

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

## Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи  
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ  
УМОВАХ

Виконала: студентка ІІ курсу, групи МТЕ-110м

Спеціальності: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Вовк І.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник Шелеметьєва Т.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Соколов А.В.

(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки  
Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу  
Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень  
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр  
Спеціальність 242 Туризм  
(шифр і назва)  
Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство  
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри ТГРБ  
В.М. Зайцева  
«01» вересня 2021 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вовк Ірині Віталіївні

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Розвиток внутрішнього туризму в Україні в сучасних умовах.  
керівник роботи (проекту) Шелеметьєва Т.В., д.е.н., професор  
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «14» вересня 2021 року № 337
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 09.12.2021 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні використані закони України, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти Міністерства культури та інформаційної політики України, Державного агентства розвитку туризму України, наукові праці українських і зарубіжних учених, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Головного управління статистики Запорізької області, закордонні аналітичні матеріали, інформація з інтернет-джерел.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Розділ 1. Теоретичні основи розвитку туризму в сучасних умовах.  
Розділ 2. Дослідження розвитку внутрішнього туризму в Україні.  
Розділ 3. Пропозиції щодо перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
9 таблиць, 8 рисунків

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Шелеметьєва Т.В., д.е.н., проф.	01.09.2021	11.10.2021
2	Шелеметьєва Т.В., д.е.н., проф.	01.09.2021	25.10.2021
3	Шелеметьєва Т.В., д.е.н., проф.	01.09.2021	08.11.2021
Нормо-контроль	Цвілий С.М., к.е.н., доц.	01.09.2021	19.11.2021

7. Дата видачі завдання 01.09.2021 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	01.09.2021	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2021	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	01.09-01.10.2021	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2021	виконано
5	Виконання першого розділу	11.10.2021	виконано
6	Виконання другого розділу	25.10.2021	виконано
7	Виконання третього розділу	08.11.2021	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	15.11.2021	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	19.11.2021	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	22.11.2021	
11	Перевірка роботи керівником	26.11.2021	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	29.11.2021	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	03.12.2021	виконано
14	Подання роботи на кафедру	13.12.2021	виконано
15	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	22.12.2021	виконано

Студентка \_\_\_\_\_  
(підпис)

Вовк І.В.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

Шелеметьєва Т.В.  
(прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

**Актуальність теми.** Актуальність обраної теми дослідження зумовлена тим, що в сучасних умовах, а саме, кризових економічних явищах в країні, наслідках пандемії COVID-19, внутрішній туризм отримав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем України.

**Метою кваліфікаційної дипломної роботи** є дослідження особливостей, сучасного стану, проблем внутрішнього туризму в Україні та розробка пропозицій щодо перспектив його подальшого розвитку. Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: охарактеризовано теоретичні основи розвитку туризму сучасних умовах; проаналізовано сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні; досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні; запропоновано перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні.

**Об'єктом** дослідження є туризм в Україні.

**Предметом** дослідження є розвиток внутрішнього туризму в Україні.

**Методи дослідження**: логічного узагальнення; узагальнення й систематизації; аналізу та синтезу; схематичного й графічного зображення; статистичного аналізу та розрахунку, SWOT-аналіз.

**Інформаційну базу дослідження** становлять офіційні видання Верховної Ради України та органів виконавчої влади, Державної агенції розвитку туризму України, Міністерства культури та інформативної політики України, статистичні дані Державної служби статистики України, Головного управління статистики Запорізької області, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

**Наукова новизна** дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та використанні практичного досвіду розвитку внутрішнього туризму в Україні. До найважливіших результатів наукової новизни належить таке: дослідження теоретичних основ розвитку туризму, системи факторів впливу

та його видів, виявлення та обґрунтування проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні та пропозиції щодо перспектив його подальшого розвитку в Україні.

**Практична значимість** полягає у тому, що запропоновані практичні пропозиції щодо створення «Каталогу подій міста Запоріжжя», дозволять активно розвивати подієвий туризм в регіоні, сприяти формуванню туристичного бренду Запоріжжя, позиціонувати місто як туристичну дестинацію на туристичному ринку не тільки в Україні, але й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, додаткове отримання коштів до місцевих бюджетів від туристичного збору; пропозиції щодо використання конкурентних переваг пріоритетних видів туризму в регіонах України для подальшого розвитку внутрішнього туризму в країні будуть використані Департамент культури, туризму, національностей та релігій Запорізької обласної державної адміністрації при реалізації «Стратегії розвитку туризму Запорізької області на 2021-2027 рр.» (довідка про впровадження від 01.12.2021 р.).

**Апробація результатів дипломної кваліфікаційної роботи.** Основні результати кваліфікаційної дипломної роботи були викладені і ухвалені на щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів: «Тиждень науки – 2021» (м. Запоріжжя, квітень 2021 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми управління розвитком територій» (м. Житомир, 27–29 жовтня 2021 р.).

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (78 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 84 сторінках. Робота містить 9 таблиць та 7 рисунків.

## АНОТАЦІЯ

**Вовк І.В. Розвиток внутрішнього туризму в Україні в сучасних умовах.** – Кваліфікаційна дипломна робота.

У роботі охарактеризовано теоретичні основи розвитку туризму сучасних умовах. Розглянуто сутність туризму як економічного феномену. Охарактеризовано види туризму. Досліджено з використанням статистичних даних фактори впливу на розвиток туризму в Україні. Надано загальну характеристику туристичної привабливості України. Проаналізовано сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні. Досліджено проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. Сформовано пропозиції щодо перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні. Запропоновано використання подієвого туризму в місті Запоріжжя як перспективного напрямку розвитку внутрішнього туризму. Обґрунтовано використання видів туризму пріоритетних в регіонах для подальшого розвитку внутрішнього туризму в Україні.

*Ключові слова:* туризм, види туризму, внутрішній туризм, Україна, сучасний стан, проблеми, перспективні напрями.

## ANNOTATION

**Vovk I.V. The Current Development Of Domestic Tourism in Ukraine.**  
– Qualifying work.

The paper describes the theoretical foundations of tourism development in modern conditions. The essence of tourism as an economic phenomenon is considered. Types of tourism are characterized. Factors influencing the development of tourism in Ukraine have been studied using statistical data. The general characteristic of tourist attraction of Ukraine is given. The current state of development of domestic tourism in Ukraine is analyzed. The problems of domestic tourism development in Ukraine are studied. Proposals for the

development of domestic tourism in Ukraine have been formed. The use of event tourism in the city of Zaporozhye as a promising area of domestic tourism is proposed. The use of priority types of tourism in the regions for further development of domestic tourism in Ukraine is substantiated.

*Key words:* tourism, types of tourism, domestic tourism, Ukraine, current state, problems, perspective directions.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ  
І ТЕРМІНІВ

ВНП – Валовий національний продукт

ВВП – Валовий внутрішній продукт

Держкомстат – Державна служба статистики

Держагентство – Державне агентство

див. – дивись

ін. – інший

м. – місто

млн. грн – мільйонів гривень

НТО – Національна туристична організація

од. – одиниць

рр. – роки

рис – рисунок

с. – село

ст. – стаття

тис. грн – тисяч гривень

тис. осіб – тисяч осіб

ТІЦ – Туристичний інформаційний центр

SWOT – strength, weaknesses, opportunities, threats

UNWTO – World Tourism Organization (Всесвітня туристська організація)



## ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	14
1.1. Сутність туризму як економічний феномен	14
1.2. Характеристика видів туризму	20
1.3. Фактори впливу на розвиток туризму в Україні	26
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	39
2.1. Загальна характеристика туристичної привабливості України	39
2.2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку внутрішнього туризму в Україні	44
2.3. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні	55
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	63
3.1. Подієвий туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні	63
3.2. Перспективний розвиток пріоритетних видів туризму в регіонах України	78
ВИСНОВКИ	81
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	85
ДОДАТКИ	93

## ВСТУП

Сьогодні вже не можна назвати жодної сфери суспільного життя, яка б не зазнала впливу коронавірусної пандемії. Прямо чи опосередковано наслідки поширення світом вірусу COVID-19 відчують усі – туризм не є виключенням.

Обмеження на пересування, які були впроваджені державами для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи та рецесії потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок в межах України [1, с. 5].

Внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження туристичної галузі. Пандемія стала справжнім «краш-тестом» туризму в Україні внаслідок якого потік туристів майже повністю зупинився, це змусило представників культури та туризму зосередити свою увагу саме на мешканцях міст та областей, збільшити кількість просвітницьких заходів, щоб мешканці усвідомили, де вони живуть, які пам'ятки та об'єкти культури їх оточують.

Завдяки внутрішнього туризму, з'являється запит на кастомізований відпочинок – невеликі групи, авторський підхід, цікаві заповідні місця, які найкраще дивитися з місцевими гідами. Є інтерес до активного відпочинку на природі – сплавів, кінних походів, велотурів, фітнес-турів.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена тим, що в сучасних умовах, а саме, кризових економічних явищах в країні, наслідках пандемії COVID-19, внутрішній туризм отримав значний розвиток і став масовим соціально-економічним явищем України.

Вагомий внесок у теоретичні та практичні аспекти, дослідження питань оцінювання, виявлення тенденцій та перспектив розвитку туризму в Україні зроблено великою кількістю науковців: Д. Басюк, В. Герасименко, Г. Горіна, В. Зайцева, Т. Жданова, М. Жукова, М. Кабушкін, В. Квартальнов, В. Кифяк, Н. Корж, О. Любіцева, М. Мальська, Н. Моїсєєва, Т. Сокол, В. Худо,

В. Цибух, Т. Шелеметьєва, І. Школа та ін.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження особливостей, сучасного стану, проблем внутрішнього туризму в Україні та розробка пропозицій щодо перспектив його подальшого розвитку.

Відповідно до мети сформульовані наступні завдання дипломної роботи:

- охарактеризувати теоретичні основи розвитку туризму сучасних умовах;
- проаналізувати сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- дослідити проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- запропонувати пропозиції щодо перспектив розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є туризм в Україні.

Предметом дослідження є розвиток внутрішнього туризму в Україні.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі методи дослідження: логічного узагальнення (забезпечення послідовності в проведенні наукового дослідження й формування висновків); узагальнення й систематизації (для систематизації поглядів учених та узагальнення категорійного апарату, виділення підходів до туризму); аналізу та синтезу (для визначення особливостей, проблем та факторів впливу на розвиток внутрішнього туризму в Україні); схематичного й графічного зображення – (для схематичного подання ключових теоретичних аспектів дослідження проблеми й наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних); статистичного аналізу та розрахунку (для аналізу розвитку внутрішнього туризму в Україні в сучасних умовах).

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні видання Верховної Ради України та органів виконавчої влади, Державної агенції розвитку туризму України, Міністерства культури та інформативної політики України, статистичні дані Державної служби статистики України, Головного

управління статистики Запорізької області, міжнародних економічних організацій, державні стандарти та норми, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

Наукова новизна дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та використанні практичного досвіду розвитку внутрішнього туризму в Україні. До найважливіших результатів наукової новизни належить таке: в подальшому розвитку теоретичних положень, методологічних підходів і прикладних рекомендацій щодо розвитку туризму в Україні, а саме понятійно-категорійного апарату; в подальшому розвитку методичного підходу до виявлення та обґрунтування проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні та формування пропозицій щодо перспектив його подальшого розвитку в Україні.

Практична значимість полягає у тому, що запропоновані практичні пропозиції щодо створення «Каталогу подій міста Запоріжжя», дозволять активно розвивати подієвий туризм в регіоні, сприяти формуванню туристичного бренду Запоріжжя, позиціонувати місто як туристичну дестинацію на туристичному ринку не тільки в Україні, але й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, додаткове отримання коштів до місцевих бюджетів від туристичного збору; пропозиції щодо використання конкурентних переваг пріоритетних видів туризму в регіонах України для подальшого розвитку внутрішнього туризму в країні будуть використані Департамент культури, туризму, національностей та релігій Запорізької обласної державної адміністрації при реалізації «Стратегії розвитку туризму Запорізької області на 2021-2027 рр.».

Апробація результатів дипломної кваліфікаційної роботи. Основні результати кваліфікаційної дипломної роботи були викладені і ухвалені на щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів: «Тиждень науки – 2021» (м. Запоріжжя, квітень 2021 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Механізми управління розвитком територій» (м. Житомир, 27–29 жовтня 2021 р.) [75;

76].

Структура роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (78 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 84 сторінках. Робота містить 9 таблиць та 7 рисунків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

### 1.1. Сутність туризму як економічний феномен

Туризм як об'єкт розвитку має певні характеристики, що відрізняють його від інших видів діяльності, тому в нашому випадку категорію «туризм» будемо розглядати з економічної точки зору.

Категорія «туризм» – це складне соціально-економічне явище, що характеризується наявністю значної кількості підходів до визначення, які постійно змінюються та вдосконалюються.

Загалом слово «туризм» походить від виразу «великий тур» (Grand Tour), що означало спочатку ознайомчу поїздку. Її робили в XVII–XVIII ст. молоді представники дворянства, а в XIX ст. такі поїздки стали популярними й серед інших верств населення [2].

Згідно із Законом України «Про туризм», туризм визначається як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа відїжджає [3].

Якщо систематизувати визначення категорії «туризм», то можна виділити визначення туризму як діяльність, як відносини, як галузь, як система. Гаазька декларація з туризму подає таке визначення: «Туризм – це вид діяльності, який має найважливіше значення для життя людей і сучасних суспільств та який перетворився на важливу форму використання вільного часу окремих осіб і основний засіб міжособистісних зв'язків та політичних, економічних і культурних контактів, що стали необхідними внаслідок інтернаціоналізації всіх секторів життя націй <...> є одночасно наслідком і вирішальним фактором якості життя в сучасному суспільстві» [4]. Наведене визначення є одним із найбільш повних, розкриває значення туризму в житті сучасної людини і суспільства та визначає його як окрему діяльність.

Н. Корж, Д. Басюк також розглядають «сутність туризму як мобільної форми споживання та рекреаційної діяльності, що ґрунтується на подоланні простору, пов'язана з характером середовища в широкому розумінні цього поняття, тобто природного довкілля, соціально-культурного середовища та економічної системи [5, с. 10].

В. Кифяк надає таке визначення поняттю: «Туризм – це вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання; передбачає певну мету подорожування та виключає отримання прибутку подорожуючим від час туристичної поїздки» [6, с. 146].

О. Любіцева визначає туризм як мобільну форму споживання рекреаційної діяльності, що базується на доланні простору та пов'язана з територією, характером середовища (не тільки природного, а й соціально-культурного та економічного) [7, с. 13].

На думку українських учених М. Мальської, В. Худо, В. Цибуха, туризм – це вид рекреації, пов'язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними й культурно-розважальними цілями [8, с. 28].

Н. Моїсєєва зазначає, що «туризм – це, у першу чергу, сфера бізнесу, у якій потрібно законодавчо відрегулювати правові механізми досягнення економічних і соціальних цілей» [9, с. 6].

Згідно з визначенням яке дала Міжнародна асоціація наукових експертів у сфері туризму, туризм – це сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, які відрізняються від їхнього постійного місця проживання та роботи.

Подібно трактує туризм Н. Фоменко, а саме як сукупність відносин, зв'язків і явищ, які супроводжують поїздки та перебування людей у місцях, які не є місцями їх постійного або довгострокового проживання і не пов'язані з їх трудовою діяльністю [10, с. 12].

Досить поширеними поняттями в науковій літературі є «туристична галузь», «сфера туризму» та «туристична індустрія», які здебільшого мають, на нашу думку, тотожне смислове навантаження та використовуються як синоніми.

Наявність великої кількості підприємств, що займаються обслуговуванням подорожуючих, стійкість і різноманіття існуючих між ними економічних зв'язків визначають використання ще одного підходу до трактування туризму. В. Герасименко розглядає поняття туризм як «галузь економіки нематеріальної сфери, як суспільно-організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які перебувають за межами постійного місця проживання» [11, с. 7]. М. Кабушкін відзначає, що туризм – це галузь економіки, яка включає в себе діяльність туристських організаторів, агентів і посередників [12, с. 12]. Відповідно до цього підходу, туризм розглядається як окрема галузь національної економіки, у рамках якої створюється специфічний туристичний продукт для задоволення потреб осіб, що подорожують.

Економічний аспект «туризму» передбачає розгляд його як індустрії. Г. Алейникова, Т. Ткаченко, Г. Яковлев, Т. Жданова, Д. Бікташева, Л. Гієва зазначають, що туристична індустрія включає в себе сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги гідів-перекладачів [13, с. 68; 14, с. 81; 15, с. 59; 16]. Вчені розглядають туризм не як галузь, а як групу пов'язаних галузей:

- сукупність готелів та інших засобів розміщення;
- засобів транспорту;
- об'єктів громадського харчування;
- розважальних об'єктів та засобів;



– об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення;

– організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів.

Слід зазначити, що з огляду на багатогранність поняття «туризм» зазначені підходи не суперечать один одному, а відображають різні сторони цього багатоаспектного явища та спонукають деяких дослідників до побудови комплексного визначення, що поєднує ознаки попередніх підходів. Йдеться про розуміння туризму як складної соціально-економічної системи. Туризм як система є частиною таких субсистем, як «держава», «суспільство», «економіка», «навколишнє середовище», при цьому має власну структуру з різноманітним внутрішнім зв'язком. Так, у 1979 р. професор Лейпер вперше дав системне визначення туризму. Вчений розглядає туризм як систему, що складається з таких складових: географічні елементи, які, у свою чергу, поділяються на регіон, що породжує туристів, транзитний регіон, регіон туристичної дестинації; туристи й туристична індустрія [17]. Аналогічну точку зору щодо трактування поняття «туризм» надає В. Азар. Він зазначає, що «туризм – це велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому» [18].

Підсумовуючи наведені визначення, необхідно зазначити, що індустрія туризму, туристична галузь, туризм забезпечують пропозицію комплексного туристичного продукту та туристичних послуг, вироблених суб'єктами туристичного ринку. Отже, під туризмом слід розуміти складну систему, яка має сукупність соціально-економічних відносин та зв'язків, чинник суспільного розвитку та невід'ємний атрибут сучасних світових глобалізаційних процесів.

Розвиток туризму дасть змогу підвищити рівень зайнятості населення, диверсифікацію національної економіки, збереже і сприятиме розвитку

культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищить рівень інноваційності національної економіки, сприятиме гармонізації відносин між різними країнами і народами та реалізації зовнішньої політики держави.

Особлива роль і значення туризму в економіці країни визначається тим, що він одночасно є частиною як соціальної, так і господарсько-економічної сфери. Значущість туризму і пов'язаної з ним діяльності в соціальній сфері визначається такими цільовими функціями:

- доведення матеріальних і нематеріальних благ до споживача;
- обслуговування процесу споживання;
- формування і підтримка соціально-культурного рівня населення;
- забезпечення охорони здоров'я;
- створення умов для зміни видів діяльності населення (зміни сфери зайнятості та трудової мобільності) і відпочинку і т. д.

Туризм, посідаючи важливе місце в суспільстві, переймає на себе найважливіші соціальні функції:

– відновлення психофізичних ресурсів суспільства. Ритми сучасного життя більшості індустріально розвинутих держав супроводжуються збільшенням виробництва, урбанізацією, нерідко погіршенням екологічного становища, ізоляцією мешканців міст від природи, надходженням значного обсягу інформації. Вищевказані фактори сприяють тому, що людина відчуває стомленість, яка має фізичний і психологічний характер, що, у свою чергу, призводить до збільшення конфліктних ситуацій у побуті та на виробництві, погіршення здоров'я, знижує життєву активність [19]. Це, перш за все, перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні;

– сприяння розвитку та відновленню працездатності людини і раціональному використанню вільного часу. Науково-технічний прогрес та автоматизація виробництва сприяють збільшенню вільного часу працівників, тому виникає проблема його раціонального використання. Вирішити цю проблему можна за допомогою туризму, бо громадяни можуть провести своє

дозвілля на екскурсіях, у походах, подорожах тощо;

– забезпечення зайнятості населення як у туристичній галузі, так і в інших (суміжних) галузях економіки та зростання його доходів. Досвід розвинутих країн, зокрема Франції, Іспанії, свідчить про те, що будівництво 100 місць розміщення туристів веде за собою створення 20–25 нових робочих місць для їх обслуговування [20]. В Україні в 2019 р. працевлаштування у сфері туризму складає 1,029 млн. робочих місць, що становить 6,2% зайнятого населення України.;

– спрямованість на підтримку та відновлення рекреації регіонів та ін. Одні види туризму потребують дорогої і високоорганізованої туристської інфраструктури, високої якості послуг, інші можуть розвиватися в умовах практично повної їх відсутності. Але і в одному, і в іншому випадках туризм розглядається як сфера економічної діяльності, здатна дати стимул у розвитку економіки території і створити необхідні умови зростання.

Сам характер туризму як особливої соціально-економічної сфери розвитку суспільства при вмілій постановці справи може успішно поєднувати в собі і ринкові аспекти економічних зв'язків, і соціально орієнтовані цілі розвитку суспільства в цілому і окремих регіонів. При цьому соціальний аспект туризму має виступати як мета, а ринковий аспект – як засіб її реалізації.

Регіональний туризм має бути соціально орієнтованим. Він може поєднувати в собі два начала: служіння інтересам людини, суспільства в цілому і отримання доходів на мікро- і макроекономічних рівнях. Тоді основними концепціями соціального туризму мають бути саморозвиток, самофінансування і самоврядування.

У зв'язку з цим доцільно зазначити соціальні аспекти впливу туризму в регіоні, тобто той вплив, який справляє розвиток туризму на регіональний суспільний устрій, відносини в суспільстві, а також на суспільні верстви й інститути. Розгляд соціальних аспектів організації дозвілля і туризму виявляє переплетення ряду різних концепцій, але будь-яка з них повинна мати на меті виконання (на додачу до вже названих вище) таких соціальних функцій:

- адаптацію та інтеграцію членів суспільства в його «соціальну тканину» на основі підготовки їх до культурних, соціальних і економічних змін;
- забезпечення рекреаційних аспектів дозвілля шляхом його організації на основі використання відповідних соціальних і культурних ресурсів фахівців у цій сфері;
- забезпечення додаткової освіти й акцентування уваги на певних культурних аспектах;
- усунення прогалин в освіті та культурному рівні, запобігання можливим конфліктам.

Таким чином, туристична і пов'язана з нею діяльність впливає на розвиток багатьох секторів економіки й соціальної сфери країни, створюючи поживлення і розставляючи певні акценти в цій діяльності. Це ще раз доводить, що доходи від туризму здатні не тільки створити додаткові стимули економічного розвитку держави, але й створити необхідні передумови та умови щодо збереження її культурно-історичного і природного потенціалу, що є однією з пріоритетних цілей стратегії розвитку сфери туризму та курортів в Україні [21].

## 1.2. Характеристика видів туризму

Існують різні класифікації туризму і туристичних маршрутів. Вони дійсно залежать від цілей і завдань, що стоять перед організаторами туристичної діяльності і туристичними підприємствами.

Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників сфери туризму. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму [22].

У вітчизняній науці представлена велика кількість класифікацій видів

туризму за різними ознаками.

У Законі України «Про туризм» наведено наступну класифікацію видів туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний [23].

Зазначимо, що ця класифікація не розкриває усіх видів та напрямів туризму. Більш того види туризму змішані за різними класифікаційними ознаками, наприклад: мета поїздки, спосіб пересування, вікова група та ін.

Доцільна класифікація за географічною ознакою, напрямом туристичного потоку, метою поїздки, способом пересування, засобам розміщення туристів, кількістю учасників, організаційно-правовими формами і т. п.

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року, залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їхніх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для інвалідів;
- культурно-пізнавальний;
- лікувально-оздоровчий;
- спортивний;
- релігійний;
- екологічний (зелений);
- сільський;
- підводний;

- гірський;
- пригодницький;
- мисливський;
- автомобільний;
- самодіяльний тощо [24].

Класифікувати види туризму можна за різними ознаками, до найважливіших з яких належать: місце туризму, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів [25].

Як зазначає В. Кифяк «всі види туризму за метою поїздки тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому виді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з рекреаційним і т.д.» [26, с. 37].

На думку О. Музиченко-Козловської в основі запропонованої класифікації лежить мета подорожі, мотиви, які викликають інтерес до певного виду туризму та туристичні ресурси, що використовуються при певних видах туризму. Як і кожен продукт на ринку, туристичні послуги повинні орієнтуватися на споживання. Розуміння мотивів потенційного туриста є визначальним при плануванні, формуванні і організуванні [27, с. 24].

Слід зазначити, що до класифікації видів туризму, яку надає у своїй роботі П. Пуцентейло [28], Л. Коржилов пропонує поширити класифікаційною ознакою – за ступенем підготовки. Це на його думку є доцільним, адже сучасний ритм життя зростає та транспортні можливості удосконалюються [25].

Він розділив цю ознаку на запланований та спонтанний туризм. При цьому запланований туризм характеризується заздалегідь організаційним підходом. Це переважно стосується виїзного туризму, адже туристична поїздка за кордон вимагає певної підготовки (наявність необхідної суми коштів, збір документів, отримання візи, бронювання проживання,

транспортних квитків та ін.). Але, «спонтанний туризм можна розглядати як організацію подорожі без серйозного планування. Такий вид туризму передбачає прийняття рішення про подорож не більше ніж 1 тиждень до самої подорожі. Цей вид туризму реалізується переважно в рамках споживання внутрішнього туристичного продукту та стає дуже популярним серед молодшої частини населення, адже молодь характеризується більшою мобільністю та вільним часом» [25].

Також до спонтанного туризму Л. Коржилов відносить «...так звані «гарячі тури», коли турист не завжди може запланувати точну дату подорожі. Він отримує інформацію від туристичного підприємства стосовно найвигіднішої пропозиції туристичного продукту, який майже завжди виражається у курортному туризмі» [25].

Враховуючи вищевикладене, наведемо класифікацію видів туризму зведену у таблицю 1.1. Якщо розглянути характеристику основних видів туризму, то зазначимо, що на першому місці та головним є поділ туризму на внутрішній і міжнародний. Внутрішній туризм являє собою міграційні потоки людей у межах країни постійного проживання з туристичними цілями. Міжнародний туризм охоплює поїздки осіб, що подорожують з туристичними цілями за межі країни постійного проживання.

Національний туризм включає внутрішній і виїзний туризм і співвідноситься з категорією (ВНП) [28].

Крім цих видів додаємо незвичайні види туризму:

- гастрономічні тури до центрів сироваріння, виноробства і т. д. .;
- туристичні польоти в космос (це найдорожчий вид туризму);
- відвідування чорнобильської радіоактивної зони;
- перебування кілька тижнів (або днів) в якості послухника в буддистському монастирі;
- відвідування відомих в'язниць;
- польоти на повітряній кулі (вони вперше з'явилися в Стародавньому Китаї) [22].

Таблиця 1.1. – Класифікація видів туризму

Класифікаційна ознака	Види туризму
Географічний принцип	Внутрішній. Міжнародний.
Напрямок туристичного потоку	В'їзний. Виїзний.
Мета поїздки	Рекреаційний. Оздоровчий відпочинок. Пізнавальний відпочинок. Професійно-діловий туризм. Науковий (конгресний). Спортивний відпочинок. Шоп-тури. Пригодницький. Паломницький. Ностальгічний. Екотуризм. Екзотичний. Елітарний.
Джерело фінансування	Соціальний. Комерційний.
Спосіб пересування	Пішохідний. Авіаційний. Морський. Річковий. Автотуризм. Залізничний. Велосипедний. Змішаний.
Засоби розміщення	Готелі. Мотелі. Пансіонати. Кемпінги. Намети.
Кількість учасників	Індивідуальний. Сімейний. Груповий.
Тривалість перебування	Короткочасний. Довготривалий.
Розташування туристичного місця	Гірський. Водний. Сільський. Приміський.
Інтенсивність туристичного потоку	Постійний. Сезонний.
Організаційна форма	Організований. Неорганізований.
Ступень підготовки	Запланований. Спонтанний.



Найбільшою класифікацією видів туризму є – в залежності від мети подорожі. Найбільш масовий вид туризму – рекреаційний, тому що на нього припадає до 70% всіх туристичних поїздок у світі. Відмінними рисами такого туризму рекреаційного туризму є:

- велика тривалість подорожі;
- невелика кількість вхідних в маршрут міст;
- тривале перебування туриста в одному і тому ж місці (переважно на курорті) [22].

Наступним є оздоровчий туризм. Він спрямований на загальне оздоровлення організму, має особистий, індивідуальний характер. Підходить навіть здоровим людям з метою профілактики. У подібні тури включають діагностику і клінічне лікування, в тому числі в санітарно-курортних умовах, СПА та інші процедури, спрямовані на поліпшення стану здоров'я.

Пізнавальний (екскурсійний) туризм виключає в себе подорожі і поїздки з пізнавальними цілями. Екскурсія як форма пізнання і вид дозвілля виконує функції розширення кругозору й інтелекту. Однією з різновидів пізнавальних поїздок є автомобільний туризм [28].

Особовий інтерес викликає етнічний і ностальгічний види туризму пов'язаний з відвідуванням знайомих і родичів, місць свого народження, минулого проживання або місця народження батьків. Особливе значення даний вид туризму має для країн, частина населення яких проживає за кордоном.

Ностальгічні тури набули особливого поширення в зв'язку зі зміною політичної карти, зокрема, Європи. Ностальгічний туризм типовий також для японців, що обов'язково відвідують місця поховання своїх предків.

Таким чином, визначено багато класифікацій видів туризму та звичайно, що можна віддавати перевагу кожній з них, потрібно визначити найбільш оптимальну. Дійсно розвиток певних видів туризму залежить в будь якому регіоні від географічних, соціальних та економічних факторів. Становлення та поширення нових видів туризму також забезпечуються

глобалізаційними процесами та потребами суспільства. Адже інтернаціоналізація економік та запровадження новітніх наукових технологій сприяє виникненню та розвитку абсолютно нових видів туризму.

### 1.3. Фактори впливу на розвиток туризму в Україні

Розвиток туристичної галузі залежить від багатьох факторів, які діють на двох основних рівнях – макроекономічному та мікроекономічному. Макроекономічний рівень – це, перш за все, діяльність вищих органів державного управління та регулювання, яка спрямована на розвиток туристичної галузі та, відповідно, формує мікроекономічний рівень.

Під час розробки політики перспективного розвитку туризму, визначенні форм і методів управління та регулювання сфери туризму мають враховуватися як негативні, так і позитивні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні та світі [29, с. 160].

Як зазначає В. Кіптенко, до позитивних факторів розвитку туризму в Україні належать [30]:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого та збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- орієнтація суспільства на інтелектуальну економіку;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток туризму;
- зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку;
- спрощення та гармонізація податкового, митного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму серед дітей шляхом надання пільг;

– сприяння розвитку індустрії пріоритетною туристичною діяльністю.

З-поміж чинників, які зумовлюють негативні явища в розвитку туристичної сфери, можна виділити такі:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики і закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- юридичні обмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвиненість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно-історичної та культової спадщини і навколишнього середовища;
- низький рівень доходів населення й нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека;
- низький рівень знань про туризм серед населення, погана реклама;
- недооцінювання ролі туризму в інтелектуалізації туризму;
- недооцінювання ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету країни.

Як слушно зауважує С. Цьохла, на розвиток туристичної галузі впливає велика кількість різноманітних та багатогранних факторів: постійних та мінливих [31]. Фактори в туризмі – це момент, суттєва обставина туристичної практики. При прогнозуванні та плануванні розвитку туристичної галузі необхідно враховувати дію факторів впливу. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і, навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік. Існує багато пропозицій учених стосовно їх класифікації.

Так, Т. Момонт пропонує основні фактори, що впливають на розвиток туризму, поділити на дві групи: статичні й динамічні. Статичні мають незмінне в часі значення (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні). До динамічних належать демографічні; соціальні; економічні;

культурні; науково-технічний прогрес; міжнародні фактори [32].

На думку Н. Жукової, «увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, можна поділити на дві групи: фактори, що діють незалежно від діяльності організацій туризму; фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності» [33, с. 27].

І. Писаревський виділяє такі групи факторів впливу на розвиток туристичного ринку: статичні та динамічні; зовнішні та внутрішні; екстенсивні та інтенсивні; стимулюючі [34, с. 38].

Отже, єдиної загальноприйнятої систематизації факторів впливу на розвиток туризму не існує, вітчизняні та зарубіжні фахівці по-різному ставлять акценти. Беручи до уваги вищевикладене, пропонуємо таку класифікацію факторів впливу на розвиток туризму в Україні (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Класифікація факторів впливу на розвиток туризму в Україні

Ознаки класифікації	Групи	Види
1	2	3
За ступенем впливу	Статичні	природно-кліматичні; географічні; культурно-історичні
	Динамічні	демографічні; соціальні; економічні; культурні; науково-технічний прогрес; міжнародні
За напрямом впливу	Зовнішні (екзогенні)	демографічних і соціальних змін; економічного й фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури й безпеки подорожей
	Внутрішні (ендогенні)	природно-географічні особливості й кліматичні умови країни; наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання; економічна ситуація в країні; внутрішня політика країни; політична стабільність; суспільний лад; рівень розвитку продуктивних сил; структура й рівень

## Продовження таблиці 1.2

1	2	3
		добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж; рівень життя в суспільстві; освітній та культурний рівень населення
За характером впливу	Екстенсивні	зростання чисельності робітників; збільшення кількості залучених до обороту матеріальних ресурсів; будівництво нових об'єктів туризму з технічним рівнем існуючих
	Інтенсивні	підвищення кваліфікації персоналу; розвиток професійно-кваліфікаційної структури; технічне вдосконалення матеріальної бази завдяки впровадженню науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм покращення якості обслуговування; індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туризму; раціональне використання наявних матеріальних ресурсів, об'єктів, маршрутів тощо
За результатами впливу	Позитивні	стабільність і відкритість політики та економіки; зростання доходів населення; скорочення робочого й збільшення вільного часу; розвиток транспорту, інформаційних технологій; посилення урбанізації; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму; зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку; спрощення податкового, валютного, митного, прикордонного форм регулювання; стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку тощо
	Негативні	кризи; мілітаризація економіки; зростання зовнішньої заборгованості; політична нестабільність; зростання цін на предмети споживання; безробіття; фінансова нестабільність; зменшення обсягів споживання; несприятливе екологічне становище; банкрутство туристичних підприємств; невиконання туристичними фірмами своїх зобов'язань

Крім того, особливе місце серед факторів, що впливають на розвиток туризму, посідає фактор сезонності [35, с. 38]. Залежно від сезону обсяг туристичної діяльності може зазнавати значних коливань. Вивчення наведених факторів дає можливість більш ретельно прогнозувати тенденції розвитку туризму в країні. На нашу думку, трансформаційні зміни в економіці України можна зарахувати до динамічних, зовнішніх та позитивних факторів впливу на розвиток туристичної галузі.

Зауважимо, що туризм є масовою та соціальною категорією, він формується під впливом багатьох факторів, що може визначати рівень туристичного попиту та розвиток туристичної галузі в цілому.

На нашу думку, найбільш важливими і значними факторами, що впливають на зміну рівня попиту на туристичному ринку, є такі (див. рис. 1.1).

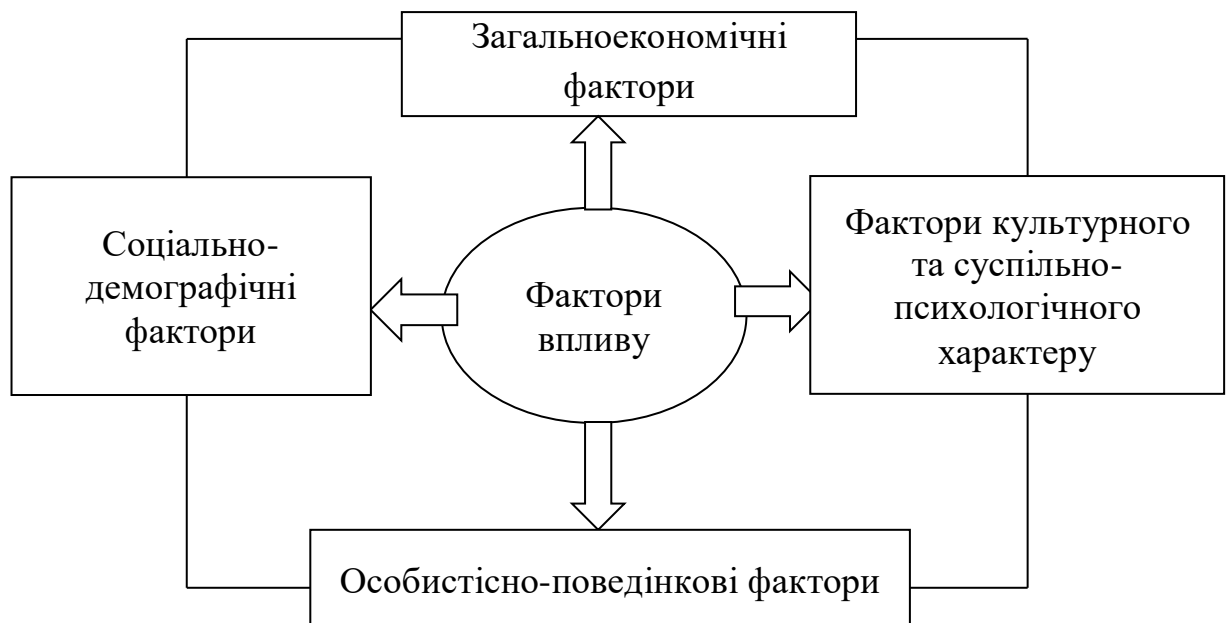


Рис. 1.1 – Загальні фактори впливу на розвиток туризму в Україні

Ця система включає такі фактори як:

– загальноєкономічні (добробут суспільства й збільшення вільного часу; взаємозв'язок розвитку попиту на ринку туризму та

загальноєкономічної кон'юнктури);

- культурні та суспільно-психологічні;
- соціально-демографічні (вікова структура; структура сім'ї; рівень доходів та освіти населення; співвідношення міського й сільського населення);
- особистісно-поведінкові.

Для того, щоб виявити особливості споживачів туристичних послуг та сформувати систему ефективного управління розвитком туризму, докладніше розглянемо вплив факторів на соціальні процеси в туризмі в цілому.

Важливим загальноєкономічним фактором є добробут суспільства та збільшення вільного часу. Туризм як галузь економіки, що займається в першу чергу організацією вільного часу клієнта, може успішно існувати й розвиватися за наявності як мінімум двох складових: вільного часу та достатніх матеріальних коштів для його організації. Тобто основу сучасного туристичного ринку, як у якісному, так і в кількісному аспекті, становлять оплачувані відпустки працівників з урахуванням того, що останнім часом у міжнародному туризмі значно зростає роль ділових поїздок, а також подорожей осіб пенсійного віку.

Існує прямий зв'язок між тенденціями розвитку туризму й загальними економічними, технічними та інноваційними досягненнями. Зростання рівня життя в розвинених країнах світу приводить до збільшення тривалості відпусток працівників і достатньо високого рівня їх забезпечення, що значно впливає на розвиток туристичної галузі.

Таким чином, необхідними передумовами виникнення масового туризму, його розвитку та підтримки високих обсягів попиту є збільшення вільного часу й зростання матеріального добробуту суспільства. Збільшення вільного часу – це, на нашу думку, один з найважливіших позитивних факторів розвитку ринку туристичних послуг в Україні.

Разом з тим, за А. Маслоу, потреба людини у відпочинку належить до фізіологічних. Туризм задовольняє потреби людини у відновленні й розвитку фізичних і психічних сил; фізичному, інтелектуальному та духовному

вдосконаленні. Але для того, щоб ці потреби набули масового характеру, суспільство повинно досягти високого рівня добробуту.

Вимірювання рівня життя й диференціації доходів населення здійснює багато міжнародних організацій, зокрема Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Вона була створена у 1961 р. на базі Європейської організації економічного співробітництва, заснованої для управління допомогою з боку США та Канади у рамках Плану Маршала з реконструкції Європи після Другої світової війни [36]. Відповідальним за співробітництво України з ОЕСР центральним органом виконавчої влади визначене Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. У 1980 р. ОЕСР затвердив список соціальних індикаторів, до яких входить і «час і відпочинок», а його показниками є величина вільного часу і його використання. Як критерій раціональності структури витрат сімей використовують закон, відкритий німецьким статистиком Е. Енгелем, згідно з яким зі зростанням доходів сім'ї знижується частка витрат на харчування, а частка витрат на задоволення культурних та інших нематеріальних потреб (до яких можна зарахувати й використання вільного часу) істотно збільшується [37].

Наступним загальноекономічним фактором, на нашу думку, є взаємозв'язок розвитку попиту на ринку туризму й загальноекономічної кон'юнктури. Необхідно відзначити високий ступінь залежності туризму від стану національної економіки. У період економічного піднесення завдяки зростанню матеріального добробуту й купівельної спроможності населення інтенсивність туризму збільшується, і ця індустрія також переживає певне піднесення. У період економічного спаду попит на туристичні послуги дещо падає, що не може не позначатися на сфері туризму в цілому.

Водночас дослідники туризму в західних країнах, визнаючи безсумнівну залежність зміни в попиті на туристичному ринку від загальноекономічної кон'юнктури, зазначають, що економічні спади й кризи справляють на туристичну індустрію менший вплив, ніж, наприклад, на такі галузі, як будівельна, автомобільна, виробництво меблів та інші, орієнтовані на



виробництво товарів тривалого користування або предметів розкоші.

Таку відносну стійкість туризму до змін загальноекономічної кон'юнктури ринку західні дослідники пояснюють, перш за все, еластичністю попиту на туристичні послуги. І саме тому в роки кризи відбувається не повне припинення попиту на туристичні послуги, а лише його деякі зміни, тобто збільшується попит на дешевші види туристичних послуг і зменшується на найдорожчі.

Таким чином, економічні кризи впливають на попит туристичних послуг, але в меншою мірою, ніж на багато інших галузей. І викликано це, передусім, тим, що туризм, став практично необхідною потребою масового споживача, а також тим, що еластичність попиту і різноманіття форм туризму забезпечують у період економічної кризи можливість переходу попиту від дорогих видів туризму (VIP) до дешевших (економ).

Значний вплив на формування туристичного попиту справлять переважно такі соціально-демографічні фактори: вікова структура; структура сім'ї; рівень доходів та освіти населення; співвідношення міського й сільського населення.

Як видно з таблиці 1.3, найбільшу питому вагу має вікова група 16–59 років (58–63%) [38].

Структура населення за віковими групами свідчить про зростання частки осіб віком понад 60 років. Так, у 1991 р. частка осіб, старше 60 років, становила 18,7%, а у 2018 р. – 22,9%, хоча чисельність цієї вікової групи майже не змінилася: у 1991 р. – 9,631 млн осіб, у 2018 р. – 9,68 млн осіб. Питома вага вікової групи населення до 15 років у 1991 р. становила 11,762 млн осіб, а у 2018 р. – 6,896 млн осіб. Тобто кількість дітей за 16 років зменшилася в 1,7 разу, майже вдвічі, хоча відносна вага цієї вікової групи за такий самий період зменшилася на 6,6%.

Упродовж 2013–2015 рр. частка найбільш активного населення вікової групи 16–59 років постійно зменшувалася на 0,4%.

Проте у 2017 та 2018 рр. негативна динаміка зросла до 0,5%.

Таблиця 1.3 – Аналіз динаміки та структури постійного населення України

Роки	Усього, тис. осіб	Вікові групи населення					
		0–15 років		16–59 років		60 років і старше	
		тис. осіб	питома вага, %	тис. осіб	питома вага, %	тис. осіб	питома вага, %
1991	51 623,5	11 762,1	22,8	30 230,3	58,6	9 631,1	18,7
2008	46 192,3	7 071,0	15,3	29 738,5	64,3	9 382,8	20,3
2009	45 963,4	7 005,0	15,2	29 586,0	64,3	9 372,4	20,3
2010	45 782,6	6 982,6	15,2	29 328,6	64,0	9 471,4	20,2
2011	45 598,2	6 975,7	15,3	29 090,1	63,8	9 532,4	20,9
2012	45 453,3	6 993,1	15,4	28 842,2	63,4	9 618,0	21,2
2013	45 372,7	7 047,7	15,5	28 622,9	63,1	9 702,1	21,4
2014	45 245,9	7 120,1	15,7	28 372,5	62,7	9 753,3	21,6
2015	42 759,7	6 816,0	15,9	26 613,3	62,3	9 330,4	21,8
2016	42 590,9	6 856,3	16,1	26 317,4	61,8	9 417,2	22,1
2017	42 414,9	6 887,0	16,2	25 982,0	61,3	9 545,9	22,5
2018	42 386,4	6895,7	16,3	25 641,3	60,8	9 679,8	22,9

За рахунок зменшення найбільш активної групи населення (16–59 років) зростали частки вікових груп до 15 років та від 60 і більше. При цьому частка вікової групи 60 і більше років перевищує частку вікової групи до 15 років на 5,3%. Вікова структура населення України має регресивний тип демографічної структури, для якої характерна висока частка людей похилого віку та низька частка дітей (див. табл. 1.3) [37, с. 8].

Стосовно вікової структури зауважимо, що на сьогодні практично всі форми й види туристичних послуг в Україні для людей старших вікових груп є недоступними. На нашу думку, такий стан справ зумовлений низкою причин:

- зниження матеріального добробуту; у цей час через вимушену неплатоспроможність групи літніх людей, які готові до активного життя, не можуть дозволити скористатися туристичною послугою й витрачають своє пенсійне забезпечення на необхідні елементи власного споживання (рівень середньомісячної пенсії у 2020 р. – 3 083 грн) (див. рис. 1.2);

- зменшення тривалості життя;

- недостатня кількість соціальних програм і відсутність соціальної

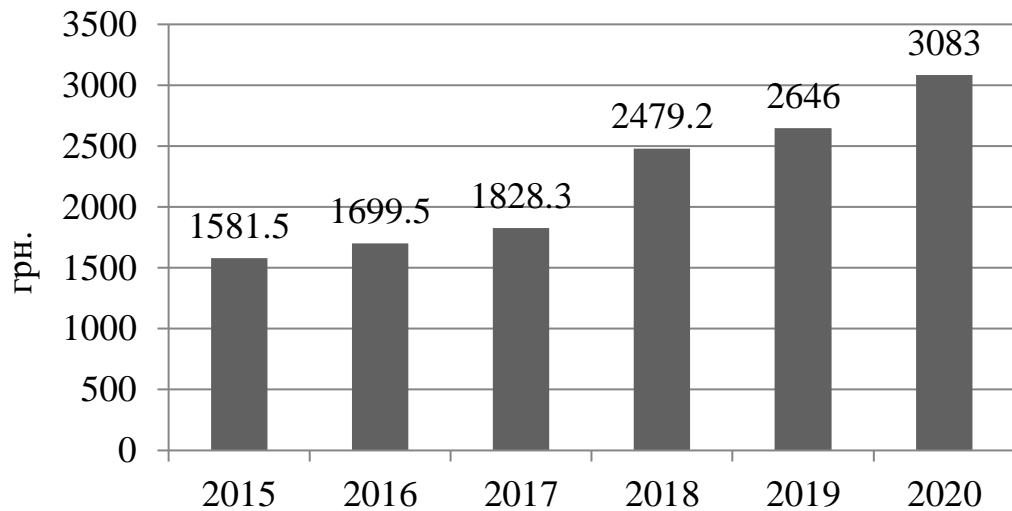


Рис. 1.2 – Динаміка середнього розміру місячної пенсії в Україні, грн [41]

допомоги держави;

– ціна туристичної послуги у багато разів перевищує рівень пенсійного забезпечення.

Необхідно наголосити, що співвідношення міського і сільського населення – 70/30, такого немає ніде в Європі. Тобто сьогодні 30% населення України проживають у сільській місцевості [39]. Середньорічну чисельність населення України за останні роки наведено на рисунку 1.3.

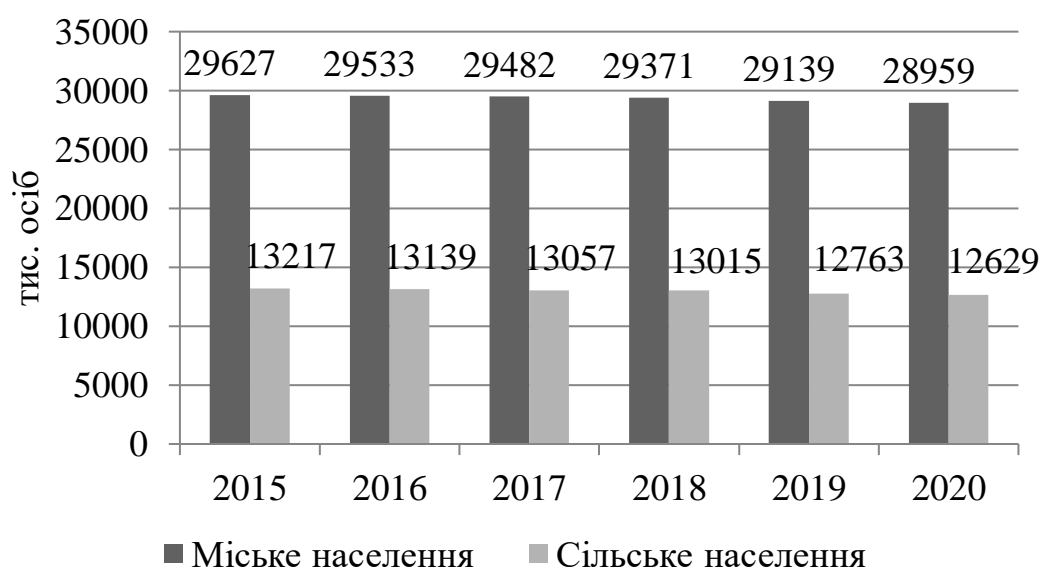


Рис. 1.3 – Середньорічна чисельність наявного населення України, тис. осіб [40]

Як бачимо з рисунку 1.3, зменшилася чисельність як міського, так і сільського населення. У силі поки що залишається таке правило: чим менш населений пункт, тим нижча інтенсивність туризму серед його жителів і тим ближче вони вибирають цілі туристичних поїздок. Тим самим відбувається соціальна сегрегація, викликана різницею в рівні доходів, відсутністю можливості скористатися бажаною туристичною послугою.

Зауважимо, що рівень доходів та освіти населення мають особливе значення. Як відомо, попит – це платоспроможна потреба, тобто сума грошей, яку споживачі можуть і мають намір заплатити за потрібні їм товари та послуги. Таким чином, туристична активність перебуває в прямо пропорційній залежності від рівня доходів, а також від освіти потенційних споживачів. Як бачимо з рисунку 1.4, за останні роки спостерігається явна динаміка рівня доходів населення України.

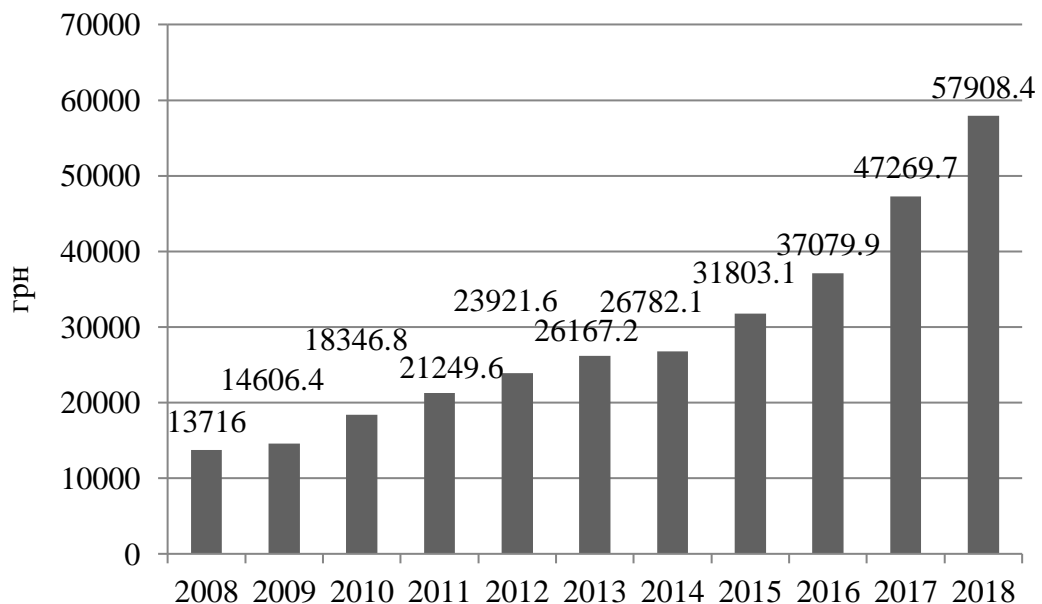


Рис. 1.4 – Динаміка середньорічних доходів населення в Україні, на одну особу, грн [41]

Нині спостерігається й активізація туристичного попиту серед населення з невисоким рівнем доходів та освіти. Причому вибір туристичних послуг для цієї групи населення необмежений, багато туристичних фірм

пропонують тури для цього сегмента.

Основну тенденцію розвитку суспільної психології споживання в сучасному світі можна позначити так: трансформація суспільства продуктивності й добробуту в «суспільство вільного часу».

А оскільки саме «вільний час» є необхідним і найважливішим компонентом існування й процвітання туристичної галузі, то паралельно цій тенденції спостерігається й інша, не менш значуща, – збільшення кількості подорожуючих.

На цей час величезні відстані вже не є фактором, що обмежує й гальмує мандрівників, як раніше. Як відомо, до факторів, що найбільш істотно впливають на розвиток міжнародного туризму і збільшення числа подорожуючих, належить культурний, а саме: зростання культурного рівня різних країн світу й прагнення до ознайомлення з культурою інших країн.

Завдяки цьому прагненню, а також збільшенню кількості поїздок і подорожуючих, глобальним телекомунікаціям, безпрецедентним став темп обміну між різними країнами світу. Майже в усіх містах світу є риси міжнародної культури.

Але в міру того, як спосіб життя різних країн стає все більш схожим, у міру того, як люди все ближче знайомляться з культурою інших народів, виникають риси сильної протидії тенденції: протест проти одноманітності, бажання затвердити унікальність своєї культури та мови, своєрідна боротьба з іноземним впливом.

Таким чином, на нашу думку, чим більше наш спосіб життя стає схожим, тим міцніше будемо триматися за такі цінності, як релігія, мова, мистецтво, література й національна культура в цілому. Зі зближенням зовнішніх сторін життя люди все більше цінують традиції, породжувані всередині своєї країни.

Зауважимо, що серед усіх факторів, які впливають на розвиток туризму, особистісно-поведінкові відіграють провідну роль у сучасному світі. Вони складаються з мотивів, які забезпечують бажання споживачів

подорожувати, при цьому відповідати вимогам туриста [32].

Ефективного впливу на поведінку споживача досягають за умови, що запропонований туристичний продукт дійсно є засобом задоволення потреб клієнта, тоді стає можливим досить сильний вплив на мотивацію й поведінку споживачів. Розглядаючи туризм як соціальне явище в постійному розвитку, все більше уваги приділяють соціологічним дослідженням. Практично на кожному великому туристичному заході проводять анкетування потенційних туристів з метою отримання різноманітної інформації, що надає змогу отримати важливі дані для оцінювання мотивації подорожей. Величезна кількість навчальних закладів розробляє різні форми анкет як для туристів, так і для працівників туризму. Дані соціологічних опитувань є важливою вихідною базою для побудови прогнозів і рекомендацій з формування політики просування туристичного продукту на цьому ринку споживача, а також підставою для прийняття важливих політико-економічних рішень у сфері митних і міграційних відносин.

Досліджена система факторів може вплинути на формування стратегії розвитку туризму в Україні в цілому, та окремих його видів.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Загальна характеристика туристичної привабливості України

У сучасному суспільстві туризм посідає особливе місце. Це різнобічна й динамічна характеристика сучасної цивілізації, що виражається в добровільній тимчасовій зміні ритму життя, місця проживання й часто соціокультурного оточення в цілому. Туризм, посідаючи важливе місце в суспільстві, бере на себе найважливіші соціальні функції: відновлення психофізичних ресурсів суспільства; сприяння розвитку та відновленню працездатності людини й раціонального використання вільного часу; забезпечення зайнятості населення як у туристичній галузі, так і в інших (суміжних) галузях економіки, зростання його доходів; спрямованість на підтримку й відновлення рекреації регіонів тощо. Останнім часом внутрішній туризм набув значного розвитку й став масовим соціально-економічним явищем України. Як зазначав Міністерство економіки у 2019 році, «внутрішній туризм в Україні розвивається швидкими темпами, оскільки не в усіх є фінансові можливості для подорожей за кордон та зростає патріотизм українців» [42].

Туристичний ринок на сьогодні є одним з найбільш глобалізованих ринків, проте розвиток туризму ще більшою мірою сприяє глобалізації ринків і видів економічної діяльності. Як одна з найбільш динамічно розвинених галузей світової економіки, туризм намагається зайняти належне місце і в економіці нашої держави. У Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 р. зазначено: «Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних та комплексних передумов для розвитку туризму та курортів в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни» [43].

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка

туризму світового ВВП становить приблизно 10%, на міжнародний туризм припадає 6% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг, кожне 11-те робоче місце в світі припадає на сферу туризму. Прогнозується, що до 2030 р. кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд туристів [44, с. 2].

Україна – країна, що знаходиться в центрі Європи, має всі передумови для належного розвитку економіки завдяки туризму. Удосконалення управління розвитком туристичної галузі сьогодні є актуальним завданням держави. Культура України багата своєю історичною спадщиною, а також природними дивами. По всій території країни можна знайти пам'ятники культури України – це і середньовічні замки і культові споруди IX–XIII ст., і місця грандіозних баталій (наприклад, під Полтавою – поле Полтавської битви російської армії під проводом Петра I проти шведського короля Карла XII в 1709 р.). У Львівській області на пагорбі біля селища Олесько знаходиться один з найстаріших замків не лише Західної України, а й усієї країни – це Олеський замок. Здатні вразити уяву й інші середньовічні шедеври фортифікаційних споруд: Ужгородський замок, замок Кам'янець-Подільського, перлина епохи ренесансу – замок у селі Підгірці, Луцький замок, зображений на купюрі 200 грн, Меджибізький замок свого часу був однією з улюблених споруд славетного гетьмана Богдана Хмельницького.

Переваги вигідного географічного розташування України використовують протягом тисячі років. Україна знаходиться в Центральній Східній Європі на перехресті важливих транспортних шляхів між державами й континентами. Вона межує з багатьма країнами та має вихід до Чорного й Азовського морів. Це надає змогу підтримувати морські транспортні зв'язки з Грузією, Туреччиною, Болгарією, Румунією, а через протоки Босфор і Дарданелли виходити у Світовий океан. Річковим транспортом по Дунаю Україна пов'язана з державами Центральної Європи. Дніпро дає вихід до Білорусі. Доступні гірські перевали Українських Карпат не створюють значних труднощів для різних сухопутних видів транспорту.



Вигідне економіко-географічне розташування України щодо сусідніх держав Західної Європи, Прибалтики, Російської Федерації, Білорусі, Молдови, країн Близького і Середнього Сходу, Північної та Східної Африки при сприятливому політичному кліматі може бути широко використане як для транзитних перевезень вантажів і пасажирів багатьма видами транспорту, так і для розвитку туризму.

Однак сучасний стан розвитку туризму в Україні свідчить про те, що він ще не має такого становища в національній економіці, як у розвинених країнах світу. Доходи від туризму в структурі ВВП України становлять 1,5–2,5%, тоді як у багатьох розвинених країнах у середньому – 7 і 25% відповідно [45].

Один з головних плюсів України в тому, що її туристичні напрямки неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки й пам'ятники архітектури. Більше того, сьогодні практично в усіх областях, навіть там, де немає гір і моря, почали з'являтися туристичні продукти. Так, наприклад, Кривий Ріг зараз почав активно просувати промисловий туризм – походи до шахт, на каньйони тощо [46].

Через падіння рівня доходів українців набирає обертів внутрішній туризм. Популярність вітчизняних туристичних напрямків зросла у 8 разів. За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 р. кількість внутрішніх туристів в Україні становила понад 453,5 тис. осіб. Кліматичні та географічні умови нашої країни надають змогу розвивати різні види туристичного бізнесу [47].

Як зазначив радник першого віце-прем'єра, міністра економіки, з питань туризму і курортів І. Ліптуга, «майже 90% людей, які приїжджають до різних міст – це наші ж люди. Внутрішній туризм у нас на достатньому високому рівні. Іноземці, які приїжджають, користуються послугами компаній і готелів. А ось українці, переважно, користуються послугами нелегальних засобів розміщення – знімання квартир, якихось дач, садиб тощо. Тому порахувати їх офіційно дуже складно» [46]. За його словами,

незважаючи на великий турпотік, середня сума витрат на день на наших курортах становить близько 250–300 грн. І це вкрай низька сума: іноземці витрачають щодня приблизно в 10 разів більше, ніж українці.

В Україні існує багато пляжних курортів. Незважаючи на втрату Криму, є пляжні курорти на березі Чорного моря – Коблево та Затока. Курорт Коблево розташований на території Миколаївської області в сосновому бору на Чорноморському узбережжі. Коблево цінується своїми дрібнопіщаними пляжами та добре розвиненою житловою інфраструктурою. На території курорту розташовані кілька десятків готелів, пансіонатів та баз відпочинку економ і преміум-класу, які здатні прийняти 17 тис. відпочивальників одночасно. Курортний сезон у Коблево розпочинається в травні та закінчується у вересні.

Не менш популярним є населений пункт Затока в Одеській області, який має репутацію найгаласливішого та молодіжного курорту в Україні. Там багато різних нічних клубів, водних і екстремальних атракціонів. Вартість проживання на цьому курорті нижча, ніж у Коблево.

Повною протилежністю Затоки, є тихий курорт Сергіївка, що розташований між Шаболатським лиманом і Чорним морем. Тут знаходяться бальнеологічні санаторії, що збереглися з радянських часів. Практикуються хлоридно-натрієво-магнієві мінеральні ванни та мулові грязьові обгортання. У Сергіївці найширші пляжі, тепла вода в морі та лимані.

Морські курорти є на узбережжі Азовського моря, включно з Генічеськом у Херсонській області, Бердянськом у Запорізькій області, пансіонатами та базами відпочинку поблизу Маріуполя (Донецька область). Жителів Запорізької області цінують пляжі Бердянська та прилеглих пансіонатів.

Основними туристичними напрямками для зимового відпочинку в Україні є курорти Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей. Туристів приваблюють мальовничі краєвиди Карпат, кришталево чисте повітря, лижні траси. Гірськолижний курорт «Буковель» відомий своїми

лижними трасами загальною протяжністю 50 км, які освітлюються потужними прожекторами після 20:00 години. Усі підйомники в справному стані та укомплектовані безкоштовними туалетами.

Досить популярним є гірськолижний курорт у Славському на Львівщині на горі Тростян, з якої відкривається краєвид на Львів. Там є гірськолижні траси з різною висотою, довжиною та рельєфами, бари тощо. Славське вважають найбільш відвідуваним зимовим курортом України, куди з'їжджаються покататися на лижах з усієї країни.

Серед любителів екстремального відпочинку взимку популярний курорт «Драгобрат» у Закарпатті, який знаходиться на відстані 240 км від Ужгорода в умовах дикої природи та не дуже освоєної місцевості. Це найвисокогірніший курорт України.

Останніми роками в Україні відкривають гірськолижні курорти зі штучними лижними трасами в областях, де немає гір. Найбільш відомим таким курортом є населений пункт Водяники в Черкаській області, де є 3 лижні траси протяжністю 440 м, 500 м та 750 м, які обладнані сучасними чотиримісними підйомниками, сніговими гарматами, там розташовані триповерхові готелі, клуби та ресторани. Щоб підлікуватися та відпочити у санаторіях, українці їздять у Трускавець, Моршин, Східницю та на курорти Закарпаття.

Трендом останніх років став зелений, або аграрний, туризм. Мешканці великих міст їздять у сільську місцевість, де вони можуть не тільки подихати свіжим повітрям, а й пожити селянським життям, познайомитися з традиціями та культурою, народними промислами й ремеслами самобутніх регіонів України. «Зелені» туристи працюють у полі, збирають гриби в лісі, їздять верхи, ходять на риболовлю, полюють і таким чином відпочивають від офісних буднів чи від роботи на заводі.

В Україні існують понад 20 великих садиб зеленого туризму в Полтавській, Івано-Франківській, Вінницькій, Закарпатській, Черкаській та Київській областях.

Цілий рік проводять екскурсійні тури по всій території України. Особливо популярні серед туристів міста з великою кількістю пам'яток історії та архітектури: Київ, Львів, Чернівці, Батурин, Одеса, Ужгород, Харків, а також острів Хортиця в Запоріжжі. Найпопулярнішим містом серед туристів є Київ. У 2019 р. столицю відвідали понад 1 млн 200 тис. іноземних туристів і 2 млн внутрішніх туристів [47].

Таким чином, туризм в Україні набирає обертів. З урахуванням пропозицій експертів з сфери туризму, наведемо основні рекомендації, які можуть на порядок поліпшити відпочинок як для громадян України, так і для іноземців: розробити програму «Все включено» в готелях на півдні України; створити програму лояльності «Турист України» (подорожуючи, відвідуючи різні туристичні місця, українці зможуть накопичувати бали й отримувати різні знижки); страхувати туристів, які користуються послугами туроператорів; пропонувати владі скасувати ПДВ для чартерних рейсів, наприклад, за маршрутами Львів-Одеса, Харків-Одеса.

## 2.2. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку внутрішнього туризму в Україні

В Україні за географічною ознакою розрізняють такі види туризму: в'їзний, виїзний, внутрішній та міжнародний. Відповідно до ст. 4 Закону України «Про туризм», внутрішній туризм – подорожі в межах території країни її громадян та осіб, які постійно проживають на її території [23]. Враховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку внутрішнього туризму як складника туристичної діяльності. Сьогодні наслідки пандемії коронавірусної хвороби, закриття кордонів підштовхнуло людей подорожувати Україною, оскільки кількість звернень до туроператорів щодо відпочинку в Україні зросла, крім того сучасна фінансова та політична криза в нашій державі, а також нестабільна

ситуація на популярних іноземних курортах змушує вітчизняних туристів відмовлятися від подорожей за кордон та тим самим популяризувати внутрішні туристичні маршрути й напрямки. Існує низка туроператорів, які пропонують різноманітні види внутрішнього туризму. У сучасній літературі види туризму практично не підлягають жорсткій класифікації, тим паче, що все більшої популярності набувають комбіновані тури. Головними цілями сучасного туризму є пізнавальні, рекреаційні та розважальні. Крім того, люди відправляються в подорожі з метою оздоровлення, а також у професійно-ділові, спортивні, весільні та гостьові поїздки [48].

На сьогодні необхідно провести аналіз найбільш популярних видів туризму в регіонах України за класифікаційною ознакою – за цілями подорожі та потребами туристів для отримання картини поширення певного виду туризму та формування груп за подібними видами. Аналіз групування регіонів України за видами туризму надає змогу виявити види туризму, більш поширені в цих регіонах, та визначити державний напрям розвитку для окремих регіонів і для держави в цілому, впливу туризму на економіку країн та внесок туризму в національну економіку. За матеріалами Державного агентства розвитку туризму України, у таблиці 2.1 наведено пріоритетні види туризму за областями України.

Як бачимо з таблиці 2.1, Україна за цілями подорожі та потребами туристів Україна може пропонувати багато видів туризму. Так, в 21 області пріоритетним видом туризму є культурно-пізнавальний; на другому місці – екологічний (зелений) туризм, його пропонують у 20 областях України; на третьому – лікувально-оздоровчий, релігійний, сільський та подієвий – вони є пріоритетними у 18 областях. Крім того, популярними в окремих областях є спортивний, пригодницький, гастрономічний та діловий види туризму. Потрібно зауважити, що сьогодні будують багато планів для розвитку виноробної галузі, гастрономічного й винного туризму в Україні, адже це – саме той простір, який має

Таблиця 2.1 – Пріоритетні види туризму областей України

Області	Види туризму																
	Культурно-пізнавальний	Лікувально-оздоровчий	Релігійний	Сільський	Подієвий	Спортивний	Екологічний (зелений)	Пригодницький	Гастрономічний	Гірський	Лижний	Діловий	Круїзний та яхтений	Шопінг-туризм	Історичний	Активний	Етнічний
Вінницька	+	+	+	+	+	+											
Волинська	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+					
Дніпропетровська	+			+											+		
Житомирська	+	+	+	+	+	+	+					+					
Закарпатська	+	+		+	+		+		+	+	+						
Запорізька	+	+		+	+		+					+			+		
Івано-Франківська	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+					
Київська	+	+	+	+	+		+		+		+	+					
Кіровоградська	+	+	+	+	+	+	+		+			+					
Львівська	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+					
Миколаївська	+	+	+	+		+	+	+				+					
Одеська	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+				
Полтавська	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+					
Рівненська			+	+			+								+	+	+
Сумська	+		+		+		+	+									
Тернопільська	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+					
Харківська	+		+	+	+		+					+		+			
Херсонська	+	+		+	+		+										
Хмельницька	+	+	+	+	+	+	+	+				+					
Черкаська	+	+	+	+	+	+	+	+			+						
Чернівецька	+	+	+	+	+	+	+			+	+						
Чернігівська	+	+	+	+			+	+									
Разом	21	18	18	18	18	13	20	10	9	4	6	13	1	2	2	1	1

необмежені можливості та перспективи в нашій країні. Це актуально й тому, що в час суцільної глобалізації, коли всі кордони та рамки зруйновані цифровими технологіями, кожна галузь економіки країни змушена виходити на новий рівень. Не є винятком і туризм. Нині мандрівники хочуть не лише бачити й чути, а передусім стати частиною певної культури, яку відвідують, зокрема, смакуючи національні страви та напої. Україна має надзвичайно багату культурну й історичну спадщину, при цьому, мабуть, одна з небагатьох країн світу, що найменше тим користується, особливо у сфері винного та гастрономічного туризму [49].

За даними Державного агентства розвитку туризму України найпопулярнішими місця відпочинку в Україні у 2020 році були Одеса, Карпати, Херсонщина [42].

Обсяги внутрішнього туризму в різних країнах неоднакові. На їх показники впливають розміри країни, наявність на її території унікальних туристичних ресурсів, що систематично приваблюють туристів, навіть державний устрій. Він популярний серед населення країн світу, адже не вимагає оформлення документів на переїзд чи права на перетин внутрішніх адміністративних кордонів тощо. В організації внутрішнього туризму задіяні майже всі види туризму.

Проаналізуємо рівень розвитку внутрішнього туризму в Україні за даними Державної служби статистики України. Кількість внутрішніх туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, починаючи з 2015 р. зменшується до 2016 р. (становить 357 тис. осіб), у 2020 р. становить 222 тис. осіб. Причому кількість туристів, які виїжджають за кордон, навпаки, збільшується до 2019 р. – 5 525 тис. осіб, а в 2020 р. становить 2 126 тис. осіб (див. табл. 2.2, Додаток А) [50].

Очевидно, що українському туристичному бізнесу потрібно застосовувати різні шляхи залучення місцевих туристів та покращувати якість обслуговування.

Таблиця 2.2 – Аналіз внутрішніх туристичних потоків України, тис. осіб

Показники	Рік					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності	2 019	2 550	2 806	4 557	6 132	2 360
у тому числі						
іноземні туристи	15	35	39	76	87	12
туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	1 647	2 061	2 290	4 024	5 525	2 126
внутрішні туристи	357	454	477	457	520	222

Для більш наглядного аналізу змін у розвитку внутрішнього туризму зобразимо графічно на рисунку 2.1.

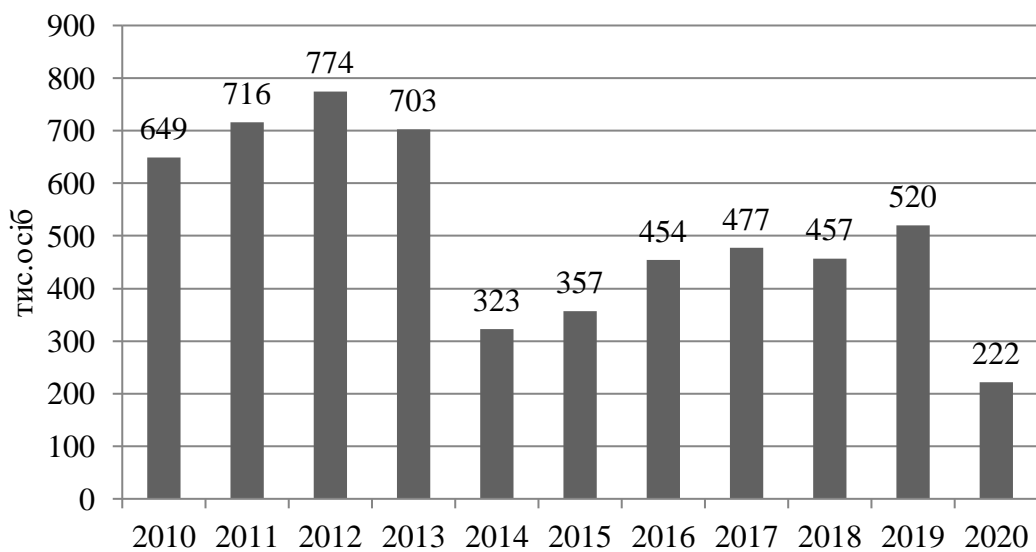


Рис. 2.1 – Динаміка розвитку внутрішнього туризму в Україні з 2010-2020 рр., тис. осіб



Частка внутрішнього туризму в загальній кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності впродовж 2010–2014 рр. зменшилась з 28,5 до 13,3%, а вже у 2020 р. становила 9,4% (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Частка внутрішнього туризму (виїзний, в'їзний) Україні за 2015-2020 рр., %

Показники	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Внутрішній потік	17,8	17,8	17	10	8,4	9,4
Виїзний потік	81,5	80,8	81,6	88,3	90,1	90,1
В'їзний потік	0,7	1,4	1,4	1,7	1,5	0,5

Як бачимо з таблиці 2.3, якщо у 2015 році внутрішній туризм в Україні займав приблизно 20% від загального туризму України, то у 2020 році тільки 9,4%.

У 2019 році частка внутрішнього туризму в Україні становила майже 9% від загальної кількості туристів, що обслуговувались туроператорами. За I півріччя 2021 р. було придбано майже 20 млн. квитків, що у 1,5 рази більше, ніж за 2020 рік. У 2020 р. 82% українців подорожували Україною, а 53% планували відпустку у 2021 р.

Найбільш популярними в період пандемії стали такі види туризму:

- відпочинок на природі;
- відпочинок у глемпінгах;
- фототуризм.

Причому українці їдуть як у далекі тури, так і у місцеві: для відпочинку вибирають найближчі до місця проживання заміські туристичні комплекси, бази відпочинку, які є практично в кожній області.

Сьогодні найпопулярніші напрямки для внутрішнього туризму це

Закарпаття, Карпати, Одеська, Чернігівська, Черкаська, Рівненська, Житомирська, Київська, Львівська, Херсонська області.

Аналізуючи дані (за результатами аналізу публікацій (сюжетів) ЗМІ) про зростання кількості туристів у туристичних DESTИНАЦІЯХ південних регіонів України, зазначено, що у них прибуло у 2020 р. на 30–170% більше туристів порівняно з 2019 р. (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Динаміка зростання кількості внутрішніх туристів у туристичних DESTИНАЦІЯХ південних регіонів України у 2020 р.

Туристичні DESTИНАЦІЯХ	Рівень зростання кількості туристів (у % до 2019 року)
Одеська, Миколаївська та Херсонська області	130%
Курорт Кирилівка (Запорізька область, Азовське море)	155%
Місто Бердянськ (Запорізька область, Азовське море)	137%
Приазовські курорти підконтрольної Україні частини Донеччини (Ялта, Урзуф, Білосарайська коса)	200–270%

Друге місце за обсягами внутрішнього туризму займає Західна Україна та Карпатський регіон, третє – Київ та Київська область. Важливо відзначити, що, на думку фахівців, у Карпатському регіоні достовірні статистичні дані отримати легше через те, що більшість закладів розміщення є легальними [54].

За даними мобільного оператора компанії «Київстар» у 2020 р. 7,3 млн абонентів здійснили 11,5 млн. поїздок Україною – тобто, в середньому

кожна друга людина подорожувала двічі. До трійки міст із населенням понад 500 тис. осіб, жителі яких подорожували найактивніше, увійшли місто Київ, Львів та Запоріжжя. У Києві – це 40%, у Львові – 38%, а в Запоріжжі – 35%. Серед міст із населенням до 500 тис. осіб лідером із туристичної мобільності стала місто Вінниця – 44% абонентів «Київстар» із цього міста подорожували країною. А серед міст із населенням до 100 тис. осіб найбільш активними були абоненти зі міста Славутич – більше ніж половина з них подорожували Україною.

Лідерами, за кількістю внутрішніх туристів у 2020 р. стали наступні місця (див. рис. 2.2).

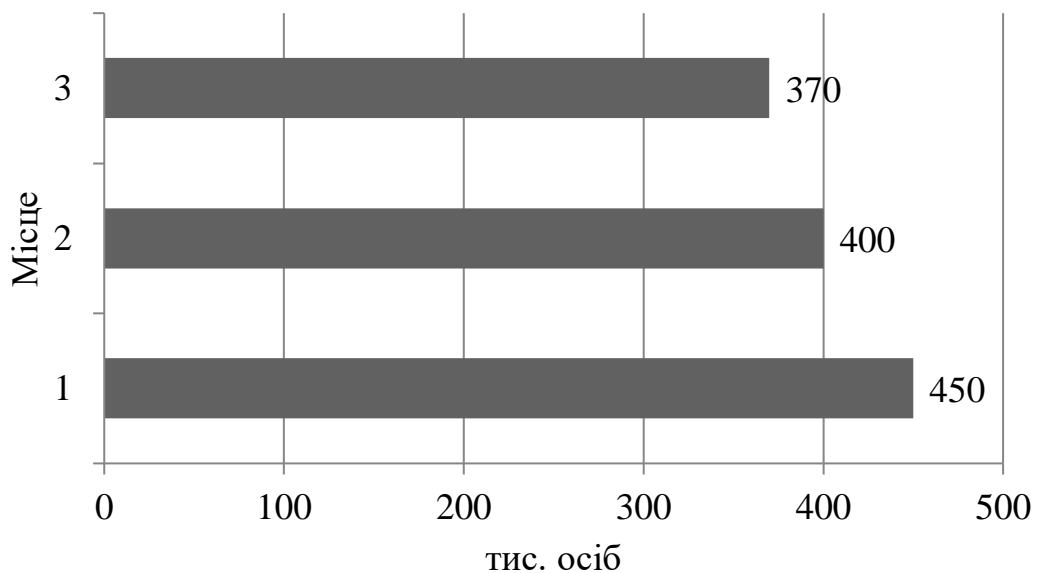


Рис. 2.2 – Лідери за кількістю внутрішніх туристів у 2020 р.

Місто Київ став лідером за кількістю приїжджих туристів: за чотири місяці столицю відвідало понад 450 тис. гостей. На другому місці – Одеса, тут побувало майже 400 тис. мандрівників. А Білгород-Дністровський район Одеської області опинився на третьому місці – його обрали 370 тис. туристів.

У рейтингу районів, де на одного місцевого жителя була найбільша кількість приїжджих туристів, лідирує Березанський район Миколаївської області, там на кожного місцевого жителя тут було 13 туристів. На другому

місці – Якимівський район Запорізької області – 10 туристів на одного місцевого. А на третьому місці опинився Скадовський район Херсонської області – 8 туристів на кожного жителя району.

Загалом українці у 2020 р. віддавали перевагу відпочинку на морських курортах Одеської, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей. При цьому в Одеської області найбільший показник за відвідуваністю серед усіх областей України – майже 1,6 млн. туристів.

Порівняно з 2019 р. морські курорти втратили найменшу кількість туристів – лише 8%. Сильніше зменшилася кількість туристів на Західній Україні – більш ніж на 20% [55].

Відпочинок на природі – це відпочинок за містом, на лоні мальовничих пейзажів в компанії родини та друзів. Це ідеальний варіант проведення вихідних, особливо в теплу пору року. Що стосується відпочинку у глемпінгах, це гламурний кемпінг, малі архітектурні споруди з сервісними зручностями та комфортом готелю, які можливо швидко згортати у національних парках та інших місцях, де заборонено будувати стаціонарні туристичні бази та готелі. З ростом популярності відпочинку на природі, готельєри почали вкладати кошти у кемпінги, розмішуючи їх в найкрасивіших куточках України.

Зазначимо, що фототуризм – це різновид дивного відпочинку, який набирає популярності у всьому світі. А в Україні він розвивається завдяки користувачам соціальних мереж Instagram та Facebook. «Сьогодні серед найвідвідуваніших природних об'єктів – Софіївський парк в Умані, Добропарк Київської області, парк «Олександрія» в Білій Церкві, парки в Тростянці та Качанівці, Буцький каньйон, що в Черкаській області. Більшість туристів їдуть на екскурсії до Чернігова, Чигирина, Канева, Козелця, Батурина, Богуслава, Бук і Чорнобиля».

Найважливішим етапом формування стратегії розвитку внутрішнього туризму в Україні є стратегічний і конкурентний аналіз. Одним з інструментів стратегічного аналізу виступає SWOT-аналіз, який широко

використовують у зарубіжній практиці корпоративного управління. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків внутрішнього туризму України. На основі результатів стратегічного аналізу виробляють пріоритети розвитку внутрішнього туризму, а також окремі стратегії протидії негативним факторам. SWOT-аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається внутрішній туризм України, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих можливостей та загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості країни, а й усі доступні переваги над конкурентами [56, 43].

Найбільш важливим етапом SWOT-аналізу, на нашу думку, є усвідомлення загроз. «Загрози – це зовнішні чинники, що є бар'єром, перешкодою, небезпекою або тягнуть за собою додаткові витрати» [58, 156]. Оскільки загрози існують і на них вплинути важко, то необхідно вжити заходів для уникнення їх негативних наслідків. Ігнорування загроз може призвести до втрати ринків, гальмування розвитку внутрішнього туризму, а це, у свою чергу, до зниження темпів розвитку економіки загалом. Усвідомивши перешкоди, які можуть похитнути створену інфраструктуру, ретельно оцінивши проблеми, які будуть виникати на шляху розвитку галузі, зможемо сформулювати заходи для їхнього уникнення або зменшення їх дії на розвиток внутрішнього туризму. Наступним кроком буде побудова ієрархії можливостей внутрішнього туризму для отримання позитивних результатів через досягнення стратегічних цілей. Це нові можливості, які в майбутньому будуть необхідними та корисними для перспективного розвитку внутрішнього туризму [57, 437]. У загальному вигляді можливості – це тенденції та зміни в бізнес-середовищі, які можуть бути використані для стимулювання розвитку внутрішнього туризму в сучасних умовах та долання існуючих труднощів [58, 156].

Урахування всіх чотирьох складових SWOT-аналізу в комплексі допомагає визначити основні стратегічні напрями розвитку внутрішнього туризму, сформулювати цілі та конкретні завдання. Крім того, SWOT-аналіз

надасть змогу намітити план стратегічного розвитку внутрішнього туризму в майбутньому, передбачити необхідні дії та засоби, врахувати нові можливості.

Нижче наведено узагальнений SWOT-аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні, на основі якого визначимо окремі напрями, недоліки й переваги його розвитку (див. табл. 2.5). Це дозволить виявити проблеми, які стримують розвиток внутрішнього туризму в сучасних умовах національної економіки.

Таблиця 2.5 – SWOT-аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні

Strength – сильні сторони (внутрішні)	Weakness – слабкі сторони (внутрішні)
1	2
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Унікальна історична і культурна спадщина.</li> <li>2. Наявність потенційно брендів об'єктів і продуктів.</li> <li>3. Річка Дніпро як водна артерія, зона відпочинку і місце проведення різних заходів, пункт зупинки круїзних пароплавів.</li> <li>4. Курортні зони Азовського узбережжя.</li> <li>5. Горно-лижні курорти України.</li> <li>6. Сім чудес України, які можна порівняти зі світовими.</li> <li>7. Високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів, що готують спеціалістів з в галузі туризму</li> <li>8. Можливості розвитку гастрономічного та винного туризму.</li> <li>9. Наявність ресурсів до створення оздоровчих комплексів.</li> <li>10. Можливості розвитку інноваційних видів туризму.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Низька якість туристичних послуг.</li> <li>2. Обмежена реклама в засобах масової інформації, а також в Інтернеті.</li> <li>3. Застаріла туристична інфраструктура, яка не відповідає європейським стандартам якості.</li> <li>4. Незадовільний стан транспортної інфраструктури, низька якість послуг з перевезення.</li> <li>5. Відсутність сформованого цілісного бренду України.</li> <li>6. Державне фінансування розвитку туризму.</li> <li>7. Висока вартість обслуговування.</li> <li>8. Відсутність загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів і її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі.</li> <li>9. Недосконалість нормативно-правової бази.</li> <li>10. Невисокий рівень впровадження нових технологій на основі використання прогресивних форм обслуговування і сучасного обладнання.</li> </ol>
Opportunity – можливості (зовнішні)	Threats – загрози (зовнішні)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Удосконалення державної політики.</li> <li>2. Розробка та реалізація стратегічних програм розвитку туризму в регіонах.</li> <li>3. Розробка Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.</li> <li>5. Покращення екологічної ситуації.</li> <li>6. Розширення асортименту надаваних</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пандемія COVID-19 та її наслідки.</li> <li>2. Нестабільна політична ситуація (події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим і проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей).</li> <li>3. Фінансово-економічна криза.</li> </ol>

## Продовження таблиці 2.5

1	2
послуг. 7. Розвиток туристичної інфраструктури. 8. Розвиток міжнародних мереж (у тому числі і експорт послуг). 9. Популяризація туристичних продуктів регіонів (міст) у ЗМІ, соціальних мережах. 10. Розвиток людських ресурсів.	4. Недосконала податкова політика, яка ставить виробника послуг і товарів у дуже не вигідне положення, що знижує зацікавленість у розвитку та розширенні виробництва. 5. Нестабільна цінова політика в Україні, зокрема, в області споживання електроенергії та енергоносіїв. 6. Посилення тиску з боку конкурентів. 7. Відсутність належного державного і громадського контролю. 8. Розвиток туризму в близько розташованих країнах. 9. Демографічна катастрофа. 10. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту.

SWOT-аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні вказує на внутрішні сильні й слабкі фактори, а також на зовнішні можливості та загрози (ризики), які впливатимуть на його розвитку.

Отже, необхідно з'ясувати, що в сучасних умовах заважає активному розвитку внутрішнього туризму в Україні. Тому що, наша країна має великий потенціал для розвитку внутрішнього туризму, але його розвитку заважають багато проблем.

### 2.3. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні

Маючи великий туристичний потенціал для розвитку внутрішнього туризму в Україні є багато проблем (див. рис. 2.3).

До загальних проблем забезпечення стратегічного планування розвитку туризму в Україні належать такі:

- науково-методичного забезпечення, що пов'язано, насамперед, з відсутністю методичних рекомендацій щодо розробки й реалізації концепцій розвитку туризму в регіонах;

- організаційного, інформаційно-технічного та фінансового характеру у



Рис. 2.3 – Перелік найбільш важливих проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні



сфері інформаційного забезпечення процесу стратегічного регіонального планування розвитку туризму;

- недостатнього професіоналізму кадрів регіонального управління туризмом, що зумовлює проблему неготовності значної частини управлінців вирішувати нові й досить складні завдання, пов'язані з проведенням відповідних прогнозно-аналітичних робіт у сфері стратегічного планування розвитку туризму в регіонах;

- створення цілісних наукових основ стратегічного планування розвитку туризму як системи теоретичних, методологічних і методичних положень, які розкривають сутність, принципи, цілі, завдання та організацію стратегічного регіонального планування туризму, порядок формування стратегій і механізм їх реалізації;

- дослідження, аналізу й оцінювання величини регіонального туристичного потенціалу та ефективності його використання;

- відповідності системи управління стратегічним розвитком туризму колу розв'язуваних проблем;

- бізнес-планування – практично відсутні рекомендації регіональним органам управління туризмом з організації розробки бізнес-плану регіонального проекту розвитку туризму [77, с. 201].

По-перше, пандемія COVID-19 та її наслідки позначаються на залежності туристичних потоків від ситуації з пандемічними обмеженнями у регіонах України. Зазначимо, що пандемія, яка розпочалась в березні 2020 р., спричинила нові проблеми і виклики, внесла певні корективи, суттєві для внутрішнього туризму України, зокрема ризик виникнення збитковості туризму. За оцінками фахівців, у період пандемії на заваді залученню споживачів може стати також бажання надавачів туристичних послуг компенсувати втрати частини сезону за рахунок підвищення цін, зменшення якості сервісу та витрат на облаштування об'єктів відпочинку.

У період адаптивного карантину спостерігається тенденція зміни пріоритетів внутрішніх туристів: вибір коротших термінів відпочинку,

переважання індивідуального пересування (автотуризм) та індивідуального розміщення, вибір оздоровчого, морського та сільського туризму. Крім того, змінюються вподобання споживачів, прискорюється впровадження он-лайн технологій, приділяється більше уваги гігієні та здоровому способу життя, активніше використовуються безготівкові та безконтактні методи оплати та засоби адресної доставки.

По-друге, розвиток внутрішнього туризму стримує погана туристична інфраструктура. Як зазначено у Законі України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм» туристична інфраструктура – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [24]. Таким чином, це будівлі і споруди, засоби комунікації, транспортна система, які задіяні в наданні туристичних послуг. Туристична інфраструктура представлена сукупністю матеріально-речових об'єктів, діяльність яких спрямована на задоволення туристичних потреб населення.

На нашу думку, інфраструктура саме у туристичній сфері представлена будинками та спорудами, елементами транспортної інфраструктури, закладами культури, ін. закладами, які задіяні в наданні туристичних послуг.

Останні роки в Україні спостерігається швидкий розвиток елементів туристичної інфраструктури. Основою такого розвитку є ефективні інвестиції. Прикладом застосування інвестицій розвиток гірськолижного курорту «Буковель». Зазначимо, що на його території крім готелів та баз відпочинку, побудована велика кількість лижних шкіл, сноупарків, велопарків, також на території Буковелю знаходиться табір «Артек». Буковель затребуваний не лише для внутрішнього туризму, але і для туризму в'їзного. Від усієї кількості туристів, 10–12% припадає на іноземних туристів, це пояснюється тим, що гірськолижний курорт Буковель значно дешевший за ціновою політикою, за якістю він також не поступається іншим

гірськолижним курортам світу. Але існує проблема – період функціонування гірськолижних трас: листопад – травень. З кожним роком Буковель відвідують на 18–20% більше туристів, це спонукає побудуванню нових прокатів гірськолижних та туристичних споряджень та прокладення нових лижних трас [63].

Ще одна проблема для розвитку внутрішнього туризму в Україні – це сезонність. Взимку люди подорожують дуже мало. Тобто сезонність в попиті різна і залежить від виду туризму і території його освоєння. Так, лікувально-пізнавальний туризм схильний до сезонності меншою мірою, а курортний і гірськолижний – більшою мірою. Отже, попит на туристичні послуги в окремому регіоні України різний.

Крім того, як зазначають експерти, головною проблемою туристичного бізнесу Карпат є складність доїхати в цей регіон, тобто дефіцит квитків на поїзди. Щоб уникнути цих труднощів, багато туристів приїжджають власним транспортом, але поки що не в усіх регіонах Карпат відремонтовані дороги. Немає сумніву, що для розвитку внутрішнього туризму в Україні необхідний капітальний ремонт автомобільних доріг. Якісна інфраструктура сприятиме розвитку туризму. Наприклад, озера Домашне і Пісочне (обидва в селі Кримне), Лютка і ще одне Пісочне (с. Поліське) та Святе (с. Чевель) давно стали популярними місцями для внутрішніх туристів. Відремонтована дорога збільшить потік відпочивальників до заповідних територій. Поряд також є заказники (гідрологічний, загальнозоологічний, загальногеологічний, орнітологічний), заповідне урочище і ботанічні пам'ятки.

Проблеми з дорогами ще загострюється тим, що в Україні бракує туристичних автобусів, не можна ввозити туристичні імпорتنі автобуси (молодше 2010 р. випуску), а в нашій країні їх не виробляють. Україні немає ефективного державного регулювання туристичної галузі. Ніхто не стежить за якістю надаваних послуг. Один з таких прикладів стосується питання надання готелям зірок. У відповідному реєстрі на сайті Мінекономрозвитку зазначалось, що з чотирьох тисяч готелів в Україні зірки присвоєно лише

180 (5%). Необхідно поліпшити ситуацію з наданням туристичної інформації, зокрема, більше розміщувати туристичних стендів у місцях відпочинку.

Ще одна проблема, яка негативно позначається на внутрішньоукраїнському турпоточі, це запровадження безвізового режиму з країнами ЄС. Українським туристам стало легше поїхати до Європи, тому частина туристів, які раніше відпочивали всередині країни, вирішили відвідати європейські країни. Але тенденція до переорієнтації українських туристів з вітчизняних на іноземні курорти значно не відзначається. З одного боку, «Безвіз» – це, в першу чергу, можливість вільно подорожувати європейськими кордонами. Втім, свобода пересування – це не єдина перевага безвізового режиму з Європейським союзом. Відкриті кордони позначаються на багатьох сферах життя. З іншого, негативно позначається на внутрішньоукраїнському туристичному потоці. Українським туристам стало легше поїхати в Європу, тому частина туристів, які раніше відпочивали всередині країни, вирішили з'їздити в європейські країни [54].

Крім того, Україна, як відомо, володіє значним туристичним потенціалом, є однією з провідних країн Європи за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. Лише на державному утриманні перебуває 150 тис. нерухомих пам'яток історії та культури, зокрема 57206 пам'яток археології, 51364 – історії, 16800 – архітектури та містобудування, близько 200 замків [63]. Але на жаль, ці туристичні об'єкти перебувають в неналежному стані, більша частина з них потребує реконструкції, об'єкти туристично-спортивної інфраструктури потребують значного удосконалення. Проте є і позитивні здобутки приведення туристичних об'єктів та інфраструктури в порядок. Так, заслуговує вивчення організація реконструкції за прикладом концесійних та орендних договорів щодо замку «Паланок» й історичних споруд у с. Тартаків і Старому Селі (Львівська область).

Ще однією проблемою є необхідність державного регулювання

розвитку внутрішнього туризму. Це не викликає сумнівів. Стабільний розвиток туризму можливий на умовах співробітництва держави та бізнесу. Це необхідно для розробки й реалізації програм, які будуть урахувувати специфіку туристичної галузі. Враховуючи сучасні реалії в Україні, необхідно створити оптимальні, раціональні та вигідні для розвитку туристичного бізнесу нормативно-правові акти, постанови та закони. Державне регулювання туристичної сфери має спрямовуватись не лише на досягнення позитивного ефекту від реалізації функцій внутрішнього туризму та усунення можливих загроз для галузі, а й на оцінювання рівня впливу відповідних чинників зовнішнього середовища, які в сукупності мають створювати умови, сприятливі для подальшого розвитку внутрішнього туризму в Україні [77, с. 66].

Таким чином, до сучасних проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні можна зарахувати наступне:

- вплив пандемії коронавірусної хвороби;
- відсутність розвиненої інфраструктури;
- недотримання міжнародних стандартів надання послуг у сфері туризму;
- сезонність туризму в Україні;
- необхідність удосконалення якості та детінізації;
- відсутність великих мережевих готелів;
- незадовільний стан доріг;
- відсутність туристичних автобусів;
- проблеми із залізничним транспортом;
- відсутність залізничного та авіасполученням Закарпаття з іншими регіонами країни;
- відсутність ефективного державного регулювання туристичної галузі;
- недостатність надання туристичної інформації;

– різкі стрибки цін на проживання під час заходів подієвого туризму;

– запровадження безвізового режиму з країнами ЄС.

Таким чином, зазначимо, що потенціал внутрішнього туризму України, з урахуванням широкого спектра рекреаційних ресурсів України, є очевидним. Його розвиток здатний вирішити не лише економічні, а й важливі соціальні та політичні завдання. Україна як об'єкт туризму повинна стати привабливим багатогранним туристичним брендом, подолати стереотипи уявлення про Україну виключно як «гарячу точку» та виступати в ролі ефективного PR-інструменту на міжнародній арені. Окреслені проблеми, з одного боку, ускладнюють функціонування та розвиток внутрішнього туризму, а з іншого – надають змогу виокремити найбільш пріоритетні з них для вдосконалення механізмів державного регулювання, щоб якщо не вирішити, то принаймні зменшити їх негативний вплив. Україні для розвитку внутрішнього туризму необхідна державна програма підтримки галузі з різними фінансовими та податковими стимулами, яка буде спрямована на створення сприятливих умов для приходу в країну інвесторів і будівництво відповідної інфраструктури [60; 61]. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні потребують посилення уваги з боку уряду щодо їх вирішення. Ці способи та методи впливу, які використовуються для регулювання туристичної сфери, далеко не завжди виявляються адекватними сучасним умовам. Тому необхідно змінювати ситуацію на краще за допомогою вдосконалення системи та механізмів її державного регулювання з урахуванням досвіду країн, у яких державна політика щодо туризму є успішною і спрямована на забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

### РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### 3.1. Подієвий туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні

Місто як туристична ціль, в першу чергу, повинно мати свій імідж. Якщо розглядати територію як бренд, то бренд – це специфічний набір відчутних та невідчутних характеристик, які викликають певні асоціації, емоції, особливі відчуття під час відвідування території. Він становить раціональну або емоційну цінність, що формується в процесі взаємин із споживачем. Бренд відображає неповторні характеристики території, її принади, що здобули суспільне визнання та мають стабільний попит серед цільової аудиторії. Успішні бренди обов'язково є динамічними та вказують на розвиток: не лише показують актуальний стан міста, а й дають уявлення про те, яким воно буде в майбутньому.

На території Запорізької області зосереджено значний туристичний потенціал, професійне та обґрунтоване використання якого створить умови для підвищення ефективності сфери туризму як у межах області, так і країни в цілому, особливо в умовах нестабільності економічного та політичного середовища.

У Запорізькій області на державному обліку перебуває 8315 пам'яток, з них 6563 – пам'ятки археології, 1700 – історії, 32 – монументального мистецтва, 20 – науки і техніки; 12 об'єктів культурної спадщини регіону (3 пам'ятки історії, 9 – археології) занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення. Найбільш туристично привабливими є заповідники. Забезпечення певного мінімуму культурних послуг для всіх верств населення, збереження народних мистецьких традицій, етнокультурного різноманіття здійснюється потужним культурним потенціалом галузі області: 5 театрів, філармонія, 17 навчальних закладів І-

IV рівнів акредитації, 66 шкіл естетичного виховання, 16 кінотеатрів, 510 бібліотек, 412 установ культури клубного типу [63].

В області налічується 6 історичних населених місць України – це міста Запоріжжя, Бердянськ, Мелітополь, Оріхів, Гуляйполе і Токмак, які частково зберегли свій історичний ареал з об'єктами культурної спадщини. У містах, які входять до списку історичних населених місць України, збереглася як архітектура кінця 19 початку 20 століття, так і зразки архітектури періоду конструктивізму.

Найбільшим містом області є Запоріжжя. Місто має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним розташуванням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендових туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями [64].

Запоріжжя є одним з найбільших адміністративних, індустріальних і культурних центрів півдня України. Це неповторне та багатогранне місто, яке має невичерпний туристичний потенціал, багатовікову історичну та культурну спадщину і входить до числа найбільш економічно розвинених міст країни. Запорізька область входить до першої десятки провідних областей за обсягами реалізованих послуг і кількістю ліцензіатів, що працюють на території України. Динаміка основних показників туристичної діяльності в межах області є типовою для України (див. табл. 3.1.) [65].

Як показали дані державної статистики, динаміка туристичної діяльності в Запорізькій області за останні два роки, на жаль, негативна, що скоріш за все пов'язано з епідеміологічною ситуацією у країні та світі. Але крім того потрібна підтримка з боку органів місцевого самоврядування муніципальних утворень, які в умовах децентралізації можуть самостійно визначати форми підтримки туристичної галузі та її розвитку, зокрема встановлювати пільги з оплати комунальних послуг та орендної плати



туристичним об'єднанням та ін.

Регіональна політика розвитку туризму Запорізької області активно спрямована на поліпшення стану туристичної сфери в регіоні (див. дод. Б).

Таблиця 3.1 – Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Запорізькій області, од [63].

Роки	Запорізька область	Приріст, %
2011	60055	0
2012	35428	-41,0
2013	54415	+53,5
2014	39010	-28,3
2015	30922	-20,7
2016	40376	+30,5
2017	47675	+18,1
2018	31679	-33,5
2019	31521	-0,5
2020	17984	-43

Державними та науковими структурами спільно з громадськістю було розроблено «Стратегію розвитку туризму Запорізької області на 2021–2027 роки», основними цілями якої є вдосконалення та розвиток туристично-рекреаційної та допоміжної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, формування та просування туристичних дестинацій Запорізької області, а також розбудова Національного заповідника «Хортиця». Реалізація даної стратегії дозволить перетворити сферу туризму Запорізької області на прибуткову та високоефективну галузь регіональної економіки.

Туристичний бренд міста активно просувається завдяки діяльності Туристичного Інформаційного Центру міста Запоріжжя (див. дод. В). У

березні 2018 р. відповідно до рішення Запорізької міської ради було створено Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр», метою діяльності якого є отримання прибутку від надання туристично-інформаційних послуг, покращення соціально-економічного розвитку міста шляхом упорядкування й розвитку туристичної діяльності як пріоритетного виду економічної діяльності [66].

Серед основних напрямів діяльності ТІЦ м. Запоріжжя:

- формування бази даних об'єктів туристичної й рекреаційної привабливості інфраструктури туристичного ринку міста та об'єктів культурного надбання м. Запоріжжя;

- проведення маркетингових досліджень, моніторинг стану розвитку туризму та сфери послуг, дослідження туристичних потоків;

- надання консультативно-довідкової інформації для туристів та екскурсантів в усній формі й у формі рекламної продукції;

- організація роботи екскурсійного бюро та транспортного забезпечення екскурсантів;

- налагодження контактів і співробітництва в Україні та за кордоном, поширення інформації й промоційних матеріалів з метою просування туристичного продукту міста та обміну інформацією;

- підготовка й реалізація міжнародних проектів у сфері культури туризму тощо.

На сьогоднішній день Запоріжжя має власну айдентику: логотип, слоган, фірмові кольори та шрифти [65] .

В основу айдентики покладено концепцію «7 на 7», яка визначає 7 напрямків туризму в місті: «Запоріжжя – козацьке, природне, історичне, індустріальне, подієве, видовишне і сакральне (див. дод. Г). На них будуть базуватися всі туристичні продукти». Одним з аспектів туристичного бренда є логотип міста Запоріжжя. Він був розроблений на основі існуючої символіки – герба міста. Логотип виконаний в цій же кольоровій гамі: малиновий, зелений і жовтий – та являє собою схрещування семи смуг. Серед

інших елементів айдентики – спеціальний шрифт, фірмові кольори і слоган для всієї рекламної туристичної продукції. Слоган рекламує туристичний продукт міста Запоріжжя. Тому його ключова фраза: «Сім шляхів». Слоган може трансформуватися залежності від туристичного напрямку. Серед варіантів слогана: «Запоріжжя – сім шляхів до пригод», «Запоріжжя – сім шляхів до нових вражень», «Запоріжжя – сім шляхів до себе» [67].

Пріоритетними напрямками розвитку туристичної галузі м. Запоріжжя в довгостроковій стратегічній перспективі визначаються:

- пізнавальний туризм, основою якого є історична унікальність розвитку та етнокультурна багатоманітність м. Запоріжжя;
- подієвий туризм, що передбачає організацію та проведення щорічно кількох заходів національного й міжнародного рівнів розважального та спортивного спрямування;
- промисловий (індустріальний) туризм, орієнтований на ефективне використання специфічної індустріальної спадщини м. Запоріжжя, а також на галузі промисловості, що історично сформувались як основа сучасної економіки міста;
- діловий туризм, який надає можливість пропонувати комплексні інноваційні туристичні продукти, зокрема, у сфері новітніх технологій, інших передових галузях виробництва товарів і послуг, науково-дослідницькій діяльності [77, с. 199].

Надалі звернемо увагу саме на «Запоріжжя – подієве», як на важливу складову туристичного бренду міста.

Бренд подій дійсно є одним з перспективних напрямків розвитку туризму у місті Запоріжжя. Організація масштабних заходів досить позитивно впливає на імідж міста. Зазначимо, що бренд подій («events» brand) – це події, що періодично проходять, як правило, в світі спорту, індустрії розваг і мистецтва (наприклад – фестивалі, концерти, спортивні заходи тощо). Цілі організаторів подібних заходів найчастіше досягаються за рахунок використання традиційних інструментів брендинга. Вартість такого

роду брендів складають суми, які рекламодавці платять за право показати свій продукт в перервах при трансляції, наприклад, престижного спортивного турніру. Прикладом таких брендів є Суперкубок у бейсболі, Олімпійські ігри, чемпіонат світу з футболу, пісенний конкурс Євробачення тощо.

Місто Запоріжжя вже має позитивний туристичний імідж завдяки не тільки багатій історико-культурній спадщині – прославлена Хортиця, монументальний Дніпрогес, 700-річний Запорізький Дуб, мальовничі пейзажі та архітектурні пам'ятки, але і подіями, які вже стали брендовими: Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці», фестиваль «Покровський ярмарок», музичні фестивалі «Khortytsia Freedom» та «Zaporizhzhia Jazzy», Запорізький міжнародний кінофестиваль «ZIFF», регулярні вистави кінного театру «Запорозькі козаки», фестиваль вуличної їжі «Пікнік на Райдузі», літературно-мистецький фестиваль «Толока» та багато інших. Портал Zruchno.Travel відмітив Запоріжжя у ТОП-10 українських міст з найкращими напрацюваннями та перспективами розвитку туризму. Відзначено, що в 2019 році Запоріжжя отримало парламентську нагороду «За розвиток туристичної індустрії» як прорив року.

Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці» – це щорічний іміджевий багатокомпонентний культурологічний проект міста Запоріжжя, проводиться 14 жовтня з нагоди свят Покрови Пресвятої Богородиці, Дня українського козацтва, Дня захисника України та Дня визволення міста Запоріжжя на славіній землі острова Хортиця (див. дод. Д).

Урочисті заходи представлені на двох локаціях: ІКК «Запорозька Січ» та на «Козацькому колі». Програма насичена колоритними виступами ансамблю пісні і танцю «Запорожці», козацької школи бойового мистецтва «Спас», гурту історичної реконструкції «Запорозькі Січові козаки», акторів Академічного обласного українського музично-драматичного театру ім. В.Г. Магара та інших творчих колективів.

Окрім того, пропонуються різноманітні додаткові розваги (ярмарок, традиційні українські гостинці, фото в одязі козацької доби, аніматори для

дітей, аквагрим, перукарня «Коса – дівоча краса» (плетіння кіс), дитяча майстерня, гра «Джури», майстер – класи тощо).

Також під час фестивалю в навчальних закладах області відбуваються тематичні заходи, направлені на підвищення ролі традиційної культури, на формування патріотизму та духовності. У бібліотеках області проходять виставки краєзнавчої літератури, у музеях – тематичні експозиції. Ця культурно-мистецька подія, під гаслом «Хортиця єднає Україну!» є яскравим свідченням єднання, національного та духовного відродження країни.

Не менш масштабною, брендовою подією є традиційні святкування приурочені до Дня Міста Запоріжжя, а саме «Покровський ярмарок» (див. дод. Д). На ярмарку презентують свої товари усі райони міста та гості з області, облаштовують інтерактивні намети, велику сцену, на якій виступають творчі колективи міста та області, дитячу зону, фотозону, виставки техніки тощо. Останній ярмарок відбувся в 2019 році, участь у якому прийняли більше 500 майстрів. Також було організовано виставку квітів, великий фестиваль меду, локації з дитячими майстер-класами від кращих майстрів України та презентовано крафтові продукти від резидентів Всеукраїнського фестивалю домашньої консервації в Запоріжжі.

Святкового настрою народним гулянням додає Козацька Сцена з виступами українських народних колективів, козацьким шоу, етно-музикою і найталановитішими дітьми Запоріжжя. Окрім ярмарку, програма Дня Міста в 2019 році була насичена такими заходами як фестиваль вуличної їжі «Пікнік на Райдузі» (див. дод. Е) з рестораторами з усієї України, «Караоке на майдані» з Ігорем Кондратюком та великою концертною програмою від зірок України та кращих виконавців Запоріжжя.

Музичний фестиваль «Khortytsia Freedom» – це вже традиційна, брендова подія для мешканців міста Запоріжжя та гостей інших регіонів (див. дод. Ж).

Візитна картка Запоріжжя, яка дарує приємні враження і творчий заряд на цілий рік та проходить в Парку Металургів.

Так, наприклад, у 2019 р. на «Khortytsia Freedom-2019» приїхали понад 30 музичних гуртків з різних міст, 80 тис. глядачів. Фестиваль залишається одним з кращих музичних фестивалів який об'єднує виконавців різних жанрів.

Завжди неймовірна атмосфера, особливий етнодрай, ще більше великих артистів, груп і гарних пісень. Нові імена і музиканти, на яких Запоріжжя посправжньому чекало.

Також кожен охочий міг зареєструватись на безкоштовні авторські екскурсії містом від Туристичного інформаційного центру. Серед туристів були гості зі 100 міст України, загальна їх кількість склала 7 тис. осіб, було заброньовано 5 тис. місць у готелях і хостелах міста, скуштовано 5 тис. кг страв на грилі, а також 5 тис. бургерів, морозива та бельгійських вафель. На пам'ять гості міста привезли додому сувеніри (магнітики, рушники) та стильні брендовані речі. У міста з'явилися власні ідентифікаційні сувеніри, які досить швидко стали популярними серед туристів далеко за межами Запоріжжя.

«Zaporizhzhia Jazzy» – це сучасний фестиваль атмосферної музики, який проходить в Запоріжжі з 2017 року (див. Додаток 3). Фестиваль такого високого рівня – подія, що об'єднує шанувальників музики із усіх куточків України. Були організовані музичні програми на двох сценах, дитяча зона, фестиваль вуличної їжі, фотозона, оглядовий майданчик з видом на Дніпро, Хортицю та ДніпроГЕС. «Zaporizhzhia Jazzy» організовує департамент культури і туризму Запорізької міської ради за підтримки громадської організації «Запоріжжя. Платформа Спільних Дій».

2019 році Zaporizhzhia Jazzy відвідало більше 60 тисяч чоловік. Для гостей виступали співачка Jamala, ТНМК&Схід Side, київська дрім-поп-рок група «Latexfauna», джаз-оркестр «Zaporizhzhia City Big Band», український співак LAUD – учасник «Голосу країни» і нацвідбору на «Євробачення», група «The Hypnotunez» – учасник шоу «Х-фактор» та група «ЦеШо», яка теж брала участь в національному відборі «Євробачення-2019» [68]. Гості

Запоріжжя мали можливість зручно дістатися міста й комфортно розміститися в одному з готелів.

З 2017 року у Запоріжжі відбувається міжнародний кінофестиваль «ZIFF» (див. дод. З). Метою фестивалю є підтримка національного кіно, а також фільмів і відеоробіт спільного та іноземного виробництва, які зберігають традиції українського кінематографу. Запорізький кінофестиваль не тільки може занурити вас у чарівний світ кіно, а також дає можливість поспілкуватися із професіоналами кінематографа, перейняти їх досвід під час майстер-класів.

За дні проведення кінофестивалю (покази фільмів, майстер-класи) кількість відвідувачів становить більше ніж 1000 осіб [69].

В 2021 році відбувся П'ятий Запорізький кінофестиваль ZIFF, який проходив 17–19 вересня в кіноконцертному залі ім. О. Довженка міста Запоріжжя. Як зазначається, цьогогоріч фестиваль отримав 3100 заявок на участь зі 108 країн, до конкурсних програм було включено 42 фільми: 20 до національної конкурсної програми та 22 – до міжнародної. Як і завжди, члени журі визначали переможців у 7-ми номінаціях:

- «Найкращий український анімаційний фільм»;
- «Найкращий міжнародний анімаційний фільм»;
- «Найкращий український документальний фільм»;
- «Найкращий міжнародний документальний фільм»;
- «Найкращий український ігровий фільм»;
- «Найкращий міжнародний ігровий фільм»;
- «Найкращий відео ролик конкурсу VERTICAL» [69].

Незабутньою подією для кожного туриста може стати колоритне шоу від акторів фольклорно-етнографічного комплексу «Кінний Театр «Запорізьки Козаки» (див. дод. И).

Захопливі трюки на конях, бойові вправи зі списами, шаблями і батоном познайомлять гостей з традиціями запорізького козацтва. Виступи супроводжуються боєм барабанів та національною музикою. Глядачі можуть

не тільки спостерігати, а й особисто взяти участь в старовинному ритуалі – «Посвята в козаки». У виставах беруть участь професійні актори та каскадери. Усе це дійство відбувається на просторому подвір'ї, де розташовані козацькі курені, кузня, гончарня, збройова, шорня, стайні, просторий плац, на якому проходить театральне дійство, і глядацькі трибуни.

Всередині цих споруд відвідувачів порадує українські вишиті рушники, колекція старовинних прасок, де зберігається більше трьох сотень предметів, унікальна козацька зброя і побутові предмети, вписані в антураж приміщення.

Після вистави гостям пропонують спробувати традиційні українські страви в ресторані та придбати ковані вироби і сувеніри. На території театру також розташований ангар із експонатами з історії судноплавства на Дніпрі. У 1999 році почалися реставраційні роботи по збереженню козацької чайки, піднятої з дніпровського дна, а пізніше, в 2004 році, і бригантини XVIII століття [70].

Найяскравішим щорічним святом, в прямому сенсі цього слова, є фестиваль фарб або «Холі-фест» (див. дод. К).

Його ідея запозичена у щорічного індуїстського Фестивалю весни чи Фестивалю фарб, під час якого прийнято мастити один одного фарбами та веселитися. Щоліта ця подія збирає велику кількість місцевих та туристів у парку Дубовий Гай та дарує незабутні емоції для кожного.

Фестиваль супроводжується виступами музичних груп, танцювальними інтерактивами, веселими конкурсами і власне обкиданням кольоровими фарбами. Найперший фестиваль зібрав більше двох з половиною тисяч людей і з кожним роком приймав все більше і більше гостей. Вхід та участь у заході безкоштовна, а придбати фарби кожен охочий зможе на місці проведення фестивалю.

Окремо слід відзначити конкурс-фестиваль «Акорди Хортиці», що є одним з найвідоміших в Україні музичних проєктів для молоді (див. дод. К).

Сьогодні це потужний форум юних виконавців, який користується



великим авторитетом в професійних мистецьких колах. За 18 років існування цього конкурсу-фестивалю його гостями стали понад 6000 юних музикантів з Австрії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Китаю, Сербії, Чехії, США, Японії, Литви та всіх куточків України. Важлива роль в проведенні конкурсу-фестивалю належить академічному симфонічному оркестру Запорізької обласної філармонії. Майже 500 обдарованих юних музикантів отримали унікальний шанс виступити в якості соліста з академічним симфонічним оркестром Запорізької обласної філармонії [71].

Для всіх учасників з інших міст та країн створені усі умови для комфортного перебування в місті Запоріжжя, надається можливість для проведення репетицій, а також гарні умови для відпочинку й ознайомлення з містом.

Головною туристичною подією 2020 року стали «Дні гостинності у Запоріжжі 2020» – туристичний бізнес форум у новому форматі (див. дод. Л). Протягом трьох днів на чотирьох тематичних локаціях можна було почути поради від підприємців-професіоналів індустрії, людей з унікальним досвідом. Усі гості мали змогу дізнатися про новітні тренди і шляхи подолання кризи, аспекти взаємодії з владою та останні регуляторні зміни у законодавстві, що стосуються питань внутрішнього і зовнішнього туризму у період пандемії. З усіх локацій була включена пряма он-лайн трансляція, що розширило аудиторію та надало можливість всім охочим стати частиною форуму [72].

Не можливо не згадати ще одну масштабну подію, що збирає тисячі книголюбів щороку. Мова йде про фестиваль «Запорізька книжкова толока» (див. Додаток К), що являє собою ярмарок-продаж книжок із різних куточків України, лекції та презентації від сотень діячів культури та письменників, фільмопокази та різноманітні майстер-класи. Перші роки літературне свято проходило у приміщенні «Козак-Палац», а з 2020 році було влаштоване просто неба на декількох локаціях в районі проспекту Маяковського. На фестивалі завжди презентують свою продукцію безліч видавництв,

книгарень, бібліотек з усієї України.

З усього цього переліку подій можна зробити висновок, що подієвий туристичний напрямок Запорізької області дійсно має великі перспективи для розвитку. У міста багата історія, велика кількість свят та унікальних традицій. В Запоріжжі представлено достатню кількість просторів, що слугують відмінною базою для проведення фестивалів, як закритих приміщень, так і вільних ділянок просто неба з чудовими видами. А саме: комунальні палаци культури («Заводський», «Молодіжний», «Орбіта», «Титан», «Хортицький»); кіноконцертний зал ім. О. Довженка; театральні і концертні заклади міста (Державний цирк, Академічний обласний музично-драматичний театр ім. В. Магара, Академічний обласний театр юного глядача, Обласна філармонія, Кінний театр «Запорозькі козаки» та ін.).

Серед виставкових залів міста найвідомішими є [65] (див. дод. М):

- Виставковий зал Запорізької організації Національної Спілки художників України – найбільша за площею художня експозиція міста;
- Виставковий зал Запорізького відділення Національної Спілки фотохудожників України;
- Zaporizhzhia.city Hub – це міський вільний простір, що поєднує в собі центр підтримки соціальних інновацій, зручну локацію для зустрічей і культурного дозвілля, та сучасну конференц-залу. Zaporizhzhia.city Hub створює гармонійну атмосферу для будь-якої творчої події.
- «Art L» – приватна художня галерея, яку було відкрито в березні 2009 року. Галерея не обмежує тематику своїх виставок тільки образотворчим мистецтвом. До уваги глядачів широкий спектр жанрів і напрямів творчості різних художників з різних регіонів України, а також ближнього і далекого зарубіжжя.
- Художній салон – місце, яке привертає увагу і унікальним зовнішнім виглядом, і виставковими заходами. Тут є можливість відвідати захоплюючий світ неперевершених витворів мистецтва величних митців всіх часів. Виставки галереї дають змогу відкрити для себе нові стилі художньої

творчості, побачити оригінали відомих картин

– Окремим культурним осередком Запоріжжя є міський Вернісаж у центрі міста, на площі Маяковського біля Фонтану Життя, організований Запорізьким міським об'єднанням митців «Колорит».

Вагомий внесок у розвиток подієвого туризму в Запоріжжі приносить робота Туристичного Інформаційного Центру (ТІЦ) міста Запоріжжя (див. Додаток Б), що виконує такі функції як інформування туристів та місцевих жителів щодо тих чи інших туристичних подій, організація та проведення різноманітних заходів, звітна діяльність, розвиток та просування загального бренду міста в Україні та світі. Просторий офіс у центрі міста завжди відкритий для своїх гостей та нерідко виступає як місце проведення деяких цікавих зустрічей, виставок, лекцій та форумів. Дизайнерський інтер'єр із власною айдентикою вигідно підкреслює сучасний туристичний напрям розвитку Запоріжжя. Так, наприклад, у вересні цього року ТІЦ було організовано такі заходи :

- зустріч Олега Сенцова з читачами, флешмоб «Танцюй під українське»;
- виставка сучасного мистецтва «Час, що не втрачено»;
- презентація практичного курсу «Маркетинг для підприємців: розумій і застосовуй» від Анастасії Інешиної;
- зустріч зі скульпторкою Людмилою Єлецькою – однією з авторів виставки «PRO людей...»;
- фото-конкурс «Портрет туриста»;
- лекція Льони Радченко, присвячена таємницям життя і творчості Пікассо;
- лекція стиліста Анастасії Атрощенко «Спочатку база – потім тренд» та ін.

Окрім того Туристичний Інформаційний Центр має якісно розроблену онлайн-платформу. Офіційний сайт ТІЦ та його профілі в соціальних мережах пропонують потенційним туристам безліч варіантів цікавого

відпочинку, що подарують незабутні емоції. Формат онлайн-афіші відображає актуальні дати проведення заходів з можливістю придбання квитків, що досить зручно для сучасного туриста. Особливо цікавою розробкою ТІЦ є віртуальні тури до популярних туристичних об'єктів міста (наприклад до музею «Фаєтон» та ін.). Також кожен має можливість переглянути так звану «туристичну мапу», яка налаштовується відповідно до ваших інтересів завдяки переліку «фільтрів».

Діяльність Туристичного Інформаційного Центру позитивно впливає на розвиток регіонального туризму, популяризацію туристичного бренду міста загалом і подієвого напрямку відповідно.

Згідно звіту ТІЦ упродовж 2019–2020 років в галузі туризму були досягнуті якісні показники, а саме [65]:

- кількість відвідувачів за 2019–2020 рік – 50 тис. осіб;
- кількість надання інформаційних послуг – 47 тис.;
- кількість туристів – 9 тис.;
- кількість іноземних туристів – 3,5 тис.;
- кількість туристичних продуктів – 45;
- кількість проданих сувенірів – 7 тис.

Регіональна політика туризму у Запоріжжі активно спрямована на вдосконалення та розвиток туристично-рекреаційної та допоміжної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, формування та просування туристичних дестинацій Запорізької області та розбудову Національного заповідника «Хортиця». Про це сказано в офіційній Стратегії розвитку туризму Запорізької області. Яким чином це пов'язано з брендом подій у Запоріжжі?

Модернізація інфраструктури загального користування та створення сучасних територій відпочинку і рекреації позитивно вплине на загальний імідж міста, а комфортна облаштовані рекреаційні території можуть стати відмінною базою для проведення різноманітних подій.

Розбудова транспортної інфраструктури якісно вплине на зручність

переміщень по регіону, відповідно збільшиться і кількість охочих відвідати організовані заходи.

Розвиток людських ресурсів передбачає створення активних об'єднань, партнерські відносини та інвестування в цікаві проекти. Саме за таких умов народжуються яскраві ідеї та ініціативи, що роблять бренд міста унікальним.

Щодо розбудови Хортиці, то цей факт також неодмінно вплине на розвиток подієвого туризму, адже ця територія є не тільки візитівкою Запоріжжя, а й нерідко виступає місцем проведення багатьох заходів. На острові дійсно особлива енергетика, що створює незабутню атмосферу для будь-якого фестивалю чи ярмарки. Тож цей простір насправді має високий потенціал для розвитку.

Отже, сьогодні, формування туристичної політики на регіональному та місцевому рівнях залишається актуальним питанням, яке потребує прийняття обґрунтованих управлінських рішень як з урахуванням загальнодержавних завдань, так і місцевих ініціатив. Коли конкурентна боротьба переміщується в інформаційне поле, бренд, як його інструмент, має дуже важливе конкурентне значення. Подієвий туризм беззаперечно є дуже перспективним напрямком в розвитку внутрішнього туризму в Україні, але й в регіональній політиці розвитку туризму Запорізької області, адже брендові події мають не тільки високе культурне значення для місцевих жителів, а й приваблюють туристів та гостей із інших міст України, позитивно змінюючи туристичне життя регіону.

Пропонуємо на основі проведеного змістовного огляду подій міста Запоріжжя, які вже стали брендовими в Україні, створити «Каталог подій міста Запоріжжя», який дозволить позиціонувати місто як туристичного бренду не тільки в Україні, але й у світі. Дозволить залучати потенційних туристів до міста та регіону, а це в свою чергу додаткове отримання коштів до місцевих бюджетів від туристичного збору та безпосередньо на розвиток внутрішнього туризму, супутньої інфраструктури та покращення стану довкілля.

### 3.2. Перспективний розвиток пріоритетних видів туризму в регіонах України

В результаті проведеного аналізу, та визначення пріоритетних види туризму в областях України у другому розділі дипломної роботи, зазначено, що найбільш популярними видами туризму в регіонах України є: культурно-пізнавальний, екологічний (зелений), лікувально-оздоровчий, релігійний, сільський та подієвий. Лідерами внутрішнього туризму в Україні стали Львівська, Одеська, Закарпатська, Івано-Франківська, Херсонська, Запорізька та Тернопільська області. Тому пропонуємо для подальшого, перспективного розвитку внутрішнього туризму використовувати конкурентні переваги пріоритетних видів туризму в цих регіонах України.

Лідером екскурсійного туризму є Львівська область. Вона приваблює туристів будь-якої пори року європейською атмосферою міст, гарною природою та розвиненою інфраструктурою. Якщо цікавлять замки, є маршрут «Золота підкова Львівщини», парк «Сколівські Бескиди» та заповідник «Розточчя», а також гірськолижне Славське та оздоровчий Трускавець. Активно розвивається гастрономічний туризм – у 2019 р. відкрили для гостей 17 фермерських господарств, які пропонують туристичні послуги. Також, Львівська область лідирує за кількістю готелів, їх кількість понад 1100. Бюджетні надходження від туризму в області протягом року зросли на 22 % [78].

Лідером пляжного туризму є Одеська область, тому що теплий клімат, море та сотні піщаних пляжів. Найбільш популярними є Аркадія та Великий Фонтан, а також найвідоміші приморські курорти Затока і Кароліно-Бугаз. Влітку минулого року саме Затока та Одеса опинилися у першій трійці популярності за кількістю запитів у Google щодо відпочинку на морі. Крім пляжів, туристів цікавить Білгород-Дністровська фортеця Аккерман, село Шабо з Центром культури вина і так звана українська Венеція – село Вилкове в Дунайських плавнях, де почали проводити смачний гастрономічний

фестиваль та приваблювати туристів. Протягом минулого року туристичний потік в області зріс на 28 %.

Лідером гастрономічного туризму називають Закарпатську область. Вона приваблює туристів строкатою сумішшю культур різних народів, термальними джерелами та сезонним цвітінням нарцисів і сакур. Найвідомішим місцем області є Національний природний парк «Синевир» з найбільшим озером Українських Карпат. Проте найбільше Закарпаття вражає оригінальними смаками місцевої кухні: бограч, гурка, банош, рокот-крумплі. Тут проводять найбільшу в Україні кількість гастрономічних фестивалів на рік. Зазначимо, що наймасовішими з них є фестивалі «Гуцульська бриндзя» у Рахові та «Червене вино» в Мукачеві. А цього року область зосередиться на реконструкції туристичних об'єктів, серед яких Боржавська вузькоколійка, Невицький замок та Музей лісу і сплаву. Потрібно зберегти тенденцію до зростання туристичного потоку, який минулого року зріс на третину.

Лідером активного відпочинку є Івано-Франківська область. Зазначимо, що це не лише атмосфера вікових гуцульських традицій серед суворих Карпатських гір, але й взимку в кожному селі регіону можна покататися на лижах та сноубордах. Безумовно й цілком заслужено найвідоміший гірськолижний курорт Прикарпаття та й усієї України «Буковель» тримає за собою статус лідера активного відпочинку. Незабутні емоції можна отримати і під час сходження на найвищу гору України Говерлу або під час джип-туру екстремальними лісовозними дорогами. Минулого року на Верховинщині вперше провели міжнародний форум Центральної та Східної Європи Via Carpatia. Індекс туристичної привабливості Івано-Франківської області минулого року склав 4,1 бала з 5, а туристичний потік збільшився на 5,5 %.

Край заповідної природи є Херсонська область. Це єдина область України, яку омивають два моря. Унікальний піщаний масив «Олешківські піски» дозволяє називати регіон краєм заповідної природи – одним із найдивовижніших ландшафтів нашої країни. Зазначимо, що Херсонщина унікальна тим, що має піщану косу Арабатська стрілка, заповідний острів

Бирючий, безлюдний острів Джарилгач, заповідник «Асканія-Нова» з африканськими тваринами. Хітом серед внутрішніх туристів стали Рожеві озера. У минулому році Херсонщина прийняла 3,5 млн. туристів, причому відвідуваність окремих національних парків зросла вдвічі.

Лідером сімейного відпочинку в Україні назвали Запорізьку область. Це не лише колыска козацтва, а й гарне місце для відпочинку з дітьми. Бердянськ, Приморськ, Кирилівка вже понад 50 років приймають тисячі відпочивальників на численних базах відпочинку та у дитячих оздоровчих таборах. Бердянськ став одним із лідерів серед українських туристів, користувачів Інтернету за пошуком варіантів літнього відпочинку в Україні. Серед «Семи шляхів до пригод» у місті Запоріжжя кожен туристичний напрямок може бути цікавим для сімейних вікендів.

Лідером замкового туризму виступає Тернопільська область. Серед 100 середньовічних замків, що збереглися в Україні, 34 розташовані в області. 11 із них входять до складу Національного заповідника «Замки Тернопілля». Візитівками краю є Збарзький замок, де нещодавно відкрили нові експозиції, а також палац Вишневецьких, який з минулого року пишається реконструйованою Дзеркальною залою. Саме тому Тернопільщина – лідер замкового туризму. Щоб утримати цей статус, область активно має працювати над покращенням туристичної інфраструктури навколо найцікавіших історичних пам'яток. В Бучачі триває реставрація ратуші зі скульптурами Івана Пінзеля, а Чортків вже презентує календар фестивалів на рік. Таким чином, коли існує залежність туристичних потоків від ситуації з пандемічними обмеженнями у регіонах України, внутрішній туризм отримує нові можливості для розвитку, шляхом популяризації пріоритетних видів туризму і нових дестинацій.



## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній дипломній роботі досліджено особливості, сучасний стан, проблеми внутрішнього туризму в Україні та розроблено пропозиції щодо перспектив його подальшого розвитку. Одержані в процесі дослідження результати та їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки й внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення.

1. Охарактеризовано теоретичні основи розвитку туризму сучасних умовах. Розглянуто сутність туризму як економічного феномену. Економічний аспект «туризму» передбачає розгляд його як індустрії. Зазначено, що туристична індустрія включає в себе сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги гідів-перекладачів.

2. Охарактеризовано види туризму. Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників сфери туризму. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму. Зазначено що в основі класифікації видів туризму лежить мета подорожі, мотиви, які викликають інтерес до певного виду туризму та туристичні ресурси, що використовуються при певних видах туризму.

3. Досліджено з використанням статистичних даних фактори впливу на розвиток туризму в Україні. Зазначено, що туризм є масовою та соціальною категорією, він формується під впливом багатьох факторів, що може визначати рівень туристичного попиту та розвиток туристичної галузі в цілому. Виявлено що, найбільш важливими і значними факторами, що

впливають на зміну рівня попиту на туристичному ринку, є такі: загальноекономічні (добробут суспільства й збільшення вільного часу; взаємозв'язок розвитку попиту на ринку туризму та загальноекономічної кон'юнктури); культурні та суспільно-психологічні; соціально-демографічні (вікова структура; структура сім'ї; рівень доходів та освіти населення; співвідношення міського й сільського населення); особистісно-поведінкові.

4. Надано загальну характеристику туристичної привабливості України. Культура України багата своєю історичною спадщиною, а також природними дивами. По всій території країни можна знайти пам'ятники культури України – це і середньовічні замки і культові споруди IX–XIII ст., і місця грандіозних баталій. Один з головних плюсів розвитку внутрішнього туризму в Україні в тому, що її туристичні напрямки неймовірно різноманітні: тут є гори, моря, різні санаторії, замки й пам'ятники архітектури. Сьогодні практично в усіх областях, навіть там, де немає гір і моря, почали з'являтися туристичні продукти. Попитом серед українських туристів користуються найбільш популярні види туризму: лікувально-оздоровчий, лижний, рекреаційний, водний, етнічний, паломницький, пригодницький.

5. Проаналізовано сучасний стан та особливості розвитку внутрішнього туризму в Україні. Проведено аналіз найбільш популярних видів туризму в регіонах України за класифікаційною ознакою – за цілями подорожі та потребами туристів для отримання картини поширення певного виду туризму та формування груп за подібними видами. Складено SWOT-аналіз розвитку внутрішнього туризму в Україні, на основі якого визначено окремі напрями, недоліки й переваги його розвитку. Це дозволило виявити проблеми, які стримують розвиток внутрішнього туризму в сучасних умовах національної економіки.

6. У 2019 році частка внутрішнього туризму в Україні становила майже 9% від загальної кількості туристів, що обслуговувались туроператорами, у 2020 році – 9,4%. За I півріччя 2021 р. було придбано

майже 20 млн. квитків, що у 1,5 рази більше, ніж за 2020 рік. У 2020 р. 82% українців подорожували Україною, а 53% планували відпустку у 2021 р. Аналізуючи дані (за результатами аналізу публікацій (сюжетів) ЗМІ) про зростання кількості туристів у туристичних DESTИНАЦІЯХ південних регіонів України, зазначено, що у них прибуло у 2020 р. на 30–170% більше туристів порівняно з 2019 р. Друге місце за обсягами внутрішнього туризму в Україні займає Західна Україна та Карпатський регіон, третє – Київ та Київська область.

7. Найбільш популярними в Україні в період пандемії стали такі види туризму як відпочинок на природі, у глемпінгах, фототуризм. Загалом українці у 2020 р. віддавали перевагу відпочинку на морських курортах Одеської, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей. При цьому в Одеської області найбільший показник за відвідуваністю серед усіх областей України – майже 1,6 млн туристів.

8. Досліджено та систематизовано проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. До найбільш важливих проблем розвитку внутрішнього туризму в Україні віднесено: залежність туристичних потоків від ситуації з пандемічними обмеженнями у регіонах України; недостатньо розвинена туристична інфраструктура, відсутнє ознакування і маркування туристичних маршрутів; сезонність в попиті різна і залежить від виду туризму і території його освоєння; не в усіх регіонах України належний стан доріг; відсутність залізничного та авіасполученням Закарпаття з іншими регіонами країни; безвізовий туризм дозволив українським туристам легше подорожувати Європою; недосконалість надання туристичної інформації; диспропорції у ціновій політиці та якості обслуговування; брак державних інвестицій стримує відновлення туристичної інфраструктури; недостатність державних інвестицій стримує відновлення туристичної інфраструктури; немає ефективного державного регулювання туристичної галузі; бракує туристичних автобусів власного виробництва.

9. Сформовано пропозиції щодо перспектив розвитку внутрішнього

туризму в Україні. Запропоновано використання подієвого туризму в місті Запоріжжя як перспективного напрямку розвитку внутрішнього туризму. Запропоновано створення «Каталогу подій міста Запоріжжя», якій дозволить активно розвивати подієвий туризм в регіоні, сприяти формуванню туристичного бренду Запоріжжя, позиціонувати місто як туристичну дестинацію на туристичному ринку не тільки в Україні, але й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, додаткове отримання коштів до місцевих бюджетів від туристичного збору. Обґрунтовано використання конкурентних переваг видів туризму пріоритетних в регіонах для подальшого розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах ситуації з пандемічними обмеженнями у регіонах країни.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: [niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf](http://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf) (дата звернення: 15.10.2021).
2. Жданова Т. С., Бикташева Д. Л., Гиевая Л. П. Менеджмент в туризме: учеб. пособие. Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. 272 с.
3. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. Дата оновлення: 04.11.2018. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 15.10.2021).
4. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції по туризму від 14 квітня 1989 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_904](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_904) (дата звернення: 15.10.2021).
5. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
6. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посібник. Чернівці: Книги – XXI, 2008. 344 с.
7. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
8. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 360 с.
9. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой. Москва: Финансы и статистика, 2007. 230 с.
10. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 312 с.
11. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнеса. Одеса: Черноморье, 1997. 156 с.
12. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. Минск: Новое знание, 2001. 432 с.

13. Алейникова Г. М. Организация и управление турбизнесом. Донецк: ДИТБ, 2002. 184 с.
14. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-ге вид., випр. та доп. Київ: КНТЕУ, 2009. 463 с.
15. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие. Москва: РДЛ, 2002. 240 с.
16. Жданова Т. С., Бикташева Д. Л., Гиевая Л. П. Менеджмент в туризме: учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 2007. 272 с.
17. Морозов М. А., Коль О. Д. Дестинация – важнейший элемент туризма. Туризм: практика, проблемы, перспективы. 1998. № 1. С. 9–12.
18. Азар В. И. Экономика и организация туризма. Москва: Аспект-Пресс, 2003. 439 с.
19. Экономика современного туризма / под ред. Г. А. Карповой. Москва; Санкт-Петербург: Торговый Дом Герда, 1998. 412 с.
20. Ганкина М. С. Соціальні основи діяльності підприємств міжнародного туризму. Економіка і організація управління. 2016. № 4 (24). С. 312–322.
21. Шелеметьева Т. В. Соціальна роль туризму як об'єкта управління. Сучасні тенденції в економіці та управлінні: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 грудня 2017 р.). Запоріжжя: Східноукр. ін-т економіки та управління, 2017. С. 34–36.
22. Основні види туризму та їх характеристика. URL: <https://tourkazka.com/osnovni-vydy-turyzmu-ta-yikh-kharakterystyka/> (дата звернення: 15.10.2021).
23. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 02.11.2021).
24. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text> (дата звернення: 02.11.2021).
25. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3345> (дата звернення: 02.11.2021).

26. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.

27. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : Монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.

28. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/pucentejlo34.htm](https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo34.htm) (дата звернення: 02.11.2021).

29. Биркович В. І. Розвиток туристичної галузі в регіоні. Університетські наукові записки. 2006. № 2 (18). С. 335–341.

30. Кіптенко В. М. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Знання, 2010. 502 с.

31. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2009. Т. 22 (61). № 2. С. 373–380.

32. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1 (7). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2012\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35) (дата звернення: 15.10.2021).

33. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организаций. Москва: Финансы и статистика, 2006. 200 с.

34. Організація туризму: підручник / за ред. І. М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.

35. Старостенко Г. Г., Онишко С. В., Поснова Т. В. Національна економіка: навч. посібник. Київ, 2016. 432 с.

36. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). URL: <https://mtu.gov.ua/content/organizaciya-ekonomichnogo-spivrobotnictva-ta-rozvitku-oesr.html> (дата звернення: 21.10.2021).

37. Економічний енциклопедичний словник. URL: <https://subject.com.ua/economic/slovník/2263.html> (дата звернення: 15.10.2021).
38. Міграційний профіль України за 2020 рік. URL: [https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig\\_profil/migprofil\\_2020.pdf](https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig_profil/migprofil_2020.pdf) (дата звернення: 01.10.2021).
39. 30% українців проживають у сільській місцевості: такого немає ніде в Європі. URL: [https://sensor.net.ua/ua/news/3046049/30\\_ukrayintsiv\\_projuvayut\\_u\\_silskiyi\\_mistsevosti\\_takogo\\_nemaye\\_nide\\_v\\_yevropi\\_zubko](https://sensor.net.ua/ua/news/3046049/30_ukrayintsiv_projuvayut_u_silskiyi_mistsevosti_takogo_nemaye_nide_v_yevropi_zubko) (дата звернення: 15.10.2021).
40. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2021).
41. Доходи та витрати населення України. URL: [https://ukrstat.org/-uk/operativ/operativ2007/gdn/dvn\\_ric/dvn\\_ric\\_u/arh\\_dvn\\_kv\\_u.htm](https://ukrstat.org/-uk/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm) (дата звернення: 20.10.2021).
42. Лідери внутрішнього туризму в Україні: інфографіка. URL: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/> (дата звернення: 15.10.2021).
43. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінет Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9> (дата звернення: 15.10.2021).
44. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на 2016–2020 роки. URL: <https://www.knteu.kiev.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf> (дата звернення: 15.10.2021).
45. Талалай В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Інновації та науковий потенціал світу: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (17 березня 2016 р.). В., 2016. С. 18–20.
46. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <https://ukr.segodnya.ua/ukraine/pochemu-ukraina-privlekaet-inostrancev-i-kakie-perspektivy-u-mestnogo-turizma-1061426.html> (дата



звернення: 15.10.2021).

47. Туризм по-українськи: цифри та факти. URL: <http://marker-ua.info/ua/sotsialnyj-blok/1804-razvitie-turizma-v-ukraine-problemy-i-perspektivy/> (дата звернення: 15.10.2021).

48. Коваленко О. В. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kovalenko.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko.htm) (дата звернення: 15.10.2021).

49. Винно-гастрономічний туризм: об'єднання зусиль задля розвитку. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/infrastruktura-rynku/item/8284-vynno-hastronomichnyi-turyzm-obiednannia-zusyl-zadlia-rozvytku.html> (дата звернення: 15.10.2021).

50. Туристична діяльність в Україні у 2020 році: статистичний зб. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/05/zb\\_td\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/05/zb_td_2017.pdf) (дата звернення: 15.10.2021).

51. Туристи в своїй країні: що заважає активному розвитку внутрішнього туризму в Україні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/432933/turysty-v-svoyij-krayini-shho-zavazhaye-aktyvnomu-rozvytku-vnutrishnogo-turyzmu-v-ukrayini> (дата звернення: 15.10.2021).

52. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка України. 2016. № 6. С. 29–39. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk\\_2016\\_6\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_6_4) (дата звернення: 15.10.2021).

53. Стойка С. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах економічної нестабільності. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 86–90. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2015\\_21\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_21_20) (дата звернення: 15.10.2021).

54. Графська О. І., Підвальна О. Г., Боднарчук Х. П. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії Covid-19. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/306/294> (дата звернення 30.10.21).

55. Кількість внутрішніх туристів в Україні в травні-серпні 2020 року

зменшилася на 17% - «Київстар». URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/694086.html> (дата звернення 30.10.21).

56. Фролова В. Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. URL: [http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10\\_6.pdf](http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10_6.pdf) (дата звернення 30.10.21).

57. Копець Г. Р. Актуальні проблеми розвитку логістики туризму в Україні. Логістика. 2007. № 594. С. 436–441.

58. Шеленко Д. І., Смушак М. В. Стратегічне управління в системі економічних відносин. URL: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/ecupark\\_2012\\_9\\_37.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/ecupark_2012_9_37.pdf) (дата звернення 30.10.21).

59. Туристи в своїй країні: що заважає активному розвитку внутрішнього туризму в Україні. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/432933/turysty-v-svoyij-krayini-shho-zavazhaye-aktyvnomu-rozvytku-vnutrishnogo-turyzmu-v-ukrayini> (дата звернення: 15.10.2021).

60. Шелеметьєва Т. В. Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. Тиждень науки – 2019: матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., науковц., молод. учен., аспір., студ. Запоріжжя: ЗНТУ, 2019. С. 23–25.

61. Шелеметьєва Т. В. Розвиток внутрішнього туризму в Україні як об'єкта управління. Вісник економічної науки України. 2019. № 1. С. 164–168.

62. Розвиток гірськолижного курорту «Буковель» у Карпатському регіоні. URL: [http://eprints.kname.edu.ua/49497/1/ilovepdf\\_com-8-9.pdf](http://eprints.kname.edu.ua/49497/1/ilovepdf_com-8-9.pdf) (дата звернення: 15.10.2021).

63. Офіційний сайт Запорізької обласної Державної адміністрації. URL: <https://www.zoda.gov.ua/article/61/kultura-i-turizm.html> (дата звернення: 01.10.2021).

64. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр.

URL: [http://isc.biz.ua/images/HB/STZ\\_2014-2018\\_main.pdf](http://isc.biz.ua/images/HB/STZ_2014-2018_main.pdf) (дата звернення: 01.10.2021).

65. Офіційний сайт Запорізького Туристичного Інформаційного Центру URL: <https://zaporizhzhia.city> (дата звернення: 01.10.2021).

66. Статут комунального підприємства «Туристично-інформаційний центр» Запорізької міської ради: Рішення Запорізької міської ради № 50 від 28.03.2018. Запоріжжя, 2018. 13 с.

67. Запоріжжя отримало власну туристичну айдентіку. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2345726-zaporizza-otrimalo-vlasnu-turisticnu-ajdentiku.html> (дата звернення: 01.10.2021).

68. Zaporizhzhia Jazzy. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Zaporizhzhia\\_Jazzy](https://uk.wikipedia.org/wiki/Zaporizhzhia_Jazzy) (дата звернення: 01.10.2021).

69. Офіційний сайт Запорізького кінофестивалю «ZIFF» URL: <https://ziff.zp.ua/> (дата звернення: 01.10.2021).

70. Офіційний сайт кінного театру «Запорізькі козаки» URL: <https://zp-kazaki.com/> (дата звернення: 01.10.2021).

71. Офіційний сайт музичного конкурсу-фестивалю «Акорди Хортиці» URL: <http://www.chordsofkhortytsia.com/> (дата звернення: 01.10.2021).

72. Дни Гостеприимства в Запорожье 21–24 ноября. URL: <https://zaporizhzhia.city/ru/news/dni-gostinnosti-u-zaporizzi-21-24-listopada> (дата звернення: 01.10.2021).

73. Шелеметьєва Т. В. Бренд міста як важливий засіб розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 28–29 жовтня 2020 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. С. 263–264.

74. Шелеметьєва Т. В. Бренд подій як важливий чинник розвитку регіонального туризму. «Тиждень науки – 2021»: матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ., НУ «Запорізька

політехніка», 2021. С. 15–17.

75. Вовк І. В., Шелеметьєва Т. В. Урбан-туризм у контексті розвитку внутрішнього туризму. «Тиждень науки – 2021»: матеріали Щоріч. наук.-практ. конф. виклад., наук., молод. учен., аспір., студ., НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 62–64.

76. Вовк І. В., Шелеметьєва Т. В. Роль міського туризму в політиці регіонального розвитку «*Механізми управління розвитком територій*»: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 27–29 жовтня 2021 р. Житомир: 2021. С.

77. Шелеметьєва Т. В. Теоретичні та прикладні аспекти управління розвитком туризму в Україні: монографія. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2019. 356 с.

78. Лідери внутрішнього туризму: ТОП-7 туристичних напрямків України 2019. URL: <https://zruchno.travel/News/New/3714?lang=ua> (дата звернення: 01.10.2021).

## ДОДАТКИ

Додаток А  
Туристичні потоки України, осіб

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, – усього <sup>2</sup>	У тому числі		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014 <sup>1</sup>	2425089	17070	2085273	322746
2015 <sup>1</sup>	2019576	15159	1647390	357027
2016 <sup>1</sup>	2549606	35071	2060974	453561
2017 <sup>1</sup>	2806426	39605	2289854	476967
2018 <sup>1</sup>	4557447	75945	4024703	456799
2019 <sup>1</sup>	6132097	86840	5524866	520391
2020 <sup>1</sup>	2360278	11964	2125702	222612

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

<sup>2</sup> 2000–2010 рр. – за даними Міністерства інфраструктури України, з 2011 р. – за даними Держстату України.

Додаток Б  
Запоріжжя подієве



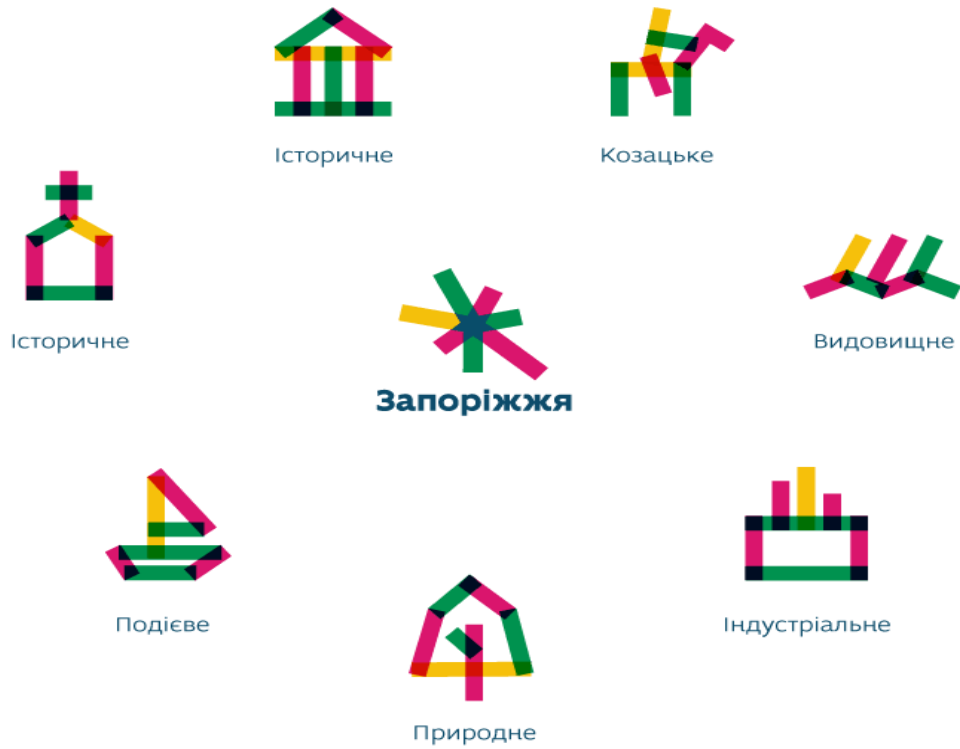
Додаток В

Туристичний інформаційний центр міста Запоріжжя





Додаток Г  
Айдентика міста Запоріжжя



Додаток Д  
«Покрова на Хортиці»



«День Міста Запоріжжя», «Покровський ярмарок»



## Додаток Е

## Фестиваль уличной еды «Пикник на радуге»





**Пикник**  
*на Радуге*

**ФЕСТИВАЛЬ  
 УЛИЧНОЙ ЕДЫ**

**24 мая**  
 с 16:00 до 22:00

**25-26 мая**  
 с 12:00 до 22:00

☎ 095 59 29 967    📱 picnicnaraduge.zp  
 ✉ Picnicnaraduge@gmail.com    📷 picnicnaraduge\_zp



## Додаток Ж

## Музичний фестиваль «Khortytsia Freedom»



## Додаток 3

## Фестиваль атмосферної музики «Zaporizhzhia Jazzy»



## Запорізький кінофестиваль «ZIFF»



Додаток И

«Кінний Театр «Запорізьки Козаки»



Додаток К  
«Холі-фест»



Конкурс-фестиваль «Акорди Хортиці»



## Додаток Л

## «Дні гостинності у Запоріжжі 2020»



## Фестиваль «Запорізька книжкова толока»





Додаток М

Виставкові зали міста Запоріжжя



## Додаток Н

**ДОВІДКА**  
**про впровадження результатів досліджень за кваліфікаційною**  
**дипломною роботою здобувача вищої освіти другого (магістерського)**  
**рівня спеціальності 242 «Туризм» Національного університету**  
**«Запорізька Політехніка»**  
**Вовк Ірини Віталіївни**

Сьогодні важливим є напрямок розвитку внутрішнього туризму в Україні, який у системі управління розвитком туризму розглядається як об'єкт: розвиток туристичних продуктів та мереж, туристична промоція області, підтримка інноваційних проєктів, культурно-мистецьких заходів, що формують імідж регіону. Тому тема дослідження дійсно є дуже актуальною.

Основні наукові результати кваліфікаційної дипломної роботи Вовк Ірини Віталіївни на тему: «Розвиток внутрішнього туризму в Україні в сучасних умовах» під керівництвом д.е.н., професора Шелеметьєвої Тетяни Вячеславівни доведено до конкретних практичних рекомендацій щодо вирішення важливого наукового завдання, яке має вагоме значення для розвитку туризму в Запорізькому регіоні.

Практичну цінність мають запропоновані пропозиції щодо створення «Каталогу подій міста Запоріжжя», які дозволять активно розвивати подієвий туризм в регіоні, сприяти формуванню туристичного бренду Запоріжжя, позиціонувати місто як туристичну дестинацію на туристичному ринку не тільки в Україні, але й у світі, залучати потенційних туристів до міста та регіону, додаткове отримання коштів до місцевого бюджету від туристичного збору; пропозиції щодо використання конкурентних переваг пріоритетних видів туризму в регіонах України для подальшого розвитку внутрішнього туризму в країні.

Зазначені наукові результати кваліфікаційної дипломної роботи Вовк Ірини Віталіївни будуть використані при реалізації «Стратегії розвитку туризму Запорізької області на 2021-2027 рр.».

Директор

Владислав МОРОКО