуть стримувати розвиток туризму в Тернопільській області насамперед є військовий конфлікт на території України, що зумовлює негативний вплив через можливість громадян виїзду з країни і відповідно неможливість подорожувати, а також зменшення кількості в'їзних туристів.

Вплив законодавчої бази наразі є негативним для туризму Тернопільської області, адже вона часто змінюється, і не завжди на користь для туристичних підприємств та їх споживачів.

Повинна проводитися ефективна робота задля вдосконалення та врегулювання туристичної діяльності та захисту громадян, які користуються послугами туристичних підприємств. Це сприятиме позитивній динаміці туристичних прибуттів до Тернопільської області.

Таблиця 2.11 – PEST-аналіз туристичної галузі Тернопільської області

Фактор	Вплив фактору
Політичні фактори	
Нестабільна політична ситуація у країні, військові дії	Впливає як на внутрішній, так і на в'їзний туризм особливо. Зменшує туристичну привабливість не лише окремих областей, а й усієї країни.
Нестабільність законодавчої бази	Має негативний вплив через неможливість відслідковувати постійні зміни в законодавстві щодо підприємницької діяльності загалом, а також сфери туризму.
Формування державної політики у сфері культури, мистецтв і туризму	Несе позитивний характер для розвитку суспільства в межах області, забезпечує доступність всіх видів культурних та туристичних послуг для кожного, створює умови для розвитку сучасної культурної та туристичної інфраструктури регіону.
Економічні фактори	
Невідповідність доходів та витрат населення	Внаслідок цього відбувається зменшення купівельної спроможності населення області і відповідно стає меншою можливість подорожувати, адже всі витрати йдуть на інші потреби, а послуги туризму не є послугами першої необхідності.
Рівень інфляції	Інфляція впливає на прибуток від реалізації туристичних послуг, основні виробничі фонди, заробітну плату працівників туристичних підприємств. Зниження рівня інфляції сприяє зміцненню національної валюти.
Недостатня інвестиційна активність та привабливість області у сфері туризму	Впливає на ступінь розвитку туристичної індустрії, погіршує її існуючий стан при недостатньому інвестуванні. Приносить фінансові надходження у майбутньому, а також новітні досягнення та інновації, забезпечує створення нових робочих місць.
Політика оподаткування	Підвищення податків веде за собою збільшення витрат підприємницької діяльності, а це у свою чергу, впливає на підвищення цін на послуги, у тому числі й туристичні.
Соціокультурні фактори	
Низький рівень народжуваності	Демографічне скорочення впливає на збільшення згодом кількості туристів.
Загальна чисельність населення області	Має вплив на загальну кількість подорожуючих та їх збільшення.
Рівень урбанізації в області (частка міського, сільського населення)	Зосередження населення в містах викликає бажання та необхідність проведення вільного часу за його межами, та навпаки, жителі сільської місцевості прагнуть відвідати великі міста.
Вікова та статева структура населення	Впливає на розвиток певних видів туризму для різних категорій людей та на підхід до їх обслуговування.

Продовження таблиці 2.11

Фактор	Вплив фактору
Зайнятість населення	Підвищення рівня безробітного населення має негативний вплив, адже зростання його кількості призведе до зменшення платоспроможності населення, та як наслідок – неможливість подорожувати.
Кількість освітніх закладів по підготовці за напрямом «Сфера обслуговування»	Чим більше закладів з фахової туристичної освіти, тим більше створюється кількість робочих місць. Спеціальна фахова підготовка, зокрема, впливає на якість обслуговування та надання туристичних послуг, а також здатність організовувати туристичну діяльність.
Національно-культурна спадщина	Наявність національних, культурних, історичних пам'яток сприяє пізнанню культури і культурної спадщини регіону, збереженню культурної спадщини, створює нові можливості для спілкування представників різних культур.
Технологічні фактори	
Сучасні технології обслуговування	Впливають на швидкість та якість надання послуг, зменшують витрати підприємств та покращують умови їх роботи.
Мультимедійні технології	Дають змогу працювати з комп'ютерними можливостями та спрощувати вибір послуг для споживача.

Ще одним фактором політичного середовища Тернопільської області стосовно туристичної галузі є формування державної політики у сфері культури, мистецтв і туризму.

В області створено департамент з цих питань, який забезпечує доступність всіх видів культурних та туристичних послуг, створює умови для розвитку сучасної культурної та туристичної інфраструктури, координує роботу закладів культури, забезпечує втілення державної політики щодо питань з кадрової роботи на туристичних підприємствах, створює умови для розвитку культурного дозвілля населення та ін.

Аналізуючи розвиток туристичної галузі Тернопільської області необхідно підкреслити, що туризм – це сфера економіки, яка об'єднує практично всі галузі.

Саме тому економічні фактори зовнішнього середовища мають великий вплив на туризм у регіоні.

В Тернопільській області в 2021 році дохід населення перевищує витрати, що може вказувати на наявність позитивного фінансового балансу у

населення Тернопільської області. Це може означати, що населення має додаткові кошти після витрат на потреби. (див. рис. 2.2).

Фінансова ситуація населення Тернопільської області у 2021 році є позитивною, проте детальний аналіз витрат та пошук можливостей для розвитку можуть покращити ефективність використання ресурсів та забезпечити сталість та зростання області у майбутньому.

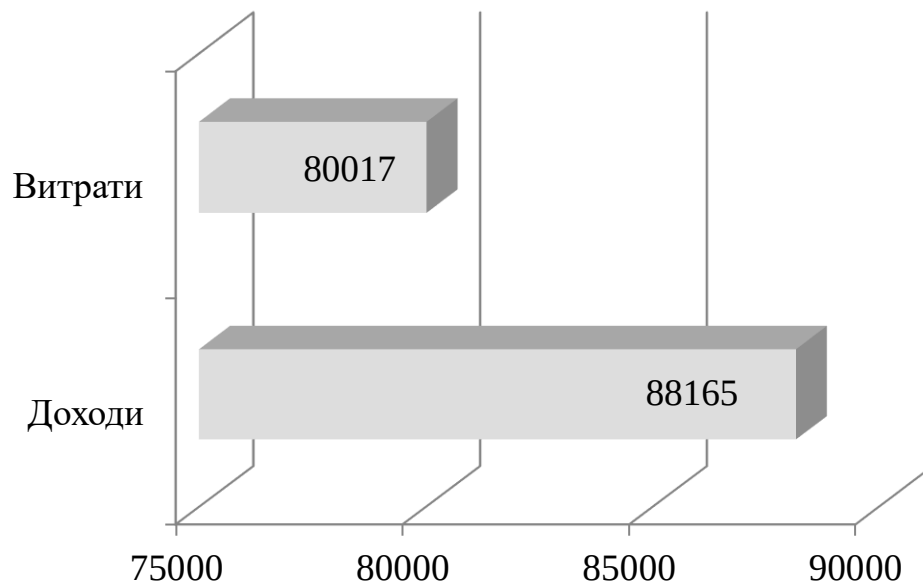


Рис. 2.2 – Доходи та витрати населення Тернопільської області у 2021 р., млн грн

Динаміку рівня доходів на одну людину представлено на рисунку 2.3.

Наведена динаміка показує, що дохід у розрахунку на одну особу збільшувався протягом років: у 2021 він збільшився на 179% у порівнянні з 2017 роком.

Туристична галузь дуже залежна від рівня доходів, адже це впливає на попит туристичних послуг серед населення, оскільки під час збільшення власного доходу у людей з'являються кошти, які можна витратити на відпустки та подорожі. Проте зі зростанням цін на послуги першої необхідності, можливість подорожувати стає меншою.

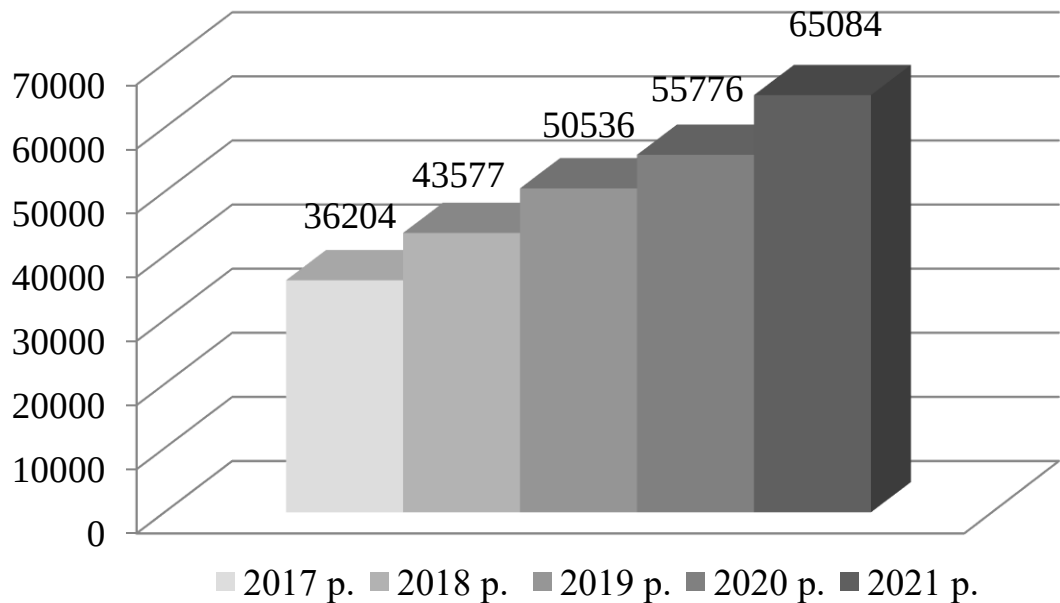


Рис. 2.3 – Наявний дохід Тернопільської області у розрахунку на одну особу за 2017 – 2021 рр., тис грн

Наступним економічним фактором є рівень інфляції. Індекс інфляції, або, що теж саме, індекс споживчих цін – показник, що характеризує зміни загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Вона характеризується зростанням середнього рівня ціни регіону на туристичні товари.

Нижче відображено динаміку індексу інфляції Тернопільської області за 2017 – 2022 рр. (див. табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Динаміка індексу інфляції Тернопільської області за 2017 – 2022 рр., %

Рік	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Індекс інфляції	113,3	109,7	104,2	103,7	109,5	125,4

Динаміка індексу інфляції Тернопільської області за 2017 – 2022 рр.

має тенденцію до зниження.

Однак, у 2022 році спостерігається різке зростання індексу інфляції до 125,4%, що свідчить про значне збільшення цін порівняно з базовим 2017 роком.

Це може бути пов'язане з повномасштабним російським вторгненням, і як наслідок, різким зростанням витрат населення, змінами в галузях економіки.

Позитивний вплив зростання доходів населення на розвиток туризму буде лише у тому випадку, якщо темпи зростання рівня заробітної плати перевищуватимуть темпи зростання інфляції.

Однією з важливих умов нормальної роботи діяльності суб'єктів туристичної галузі та підвищення ефективності їх роботи є вдосконалення системи оподаткування.

Отже, політика оподаткування це ще один фактор впливу на туристичну індустрію Тернопільської області.

Якщо говорити про особливості оподаткування у туристичній галузі, то найважливішим є облік податку на додану вартість (ПДВ) і податку на прибуток за операціями з надання туристичних послуг.

Висока ставка ПДВ може негативно вплинути на інвестиційну та туристичну привабливість як досліджуваної області, так і всієї країни.

Із 1 січня 2021 року запрацювали зміни до Податкового Кодексу України, при внесенні Законом № 962 щодо податкових пільг та стимулів для підтримки діяльності у галузі креативних індустрій, культури, туризму, спорту та інших гуманітарних сферах.

Зокрема, запроваджено знижену ставку ПДВ у розмірі 7% для операцій з постачання послуг у галузі культури й туризму, послуг з культурно-мистецьких заходів, проведення екскурсій у музеях, зоопарках і заповідниках.

Також це відноситься до операцій з надання послуг з тимчасового розміщування (проживання), що надаються готелями та подібними

зкладами [34].

У березні 2022 р. українська влада почала заохочувати бізнесменів повертатися до роботи, якщо це можливо та безпечно. Від цього залежить перехід країни до воєнної економіки та перемога у війні. Сплачуючи податки, бізнес наповнює державний бюджет, забезпечує людей робочими місцями, забезпечує населення необхідними товарами чи послугами.

Отже, відкриваючи чи відновлюючи бізнес, підприємці виконують соціальну місію, а не лише роблять це для себе [4].

Держава зробила ряд заходів для допомоги підприємствам у роки війни, в тому числі, для готельного та туристичного бізнесу. В основному, ці ініціативи стосуються податкових пільг.

Запроваджено нову єдину ставку податку 2% замість 5% – її можуть встановити існуючі та нові ФОП 3-ї групи. Головна умова переходу – річний дохід не більше 10 млрд гривень. Платники цієї групи звільнені від сплати ПДВ, але дане звільнення від сплати ПДВ не поширюється на імпорт. Багато готельних та туристичних підприємств скористалися даною пільгою, і сплачували 2% від обороту [2].

Держава звільнила всіх ФОПів від сплати ЄСВ за себе та за штатних працівників, призваних на військову службу за мобілізацією. А ФОП 1 – 2 групи також звільняються від сплати єдиного податку.

Штрафні санкції за несплату податків, неповну або своєчасну сплату, неподання звітності відсутні. Також відсутні документальні перевірки щодо сплати ЄСВ. Однак якщо у підприємців є можливість, то краще сплатити всі податки, щоб наповнити державний бюджет.

Оскільки переважна більшість підприємців, які є власниками готелів та невеликих туристичних агентств, є ФОПами, такі пільги виявилися доречними, оскільки дозволили знизити витрати та знизити збитки, які понесла більшість готельних та туристичних підприємств.

Важливим кроком для підприємців готельного та туристичного бізнесу стало відтермінування масового впровадження касових апаратів.

Будь-які штрафи за невикористання касових апаратів під час воєнного стану скасовані. Тому підприємці, які займаються готельним та туристичним бізнесом, можуть не переживати, якщо не встановили РРО або використовують його з помилками.

Зменшення податку на додану вартість для туризму матиме позитивний вплив, адже це стимулюватиме надходження інвестицій та призведе до зростання ефективності діяльності туристичних підприємств й зниження витрат на послуги.

Ще одним спеціальним податком в туристичній галузі є туристичний збір. Він належить до місцевих податків і зборів, надходження від яких зараховуються до місцевого бюджету.

Туристичний збір сплачують громадяни України, іноземці, особи без громадянства, які прибувають на територію адміністративно-територіальної одиниці, де встановлено збір, і тимчасово розміщуються у місцях проживання (ночівлі). Ставка збору встановлюється у розмірі до 0,5% – для внутрішнього туризму та до 5% – для в'їзного туризму від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року, для однієї особи за одну добу тимчасового розміщення [15].

За 2022 рік суб'єкти господарювання Тернопільської області, зокрема надавачі послуг з розміщення, загалом сплатили 1478 тисяч гривень туристичного збору.

Лідерами застали міста Тернопіль та околиці, Почаїв, Кременець. Цього року вперше до п'ятірки найкращих у цій справі увійшла Збаразька територіальна громада – 47,3 тисячі гривень, що становить 197,2% очікуваного результату. Це рекордна сума, яка, попри війну, перевищила торішній аналогічний показник майже на пів мільйона гривень.

За відповідний період 2021 р. – 987 тисяч гривень туристичного збору, 2020 року – 600 тисяч гривень, отже приріст за 2022-й порівняно з 2021 роком становить 32%.

Туристичний збір, який сплатили юридичні особи, становив 1020,5 тисячі гривень, фізичні – 457,1 тисячі.

У перші місяці війни в Україні припинили авіасполучення, й майже цілком зупинився потік іноземних туристів. Але в Тернопільську область почали з'їжджатися переселенці з регіонів, де тривають бойові дії. Частину їх централізовано розселяли органи влади, але люди самі бронювали готелі та хостели.

В області функціонують 18 санаторно-курортних закладів і закладів відпочинку (0,6% від усіх санаторно-курортних закладів в Україні): 10 санаторіїв (у тому 5 – дитячих), 5 санаторіїв-профілакторіїв і 3 бази (та інші інституції) відпочинку.

Серед санаторно-курортних закладів лідерами за кількістю осіб, які в них відпочивають, є санаторій «Медобори» в с. Конопківка Тербовлянського району – понад 3000 оздоровлених (19,9% від загальної кількості оздоровлених по області), санаторій «Веселка» в с. Петриків Тернопільського району (13,6%), санаторій «Барвінок» у с. Мшанець Зборівського району (13,2%) [33].

Готельна сфера області демонструє стійкі темпи росту.

В області діють 63 готелі, мотелі і кемпінги на 2100 місць, 22 оздоровчі заклади (бази відпочинку, табори, санаторії), 5 санаторіїв на 1100 місць.

Розвиток туризму у Тернопільській області має ключове значення з кількох причин:

1. Економічний розвиток: туризм створює нові робочі місця та сприяє зростанню економіки через грошові витрати туристів на послуги, проживання, транспорт та інші потреби.

2. Підвищення престижу регіону: розвиток туризму допомагає покращити імідж області як привабливого та цікавого напрямку для відпочинку, культурного обміну та пізнання.

3. Збереження культурної спадщини: привертаючи увагу та інтерес до історичних пам'яток, традицій та мистецтва регіону, туризм сприяє

збереженню та відродженню культурних цінностей.

4. Розвиток інфраструктури: збільшення потоку туристів стимулює розвиток інфраструктури - готелі, ресторани, транспортні мережі, що сприяє загальному розвитку регіону.

5. Підтримка малого бізнесу: туризм створює можливості для розвитку місцевого підприємництва, зокрема малого та середнього бізнесу, що сприяє соціальному розвитку.

Таким чином, розвиток туризму в Тернопільській області не лише сприятиме економічному зростанню, а й сприятиме збереженню культурної спадщини та покращенню якості життя місцевого населення. Особливу увагу слід звернути на розвиток інфраструктури та підтримку малого бізнесу для створення сталих та інклюзивних туристичних потоків.

Висновки до 2 розділу

Тернопільська область є привабливою територією для туристів за такими критеріями: географічне положення, екологічна ситуація, природні ресурси та культурно-історична спадщина. Тернопільська область є ланкою, що з'єднує потужний потенціал туристичних можливостей Карпатського й Південного регіонів, а також Волині й Буковини. Тернопільщину перетинають автомобільні й залізничні шляхи.

Основу природно-заповідного фонду Тернопільської області становлять об'єкти таких категорій: природний заповідник, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища зі збереженням природних угруповань та ландшафтів.

Нерівномірність концентрації наявних туристичних ресурсів проходить через внутрішньо-обласні відмінності у потенціалі туристичних ресурсів.

Застосування природно-кліматичних ресурсів дозволяє розвивати в Тернопільській області такі туристичні напрямки, як екологічний, лікувально-оздоровчий, медичний туризм та активний відпочинок. Цілком

придатні кліматичні умови, курорти з мінеральними водами та лікувальними джерелами є потужним осередком для організації рекреаційної діяльності з використанням природно-заповідного фонду.

Історико-культурні ресурси Тернопільської області характеризуються великою різноманітністю і включають археологічні та історичні об'єкти, середньовічні фортифікаційні споруди і печерні міста, культові об'єкти, палацові ансамблі, місця історичних подій, а також специфічні особливості культури і побуту українців та інших народів, які населяють територію краю.

Аналіз природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурного потенціалу області демонструє широкий обсяг можливостей для організації та розвитку різних видів туризму, лікування та відпочинку. Тернопільська область виступає на національному туристичному ринку як адміністративний, історико-культурний, промисловий, спортивний і діловий центр, а в області туризм має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку.

Попри повномасштабне вторгнення, яке триває майже два роки, туристична галузь в Україні продовжує функціонувати. Тернопільська область не стала винятком.

За перше півріччя 2022 р. згідно з ліцензійним реєстром Державного агентства розвитку туризму України, в Тернопільській області загалом – 29 туроператорів. Половина з них тимчасово не проводить туристичну діяльність.

Проаналізувавши потенціал Тернопільської області на внутрішньому туристичному ринку, бачимо, що організація екскурсійних подорожей припадає на Кременецький, Збаражський, Борщівський, Бережанський та Монастириський райони.

Аналізуючи ситуацію з внутрішнім туризмом, за даними Департаменту культури та туризму Тернопільської обласної держадміністрації, в час війни Тернопільська область є однією з умовно найбезпечніших областей для відпочинку.

За 2022 рік суб'єкти господарювання Тернопільської області, зокрема

надавачі послуг з розміщення, загалом сплатили 1478 тисяч гривень туристичного збору.

Таким чином, розвиток туризму в Тернопільській області не лише сприятиме економічному зростанню, а й сприятиме збереженню культурної спадщини та покращенню якості життя місцевого населення. Особливу увагу слід звернути на розвиток інфраструктури та підтримку малого бізнесу для створення сталих та інклюзивних туристичних потоків.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Стратегічні напрямки розвитку туризму в Тернопільській області

Тернопільська область має потужний історико-культурний потенціал, який у поєднанні з природними та рекреаційними ресурсами створює великі перспективи для розвитку різних сфер туристичної діяльності.

Нині туристично-рекреаційний потенціал використовується не досить повно для розвитку туризму. Особливу увагу слід приділити розширенню мережі санаторно-курортних закладів. Рекреаційні заклади області здатні задовольнити попит населення області та приїжджих рекреантів більшим об'ємом рекреаційних послуг. Це сприятиме подальшому розвитку оздоровчо-лікувального туризму.

Загалом регіон має сприятливі соціально-економічні передумови для перетворення туристичної сфери діяльності на одну із провідних галузей у господарстві області.

Доцільно було б зосередити увагу на реалізації наявних можливостей для розвитку інших видів туризму: етнотуризму, ділового, наукового, активізувати розвиток транскордонного співробітництва.

Доцільність використання наявних туристичних ресурсів конкретних адміністративних одиниць, а також територіальних громад, саме і є основною проблемою для наукових досліджень. Наявність великої кількості різноманітних природних ресурсів дає можливість розвивати на Тернопільщині різноманітні види туризму, такі як: активний (водний, спелеологічний), зелений, культурно-пізнавальний, оздоровчий.

Вважаємо, для повного розкриття потенціалу розвитку туризму в Тернопільській області необхідно:

- логістика інноваційності у туризмі, у вигляді впровадження нових технологій обслуговування та організації відпочинку, управлінських

нововведень;

- надати широкі можливості науковим кадрам щодо створення принципової логістичної моделі сталого розвитку туризму;
- диверсифікувати туристичні послуги за рахунок інновацій та розвитку наявного потенціалу туристичної галузі;
- державна туристична політика регіону повинна сприяти формуванню цілісного туристичного продукту;
- забезпечення сталого розвитку туризму повинно передбачити управління в туристичною галузі, таким чином, щоб це не суперечило природній, соціальній, економічній єдності території;
- проведення стійкої використання природних ресурсів через врахування внесків місцевих громад у відпочинок туристів тобто передбачення рівності прав місцевого населення у економічній доцільності від туризму;
- легалізація діяльності приватних домоволодінь та засобів розміщення;
- ліквідація диспропорцій рекреаційного освоєння територій області, як елемент комплексного розвитку;
- формування позитивного міжнародного іміджу галузі, визначення сприятливого бізнес-середовища;
- стимулювання інвестиційної діяльності;
- сталий підхід до використання природних ресурсів;
- формування ефективної системи управління.

Вважаємо, необхідно і надалі в Тернопільській області розвивати велотуризм, водний туризм, сільський зелений туризм. Особливо привабливими для туристів регіону є туристично-екскурсійні подорожі.

Кожна рекреаційна територія для стабільного функціонування повинна мати певну спеціалізацію на окремих видах туризму та типах відпочинку. Для сталого розвитку галузі таких видів повинно бути кілька, крім того,

формувати їх необхідно в такий спосіб, щоб підтримувати стабільний туристичний попит протягом усього року, долаючи фактор сезонності.

Отже, дослідження туристичного потенціалу дає можливість збільшити туристичні потоки і підвищити соціально-економічний розвиток регіону. Одним з найдієвіших способів оцінювання туристичного потенціалу є стратегічний аналіз, який уможливорює дослідити не лише наявність ресурсів, але й проаналізувати конкурентні їх переваги, передбачити вплив факторів зовнішнього середовища та їх наслідки для галузі. Таким чином, завдання стратегічного аналізу доцільно поділити на такі, які вирішуються на макро- та мезорівні (див. рис. 3.1).

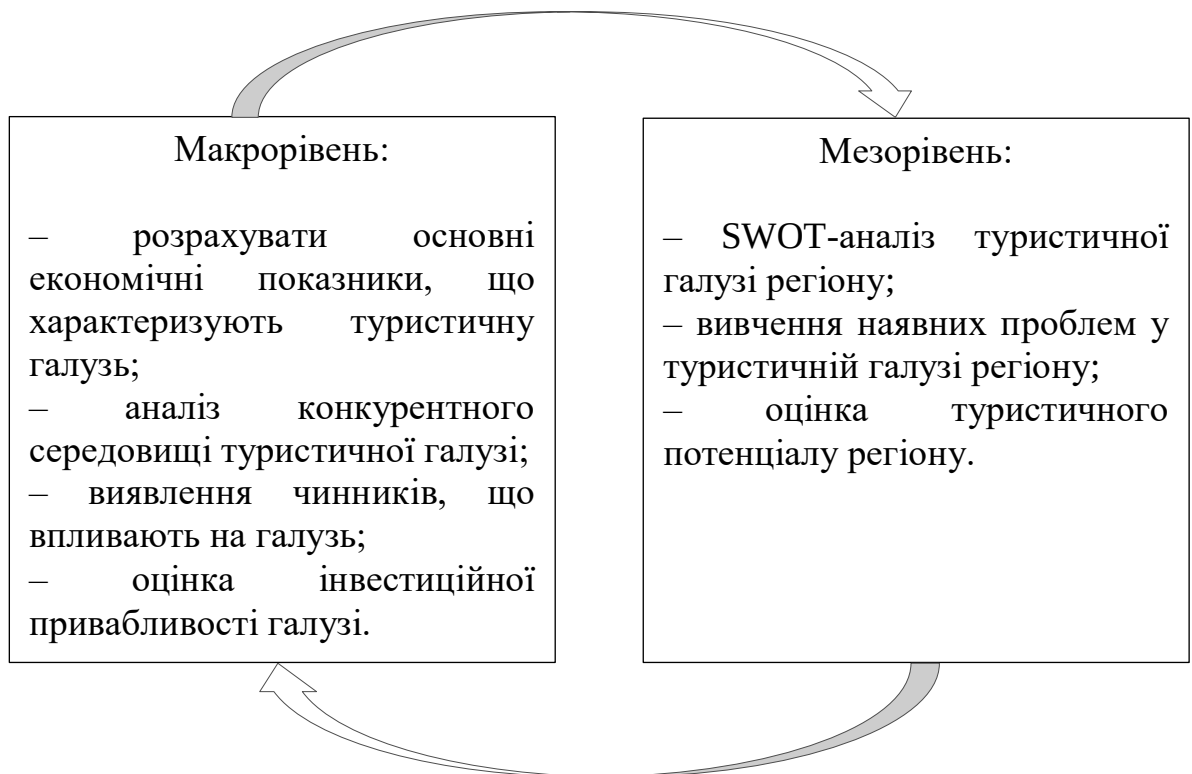


Рис. 3.1 – Завдання стратегічного аналізу на макро- та мезорівні

На основі низки досліджень, проведених у попередніх розділах, запропоновано та охарактеризовано нове бачення та стратегічні цілі розвитку туризму у регіоні.

Стратегічне планування – це системний підхід до змін та створення

спільних поглядів на майбутнє туристичного середовища, процес визначення проблем та узгодження цілей, завдань й сценаріїв, реалізація яких дозволить вирішити ці проблеми.

Одним з важливих етапів формування стратегій розвитку туризму країни чи окремої території є стратегічний аналіз. Одним з таких є SWOT-аналіз, що є ефективним під час виявлення переваг та недоліків туристичного ринку [34].

Під часу даного аналізу виявляються загрози й можливості, що виникають у зовнішньому середовищі та сильні й слабкі сторони об'єкта дослідження.

Було проведено SWOT-аналіз туристичної галузі Тернопільської області (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз туристичної галузі Тернопільської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
– вигідне суспільно-географічне положення; – багатий природно-рекреаційний потенціал (лікувальні мінеральні води, лісові, ландшафтні, геоморфологічні (у тім числі спелео-) ресурси, природоохоронні території); – наявність лікувально-оздоровчих та курортних територій; – матеріально-технічна база туризму (готелі, санаторно-курортні заклади, заклади харчування); – унікальна суспільно-історична спадщина; популяризація фестивальних заходів як унікальних туристично-рекреаційних продуктів; – комунікаційна доступність; – наявність регіональних програм розвитку туризму в області; – досить розвинена транспортна інфраструктура, висока щільність транспортних мереж;	– недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури (низький рівень надання послуг у туристичних закладах; недостатня кількість закладів розміщення та харчування, невпорядкований стан автошляхів); – низький рівень реклами та поінформованості населення щодо туристичних програм регіону; – недостатній рівень кваліфікації працівників туристичної сфери; – незадовільний стан культурних пам'яток; відсутність державних програм збереження та відновлення унікальних туристичних пам'яток; – низький рівень якості лікувально-оздоровчих та курортних послуг; – високий рівень дигресії популярних туристичних ресурсів і територій; – низький рівень попиту на туристичний продукт з боку проведення на території регіону туристичних конференцій, виставок, ярмарок;

Продовження таблиці 3.1

Сильні сторони	Слабкі сторони
– активна позиція населення щодо розвитку туристичної галузі області	– низький рівень інвестиційної активності туристичної галузі; – відсутність інновацій для розвитку туристичної галузі; – запозичення іноземного досвіду в процесі використання туристичних атракцій
Можливості	Загрози (перешкоди)
– використання географічного положення для збільшення міжобласних туристичних потоків; – використання природного потенціалу для розвитку сільського зеленого, екологічного, водного, оздоровчо-лікувального відпочинку; – залучення об'єктів історико-культурної спадщини до нових пізнавальних та розважальних туристично-рекреаційних проєктів; – облаштування закладів розміщення та відпочинку в місцях із туристичними атракціями; – впровадження новітніх технологій у процесі здійснення туризму та рекреації; – облаштування транспортної інфраструктури дасть змогу збільшити кількість пасажироперевезень у межах області до об'єктів туризму; – збільшення кількості готельних закладів та агросадиб дасть змогу здійснювати довготривалий відпочинок поблизу туристичних дестинацій	– Пандемія, карантинні обмеження; продовження військових дій в країні; – зміна потреб та запитів туристів; – недостатнє фінансування з державного бюджету нових туристичних програм; – висока конкурентність європейських ринків, складність виходу на них; – велика конкуренція з потужним сусіднім курортним регіоном; – невідповідний рівень заробітної плати у туристичній сфері; – зменшення туристичних потоків через низький рівень маркетингу туристичної галузі регіону; – надмірне використання вичерпних природно-рекреаційних ресурсів; – недофінансування туристичних програм

Результат проведеного аналізу передбачає встановлення ланцюгів зв'язку між факторами, котрі у подальшому можна використовувати для формулювання стратегій.

Основою для розрахунків та аналізу туристичної галузі регіону є система моніторингу ринку туристичних послуг [23].

Схема структурно-логічної послідовності, що слугує базою для здійснення моніторингу туристичного ринку Тернопільської області була представлена у роботі (див. рис. 3.2).



Рис. 3.2 – Схема структурно-логічної послідовності здійснення моніторингу туристичного ринку Тернопільської області

Пропонована схема передбачає визначення специфіки досліджуваної

області, його туристично-рекреаційні ресурси, стан туристичної інфраструктури, виявлення проблем державної політики у галузі, а також аналіз показників соціального та економічного середовища. Так само, у схемі зазначено завдання щодо вивчення конкурентів серед сусідніх областей та туристичних фірм, що передбачає дослідження показників їх діяльності, а саме: обсяги продажу туристичних фірм, цінова політика, пропозиції підприємств.

У результаті необхідно проводити розрахунок показників ефективності сфери туристичних послуг області, створювати бази даних показників. Аналіз показників пропонованої системи моніторингу дозволить зробити висновки про задовільний чи незадовільний стан розвитку туризму та допоможе надалі знайти дієві інструменти для зросту їх ефективності.

Для ефективного впровадження даної системи моніторингу необхідне проведення спеціальних заходів для місцевих органів управління, підприємців та фокус-груп, що займаються дослідженням галузі туризму на регіональному рівні [22]. Це допоможе насамперед налагодити взаємодію з підприємствами надання туристичних послуг для отримання усієї необхідної інформації. Також участь у такому заході допоможе місцевим органам влади налагодити прямий контакт із підприємцями для подальшої співпраці над моніторингом туристичної діяльності.

3.2. Перспективи післявоєнного відновлення туризму в Тернопільській області

На початку 2019 року весь світ сколихнула епідемія вірусу COVID-19, що відобразилося на туристичній сфері, адже було впроваджено карантинні обмеження, які призвели до зменшення міжнародних туристичних потоків. Люди почали подорожувати в межах своїх країн, тож внутрішній туризм став альтернативою виїзному.

Криза двох років, пов'язана з пандемією COVID-19, змусила

туристичний бізнес шукати нові та інноваційні шляхи для розвитку своєї діяльності і ситуація дещо стабілізувалася [18]. Проте 24 лютого 2022 року туризм зіштовхнувся ще з одним викликом: початком російського вторгнення в Україну. Але з досвіду тих країн, що пережили період війни, можна сказати, що туристичний інтерес до них зростає після її закінчення.

Російська агресія проти України торкнулася туристичної сфери і європейських країн: зменшилась кількість подорожей як на російському, так і на українському ринках, знизився рівень довіри до країни-агресора та збільшились побоювання іноземних туристів через небезпеку в Україні. Країни ЄС, що межують з Україною, також почали втрачати туристів. Адже гостей країн лякають новини про загрози, які виникають поблизу кордонів. Через це, наприклад, Польща втратила від 30% до 40% туристів, Угорщина – 45%, Литва – 39%, а в Словаччині цього літа кількість туристів зменшилась на 49% [40].

Європейський ринок багато років був орієнтований більше на російських туристів. У 2020 році на росію та Україну припадало разом 3% витрат на туризм, і як прогнозує Всесвітня туристична організація, у разі продовження війни, у 2022 році може втратитись близько 14 млрд. дол. надходжень від туризму.

Війна в Україні, з моменту російської навали, спричинила значне ослаблення економіки загалом: скоротилися обсяги виробництва, підвищилися ціни, порушилася логістика підприємств. Для економіки країни необхідно, аби підприємства та бізнес продовжували працювати, тим самим наповнюючи надходження до державного бюджету. Як зазначає Державне агентство розвитку туризму, загальні надходження від туристичної діяльності до Державного бюджету України скоротилися на 18% [40].

Світове туристичне товариство підтримує Україну в боротьбі з російською агресією та започатковує заходи, на яких можна говорити про стан туризму українських міст та їх потенціал на міжнародному рівні, з можливістю оживлення туристичних потоків до деяких з них. Окрім цього,

проходять різні виставки та мітинги з закликами зупинити війну в Україні, які ще більше привертають увагу до неї.

Українські фахівці з туризму звертаються до тих країн, на території яких велися військові дії, щоб отримати інформацію й рекомендації щодо планів, заходів з відновлення та процвітання туризму, оскільки досить багато країн постали як успішні туристичні напрямки після війни. Гарним прикладом є Хорватія, де туристична діяльність під час війни практично зупинилася. Її відновленню сприяла промоція пляжних локацій та островів, про які раніше не знали закордонні туристи.

Ще одним прикладом є Ізраїль, який і сьогодні знаходиться у стані війни з Палестиною. Та мандрівники незважаючи на це все одно охоче відвідують країну. Туризм тут пристосувався до війни, та не дивлячись на зниження доходів від туризму, економіка країни цього майже не відчуває. Тут популяризують паломницький, медичний та культурний види туризму.

Єгипет стрімко розвиває туризм за допомогою історичних пам'яток та природних особливостей морського узбережжя. Тут також відбувся військовий конфлікт, та мало хто з туристів зараз згадує про це, адже вони приїждять відпочити до моря й подивитися на видатні пам'ятки [53].

Звичайно, війна в Україні не може зрівнятися з будь-якою іншою збройною боротьбою в сучасному світі, тому що інші країни не зазнали таких руйнувань, як Україна. Туристичний ринок тут занепав як ніде раніше, тому його «регенерація» буде довгою та своєрідною.

Оскільки туристична галузь продовжує функціонувати, постає питання у виявленні інтересів та пріоритетів потенційних туристів, на основі чого вже можна будувати шляхи до її повноцінного відновлення. Було проведено опитування населення Тернопільської області з метою аналізу тенденцій та попиту на туристичні послуги. Опитування проводилося на платформі Google Forms, у вересні – жовтні 2023 р. серед 117 респондентів.

Головними питаннями були такі: чи планують вони подорожувати у цьому році та що стає на заваді для цього, які фактори вибору місця

відпочинку впливають на людей зараз, куди б громадяни відправились у подорож.

Також були запитання, що стосуються саме Тернопільської області: коли була остання подорож Тернопільською областю та якою була її якість, що на думку респондентів необхідно буде зробити для відновлення туризму в області після війни в першу чергу.

Отже, у результаті опитування виявилось, що метою сьогодишньої подорожі більшості людей став психологічний відпочинок від нинішніх подій (26%), найменший відсоток респондентів подорожують з метою дозвілля та розваг – 4% (див. рис. 3.3).

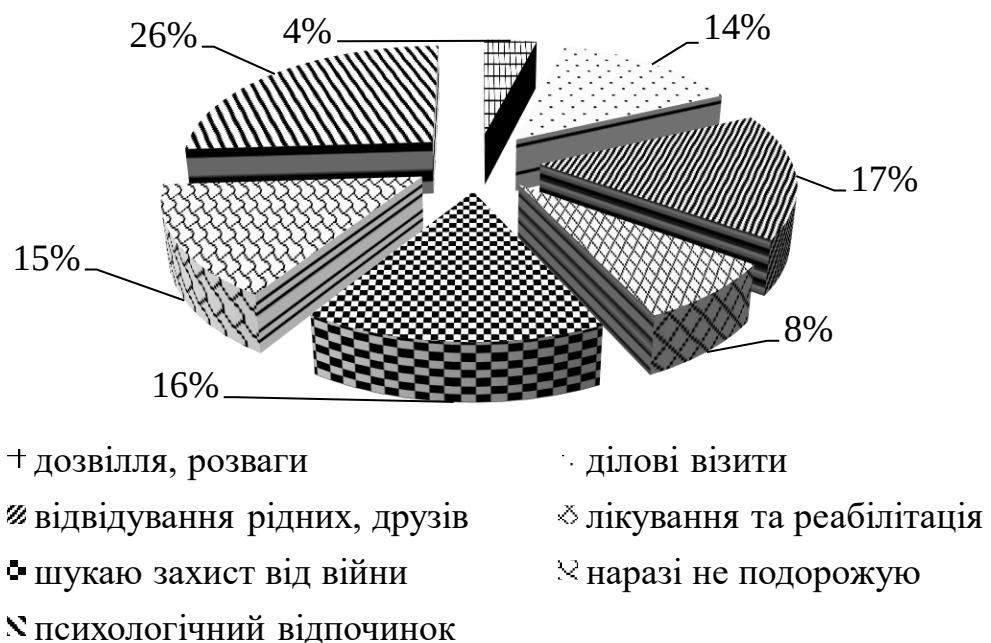


Рис. 3.3 – Види відпочинку, якому надається перевага респондентів Тернопільської області у воєнний час, %

Серед опитаних 72% взагалі не планують подорожувати цього року. Обраним місцем відпочинку для тих, хто подорожував би, більший відсоток отримали закордонні поїздки – 52%, до Західної України поїхало б 32%, до Центральних областей – 16% респондентів (див. рис. 3.4).



Рис. 3.4 – Відповіді респондентів Тернопільської області на питання «Чи плануєте Ви подорожувати під час війни та якому напрямку віддаєте перевагу?», %

Найважливішим фактором впливу на вибір місця відпочинку сьогодні став бюджет – 46%, що є результатом втрати заробітку серед населення. Наступним фактором стала наявність бомбосховищ та безпечних місць на території, за це віддали голоси 22%, адже в нинішніх умовах безпека життя стала найважливішим пріоритетом для перебування на території України взагалі.

Решта голосів відводиться культурній та екскурсійній програмі (12%), відсутності росіян поруч (12%), транспортній доступності (8%) (див. рис. 3.5).

Найулюбленішими місцями відпочинку в Україні для опитаних стали: парки та природні локації (36%), моря й курорти (24%), гори (26%), архітектурні пам'ятки (14%). Тож можна зробити висновок, що природно-рекреаційні ресурси країни є досить популярними та цікавими, що дозволяє акцентувати увагу на розвитку туристичної діяльності саме на таких локаціях.

Цікавим для потенційних туристів стало питання щодо вибору місця для відвідування в Тернопільській області після закінчення війни.

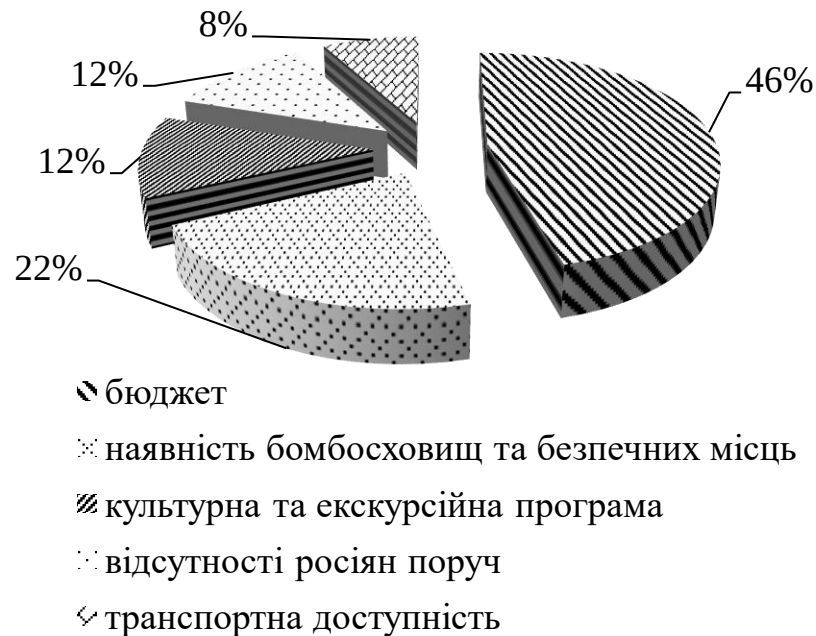


Рис. 3.5 – Відповіді респондентів Тернопільської області на питання «Який найважливіший фактор впливу при виборі місця відпочинку?»

Виявилося, що 76% мріють поїхати до моря, 17% поїдуть на місця минулих військових подій, решта респондентів прагнуть відвідати пам'ятки природи та архітектури.

Такі результати анкетування дають зрозуміти, що приділяти увагу відновленню туризму перш за все слід буде на звільнених територіях та на морських курортах області, адже люди почнуть повертатися до своїх домівок, а іншим буде цікаво побачити місця битв на власні очі. А море завжди було в пріоритеті українців котрі подорожують в межах країни, і оскільки курорти будуть недоступними для відвідування невизначений термін, а після перемоги знадобиться багато часу для розмінування прибережних територій, то бажання поїхати на українське море буде значно більшим.

Виявлено, що на думку респондентів першочерговим завданням для

відновлення туризму в Тернопільському регіоні є відбудова інфраструктури, за що проголосувало 76%.

Учасники також вважають, що важливо створювати нові туристичні маршрути, котрі будуть проходити місцями минулих військових дій, цьому пункту було відведено 40% голосів.

Така частка голосів підтверджує зацікавленість населення у вшануванні пам'яті героям, закріпленні області як однієї з найсильніших територій у боротьбі за правду та свободу, перетворенні регіону у своєрідну «військову» фортецю.

Поява воєнно-історичного виду туризму в області матиме попит не лише серед українців, а й серед іноземних туристів.

Було віддано 24% голосів проведенню великої кількості фестивалів та концертів в Тернопільській області. Це допоможе популяризувати в регіоні забутий через війну фестивальний туризм.

Такі заходи можна також спрямовувати на проведення декількоденних фестивалей військової тематики, де туристи матимуть змогу взяти участь у театралізованих виставах, турнірах та змаганнях, відзначити чи вшанувати пам'ятні дати.

Подібні заходи матимуть визнання не лише на національному, а й на світовому рівні.

На основі низки досліджень, проведених у попередніх розділах, запропоновано та охарактеризовано нове бачення та стратегічні цілі відновлення й розвитку туризму у регіоні у вигляді схеми, що є наочним графічним зображенням взаємозв'язку цілей та показує розподіл головної мети чи місії на окремі завдання та дії (див. рис. 3.6).

Як видно зі схеми, реалізація головної мети, а саме перетворення Тернопільської області на відомий центр туризму, потребує впровадження нових механізмів з умовами сьогодення, що будуть пов'язані із засобами досягнення цілей.

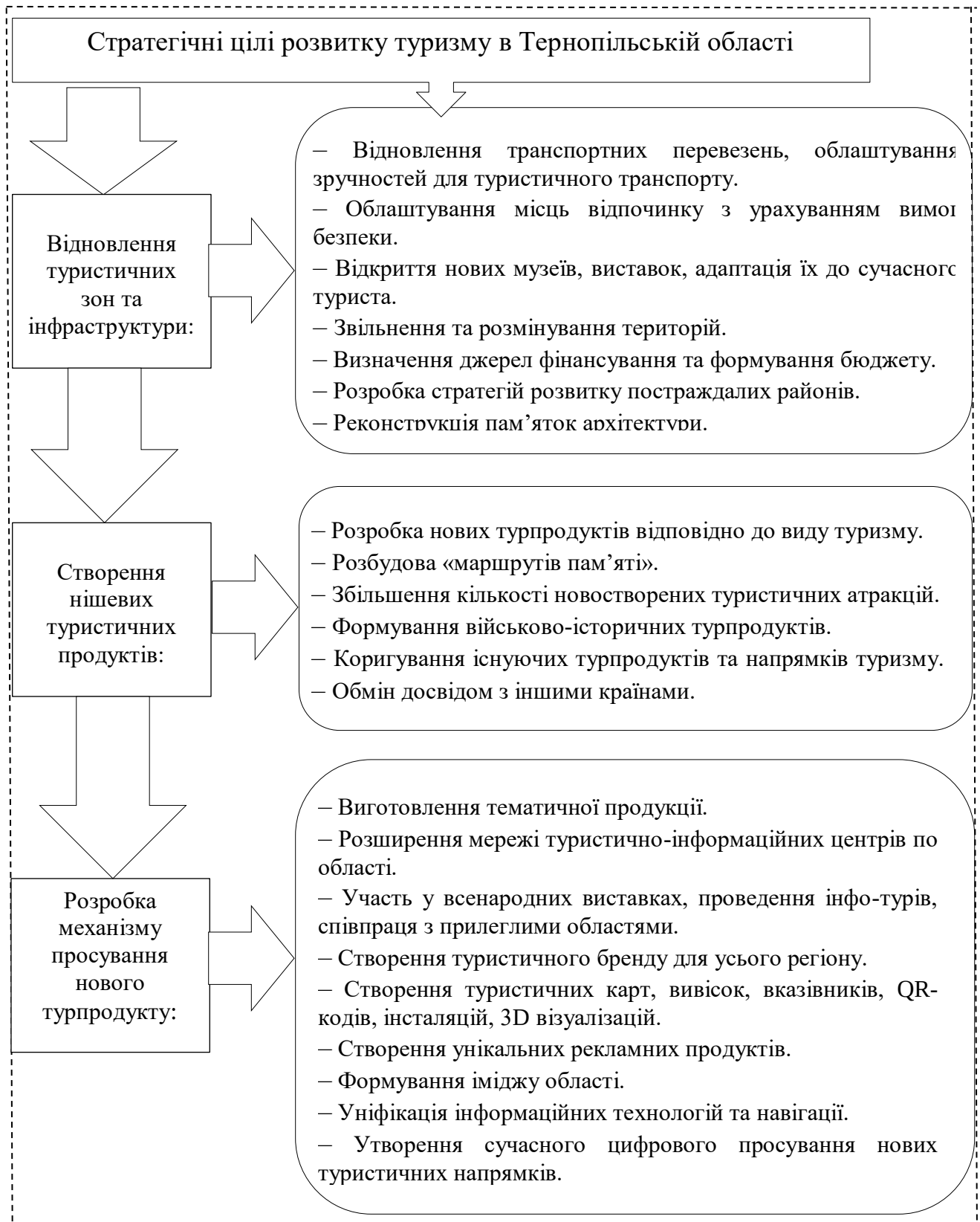


Рис. 3.6 – Схема відновлення туристичної галузі Тернопільської області

Отже, запропоновано модель відновлення, котра складається з трьох

головних шляхів:

- створення нішевих туристичних продуктів;
- відновлення туристичних зон та інфраструктури;
- створення механізму просування нового туристичного продукту.

1. Першою підціллю для створення нішевих туристичних продуктів буде коригування тієї продукції та напрямків туризму, котрі вже були сформовані до війни, проведення оцінювання їх стану та відштовхуючись від результатів, складання планів розвитку на найближчі роки. Далі виникає необхідність у збільшенні кількості новостворених туристичних атракцій для вже існуючих видів туризму, а також розробка нових туристичних продуктів відповідно до кожного з них. Минулі роки показали, які напрямки туризму почали з'являтися в карантинних умовах.

До початку повномасштабної війни в Україні одним з пріоритетних напрямків туризму був медичний, а саме оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Щоб повністю не втратити своїх спеціалістів, різні санаторії модернізувалися як реабілітаційні, психологічні центри для постраждалих в ході війни. Тож після її завершення медичний туризм для внутрішніх туристів стане ще більш популярним. Потоки туристів можуть відновитися, при умові вирішення тих проблем, що стоять на заваді динамічного просування цього виду туризму [56].

Оскільки зараз весь світ збентежений війною в Україні, після її закінчення Україна матиме достатньо великі перспективи для появи нового виду туризму, що буде пов'язаний з військовими подіями та пам'яттю про них. Зважаючи на великі руйнування міст, житлових будинків та інфраструктури, створення оборонних споруд тощо, матиме місце розвиток саме воєнно-історичного туризму. Подорожі такими об'єктами будуть відтворювати у свідомості людей символи мужності українських захисників та дух об'єднання українського народу [49].

Для початку впровадження такого туристичного напрямку запропоновано звернутися до тих країн, на території яких колись були

військові дії, щоб обмінятися досвідом відновлення галузі.

Наступним кроком повинно стати формування військово-історичних туристичних продуктів. Прикладом може слугувати надання турів для життя в армійських умовах з участю в програмах військової підготовки, катанням на військовій техніці, стрільбі зі зброї та ін., що може також носити назву мілітарі туризм.

Аби зарадити розвитку даного різновиду туризму в післявоєнний період доцільно будувати нові «маршрути пам'яті». Частину зруйнованих об'єктів треба зберегти для історії. А також можна залишити недоторканими цілі квартали, аби перетворити певну місцевість на «місто-музей». Це дозволить туристу знаходячись поруч з такими пам'ятками відчутти та «пережити» ті емоції, котрі він не отримає при перегляді фото. Такі місця повністю збережуть той дух війни та руйнувань, що відбувалися тут.

У рамках роботи над дослідженням Тернопільської області можна констатувати той факт, що уже зараз під час війни в Україні починають формуватися різні заходи та виставки присвячені військовій тематиці. Просто неба відкриваються виставки патріотичних робіт, плакатів з метою донести людям правду про скоєні злочини російської федерації та необхідність протистояти їхній пропаганді. Такі експозиції не тільки роблять відомими українських митців, а й підвищують моральний, бойовий дух та почуття патріотизму серед громадян.

2. Другою ціллю для розквіту туризму в Тернопільській області запропоновано зробити відновлення туристичних зон та інфраструктури. Першим кроком для цього має стати розробка стратегій розвитку регіонів. Стратегії стосовно деяких районів, ймовірно, доведеться писати заново [56]. Вони повинні містити у собі ще більше аспектів, котрі не враховувалися до лютого місяця цього року, особливо це питання людської безпеки, збереження довкілля та ін.

Слід враховувати й те, що спочатку туристи будуть їхати до тих регіонів, які менше постраждали від війни. Тож в Тернопільській області,

звичайно, першочерговим завданням буде відновлення критичної інфраструктури.

Необхідно також зайнятися облаштуванням місць відпочинку з урахуванням вимог безпеки [14].

Для того, аби відновився туристичний потік в Тернопільській області, треба займатися відновленням транспортних перевезень. Для більшої мобільності необхідно займатися розбудовою транспортної інфраструктури, а саме облаштовувати різноманітні зручності для туристичного транспорту: сформувати мережу місць зупинок та паркування, забезпечити зрозумілу навігацію до них, запровадити зручну систему оплати за послуги паркування. Необхідним є також задіяння водного транспорту, вдосконалення пішохідної та вело-інфраструктури.

Зруйновані будівлі у містах, пошкоджені пам'ятки архітектури потребують реконструкції, це є ще одним кроком до поновлення туристичної галузі. Ця задача породжує іншу – визначення джерел фінансування та формування бюджету.

Було запропоновано розпочати відкриття нових музеїв, виставок та адаптувати їх до сучасного туриста. Задля розвитку, наприклад, військово-історичного туризму важливо буде встановлювати музеї та виставки, де будуть відтворені найважливіші битви, а для вшанування пам'яті загиблих – меморіальні комплекси [5].

3. Третьою ціллю було запропоновано розробку механізму просування нового туристичного продукту. Для цього перш за все варто сформувати загальний імідж області, створити туристичний бренд для усього регіону, адже це матиме особливе враження від дестинації в уяві як туристів, так і жителів [17]. Будь-яке місто, територія, чи певний об'єкт має свій живий характер та спосіб життя, а щоб це підкреслити, для певної території створюють візуальну айдентику. Вона допомагає не лише виділити конкретне місце як туристичний напрямок, а й побудувати більш ефективну та зрозумілу комунікацію з місцевими жителями.

Наступним етапом була запропонована уніфікація інформаційних технологій та навігації. Вона передбачає розробку концепції туристичної навігації, зручної як для українських, так і для іноземних мандрівників. Пропонується розробляти туристичні карти, розміщувати та уніфікувати туристичні вказівки, встановлювати інформаційні табло, QR-коди, інсталяції, 3D візуалізації тощо [14].

Останнім та чи не найголовнішим кроком, що стоїть на меті відновлення туризму є утворення сучасного цифрового просування нових туристичних напрямків, створення унікальних рекламних продуктів. Оперативними завданнями для цього можуть бути: оновлення туристичних порталів та сайтів як основних джерел туристичної інформації, постійна зміна промоційних туристичних рекламних роликів, підготовка соціальних мереж та цифрових додатків, що спрощують доступ до туристичних сервісів.

Тож щоб відновити позицію Тернопільської області на ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні знайти нові способи реклами та продажу своїх продуктів.

До запропонованої задачі відноситься й участь у Міжнародних виставках та презентаціях для залучення цільових груп закордонних туристів.

Необхідною є також співпраця з прилеглими регіонами й містами у напрямку відновлення туристичної сфери, проведення спільних післявоєнних промоційних заходів, створення спільного туристичного кластеру.

Наразі Управління туризму та промоцій сприяє нормативному врегулюванню туристичної діяльності. Пропонує внесення певних змін до Закону України «Про туризм» та інших нормативно-правових актів щодо діяльності готелів, хостелів, направлення туристичного збору на піднесення туризму тощо [58].

Підсумовуючи зазначене вище можна стверджувати, що перспективи розвитку туризму в Тернопільській області після війни є, вони включають наступне:

- розвиток нових перспективних видів туризму та покращення існуючих;
- розробка нових програм та концепцій;
- забезпечення співпраці з багатьма областями та країнами у напрямку підтримки туристичної діяльності;
- підвищення цікавості туристів до пам'ятних місць та маршрутів;
- пошук та реалізація нових способів розробки й просування туристично-рекреаційних послуг тощо [50].

Висновки до 3 розділу

Одним з найдієвіших способів оцінювання туристичного потенціалу є стратегічний аналіз, який уможлиблює дослідити не лише наявність ресурсів, але й проаналізувати конкурентні їх переваги, передбачити вплив факторів зовнішнього середовища та їх наслідки для галузі.

Результат проведеного аналізу передбачає встановлення ланцюгів зв'язку між факторами, котрі у подальшому можна використовувати для формулювання стратегій.

Для ефективного впровадження даної системи моніторингу необхідне проведення спеціальних заходів для місцевих органів управління, підприємців та фокус-груп, що займаються дослідженням галузі туризму на регіональному рівні. Це допоможе насамперед налагодити взаємодію з підприємствами надання туристичних послуг для отримання усієї необхідної інформації. Також участь у такому заході допоможе місцевим органам влади налагодити прямий контакт із підприємцями для подальшої співпраці над моніторингом туристичної діяльності.

Було проведено опитування населення Тернопільської області з метою аналізу тенденцій та попиту на туристичні послуги. У результаті опитування виявилось, що метою сьогоденної подорожі більшості людей став психологічний відпочинок від нинішніх подій (26%), найменший відсоток

респондентів подорожують з метою дозвілля та розваг – 4%.

Серед опитаних 72% взагалі не планують подорожувати цього року. Обраним місцем відпочинку для тих, хто подорожував би, більший відсоток отримали закордонні поїздки – 52%, до Західної України поїхало б 32%, до Центральних областей – 16% респондентів.

Виявлено, що на думку респондентів першочерговим завданням для відновлення туризму в Тернопільському регіоні є відбудова інфраструктури, за що проголосувало 76%.

Запропоновано та охарактеризовано нове бачення та стратегічні цілі відновлення й розвитку туризму у регіоні у вигляді схеми, що є наочним графічним зображенням взаємозв'язку цілей та показує розподіл головної мети чи місії на окремі завдання та дії.

Запропоновано модель відновлення, котра складається з трьох головних шляхів: створення нішевих туристичних продуктів; відновлення туристичних зон та інфраструктури; створення механізму просування нового туристичного продукту.

ВИСНОВКИ

Досягнуто основну мету кваліфікаційної роботи, яка полягає в дослідженні сучасного стану та визначенні перспектив розвитку туризму в Тернопільській області.

Обґрунтовано теоретичні аспекти розвитку туризму.

Нині туризм як соціально-економічне явище набирає ознак самостійного виду економічної діяльності. По-перше, його суб'єктами є досить однорідні за призначенням і технологією виробництва товарів і послуг підприємства. По-друге, поступово вдосконалюється система управління туризмом. По-третє, незважаючи на значну диверсифікацію, у туристичній індустрії створюється однорідна за цільовим призначенням продукція.

Туризм – це вид соціально-економічної діяльності, який передбачає процес комплексної реалізації туристичного продукту споживачу (туристу), що тимчасово перебуває поза межами постійного місця проживання з метою задоволення його потреб без отримання ним доходу.

Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. До того ж, він має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей.

Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки тим, що стабілізує відносини між країнами та регіонами.

Туристичний бізнес виступає єдиною економічною системою формування й реалізації туристичного продукту з метою задоволення попиту на туристичні послуги.

Таким чином, туризм здатний активно впливати на економіку регіону (або країни), в якому він розвивається, на його господарську, соціальну та гуманітарну основи.

Туристична індустрія є міжгалузевим комплексом підприємницьких структур з виробництва та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

Ресурси, їх структура, розмір та збалансованість є важливими факторами для розвитку туризму та рекреації.

Туристично-рекреаційний потенціал є доволі широким поняттям, яке містить багато формулювань, що описують туристичну привабливість конкретної території.

Потенціал у туризмі – це цілий ряд пов’язаних між собою природних і матеріальних методів, котрі здатні виробляти продукт. Щоразу збільшуючи кількість ресурсів регіон має всі шанси до зростання потенціалу туристичної галузі.

Туристичний ринок формується при одночасному об’єднанні туристичних ресурсів, продуцентів та посередників діяльності та споживачів, що безпосередньо користуються пропонованими послугами та прямують до місця знаходження туристично-рекреаційних ресурсів.

Згідно проведеного аналізу можна стверджувати, що класифікація туристично-рекреаційного потенціалу та виявлення факторів впливу на формування ринку туристичних послуг (маючи всі необхідні ресурсні запаси), допоможуть в подальшому дослідженні та виборі методики оцінювання потенціалу територій, а також у виробленні стратегічних планів розвитку туристичної діяльності окремих регіонів.

Проаналізовано сучасний стан розвитку туризму в Тернопільській області.

Тернопільська область є привабливою територією для туристів за такими критеріями: географічне положення, екологічна ситуація, природні ресурси та культурно-історична спадщина. Тернопільська область є ланкою, що з’єднує потужний потенціал туристичних можливостей Карпатського й Південного регіонів, а також Волині й Буковини. Тернопільщину перетинають автомобільні й залізничні шляхи.

Основу природно-заповідного фонду Тернопільської області становлять об'єкти таких категорій: природний заповідник, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища зі збереженням природних угруповань та ландшафтів.

Нерівномірність концентрації наявних туристичних ресурсів проходить через внутрішньо-обласні відмінності у потенціалі туристичних ресурсів.

Застосування природно-кліматичних ресурсів дозволяє розвивати в Тернопільській області такі туристичні напрямки, як екологічний, лікувально-оздоровчий, медичний туризм та активний відпочинок. Цілком придатні кліматичні умови, курорти з мінеральними водами та лікувальними джерелами є потужним осередком для організації рекреаційної діяльності з використанням природно-заповідного фонду.

Історико-культурні ресурси Тернопільської області характеризуються великою різноманітністю і включають археологічні та історичні об'єкти, середньовічні фортифікаційні споруди і печерні міста, культові об'єкти, палацові ансамблі, місця історичних подій, а також специфічні особливості культури і побуту українців та інших народів, які населяють територію краю.

Аналіз природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурного потенціалу області демонструє широкий обсяг можливостей для організації та розвитку різних видів туризму, лікування та відпочинку. Тернопільська область виступає на національному туристичному ринку як адміністративний, історико-культурний, промисловий, спортивний і діловий центр, а в області туризм має стати одним із пріоритетних напрямів розвитку.

Попри повномасштабне вторгнення, яке триває майже два роки, туристична галузь в Україні продовжує функціонувати. Тернопільська область не стала винятком.

За перше півріччя 2022 р. згідно з ліцензійним реєстром Державного агентства розвитку туризму України, в Тернопільській області загалом – 29 туроператорів. Половина з них тимчасово не проводить туристичну діяльність.

Проаналізувавши потенціал Тернопільської області на внутрішньому туристичному ринку, бачимо, що організація екскурсійних подорожей припадає на Кременецький, Збаражський, Борщівський, Бережанський та Монастирський райони.

Аналізуючи ситуацію з внутрішнім туризмом, за даними Департаменту культури та туризму Тернопільської обласної держадміністрації, в час війни Тернопільська область є однією з умовно найбезпечніших областей для відпочинку.

За 2022 рік суб'єкти господарювання Тернопільської області, зокрема надавачі послуг з розміщення, загалом сплатили 1478 тисяч гривень туристичного збору.

Таким чином, розвиток туризму в Тернопільській області не лише сприятиме економічному зростанню, а й сприятиме збереженню культурної спадщини та покращенню якості життя місцевого населення. Особливу увагу слід звернути на розвиток інфраструктури та підтримку малого бізнесу для створення сталих та інклюзивних туристичних потоків.

Визначено перспективи розвитку туризму в Тернопільській області.

Одним з найдієвіших способів оцінювання туристичного потенціалу є стратегічний аналіз, який уможливорює дослідити не лише наявність ресурсів, але й проаналізувати конкурентні їх переваги, передбачити вплив факторів зовнішнього середовища та їх наслідки для галузі.

Результат проведеного аналізу передбачає встановлення ланцюгів зв'язку між факторами, котрі у подальшому можна використовувати для формулювання стратегій.

Для ефективного впровадження даної системи моніторингу необхідне проведення спеціальних заходів для місцевих органів управління, підприємців та фокус-груп, що займаються дослідженням галузі туризму на регіональному рівні. Це допоможе насамперед налагодити взаємодію з підприємствами надання туристичних послуг для отримання усієї необхідної інформації. Також участь у такому заході допоможе місцевим органам влади

налагодити прямий контакт із підприємцями для подальшої співпраці над моніторингом туристичної діяльності.

Було проведено опитування населення Тернопільської області з метою аналізу тенденцій та попиту на туристичні послуги. У результаті опитування виявилось, що метою сьогоднішньої подорожі більшості людей став психологічний відпочинок від нинішніх подій (26%), найменший відсоток респондентів подорожують з метою дозвілля та розваг – 4%.

Серед опитаних 72% взагалі не планують подорожувати цього року. Обраним місцем відпочинку для тих, хто подорожував би, більший відсоток отримали закордонні поїздки – 52%, до Західної України поїхало б 32%, до Центральних областей – 16% респондентів.

Виявлено, що на думку респондентів першочерговим завданням для відновлення туризму в Тернопільському регіоні є відбудова інфраструктури, за що проголосувало 76%.

Запропоновано та охарактеризовано нове бачення та стратегічні цілі відновлення й розвитку туризму у регіоні у вигляді схеми, що є наочним графічним зображенням взаємозв'язку цілей та показує розподіл головної мети чи місії на окремі завдання та дії.

Запропоновано модель відновлення, котра складатиметься з трьох головних шляхів: створення нішевих туристичних продуктів; відновлення туристичних зон та інфраструктури; створення механізму просування нового туристичного продукту.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Закон України «Про туризм» від 05.09.95 р. (зі змінами, внесеними законом №2608-VI (2608-1) від 19.10.2010 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. С. 241–254.
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436- IV. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2003. № 18, № 19 – 20, № 21 – 22.
3. Алексеева Т. І. Міжнародні організації : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2016. 200 с.
4. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. Вип. 5 (23). С. 168–180. DOI : [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
5. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18 (2). С. 206–217. DOI : <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.206-217>.
6. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 130 с.
7. Богатирьова Г. А., Головань М. Г., Горіна Г. О., Литвинова-Головань О. П., Снігур К. В., Крижимінська Є. Г. Спеціалізований туризм : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 270 с.
8. Богданова Ж. А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. № 1 (19). С. 59–64.
9. Бойко М. Г., Михайліченко Г. І. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму. *Економіка та держава*. 2010. № 3. С. 47–49.
10. Бордун О. Ю, Шевчук В. Р. Особливості оцінювання показників сталого (збалансованого) розвитку готельної індустрії України у час пандемії

коронавірусу. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. 2020. Вип. 58. С. 274–285.

11. Війна в Україні може завадити відновленню туризму. URL : <https://news.un.org/ru/story/2022/03/142080222.03.2022> (дата звернення: 23.09.2023).

12. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf. (дата звернення: 07.10.2023).

13. Дишкантюк О. Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виробництва. *Економіка харчової промисловості*. 2016. № 4 (8). С. 32–37.

14. Жирій К. Основні втрати ще попереду: українцям розповіли, як війна вдарила по туризму. URL : <https://www.unian.ua/economics/finance/osnovni-vtrati-shche-popereduukrajincyam-rozpovili-yak-viyna-vdarila-po-turizmu-novini-ukrajina-11866203.html> (дата звернення: 05.10.2023).

15. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022 Вип. 41. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.

16. Звіт про прямі збитки інфраструктури, непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України, та попередня оцінка потреб України у фінансуванні відновлення. 2022. URL : <https://kse.ua/ua/russia-will-pay/> (дата звернення: 04.11.2023).

17. Звіт про прямі збитки інфраструктури, непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України, та попередня оцінка потреб України у фінансуванні відновлення. 2022. URL : <https://kse.ua/ua/russia-will-pay/> (дата звернення: 04.11.2023).

18. Зеленська М. О., Ширяєва Б. О. Зовнішній потенціал туристичного оператора. *Вісник ОНУ імені Мечникова*. 2014. Т. 19. Вип. 1/1. С. 167–171.

19. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>

(дата звернення: 02.10.2023).

20. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Зелена Буковина, 2003. 312 с.

21. Корнієнко О. М. Перспективи відновлення туристичної сфери в повоєнний період. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 203–207.

22. Корнієнко О. М., Зайцева В. М. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 288 с.

23. Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Біленко М. О. Туристична галузь України: стан та шляхи відновлення. *Інвестиції : практика та досвід*. 2022. № 22. С. 68–73.

24. Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Жилко О. В. Імідж українських регіонів у контексті розбудови бренду України. *Туристична галузь України в період Євроінтеграції: теоретичний аспект* : монографія / А. В. Віндюк та ін.; за заг. ред. В.М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 53–79.

25. Корнієнко О. М., Цвілий С. М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2021. № 3. С. 73–78.

26. Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2009. 248 с.

27. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця : ПП – ТД Едельвейс і К, 2017. 322 с.

28. Кравцова А. В. Модель державно-приватного партнерства в сфері українського туризму. *Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2016. № 1 (72). С. 70–76.

29. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.
30. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ : Знання, 2012. 343 с.
31. Кулагіна А. І., Аріон О. В. Тенденції та перспективи лікувально-оздоровчого туризму у Тернопільській області. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2022. Випуск 2 (1) С. 12–20.
32. Лелюк О. Можливості післявоєнного відновлення галузі туризму в Україні. *Географія та туризм* : матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 28 лют. – 1 берез. 2023 р. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. С. 368–374.
33. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с. С. 44–48.
34. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні : дис. канд. екон. наук : 08.00.03. Львів, 2017. 318 с..
35. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
36. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації) : автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2011. 40 с.
37. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму : теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 544 с.
38. Мандрівників більше, ніж минулоріч. Як в умовах війни на Тернопільщині розвинувся туризм? URL : <https://te.20minut.ua/Reviews/sezoni-rozpali-a-mandrivnikov-bilshe-nizh-minulorich-yak-v-umovah-viy-11646438.html> (дата звернення: 23.09.2023).
39. Мережа природно-заповідного фонду Тернопільської області. Тернопільська обласна державна адміністрація. Управління екології та природних ресурсів. Тернопіль, 2020. С. 55.

40. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.

41. Новицька С. Р. Біотичні рекреаційні ресурси Тернопільської області. *Наукові записки ТНПУ імені Володимира Гнатюка*. Тернопіль : Вид-во ТНПУ, 2008. № 1. С. 225–232.

42. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68. DOI : <https://doi.org/10.33108/sepd.2022.01.055>.

43. Перегуда Ю., Кривоберець М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 23. С. 16–20. DOI : <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.3>.

44. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. *rbc.ua*. 2022. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html> (дата звернення: 20.10.2023).

45. Подорожі під час війни : правила безпеки. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/podorozhi-pid-chas-viyni-yakih-pravil-bezpeki-varto-dotrimuvatis> (дата звернення: 01.11.2023).

46. Подорожі 2023: які регіони України найбільше заробили на туризмі цього року? URL : <https://visitukraine.today/uk/blog/2630/podorozhi2023-yaki-regioni-ukraini-naibilse-zarobili-na-turizmi-cyogo-roku> (дата звернення: 01.11.2023).

47. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні : збірник нормативно-правових актів / під заг. ред. проф. В. К. Федорченка. Київ : Хрінком Інтер, 2002. 640 с.

48. Приседська В. Як переживає війну туристична галузь. URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034> (дата звернення: 06.10.2023).

49. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи

«Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL : <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 03.10.2023).

50. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. С. 128–170.

51. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11–15. DOI : <https://10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>.

52. Росіяни зруйнували 183 релігійні споруди в Україні. Найбільше на Донеччині. URL : https://risu.ua/rosiyani-zrujnuvali-25-religijnih-sporud-u-harkivskij-oblasti_n131102 (дата звернення: 03.10.2023).

53. Святохо Н. С. Концептуальні засади дослідження туристичного потенціалу регіону. *Економіка і управління*. 2007. № 2. С. 30–36.

54. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 155–158. DOI : <https://doi.org/10.32782/infrastructure68-27>.

55. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65> (дата звернення: 05.10.2023).

56. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. URL : <https://news.un.org/ru/story/2022/03/1420802> (дата звернення: 02.10.2023).

57. Холодок В. Д. Управління туризмом на регіональному рівні в умовах війни та стратегії на майбутнє. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. Випуск 16. С. 206–214. DOI : <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.27>.

58. Царик Л. П., Царик П. Л. До проблеми регулювання рекреаційних навантажень еколого-освітніх стежок природно-заповідного фонду. *Наукові записки ТНПУ*. Серія географія. 2019. № 2. С. 163–172. URL : http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/14212/1/Tsaryk_Tsaryk.pdf (дата

звернення: 30.09.2023).

59. Царик Л. П., Царик П. Л. Проектований РЛП «Бережанське Опілля» у системі екомережєвих відносин. *Наукові записки ТНПУ. Серія географія*. 2020. № 1. С. 147–156. URL : http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16224/1/TSARYK%2c_TSARYK.pdf (дата звернення: 03.10.2023).

60. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samyekie-vremena-vperedi-proishodit-turizmom-1657645856.html>. (дата звернення: 23.09.2023).

61. Школа І. М. та ін. Розвиток туристичного бізнесу : навч. посіб. Чернівці : Книги–XXI, 2007. 292 с.

62. Шевчук В., Бордун О., Бабенко В. Застосування факторного аналізу для дослідження збалансованого розвитку туристичної дестинації (на прикладі України). *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 4 (70). С. 103–109.

63. Шупта А. О., Корнієнко О. М. Туристичний ринок України в умовах воєнних дій. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 25 листопада 2022 р. Запоріжжя, 2022. С. 444–446.

64. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL : www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.htm (дата звернення: 02.10.2023).

65. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Singapore : Longman Scientific and Technical, 1982. 208 p.

66. Waters S. R. Travel Industry Word Yearbook. New York : Child and Waters Inc., 1985. 136 p.

67. Рева Т. Ю., Корнієнко О. М. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Тернопільській області. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* :

матеріали міжнар. наук. конф., 10 лист. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 529–532.