

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Тернопільський національний економічний університет**  
**Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин**  
**ім. Б.Д. Гаврилишина**  
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Мушинська Наталія Андріївна

**В'їзний туризм та методи його стимулювання /**  
**Inbound Tourism and Methods of its Motivation**

Спеціальність: 242 Туризм  
магістерська програма – Міжнародний туризм  
Магістерська робота

Виконала студентка групи Тзм-21  
Мушинська Н.А.

---

Науковий керівник:  
В.І.Охота

---

Магістерську роботу допущено до захисту:

" \_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2018 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Ю.П. Гуменюк

**ТЕРНОПІЛЬ – 2018**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	.....
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ.....	.....
1.1. Сутність в'їзного туризму.....	.....
1.2. Фактори впливу на розвиток в'їзного туризму.....	.....
1.3. Міжнародне та державне регулювання в'їзного туризму.....	.....
Висновки до розділу 1.....	.....
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА МЕТОДІВ ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ.....	.....
2.1. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні.....	.....
2.2. Аналіз чинників розвитку в'їзного туризму в Україні.....	.....
2.3. Оцінка методів стимулювання в'їзного туризму.....	.....
Висновки до розділу 2.....	.....
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА МЕТОДІВ ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ.....	.....
3.1. Стратегічні напрямки розвитку в'їзного туризму.....	.....
3.2. Шляхи збільшення туристичних потоків в'їзного туризму.....	.....
3.3. Рекомендації щодо покращення стимулювання в'їзного туризму в Україні.....	.....
Висновки до розділу 3.....	.....
ВИСНОВКИ.....	.....
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	.....
ДОДАТКИ.....	.....

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні є важливим та необхідним дослідити питання розвитку в'їзного туризму та методи для його стимулювання, тому що частка в'їзного туризму у світовому валовому національному продукті становить майже 10%, а також 15% світових інвестицій та 11% усіх податкових зборів. В Україні туризм формує приблизно 1% валового внутрішнього продукту, тоді коли в економічно розвинених країнах цей показник становить 6 – 8%.

В'їзний туризм тісно пов'язаний із прямими іноземними інвестиціями в економіку країни. Окрім цього завдяки в'їзному туризму та достатньому фінансуванню цієї галузі стрімко розвивається інфраструктура, наприклад, транспортна, що в майбутньому дозволить економічно зрости не лише туристичній галузі.

У наукових працях таких вчених, як Л. Дядечко, І. Білецька, М. Жукова, С. Цьохла, В. Кифяка досліджено взаємозв'язок між методичними аспектами та факторами, які впливають на стимулювання та стримання розвитку в'їзного туризму.

Питанням державного регулювання в сфері в'їзного туризму зайнялася і своїх працях Л. Дядечко, вона наводить “як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо – правовою та соціально – економічною ситуацією в країні і світі”. В той час, як М. Жукова запропонувала “весь комплекс факторів, які впливають на розвиток туризму поділити на дві групи: 1. фактори, діючі незалежно від організації туризму. 2. Фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристичними організаціями у своїй діяльності ”.

Українські вчені які досліджували стан в'їзного туризму в сучасних умовах: Бейдик О. О., Білецька І. М., Любіцева О. О., Донцова Л. В., Кифяк

В. Ф., Сокол Т. Г., Мальська М. П., Цьохла С. Ю., Худо В. В., Чорненька Н. В. та інші.

При такому формуванні туристичних потоків та їх якісного обслуговування ця сфера туристичної діяльності потребує особливої уваги науковців. Зазначається, що створення якісної туристичної інфраструктури послуг посідає перше місце серед проблем розвитку в'їзного туризму, а такі події як проведення ЄВРО – 2012 та Євробачення – 2017 стали визначними для в'їзного туризму, який набув швидших темпів розвитку.

**Мета роботи** – дослідження сучасного стану в'їзного туризму та пошук методів його стимулювання.

**Завдання роботи.** Для того, щоб реалізувати поставлену мету потрібно вирішити такі основні завдання:

- визначити теоретичні та нормативно – правові аспекти розвитку в'їзного туризму в країні;
- сформулювати основні фактори, які впливають на розвиток в'їзного туризму, а також проаналізувати основні туристичні потоки;
- визначити основні стратегічні напрямки розвитку в'їзного туризму та запропонувати рекомендації щодо стимулювання даної галузі;

**Об'єктом дослідження** виступає в'їзний туризм та методи його стимулювання.

**Предметом дослідження** є розвиток туристичної діяльності, в'їзного туризму зокрема.

**Методами дослідження** є теоретичні положення та роботи вітчизняних та світових вчених в туристичній області, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. В робочому процесі використовувалися такі методи: метод групування та статистичного аналізу – при оцінюванні та аналізі в'їзних туристичних потоків, метод порівняння та графічний метод – при аналізі кількості ліцензіатів та туристів, класифікація факторів впливу на розвиток в'їзного туризму.

**Наукова новизна** магістерської роботи полягає у:

- узагальнені теоретичні та прикладні аспекти в'їзного туризму як суспільно – географічного явища, з врахуванням сучасних наукових джерел;
- зроблено оцінювання факторів, які допомагають визначити привабливість комплексу українського в'їзного туризму для іноземних туристів на теперішній час;
- запропоновано рекомендації та шляхи вдосконалення для подальшого розвитку в'їзного туризму та в майбутньому збільшить туристичні потоки;

**Практичне застосування одержаних результатів.** Розроблені в магістерській роботі науково – методичні положення та рекомендації є підставою для роботи керівників та менеджерів туристичних, готельних та ресторанних підприємств щодо забезпечення зростання туристичних потоків в Україну.

# РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

## 1.1. Сутність в'їзного туризму

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

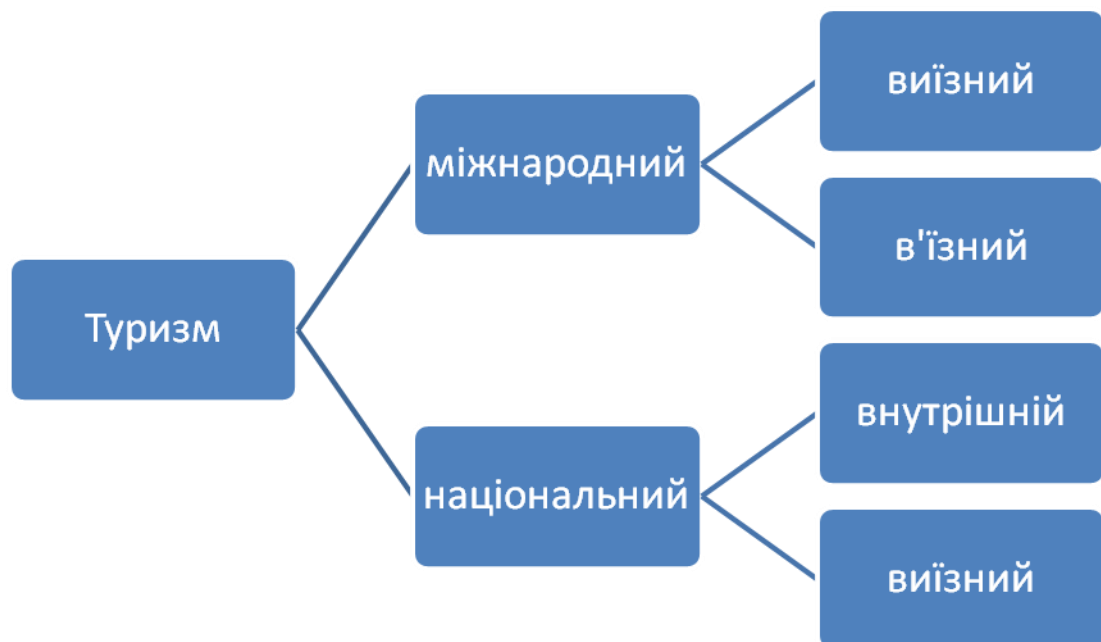
На даний момент не існує певної конкретної класифікації, це можна пояснити тим, що немає чітких форм та видів у сучасному туризмі. Туризм поділяють за різними показниками: за засобами пересування, метою, тривалістю та часом подорожі, засобами розміщення і т.д.

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

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

Поділ туризму за видами, ми хочемо показати на рис.1.1.

**Рисунок 1.1**



**Рис. 1.1. Поділ туризму за його видами**

Одним із пріоритетних видів туризму залишається в'їзний туризм, як вагомий чинник для поповнення державної казни та створення додаткових робочих місць.

Розвиток в'їзного туризму є не лише джерелом грошових надходжень в економічну систему країни, але й допомагає активізації відносин між країнами туристичного процесу. Прибутковою галузь туризму можна



вважати тоді, коли потоки в'їзного туризму втричі перевищують обсяги виїзного.

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

На сьогодні в'їзний туризм є одним із найперспективніших напрямів державної політики в туристичній галузі. У багатьох країнах світу в'їзний туризм активно працює на б'юджет та імідж держави, є однією з найважливіших категорій експорту. Україна має всі необхідні властивості для розвитку туристичної індустрії: природньо – кліматичні умови, історичні, культурні та матеріальні ресурси. Визначення терміну “в'їзний туризм” трактувалося багатьма вченими. На нашу думку, на цьому слід зупинитися детальніше та показати різні трактування в'їзного туризму на (Додаток А).

Крім того слід зазначити, що будь яке з вказаних понять “в'їзного туризму” не включає в себе одержання прибутку під час туристичної подорожі.

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

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

В'їзний міжнародний туризм – це подорожі, що здійснюються громадянами іноземних країн, пов'язані із перетином держаних кордонів з

метою некомерційної діяльності на період від 1 доби до 1 року. Позитивні та перспективні риси в'їзного туризму, ми хочемо показати на рис. 1.2.

**Рисунок 1.2**



***Рис. 1.2 Перспективні риси в'їзного туризму***

У зв'язку з цим виникає потреба в кращому та ефективнішому розвитку інкамінгу.

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

Основними характерними рисами для інкамінгу є :

- координація на іноземних споживачів, що створює низку проблем, пов'язаних із маркетинговими дослідженнями, просуванням вітчизняного туристичного продукту, його реалізацією та ціною;
- потреба у використанні послуг тільки вітчизняних постачальників, якість яких буде відповідати міжнародним стандартам, діючим на даний період ( в першу чергу це засоби з розміщення);
- своя нормативно – правова база, тобто власні ліцензії, сертифікати, порядок реєстрації, страхування тощо, особливо та яка стосується, тих видів туризму, які дійшли до нас з давніших часів, а саме лікувальний, спортивний, дитячий та юнацький, тощо;
- потреба в ратифікації великої кількості наднаціональних правових актів та міждержавних угод, з метою налагодження взаємних контактів України з іноземними країнами .

## **1.2. Фактори впливу на розвиток в'їзного туризму**

Розвиток економічної діяльності, зокрема в туристичному напрямі, активно впливає на розвиток народного господарства, що збільшує надходження до б'юджету, допомагає підвищенню зайнятості та розбудові туристичної інфраструктури, як країни в цілому, так і окремих її регіонів. Такий результат можна очікувати при розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Туристична сфера має що раз більше значення для економіки та соціальної сфери країни, що дозволяє швидко інтегруватися у світову

туристичну індустрію. Важливий напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є чинником покращення якості життя в країні, створення нових робочих місць, поповнення валютних надходжень держави та авторитет країни на міжнародній арені.

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

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

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

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

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

У сфері послуг нововведення та інновації стосуються здебільшого самих послуг ( інновації продукту), процесу виробництва ( технологічні інновації) та споживання продукту ( інноваційний менеджмент). Інновації

продукту, пов'язані з поступом технологізації суспільства та працюють в певних напрямках:

- сутність послуги змінюється внаслідок введення інноваційних технологій;
- створення послуги внаслідок використання інноваційних технологій впровадження нових технологій шляхом надання послуг;
- створення інноваційних технологій за допомогою послуг;

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

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

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

Л.П. Дядечко визначив “як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчою та соціально – економічною ситуацією в країні та світі”[20,с. 21-22].

Жукова М.О. подає “увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток в'їзного туризму, поділяють на дві групи:

- фактори, діючі незалежно від діяльності організації в'їзного туризму;
- фактори, що сприяють розвитку в'їзного туризму, активно використовувані організаціями у своїй діяльності”[21, с. 34-35].

Для планування та розвитку туристичної діяльності необхідно враховувати низку певних чинників, які класифікують за різними ознаками: за ступенем, напрямом, характером, та результатами впливу (табл. 1.2).

**Таблиця 1.2**

<b>Ознаки класифікації</b>			
<b>За ступенем впливу</b>	<b>За напрямом впливу</b>	<b>За характером впливу</b>	<b>За результатами впливу</b>
статистичні	зовнішні	екстенсивні	позитивні
динамічні	внутрішні	інтенсивні	негативні

**Табл. 1.2.Класифікація факторів впливу на розвиток в'їзного туризму[26, с.376]**

За ступенем впливу фактори є:

- статистичні ( природньо – географічні чинники, культурно – історичні чинники);
- динамічні ( соціально – економічні, демографічні, матеріально – технічні);

За напрямом впливу фактори бувають зовнішні та внутрішні.

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

До зовнішніх факторів також відноситься:

- зміна політичного та правового регулювання;
- технологічні зміни;
- розвиток транспорту та торгівлі;
- зміна умов безпеки під час подорожі;

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

До внутрішніх факторів ще належать:

- попит, пропозиція та розширення, збільшення частки індивідуального туризму;
- збільшення ролі сегментації ринку, збільшення відстані подорожі, різновиди форм проведення канікул тощо;
- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації ( тобто партнерські відносини між підприємствами туризму різних рівнів);
- підвищення ролі засобів масової інформації у просуванні, продажі та реалізації туристичного продукту;
- збільшення ролі професіоналізму в туристичній діяльності ( збільшення чисельності працівників в галузі туризму);
- роль приватного туристичного бізнесу.

Зовнішні чинники першочергово впливають, за допомогою соціальних та демографічних змін. Потрібно виділити їх основні групи ( табл 1.3.):

- економічні;
- політичні;
- соціально – демографічні;
- науково – технічні;

Таблиця 1.3

<b>Основні зовнішні фактори розвитку в'їзного туризму</b>			
<b>політичні</b>	<b>економічні</b>	<b>соціально – демографічні</b>	<b>науково - технічні</b>
політична стабільність	економічна стабільність	чисельність та вік населення	рівень наукових розробок
участь у міжнародних організаціях	фінансова ситуація	рівень складності та інтенсивності праці	сучасні технології обслуговування
стан торговельного та платіжного балансу	доходи населення	зміна персонального доходу	технологізація та комп'ютеризація туристичної діяльності
міжнародна обстановка	зовнішньо – економічна діяльність держави	гнучкий графік робочого часу	
		туристична активність	

Табл. 1.3. Зовнішні фактори розвитку в'їзного туризму[61, с.377]

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

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

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



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

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

Фактори, які мають вплив на розвиток туристичної індустрії, мають позитивний та стримуючий вплив.

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

Стримуючі фактори негативно впливають на розвиток туризму. До них належать: криза, мілітаризація економіки, заборгованість, політична нестабільність, збільшення цін на продукти споживання, безробіття, страйки, банкруцтво тур фірм, невиконання туристичними фірмами своїх обов'язків тощо.

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

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

При розробці та реалізації продуктивної державної політики розвитку в'їзного та внутрішнього туризму необхідно врахувати низку факторів:

правове середовище, природні умови, історична та культурна спадщина, соціальні та економічні фактори: розвиток транспортної, готельної, ресторанної та розважальної сфери, умови життя населення, режим відпусток, ставлення до іноземних туристів, комунікабельність, розвиток інформаційних технологій, сталість валютних, фінансових та зовнішньо – економічних відносин, що показано на табл. 1.4.

**Таблиця 1.4**

Суспільно – географічні фактори розвитку в'їзного туризму

демографічні	соціальні	економічні	міжнародні	культурні	Науково-технічні
<p>Зростання народонаселення;</p> <p>Тенденція до більш пізніх шлюбів;</p> <p>Спільність мов;</p> <p>Збільшення кількості самотніх дорослих ;</p> <p>Збільшення кількості працюючих жінок</p>	<p>Зростання добробуту населення;</p> <p>Скорочення тривалості робочого тижня;</p> <p>Урбанізація;</p> <p>Поліпшення умов оплати</p>	<p>Зміна структури споживання в бік туристичних послуг ;</p> <p>Зростання економічного рівня розвитку країн;</p> <p>Розвиток транспортних</p>	<p>Активізація міждержавних зв'язків;</p> <p>Розширення міжнародної торгівлі;</p> <p>Внутрішньополітична стабільність країни;</p> <p>Толерантні відносини між державами;</p> <p>Міжнародні угоди щодо співробітництва;</p> <p>Зовнішньополітична стабільність країни;</p>	<p>Зростання інтересу до культури інших країн;</p> <p>Підвищення культури населення;</p> <p>Розширення міждержавних культурних зв'язків</p>	<p>Розвиток інформаційних технологій;</p> <p>Впровадження новітніх технічних засобів;</p> <p>Розв</p>

	праці;  Тенде нція до збіль шенн я пенсі йного віку;  Збіль шенн я трива лості оплач увано ї відпу стки;	зв'язкі в;  Розвит ок націон альна і міжнар одних комуні кацій;		та спорти вного руху;  Активіз ація фестив альної та виставк ової діяльно сті;	иток мате ріал ьно – техн ічне бази та ком унік ацій ;  Роз шир ення наук ово – техн ічно го спів робі тни цтва ;
--	---	---	--	---	--

**Табл. 1.4. Суспільно – географічні фактори розвитку в'їзного туризму[58]**

Фактором сприятливого впливу на розвиток в'їзного туризму є сприятливі природні умови, особливо у Карпатському регіоні, а також багата історико – культурна спадщина, яка сконцентрована у кожному регіоні України. Для того, щоб розвивався будь – який вид туризму не лишу в'їзний, необхідне відповідне правове підґрунтя, котре буде відповідати умовам сучасного суспільства та господарській діяльності суб'єктів підприємництва. Тобто потрібна якісна нормативно – правова база для розвитку соціальних та економічних аспектів сфери туризму.

Оскільки в'їзний туризм тісно пов'язаний із міжнародною діяльністю особливе значення має політичний стан в країні, який проявляє себе в стабільності та відкритості політики, стимулюванні національних та іноземних інвестицій у розвиток в'їзного туризму, полегшенні та спрощенні податкового, митного та візового режимів.

Всі ці фактори розвитку в'їзного туризму пов'язані між собою, приділимо увагу факторам соціально – економічного характеру, покажемо це на табл. 1.5.

**Таблиця 1.5**



Табл. 1.5. Фактори розвитку в'їзного туризму[32]

Окрім поданих нами вище вказаних факторів, які впливають на розвиток в'їзного туризму є ще індивідуально – психологічні фактори, що мають не менш важливий вплив на розвиток в'їзного туризму. А от що саме належить до цих факторів ми покажемо на табл. 1.6.

**Таблиця 1.6**

Індивідуально – психологічні фактори розвитку в'їзного туризму			
Ресурсно рекреаційна привабливість	Соціальна доступність регіону	Інформаційна доступність регіону	Безпека регіону
Природньо – географічні умови та ресурси	Вартість, швидкість, безпека, комфортність транспорту	Туристичний маркетинг державного і приватного рівня	Безпека рекреації та туризму
Культурно – історичні об'єкти	Цінова різноманітність інфраструктури	Партнерські зв'язки державного і приватного рівня	Комфортність перебування на території країни без супровідних
Туристичні бренди, об'єкти ЮНЕСКО, позитивний імідж країни	Спрощений візовий режим	Історичні та родинні зв'язки з країною походження туристів	Рівень внутрішньо – політичної стабільності країни
Культурно – розважальні заходи	Можливість бронювання готелів, транспорту, квитків на заходи online	Доступність, об'єктивність та якість інформації про регіон	Лояльність населення і влади до приїжджих
Рівень розвитку туристичної інфраструктури	Курс обміну валют	Активна туристична політика, розвиток реклами	Рівень медичного та страхового обслуговування
Міжнародні стандарти обслуговування	Спрощений митний контроль	Спільність мови країни – постачальника та країни реципієнта	Екологічний стан регіону
Наявність центрів ділового, культурно - р-звального,	Спрощений прикордонний контроль		

спортивно – оздоровчого, культурно – лікувального та ін.. видів туризму			
---	--	--	--

**Табл 1.6. Індивідуально – психологічні фактори розвитку в'їзного туризму**

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

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

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

Забезпечення розвитку туристичної галузі та в'їзного туризму зокрема, певною мірою має базуватися на оновленні та модернізації інфраструктури туристичної та курортно – оздоровчої сфери. Тому необхідно ввести практики прямого фінансування туристичної інфраструктури регіонів з державного та місцевого б'юджетів, зокрема це облаштування маршрутів, місць для відпочинку в лісовій та гірській місцевості, пляжів, оглядових

майданчиків, центрів туристичної інформації, рекламних стендів на окремих ділянках дороги.

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

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

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

Необхідно зазначити, що створення вільних економічних зон допомагає розвитку великого бізнесу, в той час як Україні потрібен розвиток малого бізнесу, тому що в країні сконцентрована частина малих підприємств. Це можна констатувати тим, що потреби туристів під час подорожі є дуже диференційованими, а для створення домашньої атмосфери гостинності часто потрібна увага та чітке керівництво господарів закладів розміщення та харчування, які можуть надати тільки невеликі підприємства.



Всі вказані фактори взаємопов'язані між собою і повинні враховуватися при плануванні та розвитку в'їзного туризму.

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

### **1.3. Міжнародне та державне регулювання в'їзного туризму**

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

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

Вивчаючи наявність рекреаційно – туристичного потенціалу та наявність усіх складових самостійної галузі національної економіки, необхідним є розгляд питання про створення чіткої державної політики у сфері туризму та впровадження злагоджених механізмів її реалізації. Іноземний досвід свідчить про велику вигоду від в'їзного туризму, тому кожна держава вдається до багатьох заходів та розробляє туристичну

політику, що є однією із видів соціально – економічного комплексу (Додаток В).

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

До основних напрямів туристичної політики України належать:

- захист прав подорожуючих;
- захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту;
- всебічна підтримка внутрішнього та в'їзного туризму, що може проявлятися у формі:
  - а) прямих інвестицій у формування туристичної індустрії;
  - б) наукового та рекламно – інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку;
  - в) податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій [22].

Державна політика в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення та реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування державних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму;
- організації та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- участь в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму [40].

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

Державне регулювання туристичної галузі необхідне метою:

- захисту споживача туристичних послуг;
- збільшення доходу від рекреаційно – туристичної діяльності;
- організації рекреаційно – туристичної діяльності;
- збереження і охорони рекреаційно – туристичних ресурсів [3].

Цілі державного регулювання в'їзного туризму:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне життя та здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності;

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

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

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

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

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

У результаті певних змін у структурі державної влади в Україні з 2011 р. основним профільним органом, що регулює галузь туризму в Україні, є Міністерство інфраструктури України. Відповідно, центральним органом виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики у галузі туризму та курортів, є Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмукурорт України). Пріоритетними напрямками його діяльності є[43]:

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

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

До норм загального законодавства, яке регулює туристичну діяльність в країні, належать:

- Конституція України, де містяться права та свободи людини;
- Закон України “Про захист прав споживачів”, “ Про порядок виїзду із України та в’їзду в Україну громадян України”; “ Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті”; “ Про страхування”; “ Про рекламу”; “ Про державний кордон України”; “ Про охорону навколишнього природного середовища”; “ Про правовий статус іноземців”; “ Про охорону культурної спадщини ” тощо.

Постанови Кабінету Міністрів України:

- "Про Правила в’їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію";
- "Про затвердження Правил оформлення іноземцям віз для в’їзду в Україну, виїзду з України та транзитного проїзду через її територію" та інші.

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

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

Організацію, пріоритетність та функціонування туристичної галузі в Україні вивчає Міжнародна консалтингова організація (Norwarh Consalting Ukraine), яка є мережею консалтингових компаній та лідером туристичного консалтингу.

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

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

- Загальна декларація прав людини – прийнята Генеральною асамблеєю ООН у 1948р. Цей документ – це “ ... завдання, до виконання якого повинні прагнути всі народи, і всі держави з тим, щоб кожна людина і кожний орган суспільства завжди, маючи на увазі цю Декларацію, прагнули шляхом освіти сприяти поважанню цих прав і свобод і забезпеченню, шляхом національних і міжнародних прогресивних заходів, загального і ефективного визнання і здійснення їх як серед народів територій, що перебувають під їх юрисдикцією”.
- Статут Всесвітньої туристичної організації ( з 2003р ЮНВТО – міжнародна та міжурядова організація туризму) – він прийнятий в Мехіко 1970р.,зі створенням даної організації. Основною метою ЮНВТО є сприяння розвитку туризму для внеску в економіку, міжнародний взаємозв'язок, процвітання та мир, повагу та дотримання прав людини та свобод для усіх людей, незважаючи на їх расу, стать, мову та релігію.

- Манільська декларація по світовому туризму – прийнята Всесвітньою конференцією з туризму, яка відбулася в Філіпінах (Манілі) у 1980р. Цей документ визначає туризм, як діяльність, що відіграє важливу роль в житті будь якого народу, одну з основних ланок економічної діяльності, позитивний фактор, що допомагає взаєморозумінню та пізнанню, одну з основ для досягнення високого рівня поваги та довіри між усіма народами світу. У Декларації сказано, що обов'язком суспільства є надання своїм громадянам реальних, ефективних та недискримінаційних можливостей доступу до туризму, а міжнародна співпраця в галузі туризму повинне бути таким, щоб поважати індивідуальні особливості народів та основні інтереси держав. Ці принципи закладають тези розвитку в'їзного туризму.
- Гаазька декларація по туризму – створена на міжпарламентській конференції в Гаазі у квітні 1989 р. В ній йдеться, про основні принципи, на котрих повинен мати основу розвиток туризму, до цього були спрямовані та закликані парламенти, уряди, організації, асоціації, установи, що мають відношення до туристичної діяльності, працівники в галузі туризму, а також туристи.
- Балійська декларація по туризму – створена та прийнята на Другому міжнародному форумі “Парламенти та місцеві органи влади – відповідальні за розробку туристичної політики” , що відбувся в Індонезії на острові Балі у вересні 1996р. В декларації приділяється увага основним принципам розробки туристичної політики, а саме: націлення на підтримку добробуту населення та охорону навколишнього середовища; збалансування інтересів туристів та місцевих громад; планування; збільшення прибутків та покращення якості життя населення; участь у розвитку туризму центральної та регіональної влади, приватного сектору, місцевого населення,

підтримка ініціатив; поєднання основ централізації і децентралізації; сприяння створенню економічних зв'язків між країнами; взаємозв'язок між приватними органи та державним сектором.

- Суельська декларація “ Мир і туризм” - створена на чотирнадцятій Генеральній асамблеї ЮНВТО в місті Сеул 27 вересня 2001 року. В її основі практичні принципи, що сприяють встановленню миру у всьому світі на основі розвитку міжнародного туризму.
- Міжнародна готельна конвенція – укладення контрактів між власниками готелів та туристичними агентами від 15 вересня 1979 року – корегує порядок перебігу даних процесів на міжнародному рівні встановлюючи для міжнародних та національних асоціацій ту статичних агентств загальні правила.
- Директива ЄЕС від 13 травня 1995 року щодо підписання клієнтом та агентом типового контракту.
- “Розвиток туризму” - резолюція конференції ООН по міжнародному туризмі та подорожах, що пропонує заходи щодо вдосконалення туризму урядам різних країн.
- Відкриття руху на регулярних міжнародних маршрутах регламентується двосторонніми урядовими угодами, транзит через треті країни вимагає дозволу Комітету з транспорту при Європейській економічній комісії ООН. Для спрощення договорів на міжнародні перевезення в рамках Женевської конвенції від 1 березня 1973 року. У конвенції йдеться про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу. Спрощення також зафіксовані в Гаазькій декларації по туризму і Шенгенській угоді для членів Європейського союзу.
- Міжнародна асамблея держав – учасниць СНД - організація перевезень туристів у рамках країн СНД, постанова “Про основні



принципи співробітництва держав – учасниць СНД в області туризму” від 29.10.1994р.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

У структурі ДУСТ КНР працює сім департаментів:

- Департамент загального управління;

- Департамент всебічної координації;
- Департамент політики та права;
- Департамент маркетингу та комунікації;
- Департамент управління промисловості;
- Департамент планування та фінансів;
- Департамент кадрів;

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

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

- « China International Travel Service» - агентство для обслуговування іноземних туристів, зі штаб квартирою в Пекіні.
- « China Travel Service » і « Overseas Chinese Travel Service of China» - приймають китайських емігрантів, а також китайців з іноземним громадянством. Штаб квартира обох агентств знаходиться в Пекіні.
- « China Youth Travel Service» - китайське бюро молодіжного туризму, яке приймає молодих іноземних туристів, молодих китайських емігрантів та китайців, які прийняли іноземне громадянство.

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

Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту очолює сферу туризму у Великій Британії, йому підпорядковується орган, що координує діяльність в галузі туризму - «Visit Britain» - складається з голови та 5 членів, а також голів « Wales Tourist Board », « Visit Scotland » та «

England Marketing Advisory Board », регіональних структур, схожих за своїми функціями з « Visit Britain».

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

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

## **Висновки до розділу 1**

Досліджено, що в'їзний туризм є продуктом, який має великий та вагомий вплив на економіку та фінансовий стан держави. В'їзний туризм поняття багатогранне, немає чіткого визначення терміну “в'їзний туризм”. Але ми зрозуміли, що в'їзний туризм – це подорож із постійного місця проживання в іншу країну з різноманітними цілями, окрім заняття оплачуваною діяльністю на території перебування.

На розвиток в'їзного туризму впливає безліч позитивних та негативних факторів, які тісно пов'язані та взаємодіють між собою. Одними з найголовніших факторів, на нашу думку, які впливають на розвиток в'їзного туризму є політичний стан в державі, тобто коли в країні відбувається війна чи теракти та є загроза життю туристів, це значним чином впливає на

відвідуваність цієї країни іноземними туристами. Хоча і інші фактори мають не менш важливий вплив на розвиток в'їзного туризму.

Було з'ясовано, що в'їзний туризм є однією з найперспективніших галузей економіки та господарства. Він створює необхідні умови для налагодження міжнародних зв'язків, допомагає зберегти культурно – історичне та природне надбання держави, підвищує духовний та культурний рівень населення країни. Але його діяльність та розвиток будуть неможливі, безперспективні та не прибуткові без допомоги та підтримки державних органів влади, які повинні чітко регулювати, сприяти та допомагати, щоб туристична галузь, та в'їзний туризм приносили великі внески в державну казну. Для цього державні туристичні органи влади повинні приймати нові, оновлювати старі закони, спрощувати митні та візові контролю, щоб туристам було просто, швидко, доступно та безпечно відвідувати нашу країну, а також іноземним туристам відвідувати Україну.

Ми дослідили міжнародне державне регулювання в інших країнах світу, зокрема Китаї, Франції і Великій Британії та хочемо зазначити, що в цих країнах приділяється більша увага органами влади розвиткові в'їзного туризму та туристичній галузі в цілому, також відбувається більший фінансовий вклад цих країн в розвиток туризму.

## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА МЕТОДІВ ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

### 2.1. Стан та динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні

В розвитку національної економіки будь - якої країни на сьогодні важливу роль відіграє туризм, він активно сприяє її інтеграції в світовий ринок. Це дало поштовх до визнання туризму в Україні одним з пріоритетних та перспективних напрямів соціально – економічного розвитку. В цих умовах формування туристичних потоків та забезпечення їх якісного обслуговування вимагає уваги науковців і практиків сфери туристичної діяльності. Створення якісної інфраструктури туристичних послуг займає перше місце серед проблем розвитку туризму.

Туристичний потенціал України на сьогодні розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5 – 2,5% - ва частка туристичної галузі у структурі ВВП. Наша держава використовує лише одну третину туристичного потенціалу. Дані Світового економічного форуму у сфері подорожей і туризму свідчать, що Україна серед 124 країн світу посідає лише 78 – е місце. Тому ця сфера потребує активних пошуків та діяльності [35].

В рейтингу економічного розвитку туристичної сфери від світової ради подорожей та туризму Україна у 2015 році перебуває нижче за середні світові показники та згідно з прогнозами ради в довготерміновій перспективі до 2022 року втрачатиме свої позиції на світовому туристичному ринку [51 с. 10], що підтверджується низьким рівнем конкурентоспроможності України в рейтингу Світового економічного форуму [52 с.136].

Дані Світової туристичної організації ЮНВТО свідчать, що частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4 та близько 0,9 % у загальноєвропейських надходженнях від туристичної галузі [59 с.7]. Така суттєва розбіжність може говорити про низьку ефективність української

туристичної сфери та рівня використання туристичних ресурсів. У 2011 році LonelyPlanet врахував Україну до десятки країн, які можна відвідати з найменшими витратами.

Незважаючи на низку негативних показників, туристична галузь в Україні до 2012 року розвивалась стрімко та динамічно. Проте через низку чинників у 2012 році скоротився потік внутрішніх туристів, а через два роки, тобто 2014 року - потоки іноземних та виїзних туристів.

Основною одиницею, яка вимірює туристичну діяльність є чисельність туристів, а термін “турист” визначається Законом України “ Про туризм ”, як особа , що подорожує з різною метою строком від 24 годин до одного року без здійснення будь – якої оплачуваної діяльності і з зобов’язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін, то обсяги туристських потоків за різними формами і видами туризму характеризують рівень розвитку туризму в країні, регіоні або локальній дестинації. Немає чіткого законодавчого визначення поняття “ туристичний потік”, а в навчальних посібниках він констатується, як постійне прибуття туристів до країни чи регіону або виїзд туристів за її межі на певний період часу. Облік туристичних потоків ведеться Адміністрацією Держприкордонслужби України та Державною службою туризму і курортів, виділяють потоки в’їзних, виїзних та внутрішніх туристів.

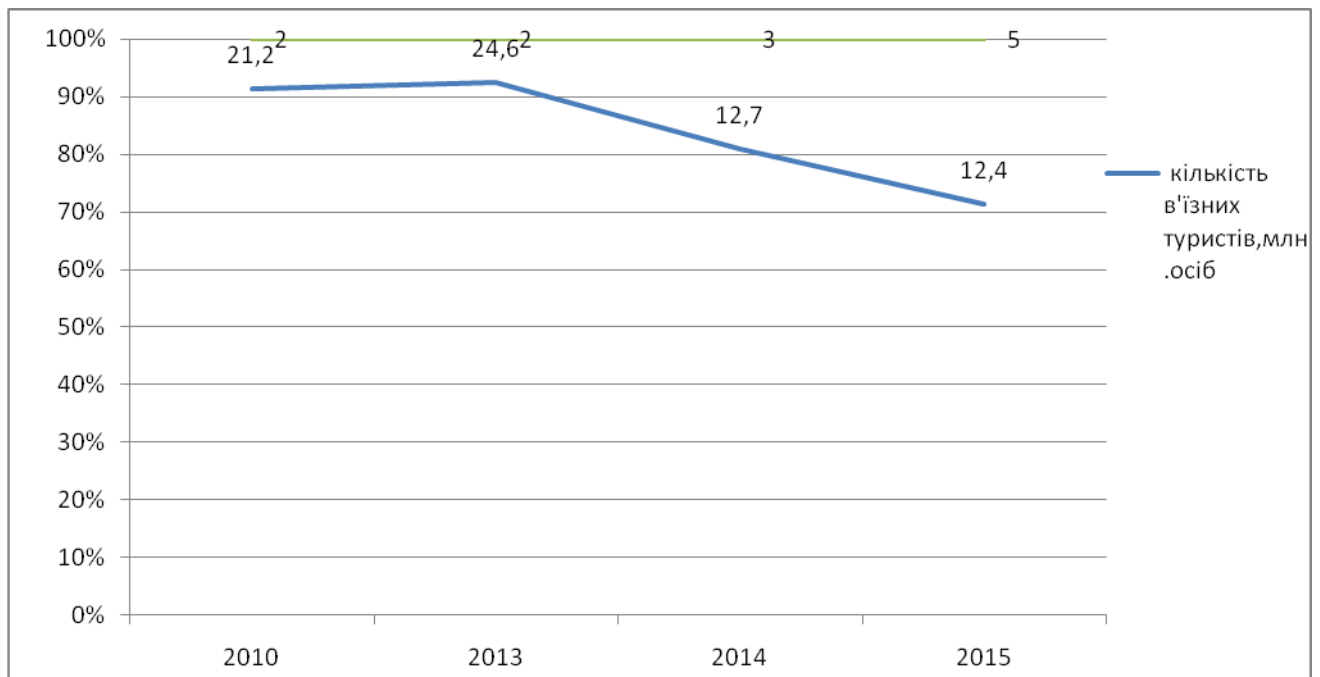
В’їзний туризм – подорожі в межах України тих осіб, які постійно не проживають на її території. Виїзний туризм – здійснення подорожей громадянами України та особам, які постійно проживають на території України, до інших країн.

За даними ЮНВТО протягом 2015 року Україну відвідали 12,4 млн в’їзних іноземних туристів, що на 2,2% менше порівняно з 2014 роком.

На рисунку 2.3. відображено кількість в’їзних туристів, які відвідали Україну протягом 2010 – 2015 рр [24].

Зменшення обсягів потоків в'їзного туризму в Україні протягом 2015 року відбулося за рахунок кризового політично – економічного стану країни.

**Рисунок 2.1**



**Рис. 2.1** *Зміна обсягів потоків в'їзного туризму України протягом 2010 – 2015рр*

На рисунку 2.3, ми можемо побачити найвищі показники потоків в'їзного туризму протягом 2012 – 2013 рр., оскільки в цей період проводилося ЄВРО – 2012, що стало поштовхом для відвідування України іноземними туристами. В наступні роки, а саме 2014 – 2015 , прослідковується різкий спад кількості в'їздів туристичних потоків в Україну, тому що саме в цей період розпочалася складна політична ситуація в країні, воєнні дії, криза, що значною мірою негативно вплинуло як на туризм України в цілому, так і на в'їзний туризм зокрема.



Туроператор AvesTravel, який займається туристичною діяльністю в місті Києві, в інтернет - статті від 27 лютого 2017 року зазначив, що протягом 2016 року Україну відвідало 13 млн. в'їзних іноземних туристів [65].

Туристичні потоки в'їзного туризму України класифікують за цілями, з якими туристи відвідують країну, і також за географічною структурою. Тут важливо зазначити, що структура в'їзного туризму в Україну недостатньо ефективна. Найбільш вагомий внесок в структурі в'їзного туристичного потоку за 2015 рік займають візити з приватною ціллю, які не забезпечують достатніх валютних надходжень в країну. Це перш за все поїздки, пов'язані з відвідуванням родичів та знайомих. На другому місці поїздки культурного та спортивного обміну та з релігійними цілями, тобто це поїздки організовані самостійно без участі суб'єктів туристичного ринку.

Тільки незначна частина іноземних туристичних потоків припадає на поїздки організованого туризму, які втілюються за допомогою суб'єктів туристичного ринку, при яких турист та туристична фірма пов'язані один з одним взаємними потребами та обов'язками. І ця частина катастрофічно скоротилася. Якщо в кризові 2008 – 2009 рр їх частка складала 12,3 %, то в кризові – 2014 – 1015рр - відповідно 0,7 і 0,8 % ( табл.. 2.7).

**Таблиця 2.1**

Роки	Чисел. туристів обслуговуваних суб'єктами тур. діял.	В тому числі іноземних туристів, тис. чол..	Чисельність у %	Чисел. обслуговуваних екскурсантів, тис. чол..	Чисельність у %
2008	3042	372,8	12,3	2405,8	79,

					1
20 09	2290	282,3	12,3		8 3, 4
20 10	2281	335,8	14,7	1909,4	8 5, 6
20 11	2200	234,3	10,7	1953,5	3 7, 4
20 12	3000	270,1	9,0	823,0	2 1, 9
20 13	3454	232,3	6,7	657,9	1 9, 6
20 14	2425	17,1	0,7	1174,7	4 8, 4
20 15	2020	15,2	0,8	125,5	6, 2

***Табл. 2.1. Структура туристичних потоків, обслуговуваними суб'єктами туристичної діяльності [41].***

Після успішного проведення чемпіонату Європи з футболу в 2012 році Україні вдалося сформувати позитивний імідж привабливого туристичного напрямку. За підсумками 2012 – 2013 рр Україна вперше потрапила в міжнародні туристичні рейтинги – GlobeSpots, TripAdvisor,

TheNationaleGeographicTraveler, TheLonelyPlanet та інші. Тому для подальшого розвитку туризму в країні повинна спостерігатися позитивна динаміка росту, підвищення рівня життя населення, ріст доходів, проведення реальних реформ, зменшення безробіття, припинення воєнних дій, забезпечення безпеки.

Велика кількість регіонів України з низьким рівнем розвитку інфраструктури, мають потенціал для розвитку туризму, мають слабку інфраструктуру транспортного забезпечення, торгівлі, ресторанного та готельного господарства. Це в основному регіони західної та південної частини України. До них належать Закарпатська область, де збережені пам'ятки дерев'яного зодчества, 13 старовинних замків, самобутня культура гуцулів, венгрів, словаків, та їх унікальні звичаї і традиції; Херсонська, де знаходяться єдині в світі унікальні крейдові гори і єдиний в Україні музей води; Полтавська, Чернігівська та інші, з недостатнім рівнем розвитку транспортної системи, роздрібною торгівлю, готельного господарства стримують розвиток туризму в них.

Кожну з областей України відвідує різна кількість в'їзних іноземних туристів. Все залежить від кількості наявних туристичних об'єктів, цілі приїзду туристів, географічних особливостей області і т.д.. Будь – яка країна, регіон, місто намагаються пропагувати та популяризувати власну туристичну привабливість. Цікавою та привабливою для іноземних туристів в Україні є Львівська область.

Вона розташована на Заході України. Адміністративним центром Львівської області є всім відоме старовинне місто Львів. Область налічує 20 районів, 1928 населених пунктів, в тому числа – 44 міста, 34 селища міського типу, 1849 сіл та 1 селище.

Львівська область з її унікальністю, а саме, історико – культурна спадщина, мистецтвом, лікувально – оздоровчими, водними і ландшафтними ресурсами, самобутніми традиціями та звичаями, які поєднуються з вигідним

географічним положенням є чудовим підґрунтям для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку. Оцінюючи туристично – рекреаційних потенціал області, стає очевидним те, що регіон має передумови для перспективного розвитку культурно – пізнавального, лікувально – оздоровчого, гірськолижного, природничо – пізнавального, науково – освітнього, релігійного, мисливського, сільського екологічного, водного, етнічного, спортивно – оздоровчого, ділового, відпочинково – розважального, активного, екскурсійного туризму, що відіграє головну роль в динаміці в’їзних туристичних потоків.

Область налічує понад 4 тис. пам’яток історії та культури, велика частина яких, а це понад 2 тис. сконцентрована у місті Львові – місті світової культурної спадщини ЮНЕСКО, а також у місті Жовква, Бевз, Бібрка, Золочів, Жидачів, Дрогобич [45].

За даними сайту Головного управління статистики Львівської області прослідковується, що протягом 2011 – 2016 рр кількість іноземних туристів значно зменшилася, покажемо це на табл..2.8

**Таблиця 2.2**

К – сть туристів, обслужених суб’єктами тур.діял., всього	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	128709	124013	188530	92128	112472	181827
Іноземні туристи	12955	19033	16162	2015	3057	8370

**Табл. 2.2. Туристичні потоки іноземних туристів Львівської області за 2011 – 2016 рр [11]**

За даними таблиці 2.8 видно, що найбільша кількість іноземних туристів відвідала Львівську область протягом 2012(19033) – 2013( 16162) рр. , що на нашу думку пов’язано з проведення футбольного чемпіонату Євро – 2012, найменша кількість іноземних туристів прибула в 2014(2015) – 2015(3057) рр., такий різкий спад відвідування Львівської області іноземними туристами спричинений воєнними діями в країні. Але з таблиці видно, що вже у 2016 р порівняно з 2015 р спостерігається значне збільшення кількості приїжджих. По таблиці також слід зазначити, що кількість туристів, які обслуговувалися суб’єктами туристичної діяльності у 2013 році становлять найвищі показники 188530, найвищі – 2014р – 92128.

У 2014 році туристичними підприємствами Львівщини надано послуги іноземним туристам із 29 країн світу [17], серед них туристи з Польщі, Російської Федерації, Німеччини, Білорусі, Азейбарджану, Молдови (табл. 2.9).

**Таблиця 2.3**

№ п. п	Назва країни	2012	2013	2014	Зміна показника (%)у співвідношенні 2014 р. до 2012 р.
1	Росія	4148	3826	3157	- 76,1
2	Білорусія	2696	937	827	- 30,7
3	Польща	2293	2938	3502	- 152,5
4	Німеччина	2584	702	1203	- 46,5

5	Латвія	882	618	527	- 59,7
6	США	482	280	348	- 72,2
7	Данія	481	338	679	- 141,2
8	Азейбарджа н	479	774	642	- 134,0
9	Литва	452	338	597	- 130,3
10	Канада	292	420	976	334,2

**Табл. 2.3. Іноземні туристи обслужені туристичними підприємствами  
Львівщини**

Як бачимо, показники табл.. 2.9. свідчать про змінні показники по країнах і по роках. Якщо у 2011 р найбільше туристів, які обслуговувалися туристичними підприємствами Львівщини було із Росії, то у 2014 р з Польщі.

В'їзні туристи обслуговувалися в різних типах закладів розміщення Львівської області ( табл.. 2.10) [16 с.20].

**Таблиця 2.4**

	2013	2014	2015
Готелі та аналогічні засоби розміщення	82,9	47,0	63,7
Спеціалізовані заклади розміщення	34,7	9,0	11,8
К – сть туристів обслужених тур. організаціями	9,9	2,0	3,1

***Табл.2.4. Динаміка кількості іноземних туристів Львівської області проживаючих у колективних засобах розміщення***

Ми бачимо на табл. 2.10., що найбільше іноземних туристів проживало в готелях та аналогічних засобах розміщення, найбільші показники у 2013 році – 82,9 тис. осіб, у 2014 році – 47,0. До спеціалізованих закладів розміщення зверталися в’їзні туристи за показниками 2013 р найбільше – 34,7, 2014 р – показники значно зменшилися – 9,0. Також видно, що зовсім мала частка туристів звертається за допомогою до туристичних організацій у 2013р – 9,9, а вже у 2014р – 2,0.

Найбільша кількість іноземних туристів спостерігається у таких районах Львівщини як, Пустомитівський, Мостиський, Золочівський та Жовківський, що є відомими не лише на території України, а й за її межами, пам’ятками історії, архітектури та культури. Це райони, де активно розвиваються цільові туристичні поїздки на міжнародні етнофестивалі, такі як “Підкамінь”, “Звенигород”, “Замкові брами”. Найменш привабливими для іноземців є такі райони: Дрогобицький Жидачівський, Перемишлянський, Самбірський, Сокальський, Старосамбірський, Стрийський та Турківський, оскільки ці райони за кількістю архітектурних та культурних пам’яток вважаються малоатрактивними.

Не менш привабливою областю для іноземних в’їзних туристів є Івано – Франківська область. Вона розташована в географічному центрі Європи, на південному заході України. Область включає в себе 14 районів, 15 міст ( 6 обласного значення), 24 селища, 765 сільських населених пунктів. Міське населення становить 43,4% від усієї чисельності. 238 населеним пунктам області надано статус гірських, в них проживає майже третина населення області.

Івано – Франківська область - це унікальний регіон з збереженою автентикою, визнаними майстрами професійної та аматорської сцени, видатними пам'ятками культурної спадщини, що є важливою складовою для заохочення до відвідин області іноземними в'їзними туристами.

Івано – Франківщина входить в перелік найбільш привабливих та популярних туристичних регіонів України. Існуюча база рекреаційних закладів різних форм власності, дає можливість збільшувати лікувально – оздоровчі, туристичні, спортивні послуги в тому числі і для іноземних туристів. На сьогодні майже 800 сільських господарів приймають в'їзних туристів у своїх садибах. Туристичні послуги надають понад 100 туроператорів та турагентів; діє мережа з 14 туристично – інформаційних центрів.

В Івано – Франківській області є 10 курортних місцевостей. Для курортної терапії використовують кліматичне лікування, мінеральні ванни, і т. д. Основні курортні місцевості - Татарів, Яремче, Микуличин, Мислівка і Новий Мізунь, Яблуниця та багато інших, що також робить значний внесок у залучення все більшої кількості іноземних туристів. Необхідно згадати, що в області працює гірськолижний комплекс “Буковель”, який щорічної приймає велику кількість як національних так іноземних туристів. Туристи також можуть покататися на лижах і у Поляниці, Яблуниці, Ворохті, Косові, Вишкові, Верховині.

Карпати – один з головних регіонів, який практично круглорічно приймає надзвичайну велику кількість іноземних в'їзних туристів.

Місто Івано – Франківськ в структурі туризму області має вагоме значення. Місто налічує багато туристичних об'єктів, тим самим робить внесок у розвиток в'їзного туризму.

Як ми вже зазначили, щорічно Івано – Франківську область відвідує значна кількість іноземних в'їзних туристів, детальніше розглянемо це на табл.. 2.5.



**Таблиця 2.5**

Роки	Кількість іноземних туристів
2011	3256
2012	3171
2013	5750
2014	567
2015	1324

***Табл. 2.5. Динаміка туристичних потоків Івано - Франківської області протягом 2011 – 2015 рр [12]***

Отже з поданої таблиці можна сказати, що найбільше кількість іноземних туристів, які відвідали Івано – Франківську область простежується у 2013 році, з наступними роками динаміка туристичних потоків йде на спад, і вже у 2014 році область відвідало лише 567 в'їзних туристів.

В Івано – Франківській області зарубіжним туризмом займається 21 ліцензоване підприємство. Чисельність іноземних громадян, яким були надані послуги в Івано – Франківській області 5750 осіб, це лише 7,4% від загальної кількості обслугованих туристів.

Такий стереотип буде спостерігатися і надалі, якщо не будуть вирішені проблеми, пов'язані з порядком в'їзду іноземних громадян, ускладненим візовим режимом.

За даними обласного управління статистики, туристична галузь Івано – Франківської області відзначається стабільно високим обсягом туристичного руху [48], зокрема внутрішнього та іноземного, а отже, динамічно розвивається [50], що свідчить про можливість формування Івано – Франківщини, як одного із провідних європейських туристичних центрів [50].

Не менш чисельною за показниками в'їзного туризму є Одеська область. Показники в'їзного туризму в Одеській області у 2014 році займали друге місце, поступаючись лише Києву. Причиною таких змін стало вибуття з рейтингу Автономної Республіки Крим, міста Севастополь та значний спад в'їзного організованого туризму у Львівській області. Отже, протягом 2012 – 2014 рр. Одеську область відвідало безліч туристів, розглянемо це на таблиці 2.6.

**Таблиця 2.6**

Роки	Загальна кількість туристів	Кількість в'їзних туристів
2012	51808	9509
2013	46845	6959
2014	32475	2954

***Табл.2.6. Динаміка туристичних потоків та в'їзних туристичних потоків 2012 – 2014рр***

З таблиці 2.12 можемо сказати, що у 2012 році Одеську область відвідало 9509, у 2013 -6959, у 2014 – 2954, тобто спостерігається різкий спад кількості в'їзних туристичних потоків, так само і з загальною кількістю туристичних потоків, які з кожним роком зменшуються.

Одеську область відвідували в'їзні туристичні потоки з різних країн, які саме країни розглянемо на табл.. 2.7.

Таблиця 2.7

Місце у рейтингу	2012		2013		2014	
	Країни	Кількість туристів	Країни	Кількість туристів	Країни	Кількість туристів
1	РФ	5435	РФ	5322	Білорусь	1535
2	Німеччина	1164	США	190	Польща	445
3	США	448	Велика Британія	185	Грузія	336
4	Австрія	252	Білорусь	164	РФ	238
5	Велика Британія	245	Австралія	154	Литва	138
6	Туреччина	235	Австрія	147	Ізраїль	62
7	Італія	232	Нідерланди	119	Італія	38
8	Австрія	200	Італія	97	Туреччина	36
9	Нідерланди	146	Японія	75	Бельгія	31

10	Угорщина	120	Німеччина	65	Франція	28
----	----------	-----	-----------	----	---------	----

**Табл. 2.7. Розподіл іноземних громадян за країнами, з яких вони прибули в Одеську область [54-56]**

Ми простежуємо на таблиці, що у 2012 році найбільше туристів прибуло в Одеську область з Російської Федерації – 5435, з Німеччини – 1164, з США – 448, та найменше іноземних туристів прибуло з Австралії – 200, з Нідерланд – 146, та з Угорщини – 120. У 2013 році кількість туристів порівняно з 2012 роком зменшується, найвищі показники показують такі країни як Росія – 5322, США – 190, Велика Британія – 185, найнижча кількість в'їзних іноземних туристів з Італії – 97, Японії – 75 та Німеччини – 65. Розглянемо 2014 рік, де порівняно з 2012 та 2013рр спостерігаються ще нижчі показники та змінюються країни лідери по відвідинах Одеської області, Білорусь – 1535, Польща – 445, Грузія – 436, та значно менші результати у країн – Туреччина – 36, Бельгія – 31, Франція – 28.

Одеська область найбільша в складі України, розташована в південно – західній частині країни. Головною особливістю географічного положення області є її приморські та приграничні розташування. Одеську область омиває Чорне море, що є вагомим фактором в'їзду іноземних туристів на територію області. Не менш важливими є сприятливі кліматичні умови Одеської області, теплими є як літо, так і зима. Одеський регіон вважається одним із головних туристично – рекреаційних центрів України.

Історико – краєзнавчий потенціал області може задовільнити потреби вітчизняних та іноземних туристів завдяки численним пам'яткам різних часів. Тут сконцентровані пам'ятки епохи палеоліту і неоліту, античної культури, культури скіфів і сарматів, інших древніх народів. Одещина

пережила період турецької влади і бурний розвиток економіки та культури на протязі XIX століття. Отже Одеська область має не менш цікавий ресурсно – туристичний потенціал для розвитку в'їзного туризму.

## **2.2. Аналіз чинників розвитку в'їзного туризму в Україні**

В'їзний туризм включає в себе безліч чинників, які впливають як на розвиток туристичної галузі України, так і на кожен область зокрема. Ці чинники показують наскільки область України буде відвідувана в'їзними іноземними туристами. Вони можуть позитивно або негативно впливати на розвиток в'їзного туризму України, приваблювати або відштовхувати іноземні туристичні потоки.

Вагомий вплив чинники розвитку в'їзного туризму України мають на економіку держави. Адже від того наскільки дані чинники будуть сприятливими для зацікавлення іноземних туристичних потоків залежить стан економіки конкретної області та України в цілому.

Розглянемо детальніше чинники розвитку в'їзного туризму областей, які ми аналізували попередньо, а саме: Львівської, Івано – Франківської та Одеської Областей. До чинників розвитку в'їзного туризму кожної з цих областей, ми вважаємо, слід віднести:

- географічне розташування області;
- населення;
- транспортну інфраструктуру і головні комунікації;
- клімат та природні ресурси;
- екологічну ситуацію;
- економіку;
- підприємництво;
- стан культури та туризму;

Отже, Львівська область – це область яка є економічно та стабільно розвиненою з усіх областей України. Ця область має всі необхідні чинники для розвитку в'їзного туризму.

#### Географічне розташування області

Область створена 4 грудня 1939 року. Розташовується на Заході України і проходить через три природні зони: лісову, лісостепову та зону висотної поясності Карпат.

Львівська область є прикордонною та на Заході межує з Республікою Польща, що є позитивним аспектом для відвідування області в'їзними туристами. Область також межує з Волинською і Рівнінською областями на півночі та північному – сході, з Тернопільською та Івано – Франківською областями на сході та південному – сході, з Закарпатською областю – на півдні.

Львівщина розташовується на середній відстані від високо урбанізованих та економічних центрів:

- Київ – 545 км;
- Варшава – 382 км;
- Братислава – 790 км;
- Прага – 868 км;
- Відень – 796 км;
- Будапешт – 574 км;

#### Населення

Населення Львівщини станом на 1 березня 2017 року становить 2532, 2 тис. осіб. Упродовж січня – лютого 2017 року загальна кількість населення зменшилася на 1790 осіб. З них 1543,5 – міське населення, 9886, 5 – сільське населення[16].

Розселення людей області є досить типовим для Західної України, воно сконцентроване переважно в містах або селешах міського типу.

#### Транспортна інфраструктура і головні комунікації

Львівська область забезпечена тісною мережею транспортних комунікацій, ділянки яких проходять в напрямках міжнародних європейських доріг, допомагають пропуску транзитних транспортних потоків через регіон, що обумовлює його вплив на розвиток в'їзного туризму.

Міжнародні, міжрегіональні та внутрішньорегіональні види сполучень, які перевозять вантажі та пасажирів, такими видами транспорту як залізничний, автомобільний і повітряний.

Територією Львівської області проходять ділянки автомобільних транспортних коридорів, які обслуговують транспортні потоки з Центральної і Південної Європи.

Довжина залізниці Львівської області становить 1280 км. Міжнародний аеропорт "Львів" імені Данила Галицького – найбільший у Західній Україні за кількістю пасажирів та маршрутною мережею, знаходиться на відстані 6 км від міста. З 2015 року в аеропорту впровадили принцип “відкрите небо”, що дасть можливість залучення більшої кількості компаній для перевезення.

В межах Львівщини довжина українсько – польського кордону становить 280 км.

На межі Львівської області функціонують:

- шість міжнародних автомобільних пунктів пропуску;
- чотири залізничних пункти пропуску;
- пішохідний пункт пропуску;

Всі пункти пропуску є міжнародними.

Клімат та природні ресурси

Клімат Львівської області є помірно – континентальним, коли м'яка зима, затяжна волога весна, тепле дощове літо, і суха тепла осінь. До найголовніших природних ресурсів області належать земельні, мінерально – сировинні, водні, лісові. Вагомим є природно – рекреаційний потенціал області. 7% Львівської області займають об'єкт природньо – заповідного

фонду до них належать об'єкти, які є включеними до міжнародної еко мережі.

На території Львівщини знаходиться понад 470 родовищ мінерально – сировинних ресурсів.

Водні ресурси області включають поверхневий стік, мінеральні та прісні підземні води. Львівщина за своїм поверхневим стоком поступається лише Закарпатській та Івано – Франківській області. 17 родовищ використовуються курортами області. Найінтенсивніше використовуються мінеральні води Передкарпаття , а саме курортами Трускавець та Моршин.

В Львівській області знаходиться 68 перспективних для освоєння родовищ та підземних термальних вод.

Ліси області займають 31,8 % території. Ліси Львівщини поділяються на дві групи. Площа першої групи становить 271 тис. га, сюди належать ліси зелених зон міст, округів санітарної охорони курортно – рекреаційних територій. Площа другої групи – 419 тис.га.

В області діють 350 територій та об'єктів природно – заповідного фонду. На території Львівської області знаходиться природний заповідник, національні природні парки, ландшафтні парки, пам'ятки природи, заказники, ботанічні сади, парки та дендропарки, заповідні території та пам'ятки садово – паркового мистецтва.

Область має потенціал рекреаційних ресурсів найбільший в Україні, який допомагає всесезонному функціонуванню туристично – рекреаційних об'єктів. Він складається з ландшафтно - привабливих гірських територій, рельєфних та кліматичних можливостей розвитку літнього та зимового туризму, туди входить і гірськолижний, запас лікувальних мінеральних вод.

#### Екологічна ситуація

Екологічна ситуація та стан довкілля Львівщини в порівнянні з іншими областями України є задовільний, що є сприятливим чинником розвитку в'їзного туризму області. Вагомим недоліком є відсутність комплексної



системи моніторингу за якістю атмосферного повітря на Львівщині. Присутні паводкові грози, проявляються карсто - провальні процеси та підтоплюються території у зонах діючих гірських підприємств та тих, які припинили свою роботу.

Показники заповідності Львівської області, які відображають стан збереження біорізноманіття та формують національну екомережу, Львівщина не поступається середньому показнику по всій Україні. Впродовж останніх років в області спостерігається збільшення рівня заповідності та заліснення території області.

Проте Львівська область потребує вирішення таких екологічних проблем:

- забруднення атмосферного повітря;
- забруднення водних ресурсів;
- неналежне використання та накопичення побутових та промислових відходів;
- порушення гідрологічного та гідрохімічного режиму річок;
- підтоплення територій;
- є потреба у стабілізації та відновленні екологічної рівноваги в зонах впливу діяльності гірських підприємств;
- недостатній рівень культури екологічного населення.

#### Економіка

В Львівській області простежується диверсифікована економіка, яка спрямована на сферу послуг. На Львівщині добре розвивається такий вид діяльності, як оптова торгівля, яка зосереджує свою діяльність переважно у місті Львів. В оптовій торгівлі найбільшу частку займають харчові продукти, тютюн та пальне. Розвинена і роздрібна торгівля, яка представлена здебільшого філіями національних мереж.

Найбільш реалізовані послуги, такі як, транспорту, пасажиро та вантажоперевезення різними видами транспорту. Львівська область

відноситься до найбільш розвинених в фінансово – кредитному плані та страховій діяльності.

Комплекс промисловості Львівщини являє собою різноманітні види діяльності, а саме починаючи від видобуток корисних копалин та закінчуючи виробництвом товарів першої необхідності.

Не менш важливими галузями діяльності Львівщини є харчова промисловість, машинобудування, деревообробна, виробництво гумових та пластмасових виробів та іншої неметалевої мінеральної продукції.

Останніми роками Львівщина є одним із передових центрів розвитку інформаційних технологій.

#### Підприємництво

У Львівській області функціонує велика кількість підприємств і їх кількість кожним роком зростає. Найбільша кількість підприємств сконцентрована у Львові і Трускавці, Самборі, Моршині та Пустомитівському районі.

В області налічується безліч підприємств для обслуговування в'їзних туристичних потоків, а саме туристичних, ресторанних, готельних, санаторно – курортних. За статистичними даними Львівської області станом на 2015 рік в області налічувалося 794 заклади харчування та тимчасового розміщення, 95 підприємств відпочинку та розваг [11].

#### Стан культури та туризму

Культура та туризм Львівської області є одним із засобі інформування іноземни громадян про дану область. Основною умовою розвитку культури та туризму області є її історичний потенціал, рівень доступу до нього та умови проживання в'їзних туристів.

Львівщина входить до п'ятірки найкрасивіший та найпопулярніших туристичних регіонів України. Область має високий туристичний рівень, де послуги та відпочинок є одними з найперспективніших в країні.

Область посідає одне з головних місць за кількістю об'єктів історико – культурної спадщини, які викликають зацікавлення як у вітчизняних так і в іноземних туристів.

Щороку область відвідує безліч туристів з Центральної та Східної України, країн Пн. Та Пд. Америки та інших куточків світу. Найчастіше Львівську область відвідують туристи із Польщі, Німеччини, Австрії, Білорусії, США.

Найбільше пам'яток історії та культури розміщується в обласному центрі місті Львів понад 2500, Жовкві, Белзі, Біберці, Золочеві, Жидачеві, Самборі, Дрогобичі. На цих територіях розміщувалися давні поселення.

У 2009 році місто Львів визначено культурною столицею України. Підставою для цього стало внесення міста до списку ЮНЕСКО, завдяки великій кількості архітектурних пам'яток, проведення понад 100 фестивалів щорічно, замки та фортеці об'єднані у “Золоту підкову”, 60 музеїв, понад 100 храмів різних конфесій [31].

Львів - це великий туристичний центр. У місті та області дбайливо ставляться та зберігають культурні надбання та водночас намагаються відповідати вимогам сучасності. На Львівщині вперше в Україні відійшли від стандартного відзначення свят та започаткували новий формат – фестивалів за різною тематикою. Найвідомішими з них є “Різдво у Львові”, “Флюгери Львова”, “Етновир”, “Захід” та багато інших.

Відзначаються музеї Львова, які показують театралізовані презентації виставок, а також цікаве свято, яке заохочує не лише жителів Львова та околиць, а й вітчизняних та іноземних туристів, цей захід під назвою “Ніч у Львові”, який відчиняє двері всіх музеїв Львова вночі.

Найпопулярнішими замками Львівщини є Олеський, Підгорецький та Золочівський. На території області налічується понад 50 туристичних маршрутів. Область користується популярністю через наявність художнього, літературного, музичного та театрального мистецтва.

Попри безліч туристичних потоків на Львівщині є низка проблем, які перешкоджають сталому розвитку культури та туризму області, а саме руйнація культурних, історичних та архітектурних пам'яток, посилення впливів інфляції, корупції та політичного стану в державі і т.д.

Отже, Львівська область має в наявності безліч чинників, які сприяють розвитку в'їзного туризму області та країни в цілому, а саме зручне та вигідне географічно – транспортне середовище, для України ця область є воротами до країн Європи. На Львівщині наявна національно – етнічна культура, сприятлива екологічна та економічна ситуація, не високий рівень індустріалізації території, що сприяє розвитку туризму області, розвиток підприємництва – будівництво закладів тимчасового розміщення, харчування та розваг.

Івано – Франківська область мало чим поступається наявними чинниками, які мають вплив на розвиток в'їзного туризму.

#### Географічне положення

Івано – Франківська область знаходиться в географічному центрі Європи, в південно – західній частині України, на двох природньо – географічних територіях - Східно – Європейській рівнині та Східних Карпатах. Межі області пролягають поруч із такими областями : Закарпатською, Львівською, Тернопільською та Чернівецькою.

Область має 14 районів, 15 міст, у тому числі 6 обласного значення, 24 селища, 765 сіл.

#### Населення

Станом на 1 квітня 2017 року, за даними Головного Управління статистики Івано – Франківської області, чисельність населення області становить 1376190. Найбільша кількість населення сконцентрована в місті Івано – Франківську. За 2016 рік Управління налічило 604,5 міського населення та 777,9 міського [12].

#### Транспортна інфраструктура і головні комунікації

Івано – Франківщина має розгалужену автомобільну систему транспорту як міжнародного, так і державного значення, що забезпечує вантажні та пасажирські перевезення.

Довжина залізничних шляхів області становить 494км. Загалом транспортну систему Івано - Франківської області складає автомобільний, залізничний, авіаційний та електричний види транспорту.

#### Клімат та природні ресурси

Івано – Франківська область має клімат від помірно теплого вологого західноєвропейського до континентального східноєвропейського. Значне коливання висот на не надто великій території є поштовхом для прояву висотної пясності природних умов, у тому числі й атмосферних опадів.

Область має різний рельєф і розділяється на райони, які відрізняються між собою будовою, висотою над рівнем моря та складом рослинного та тваринного світу. За характером рельєфу область входить до числа наймальовничіших в Україні.

Природні багатства займають важливе місце для Івано – Франківщини. Область займає третє місце в Україні за наявністю поверхневих водних ресурсів. Водні ресурси забезпечують життєдіяльні потреби населення та розподілені по всій території області, але не рівномірно. В Івано – Франківській області протікає 8294 річок, які входять в басейн річок Дністер та Прут. Мало на території області водом. Вони представлені малими озерами. У долинах річок створили штучні водойми – ставки та водосховища, які відіграють важливу роль в регулюванні стоку рік, а також їх використовують та вирощування та розмноження риби. В області є 22 родовища з прісними підземними водами, 9 з них з питною водою.

Приблизно половина території області вкрита лісами. Ліси знаходяться переважно в гірських частинах.Є також заповідні ліси, які розташовуються переважно в Надвірнянському та Верховинському районах. З кожним роком

площа природньо – заповідних територій збільшується, за рахунок вирубки лісів.

В природньо –заповідний фонд області входять: заповідник “Горгани”, 5 національних природніх парків, 32 об’єкти загальнодержавного значення, 442 об’єкти місцевого значення.

Десять курортних місцевостей знаходиться на території Івано – Франківської області. Для лікування туристів використовуються такі ресурси, як кліматичне лікування, мінеральні води, лікувальні грязі, завдяки яким розвиваються певні види туризму, такі як бальнеологічний та спа туризм. Курортні місцевості знаходяться в таких частинах області, Татарів, Яремче, Микуличин, Мислівка та Новий Мізунь, Косів та Шишори, Ворохта і Яблуниця.

Найбільш відвідувані в’їзними туристами місця області:

- Манявський скид (Богородчанський р-н);
- Гошівський монастир (Долинський р-н);
- Музеї Писанок та народного мистецтва Гуцульщини і Покуття (м. Коломия);
- “Скелі Довбуша”(с. Бубнище);
- Скелі “Писаний камінь”;
- Сокільський хребет (Косівський р-н);

Туристичною перлиною області, яка приваблює велику кількість в’їзних туристів є гірськолижний комплекс “Буковель”. На території області діє 25 гірськолижних курортів в Яблуниці, Ворохті, Косові, Вишкові, Верховині.

Головним регіоном Івано – Франківської області для проведення пішохідних туристичних походів є Карпати. Маршрути походів різної складності.

Екологічна ситуація

Сучасну екологічну ситуацію в Івано – Франківській області не варто вважати задовільною, незважаючи на природоохоронні заходи та зменшення впливу антропогенного характеру.

Івано – Франківська область має високий показник антропогенних навантажень на навколишнє середовище. На територіях Калуського, Галицького та Надвірнянського районів екологічна ситуація відноситься до таких, яка несе загрозу для здоров'я населення області, що негативно впливає на в'їзний туризм.

Ефективна екологічна політика вимагає впливу державних та місцевих органів влади.

#### Економіка та підприємництво

Зростання економіки Івано – Франківської області протягом 2010 - 2012 років дозволило частково відновити обсяг виробництва. Важливу роль в економіці області відіграють такі галузі, як оптова та роздрібна торгівля, сільське, лісове та рибне господарство, ремонт автотранспортних засобів, промисловість і т. д.

За даними Головного управління статистики Івано – Франківської області станом на 1 січня 2016 року на території облсті діє 30532132,1 підприємств різного спрямування[12]. Найбільше підприємств, які займаються сільським, лісовим та рибним господарством, промисловістю, будівництвом, а найменше освітніх закладів, охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, мистецтва, спорту, розваг та відпочинку.

Івано – Франківська область за своїм економічним розвитком посідає третє місце в Україні.

#### Стан культури та туризму

Івано – Франківська область знаходиться в числі найбільш популярних та привабливих туристичних областей. Край створений для поетів та туристів, любителів прекрасного. Наявна база лікувано – рекреаційних, розважальних, туристичних та закладів харчування та розміщення

дозволяє обслуговувати велику кількість туристів в тому числі й іноземних. Близько 800 сільських садиб приймає щорічно велику кількість гостей з України і не тільки. Туристичні послуги на території області надають близько 100 туроператорів і турагентів, діють туристично – інформаційні центри.

Третю частину території області займають Крпатські гори, а дві третіх частини – передгір'я та рівнини. Відомим туристичним центром є Яремче розташоване між горами в долині річки Прут.

Земля області оспівана в давньоруських пам'ятках писемності як осідок східних слов'ян. В давньоруських літописах згадуються такі мста Івано – Франківщини: Тисмениця, Снятин, Тлумач, Коломия, найдавнішим з них є Галич. Тут створено заповідник національного значення “Давній Галич”.

Культурним центром області є місто Івано – Франківськ, історія якого складає три половини сторіччя. Важливим духовним центром краю є Коломия. Скарбницею цього міста є Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини і Покуття імені Є. Кобринського, який працює від 1935 року, музей “Писанка” (у формі писанки), де знаходиться близько 10тис. екземплярів писанок з усіх регіонів України.

Івано – Франківщина за етнографічним складом населення поділяється на Опілля, Покуття, Бойківщину і Гуцульщину. Мешканці цих регіонів зберегли своєрідні та властиві тільки кожному з цих регіонів звичаї, традиції, мову культуру, що є надзвичайно привабливим для іноземних та українських туристів.

В області розвинені різноманітні види промислів гончарство, різьбярство, ткацтво і т.п., вироби яких розходяться по всьому світу.

Івано – Франківська область має розвинену культурно – історичну спадщину, давні та цінні церква Пантелеймона, Манявський скид, дерев'яні храми відомі й поза межами України.



В області поширений активний відпочинок пішохідні гірські, водні, лижні маршрути. Проводяться сплави річками Білий та Чорний Черемош, Прут, Лімниця, сплави проводяться переважно в квітні коли відбувається танення снігів і потоки в річках сильніші.

Отож, Івано – Франківська область має так само, як і Львівщина сприятливі чинники для розвитку в'їзного туризму, починаючи від географічного положення та завершуючи історико – культурною, туристичною, лікувальною, транспортною, екологічною та економічною сферами, які приваблюють туристичні потоки з різних куточків світу. Але варто зазначити, що увагу слід приділити кожному з цих чинників державними органами влади, для їх удосконалення та розвитку, що дасть можливість більшим чином вплинути на розвиток в'їзного туризму Івано – Франківської області та України.

Одеська область є рекреаційно – туристичним центром на півдні України, який має розвинену та стійку економіку, створені безпечні умови для життя та організації туристичної діяльності.

#### Географічне положення

За своєю площею Одеська область є найбільшою областю в Україні. Розташована область на південному – заході України, її кордони пролягають поруч з кордонами Молдавії та Румунії. Одеська область межує із Вінницькою, Кіровоградською, Миколаївською областями та омивається водами Чорного моря.

До складу Одещини входять 26 районів, 19 міст ( 7 з них обласного значення), 33 селища міського типу, 1124 села. Найбільшим містом та обласним центром є місто Одеса.

#### Населення

За даними Головного управління статистики Одеської області, станом на 1 квітня 2017 року населення області становить 2384403, з них 1597,4 – міське населення, 792,9 сільське населення [56].

## Транспортна інфраструктура і головні комунікації

Регіон Одеської області має сприятливі географічно – транспортні умови. Транспорт відіграє важливу роль в розвитку Одещини. На сьогодні транспортна система області є однією з найперспективніших сфер господарської діяльності Одеської області, яка сприяє економічному зростанню області та країни. Через Одеську область проходять стратегічно важливі транспортні напрямки, це:

- Пд. Європа, Близький Схід, країни СНД – Африка;
- Скандинавія, Балтика, Закавказзя, Центральна Азія;
- Пд. Європа – Середня Азія, Китай, Далекий Схід;

Регіон має 5 міжнародних транспортних коридорів. Потужна транспортна мережа Одещини представлена усіма видами транспорту: залізничним, автомобільним, водним (річковим і морським), електричним, авіаційним, трубопровідним.

Одеська область має найбільші морські порти – Одеський, Іллічівський, Южний. Всі види транспорту області працюють на високому рівня і перевозять велику кількість вантажів та пасажирів та робить чималий внесок в розвиток туризму та в'їзного туризму зокрема.

## Клімат та природні ресурси

Клімат Одеської області – теплий та посушливий, помірно – континентальний. В області сухе жарке літо та малосніжна м'якою зимою. Максимальна температура плюс +35°, мінімальна - - 25°.

По території області протікає 1143 річки, серед них Дунай, Дністер та Південний Буг, вони входять до басейну Чорного моря. Область налічує 30 озер, 68 водосховищ, 997 ставків.

Одещина розташовується в степовій зоні та частково в лісостеповій. Це говорить про її агровиробничий потенціал та багаті рекреаційні ресурси. Але це також має і негативний вплив, що зумовлюється малою лісистістю області. Область має переважно рівнинні території, що допомагає розвитку

господарства краю. Ґрунти області представлені різними видами чорноземів, що сприяє високій родючості та розвитку природних ресурсів.

#### Екологічна ситуація

Екологічний стан Одеської області складний і зумовлений надмірним техногенним напруженням на природне середовище. Переважно кожного року закриваються для купання пляжі через незадовільний екологічний стан.

У місті Одеса існує проблема з нестачею питної води, яка постачається з річки Дністер. Небезпечний вміст в морській воді, який перевищує норму в сотні тисяч разів та негативно впливає на здоров'я туристів. Отже, екологічна ситуація Одеської області потребує вдосконалення та розвитку.

#### Економіка

Область представлена різними видами економічної діяльності, які орієнтуються на сферу послуг. Види економічної діяльності, що представляють область такі як, рибне, сільське та лісове господарство.

Одещина має сприятливі економічні умови для розвитку туристичного бізнесу. Проте у порівнянні з попередніми роками стан економіки Одеської області дещо погіршився у зв'язку з політичною та економічною ситуацією в країні.

#### Підприємництво

Станом на 2015 рік за даними Головного управління статистики в області усього працювало 23883, з них найбільше підприємств сільського, лісового та рибного господарства - 4698, та найменше закладів мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 179.

#### Стан культури та туризму

Сприятливі економічно – географічне розташування, природньо – кліматичні умови, наявність природних лікувальних ресурсів, піщані пляжі, мережа водних, залізничних та автомобільних магістралей допомагають розвитку туризму в Одеській області.

На річках Дунай та Дністер розташовуються унікальні природні комплекси, водно – болотні угіддя, екологічні системи, які формують потенціал області, що має вітчизняне та міжнародне значення. Важливе місце в області посідають природні багатства, лікувальні грязі та ропа, Куяльницький, Хаджибейський, Шаболатський лимани, сірчано – водні, йодоброні та інші мінеральні води, які дозволяють лікувати захворювання практично всіх органів та систем тіла.

Одещина також має багату історико – культурну спадщину, пам'ятки різних часів, заповідники, музеї. Є пам'ятки відомі по всьому світу театр опери та балету, Птьомкінські сходи, місто Вилкове, розкопки античних міст Тіри і Ніконії.

Одеська область налічує 4500 пам'яток культури, 123 території області належать до природньо – заповідного фонду – Дунайський заповідник, Дунайські і Дністровські плавні, ландшафтний парк Тилігульський, ботанічний сад, 22 пам'ятки садово – паркового мистецтва.

Тож Одеська область має багату туристично – культурну сферу, яка впливає на туристичну сферу області, її економічний розвиток та потенціал.

### **2.3. Оцінка методів стимулювання в'їзного туризму**

Будь – яка галузь економіки вимагає застосування методів, які будуть стимулювати розвиток та подальшу діяльність. В'їзний туризм не є виключенням і на сьогодні виникає завдання щодо впровадження методів стимулювання з метою підвищення конкурентоспроможності.

В'їзний туризм, як сфера економічної діяльності не може провадити свою діяльність без інновацій. Конкурентоспроможність і потреби іноземних туристів вимагають від учасників туристичного бізнесу нестандартних думок та рішень. Реалізація методів стимулювання в'їзного туризму розширить ринок збуту, зацікавить нових потенційних іноземних клієнтів.

Отже, спершу слід визначити, що собою являє термін “ методи стимулювання в’їзного туризму” – це певні заходи впливу на туристичний ринок з метою збереження існуючих та розширення наявних елементів ринку.

На сьогодні, у науковій літературі розглядається лише загальна технологія стимулювання в’їзного туризму. П. Пуцентейло [46 с. 154] радить сконцентруватися лише на трьох напрямках:

- клієнти ( знижки, сувеніри, лотереї, додаткове обслуговування);
- посередники ( знижки, премії, подарунки, реклама, безкоштовні тури);
- працівники фірми ( навчання, подарунки, премії, відпустки);

Необхідно пам’ятати, що в’їзний туризм тісно взаємодіє з суміжними сферами діяльності та що крім вказаних вище напрямів необхідно звернути увагу і на основних гравців в цих суміжних сферах діяльності. Таким чином, методи стимулювання в’їзного туризму включають чотири напрямки: посередники, партнери із суміжних галузей діяльності, персонал та клієнти.

Є методи стимулювання, які мають прямий та опосередкований вплив на в’їзний туризм.

Методи прямого впливу:

Клієнти:

1. Інтернет продаж;

- через власний сайт;
- через систему “клік - тревел”;
- через соціальні мережі;
- через туристичні пошуковими;
- через глобальні систем бронювання;
- електронна розсилка;

2. Механізми замикання:

- акції та розіграші;
- програми лояльності;

- запрошення та івент – заходи;

### 3. Інноваційне, програмне та технічне забезпечення:

- туристичні кіоски;
- система “бек - офіс”;

### 4. Партизанський маркетинг;

### 5. Інновація – продукт;

Методи опосередкованого впливу:

#### Посередники:

##### 1. Інтернет співробітництво:

- через власний сайт;
- через “бек - офіс”;
- через соціальні мережі;

##### 2. Механізми замикання:

- акції;
- прогресивна комісія;
- спільна реклама;
- безкоштовні тури;
- запрошення на івент – заходи;

##### 3. Вірусний маркетинг;

##### 4. Прихований маркетинг;

#### Партнери з суміжних галузей:

##### 1. Інтернет співробітництво:

- через власний сайт;
- через “бек - офіс”;
- через соціальні мережі;

##### 2. Мехонізм замикання:

- спільна реклама;
- розробка взаємовигідної спільної інновації – продукту;
- запрошення на івент – заходи;

### 3. Прихований маркетинг;

#### Персонал:

#### 1. Навчання висококваліфікованих кадрів:

- спеціалізовані тренінги;
- стажування та ознайомчі тури;
- співробітництво з ВНЗ;

#### 2. Механізм замикання:

- премії за прискорений збут;
- додаткові відпустки;

#### 3. Інклюзія персоналу у процесі розробки інновацій;

#### 4. Прихований маркетинг;

Найбільший вплив методів стимулювання в'їзного туризму спрямований саме на іноземних клієнтів, адже ця група генерує потреби, які задовольняються завдяки придбанні туристичних продуктів. Тому ці методи належать до методів прямого впливу індустрію в'їзного туризму.

Серед представлених методів стимулювання в'їзного туризму найефективнішим є Інтернет – продаж. Найпростішим з них є безумовно електронна розсилка.

Слід пам'ятати і про систему “клік - тревел” (ClickTravel) – це система, де можна розміщувати текстову рекламу на сайтах туристичного спрямування, з платою за перехід користувача на сайт рекламодавця. Сьогодні ця система є однією з найбільш ефективних в Інтернеті.

Цікавим методом стимулювання в'їзного туризму є використання системи “трепел поінт” ( TravelPoint) – самообслуговування туристів, система дозволяє самостійно створити, а при необхідності змінити або відмінити маршрут.

Другою групою методів стимулювання є механізми замикання, які перешкоджають відтоку клієнтів. Одним з цих механізмів є запрошення

постійних, найбільш важливих клієнтів до участі в урочистих корпоративних заходах туристичної фірми ( наприклад ювілей фірми, і т.д.).

Серед не дорогих та цікавих інструментів впливу є партизанський маркетинг – це безкоштовні та дешеві способи реклами, тобто це пошук мало затратних заходів замість дорогих. Роздача візиток вважається партизанським маркетингом. Партизанському маркетингу властиві гнучкість та мобільність [8].

Різновидами партизанського маркетингу є вірусний та прихований маркетинг.

Вірусний маркетинг – це різноманітні методи розповсюдження реклами, де головними поширювачами інформації є самі одержувачі даної інформації, шляхом формування змісту, який буде притягувати нових одержувачів інформації за рахунок цікавої, не стандартної ідеї. В теперішній час найпростішим методом реалізації вірусного маркетингу є соціальні мережі.

Прихований маркетинг – пряма реклама послуги в не рекламному просуванні, коли відомості про нову послугу доносяться до туристів в ненав'язливій формі, тобто коли споживач не підозрив про те, що він є об'єктом реклами. Поширюється цей метод стимулювання в'їзного туризму передачею інформації від одного туриста до іншого, переважно словесно.

На превеликий жаль на сьогодні більшість керівників ігнорують такі дієві, прості та дешеві методи стимулювання в'їзного туризму, які дозволяють у короткі строки залучити велику кількість іноземних туристів та іноземних партнерів.

Необхідно відзначити, що важливу роль у стимулюванні в'їзного туризму відіграє інформаційно – програмне забезпечення туристичних підприємств країни. Без допомоги якого не зможуть діяти та залучати все більше іноземних туристів інші методи стимулювання.



## Висновки до розділу 2

Отже, встановлено, що ефективність української туристичної сфери є низькою, не правильне та недостатнє вміння користуватися наявними туристичними ресурсами України, що призводить до не втішних показників України в рейтингу з іншими державами світу.

Досліджено, що у 2012 році динаміка кількості в'їзних туристичних потоків значно зросла, а от у 2014 році різко знизилася. Ми визначили за даними ЮНВТО, протягом 2015 року Україну відвідали 12,4 млн в'їзних іноземних туристів, що на 2,2% менше порівняно з 2014 роком. Зменшення обсягів потоків в'їзного туризму в Україні протягом 2015 року відбулося за рахунок кризового політично – економічного стану країни.

Кількість в'їзних туристичних потоків протягом 2012 – 2013 рр. зросла завдяки проведенні ЄВРО – 2012, а протягом 2014 – 2015рр. спостерігається різкий спад динаміки в'їзних туристичних потоків, це пов'язано із складною політичною ситуацією на Сході України та кризовим станом країни загалом.

Ми дізналися, що структура в'їзного туризму України є не достатньо ефективною. Найбільше в'їзних туристичних потоків здійснюється з приватною ціллю, але це не дає великих валютних надходжень в державну скарбницю.

Також, встановили, що з роками кількість в'їзних туристичних потоків, які обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності різко зменшилася.

Динаміку кількості в'їзних туристичних потоків ми показали на прикладі конкретних областей України, таких як Львівська, Івано – Франківська та Одеська Області.

Львівська область популярна серед іноземних туристів, тому її показники в'їзних туристичних потоків значні, протягом 2016 року Львівську область відвідало 8370 осіб, це звичайно менше ніж у попередні роки, але у порівнянні з іншими областями України на належному рівні. Ми дізналися, що область має всі наявні чинники для розвитку в'їзного туризму, в саме: наявність історико -

культурної спадщини, природні ресурси, наявність закладів розміщення та розваг і т.д.

Івано – Франківська область також є часто відвідуваною іноземними туристичними потоками. Це один із найпривабливіших регіонів України, який має так само, безліч наявних чинників для розвитку в'їзного туризму, зокрема, область славиться своїми гірськолижно – лікувальними курортами, найвідоміший – Буковель, що приваблює щомісячно в'їзні туристичні потоки. Протягом 2015 року Івано – Франківську область відвідало 1324 іноземних туристи.

Не менш чисельною за потоками в'їзних туристів є Одеська область. Отже, протягом 2014 року Одеську область відвідало 2954 осіб, це менше ніж у попередні роки, у зв'язку із вибуттям з рейтингу Автономної Республіки Крим. Головною особливістю, яка приваблює іноземні туристичні потоки є сприятливі кліматичні умови.

Ми також проаналізували чинники наявні в Львівській, Івано – Франківській та Одеській областях, які так чи інакше впливають на розвиток в'їзного туризму України. До основних таких чинників ми віднесли:

- географічне розташування області;
- населення;
- транспортну інфраструктуру і головні комунікації;
- клімат та природні ресурси;
- екологічну ситуацію;
- економіку;
- підприємництво;
- стан культури та туризму;

Слід зазначити, що кожна з вищесказаних областей має наявні сприятливі чинники, які позитивно впливають на розвиток в'їзного туризму України. Лише кожній з цих областей слід покращити екологічну ситуацію.

Ми визначили методи, які стимулюють розвиток в'їзного туризму, і дізналися, що є методи прямого та непрямого впливу на іноземних туристів та, що

за допомогою цих методів можна значно покращити та простимулювати стан в'їзного туризму. Зазначили такі основні методи: інтернет продаж, механізми замикання, інноваційне, програмне та технічне забезпечення, маркетинг, інновації, партнери та персонал, через запровадження та поширення яких значно покращиться стан в'їзного туризму.

## **РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ ТА МЕТОДІВ ЙОГО СТИМУЛЮВАННЯ**

### **3.1. Стратегічні напрямки розвитку в'їзного туризму**

Актуальним є те, що питання розвитку в'їзного туризму стоїть першочерговим серед завдань економічного піднесення країни. Реалізуючи стратегічні проекти здійсниться відповідна периструктуризація туристичної галузі у взаєминах з напрямками соціального та економічного життя держави, допоможе зорієнтувати населення, управлінські та бізнесові структури та комплексний підхід до забезпечення ефективного використання переваг і можливостей туристичної сфери, обумовлених природними та кліматичними умовами, традиціями та історичними особливостями, із врахуванням вимог щодо захисту та збереження довкілля та збагачення історико – культурної спадщини.

М. П. Мальська стверджує, що стратегія розвитку в'їзного туризму повинна передбачати комплексний структурно – функціональний методичний підхід, що полягає у поєднанні різноманітних компонентів туристичної індустрії та її інфраструктури [33].

Також, О.В. Шершньова розглядає стратегію розвитку в'їзного туризму, як розробку загальної концепції розвитку цільових програм для реалізації яких потрібен час та значні фінансові ресурси [63].

Отож, в розвитку туристичної галузі є значні проблеми. Однією із яких є те, що сьогодні неефективно та нераціонально використовують відповідні ресурси, нема фінансування з боку держави, рівень розвитку туризму не відповідає наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись у свою чергу з інших питань, більш конкретних. До останніх можна віднести, насамперед, відсутність розвиненої інфраструктури, низьку якість обслуговування, відсутність

якісної реклами, чіткої та доступної інформації щодо готелів, санаторіїв, турів та послуг, що надаються на світовому рівні, податковий тягар тощо.

Ушаков Д.С. [60] вважає, одним із важливих принципів впливу на розвиток в'їзного туризму є необхідність управління національним туристичним продуктом, до якого відносять:

- формування стратегії розвитку в'їзних туристичних потоків;
- управління номенклатурою в'їзних турів;
- контроль якості національно туристичного продукту.

Цей вчений, також пропонує, застосовувати також різні стратегії розвитку в'їзного туризму [60]. Отож, не можна не розглядати нерівномірності розвитку туристичної інфраструктури по території країни, що сформувалась історично. Сформовані і конкурентоспроможні туристичні центри можуть використовувати стратегію радіального розвитку. Її основа полягає в послідовному проходженні приймаючою територією ряду етапів.

Початковий етап проводить поглиблення пропозицій туристичного продукту за рахунок розширення транспортних, екскурсійних та анімаційних послуг, готельної бази, що дасть змогу приймати туристів з різним рівнем доходу, які здійснюють подорожі з будь – якою ціллю та тривалістю.

Другий етап заключає поступове включення до туристичного продукту сусідніх ( не більше ніж за 300 км від туристичного центру) туристичних ресурсів чи показових об'єктів додаткової чи обов'язкової екскурсії (без ночівлі) і подальша популяризація цих об'єктів.

На третьому етапі складаються комбіновані тури, в які входить не тільки екскурсійне обслуговування, але і туристичне ( з ночівлею) безпосередньо в об'єкті для показу. Третій етап полягає в диверсифікації туристичного потоку і його перерозподілу на раніше невідомі туристичні центри, а також перетворення туристичного центру в ще більш значний транзитний пункт.

І на останньому, четвертому етапі, розпочинається автономізація, а саме раніше не відомі об'єкти перетворюються у значні туристичні центри зі своєю туристичною інфраструктурою і певним рівнем популярності серед туристів. Потім такі туристичні центри починають розширюватися, формувати та популяризувати нові показові об'єкти, поступово займаючи все більші території. Така стратегія є зовсім без ризиковою, хоча вона може призвести до зростання негативного впливу в'їзного і внутрішнього туризму внаслідок значного збільшення в'їзду без забезпечення рівномірності розподілу туристичного продукту по території.

Щодо стратегії транспортних коридорів, перш за все, необхідно, розвивати туристичні центри, як правило, це великі промислові міста з великим туристичним потенціалом, в середині коридору з охопленням приміських зон та навколишніх населених пунктів.

Перевагами цієї стратегії є:

- розвинена транспортна і туристична інфраструктура;
  - центри дозвілля, розваг, висококваліфіковані працівники;
  - можливість залучення іноземного та національного капіталу
- внаслідок того, що ці території є популярними серед вітчизняних та іноземних туристів.

Значним мінусом такої стратегії є погіршення економічних умов і неможливість охопити більш віддалені від доріг території.

Точкова стратегія розвитку в'їзного туризму оптимальна для таких видів аграрний, екологічний, сільський, рибальство, мисливство. Відповідно до цієї стратегії, розвиток точкового туристичного центру проходить автономно, без прив'язаності до навколишніх територій. При цьому потрібно вирішити проблему транспортного забезпечення. Зазвичай, використовуються автомобілі з підвищеною прохідністю, мала авіація, малотонажний флот.

Перевагою даної стратегії є сталий розвиток віддалених територій, тобто забезпечення екологічної складової туризму.

Ще однією стратегією розвитку є стратегія рекреаційного районування. Її основою є розвиток в конкретних регіонах країни певних видів туризму і в'їзних турів, що формує певну туристичну зону, яка спеціалізується на прийомі певного контингенту відвідувачів.

Головною метою стратегії рекреаційного районування є спеціалізація на туристичних зонах та організація турів, у яких вона має значні переваги і відмова від виробництва та просування не профільного туристичного продукту.

Позитивними рисами даної стратегії є:

- перспективне представлення туристичної дестинації на туристичній карті світу з певною спеціалізацією;
- ідентифікація регіону з певним видом туризму у іноземних споживачів;
- спрямованість зусиль на роботі з вузьким сегментом споживачів.

Ці позитивні риси, є в певній мірі і негативними, оскільки:

- не дають змоги використовувати весь туристичний потенціал;
- сконцентровують нерівномірність туристичних потоків, залежно від сезонності;
- роблять нездорову конкуренцію між туристичними регіонами, що надають однакові туристичні послуги.

Кожна країна, зокрема і Україна, можуть використовувати ці стратегії розвитку в'їзного туризму, оскільки всі вони мають свої переваги та недоліки. В цей же час, необхідно використовувати певні принципи:

- країна повинна розвиватися у сезонному туризмі, що робить можливим наявність великого спектру туристичних ресурсів;
- якщо в'їзні тури організовують регіональні туроператори, вони не повинні бути тільки вузької спеціалізації;

- якомога більше регіонів повинно приймати участь в розподілі в'їзних міжнародних туристичних потоків;
- керівництво країн та регіонів щодо цінової політики повинно орієнтуватись на туристичні ринки прикордонних держав;

Повинна розвиватися номенклатура в'їзних турів як вглиб, так і вшир. В широкому розумінні мається на увазі наявність в пропозиціях вітчизняних туроператорів багато географічних напрямів в'їзного туризму, які будуть привабливими для іноземних відвідувачів протягом цілого року. З іншої сторони, розширення номенклатури вимагає збільшення контролю державних та місцевих органів за підтриманням високої якості туристичного продукту, а найголовніше – створення безпечних умов перебування для в'їзних туристів, і в той же час, недопущення поширення криміналізації, незаконної міграції, контрабанди та інших злочинів, які стимулюють розвиток в'їзного туризму. Глибина номенклатури в'їзних турів визначається можливостями модифікації ( тобто можливості зміни окремих компонентів туру) туристичних подорожей в одному напрямку. Для цього можливо змінювати такі його компоненти:

- тривалість туристичної подорожі;
- умови розміщення під час подорожі;
- якість транспортних послуг, що є у туристичному пакеті;
- мету туристичної подорожі;

Це дасть змогу збільшити кількість туристів, які різняться між собою доходами та потребами, збільшить ціновий діапазон туристичної пропозиції, допоможе збільшенню конкуренції та спеціалізації між туроператорами, а отже, і покращенню професіоналізму персоналу і якості туристичного продукту.

Для України зокрема, на даному етапі розвитку в'їзного туризму, велику роль відіграло проведення Євробачення у 2017 році, що значно вплинуло на збільшення кількості в'їзних туристів, однак



загальнонаціональні проблеми, які притаманні майже всім сегментам туристичного ринку нашої держави, суттєво стримують його подальший розвиток. Тому основним завданням у сфері розвитку потужної туристичної індустрії в Україні є розробка стратегії адаптації українського туристичного бізнесу та в'їзного туризму до стандартів країн Європейського Союзу та світу.

Для досягнення результатів кожній країні, потрібно розробити ефективну стратегію розвитку в'їзного туризму. При розробці стратегій необхідно брати до уваги, що найкращі умови розвитку туристичних послуг вже є сформованими в інших країнах, що створює жорстку конкуренцію на ринку, а тому будувати стратегії доцільно будувати шляхом розвитку інших галузей економіки та оптимізації цінової політики вітризних туристичних підприємств.

### **3.2. Шляхи збільшення туристичних потоків в'їзного туризму**

Туристичний потенціал території – широке, багатоаспектне поняття, що охоплює аспекти природних, етнокультурних та соціально – історичних ресурсів, а також присутність господарської та комунікаційної інфраструктури території, які служать як передумови розвитку певних видів туризму.

Майже кожна наукова праця, яка присвячена проблемам розвитку туризму, починається із дослідження туристичного потенціалу території, а оцінка рекреаційного потенціалу територій та наявність в них рекреаційних ресурсів є проблемою, що найчастіше піднімається у наукових виданнях географії, медицини та екології, економіки. Це свідчить про актуальність даного питання, а також про його невивченість. Не зважаючи на велику кількість наукових розробок, досі залишаються не дослідженими ряд

важливих питань, зокрема в Україні немає кадастру рекреаційних ресурсів та не проведена їх грошова оцінка, за винятком загальної оцінки вартості природних рекреаційних ресурсів адміністративних областей та районів. проведеної В.П. Руденком у 90 – х роках минулого століття [47].

Важливу увагу при дослідженні туристичного потенціалу території необхідно приділяти в процесі виявлення можливостей розвитку в'їзного туризму. Оскільки, туристичний потенціал певного регіону, має досліджуватися під кутом зору його придатності для обслуговування іноземних туристів та збільшити туристичні потоки.

Туристичний потенціал території має три основні аспекти:

- інфраструктура;
- ресурси;
- імідж;

Роблячи оцінку придатності туристичних регіонів для організації в'їзного туризму, потрібно пам'ятати про їх естетичний, емоційно – психологічний, інтелектуальний та духовний вплив. Зазвичай для обслуговування в'їзних туристів залучаються найкращі ресурси. Отож, до уваги слід брати привабливість об'єктів антропогенного та природнього походження, що проявляється в рівні їх популярності та відомості, збереженості, доглянутості, відвідуваності тощо. Але те, що цікавить вітчизняних туристів, може не викликати цікавості у в'їзних споживачів, і навпаки, і ресурси, що вітчизняними туристами сприймаються, як постійність, можуть стати об'єктом жвавого попиту іноземних відвідувачів. В таких випадках, слід звертати увагу, на гомогенні туристичні ресурси, етнографічні та культурні особливості регіонів, традиційні ремесла.

Гомогенні туристичні ресурси – це природні та соціальні об'єкти, події, явища, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані чи відбулися), так і з територією тієї іноземної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно вникли [5 с.42]. Інтерес у в'їзних

туристів можуть викликати, місця пов'язані з життєвим шляхом їх видатних земляків, а також поховання іноземців, архітектурні пам'ятки створені ними, або які носять їх імена, меморіальні дошки та пам'ятники, споруджені на честь подій пов'язаних з історією тієї чи іншої держави або видатних іноземців.

Етнографічні та культурні особливості регіонів проявляються в об'єктах та явищах матеріальної та духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. Найцікавішими для іноземних туристів можуть бути об'єкти матеріальної ( храми, могили, пам'ятні хрести, традиційне житло, господарські будівлі, декоративні вироби народних майстрів, національний одяг) та явища духовної етнокультури, які пов'язані з побутовими та культурними обрядами, традиціями, усною народною творчістю. Ці ресурси, в свою чергу, орієнтуються на вихідців з урбанізованого середовища, яке знаходиться під впливом масової культури, а їхнє розташування тісно пов'язане з селами як найбільш консервативними за своїми культурними особливостями формами розселення.

Варто звернути увагу на лікувально – оздоровчі ресурси. В Європейському рекреаційному макрорегіоні саме Східна Європа спеціалізується на наданні курортних послуг через їх дешевизну, а також значну забезпеченість кліматичними, бальнеологічними, рекреаційними ресурсами та давні традиції їх використання. Головним їхнім споживачем є населення Західної та Південної Європи. Отже, Україна повинна використовувати свої переваги на ринку оздоровчо – лікувальних послуг.

Варто взяти до уваги також транспортну доступність туристичних ресурсів. Наприклад в Україні дістатися до того чи іншого населеного пункту не є проблемою, то комфорт та тривалість деяких подорожей викликають сумнів. Тому спочатку потрібно долучати рекреаційні ресурси тих населених пунктів, які розташовуються неподалік транспортних коридорів, залізничних магістралей і т.д.

Ряд підприємств, установ та організацій, які займаються організацією дозвілля, що відносяться до різних галузей соціальної інфраструктури: клуби, будинки та палаци культури, кінотеатри, музеї, театри, бібліотеки, тематичні парки, казино, зоопарки та інші. Зазвичай, туристичних попитом у в'їзних туристів користуються послуги, споживання яких не зв'язано з необхідністю добре знати мову приймаючої сторони. Отож у в'їзному туризмі велике значення мають тематичні парки, казино, виставкові центри та музеї.

Тематичні парки – порівняно нові розважальні об'єкти, що стрімко розвиваються. Основою функціонування тематичного парку є захоплююча тема, якій підпорядковані усі вистави та атракціони, які пропонує парк [49]. Тематичні парки є надзвичайно популярними, в тому числі, і серед іноземних відвідувачів, їх мережа динамічно розвивається, дана мережа приносить значні прибутки та належить до перспективних напрямів розвитку індустрії дозвілля. На жаль, в Україні, немає жодного парку такого плану. Успішність цієї справи у світі говорить про доречність створення подібних об'єктів.

У нашій країні також немає жодного казино, яке могло б привабити іноземних туристів, так як наприклад, казино Монте – Карло, Атлантик – Сіті чи Лас – Вегас. Тим більше, щоб казино могло привабити іноземну публіку, це повинен бути величезний гральний комплекс з відповідною інфраструктурою, готелем, закладами ресторанного господарства і т. д. гральний бізнес в Україні часто виявляється поза законом.

Отже, із закладів розважальної індустрії в Україні, найбільше значення для розвитку в'їзного туризму мають музеї, які виконують розвиваючу, пізнавальну та виховну функції.

Розрізняють такі музеї в залежності від спеціалізації: природничі, історичні, художні, архітектурні, музичні, літературні, театральні та інші. Їх мережа наявна і в Україні. Увагу іноземних туристів приваблюють і нетрадиційні музеї, в таких музеях зібрані унікальні колекції, наприклад

музей писанкового розпису в місті Коломия в нашій країні чи музей пошти у Ніжині і т.ін.

Особлива та цікава категорія музеїв – ансамблів, котрі створюються на основі пам'яток архітектури, їх інтер'єру та навколишньої території. Найцінніші з них мають статус музеїв – заповідників. Для прикладу в Україні таких музеїв – ансамблів понад 50.

В світі створюються та успішно функціонують нові типи музеїв: центри культури, в яких ведеться культурно – просвітницька діяльність, за допомогою творів мистецтва, книг, кіно, театру, аудіовізуальних програм, екскурсій та лекцій. Відвідувачі такого типу музеїв можуть не лише ознайомитися з експозиціями та виставками, але й використати книги, фільми, слайди, електронні видання та інші джерела, що допомагають детальніше ознайомитися з новою інформацією і знайти відповіді на питання, які їх цікавлять. Варто приділити увагу і новим тапам музеїв, таким як, інтелектуальні дитячі музеї з бібліотеками, лабораторіями, кінотеатрами, у яких туристи є не лише спостерігачами, але й дослідниками, а також екомuzeї, які присвячені людині та її природньому та культурному оточенні. На жаль в Україні на даний час таких музеїв ще немає.

Швидкий та бурхливий розвиток транспортних засобів та шляхів сполучення в кінці XIX на початку XX століття поряд з науково – технічною революцією, наслідками якої стала зміна якісного рівня продуктивних сил; урбанізація; збільшення вільного часу; загальне зростання культурного рівня населення; ці чинники стали поштовхом для посилення міжнародної туристичної діяльності.

Транспорт став невід'ємною складовою туристичної сфери. За своєю участю у задоволенні туристичних потреб транспортні засоби відносять до первинних, вторинних та третинних підприємств рекреаційного комплексу:

- первинні – транспортні підприємства, що беруть участь в обслуговуванні туристів ( виділяють транспортні засоби: автомобільні, морські, автобусні, авіаційні та ін.)
- вторинні – транспортні підприємства, що здійснюються внутрішні та зовнішні пасажирські перевезення, але не займаються перевезенням туристів;
- третинні – транспортні підприємства, які обслуговують сільськогосподарські та промислові підприємства і тим самим залучені до обслуговування туристів.

Техніко – економічні характеристики транспортних засобів та їх комфортність зумовили популярність певних видів транспортних засобів на маршрутах різної протяжності. Отже, поїздки від 5-10 до 500 км, здійснюється автомобільний транспортом. Поїздки від 500 до 1000 км, здебільшого здійснюються туристами на залізничному транспорті. На відстанях менше 500 км авіаційний транспорт є просто нерентабельним, тому він використовується на відстані більше ніж 1000 км.

Вигідною є взаємодія транспортного та туристичного комплексів. Такі взаємозв'язки приносять значні прибутки у державну казну. Зокрема Україна має вигідне транспортно – географічне положення. Через територію України проходить транспортний зв'язок країн СНД з країнами Центральної та Південної Європи, Близького Сходу та Африки. Також, налагоджені комунікації Західноєвропейських, Скандинавських та Балтійських країн з країнами Закавказзя, Центральної Азії, Далекого Сходу, Китаєм та Індією. В зв'язку з цим у Європі та Азії ведеться створення системи транспортних коридорів, в якій наші магістралі відіграють велику роль.

Теперішній стан транспортної інфраструктури в Україні визнаний, як незадовільний. Отож, порівняймо головні показники транспортного забезпечення кількох європейських країн з Україною (табл. 3.1).

З даної таблиці 3.1 можна визначити, що в Україні проходять велика кількість залізничних шляхів ( за цим показником наша країна входить в першу десятку світу), проте дещо поступається Польщі, Франції та Німеччині. Електрифікація залізниць також на досить високому рівні. Щодо забезпеченості автомобільними шляхами Україна, на жаль, відрізняється від таких країн: бідніша за площею від Німеччини та Франції, Україна має у 5,6 та 3,8 разів менше автомобільних доріг. Якщо розглядати щільність автодоріг то Україна значно відстає.

**Таблиця 3. 1**

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

**Табл. 3.1. Порівняння транспортної забезпеченості деяких країн Європи з Україною**

В теперішніх умовах збільшення туристичної цікавості до різноманітних країн та народів, до найважливіших факторів відносить імідж країни, що впливає на вибір в'їзними туристами місця відпочинку. Головними питаннями, які турбують іноземних туристів під час визначення країни подорожі, є такі, які можна віднести до загального іміджу країни ( екологічна ситуація, культурний рівень, криміногенна обстановка, національна та релігійна культура, політична та економічна ситуація), так і такі, що стосуються розвитку туристичної інфраструктури ( туристичні ресурси та комфорт відпочинку, ціни, що відповідають рівню сервісу, безпека під час подорожі, цілісність багажу та інше). Загальний імідж країни, велику роль відіграє у формуванні туристичного іміджу. Проте є випадки, коли туристичний імідж є для країни визначальним, тому що країна стає відомою в світі через туризм. Наприклад, такі країни як, Єгипет, Туреччина, Таїланд та інші мають значні проблеми в економічній, політичній та соціальній сферах, змогли сформувати позитивний туристичний імідж в очах в'їзних іноземних туристів.

Переважно рішення про відвідання країни залежить не від того, що потенційний турист володіє достатньою кількістю інформації про країну, а від сформованих стереотипів, наданої інформації в ЗМІ, відгуків інших відвідувачів. Інколи вони можуть не співпадати з реальністю. Тому в таких ситуаціях, погана репутація або її відсутність можуть звести до нуля зусилля щодо розвитку в'їзного туризму в країні. Отже, імідж та репутація країни потрібно розглядати як складові її стратегічного надбання.

Так само, як торгова марка, бренд, якому складають довіру, або ні. Недаремно останнім часом, при вивченні проблематики іміджу країн використовують маркетингові технології, а сам напрям називають державним брендінгом або брендом країни. Брендінг країни – це цілеспрямований процес створення та цілеспрямованого поширення за допомогою іноземних засобів масової інформації бренду країни. Бренд країни – це комплекс думок,



почуттів, асоціацій та уявлень, які виникають у людини. Коли вона чує або бачить назву тої чи іншої країни. На формування бренду країни найбільше впливає її значимість у світі, її соціальне, економічне, політичне становище, культурний рівень, властивості інтелекту, спортивні досягнення тощо.

Наприклад, детальне знайомство та уявлення, яке мають в'їзні туристи про Україну, справляє не втішне враження. Як визначило дослідження міжнародного іміджу України, яке було проведене на основі публікацій та повідомлень впливових в'їзних ЗМІ спеціалістами Українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова [34], на сьогодні враження про неї є поверхневими, фрагментарними та переважно негативними, в основному це через складне політичне та економічне становище.

Більш менш регулярні повідомлення про Україну з'являються у виданнях далекого зарубіжжя: американських, канадських та західноєвропейських. Уявлення мешканців цих країн про нашу державу формується на основі нелегальної міграції, інформації про корупцію, Чорнобильську проблему, співробітництво з НАТО, миротворчу діяльність, про недоліки української демократії, голодомор 1932 – 1933 років, складні взаємини з Росією, нереалізований потенціал української науки, незахищені права інтелектуальної власності, а також необгрунтовані звинувачення України в постачанні зброї в “гарячі точки”. Іноземні впливові люди не випадково вважають нашу державу країною з нестабільним політичним та економічним становищем, несприятливим інвестиційним кліматом, сприймають нас як ненадійного партнера, це пов'язано із приватизацією та реприватизацією підприємств, квотами на вивезення сільськогосподарської продукції та митними зборами на ввезення товарів. В основному негативно становище України ціниться провідними міжнародними компаніями та міжнародними фінансовими інституціями. Репутація України, як туристичної держави практично не сформована.

До недавнього часу назва “Україна” багатьом громадянам країн далекого зарубіжжя була або незнайомою або асоціювалася через назву “Росія”, Чорнобиль, Андрій Шевченко та брати Клички. Події політичного та культурно, спонукання президента України визнати голодомор 1932 – 1933 років геноцидом, значно збільшили увагу до України та зробили її відомішою у світі. Але нестабільна політична та економічна ситуація продовжують робити свій внесок у негативний імідж іноземців про Україну. Україна виглядає значно привабливішою в очах наших сусідів, хоча і вони зауважують про рівень корупції в Україні, нелегальну міграцію, ненадійність країни як ділового партнера.

Проблемою є і сформоване позитивне враження та імідж України в очах росіян. Публікації, які присвячені Україні в Росії показують складність україно – російських взаємин. У більшості їх статей Україна постає, як держава, що політично та економічно залежить від Росії, проте із великими амбіціями.

Російські засоби масової інформації формують більшості негативний туристичний імідж України, пов’язано це із конкуренцією.

Отож, імідж нашої України, як туристичної держави є переважно негативним. Його оцінюють за станом речей, а не наявним туристичним потенціалом. Неспроможність держави розпоряджатися та використовувати наявний багатий туристичний потенціал лише погіршує її репутацію.

Позитивно сформувати туристичний імідж можна лише шляхом покращення загального іміджу країни. Для цього потрібно задіяти весь потенціал нашої держави, провадити державну інформаційну політику, адже одним із важливих джерел інформації для іноземних засобів масової інформації виступають вітчизняні публікації, які інколи не відповідають дійсності. Вітчизняні бізнесмени, політики та журналісти, маючи на меті власні інтереси публікують скандальні відомості, зовсім не думаючи, як це

позначиться на іміджі країни, у тому числі туристичному, в очах в'їзних іноземних туристів.

У цій справі важливо, щоб була чітко сформована та спланована брендінгова кампанія, непогані умови для якої формує проведення міжнародних масових спортивних та культурних заходів. Але в першу чергу необхідно створити вагомі підстави для формування туристичного бренду шляхом зміцнення рекреаційного та ресурсного потенціалу та матеріально – технічної бази туризму, поліпшити інфраструктуру загального користування та створити високоякісний конкурентоспроможний туристичний продукт.

### **3.3. Рекомендації щодо покращення стимулювання в'їзного туризму в Україні**

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

В'їзний туризм в Україні, і туризм загалом є важливою економічною гілкою. Він займає важливе місце в зовнішньоекономічних відносинах, сприяє розвитку світової торгівлі та стимулює активізацію міжнародного торгового обігу.

Дослідженнями, щодо проблем розвитку в'їзного туризму займаються такі вчені: Багрова І.З., Виноградова О.В., Гулевська Н.М., Бутко І.І., Кухарська Н.О., Король О.Д., Ткаченко Т.І., Смирнова І.Г [36 с.54].

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

Україна має можливості для розвитку в'їзного туризму, тому що вона має сприятливе географічне розташування, клімат, багатий природній та ресурсний, історичний та культурний, туристичний та рекреаційний потенціал, які сприяють умовам для швидкого розвитку в'їзного туризму на території нашої держави.

На світовому ринку туристична галузь України має не високу репутацію та довіру серед іноземних туристів через низьку конкурентоспроможність українського туристичного продукту, що не дає їй змоги посісти гідне місце серед інших країн Європи. Тому для того, щоб активно розвинути в'їзний туризм в Україні необхідно продумати та створити його маркетингову стратегію стимулювання, яка б стала сприятливою для збільшення кількості в'їзних туристів, допомогла б краще використовувати наявний рекреаційно – туристичний потенціал усіх регіонів України та сприяла б створенню позитивного іміджу на світовому ринку туристичних послуг [25 с.201].

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

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

- слабкий розвиток інформаційної інфраструктури туризму, що не дає змоги іноземним туристам отримати точну, достовірну та чітку інформацію, щодо певного туристично – рекреаційного регіону України;
- низький рівень розвитку технічної інфраструктури туристичної сфери ( збір сміття, стан доріг, недостатні засоби комунікації, освітлення доріг) та незадовільний темп її реорганізації;
- не відповідний рівень обслуговування до міжнародних стандартів обслуговування, що свідчить про низький рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу, це особливо стосується великих оздоровчих комплексів та дешевих готельних підприємств;
- невиразність державної туристичної політики у розвитку в'їзного туризму;
- відсутність підтримки держави щодо розвитку в'їзного туризму та туризму в Україні загалом;
- відсутність розробки туристичних маршрутів міжнародного значення в Україні;
- економічна та політична нестабільність в Україні;
- слабка екологічна безпека;

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

1. Дослідити рекреаційний та туристичний потенціал DESTИНАЦІЙ України, визначити ряд найпривабливіших для в'їзних туристів туристичних та рекреаційних пропозицій, за потребою провести їх відновлення та створити відповідні умови для їх подальшого відвідання;
2. Створити сучасну матеріально – технічну інфраструктуру туризму. В першу чергу заходи державної туристичної політики мають бути: зменшені податкові навантаження, розробити ряд бізнес – проектів щодо будівництва та реконструкції діючих закладів готельного господарства, розробити мережу цікавих туристичних маршрутів міжнародного призначення на території України з врахуванням інтересів в'їзних гостей [25 с.205-206];
3. Покращити транспортну інфраструктуру прикордонних зон, на територіях автомобільних шляхів та міжнародних транспортних коридорів, а також облаштувати їх всіма необхідними об'єктами;
4. Розвинути інформаційну інфраструктуру в'їзного туризму, в яку мають входити:
  - Розробка вітчизняної системи бронювання та резервація туристичних послуг;
  - Збір та обробка статистичних даних про виставки, рекламу, виставково – ярмаркову діяльність на міжнародному, регіональному та вітчизняному рівнях;
  - Створити та підтримувати діючий веб – сайт з туристичною рекламою регіонів України та відповідно до цього створити електронні довідники з переліченими туристичними фірмами з асортиментом та вартістю туристичних послуг, які вони надають, перелік туристичних маршрутів та їх транспортне забезпечення [64].

5. Серед необхідних стимулюючих рекомендацій, які будуть популяризувати визначні рекреаційні та туристичні пропозиції регіонів нашої держави на світовому ринку:
  - Здійснення регулярних рекламних кампаній у засобах масової інформації з ціллю реклами туристично – рекреаційних регіонів України на зовнішньому ринку та презентація України у світовому туристичному просторі;
  - Побудова та відкриття туристичних представництв нашої країни за кордоном та забезпечити їх необхідною кількістю інформаційних та рекламних матеріалів про туристичні та рекреаційні переваги регіонів України [64 с.212]

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

1. Забезпечити безпеку іноземних туристів та захистити їх законні права та інтереси, це буде сприяти якості наданих туристичних послуг та дотриманню конституційних прав іноземних громадян:
  - Потрібно вести моніторинг надзвичайних подій, які трапляються в Україні;
  - Надавати невідкладну допомогу іноземним туристам, які опинилися у надзвичайних ситуаціях або постраждали під час подорожі;
  - Створити “гарячу лінію” для прийому та ведення скарг іноземців та надавати їм туристичну інформацію;
  - Посилити відповідальність суб'єктів туристичної діяльності перед іноземними споживачами туристичних послуг;

Практично у два рази зменшився потік в'їзних туристів до України та і надалі продовжує знижуватися. За даними Адміністрації Держприкордонслужби у 2015 році Україну відвідало – 12,9 млн. в'їзних туристів, у 2014 році – 13,2 млн., тоді як у 2013 – 25,7 млн. туристів.

Україна стає менш популярною серед іноземних туристів, оскільки в уяві іноземців складається враження повномасштабної війни, а країну сприймають як гарячу точку.

Подолавши всі негативні тенденції, які стримують, а не стимулюють розвиток в'їзного туризму в Україні, що дасть змогу прискорити економічне зростання країни та збільшить кількість в'їзних туристичних потоків.

Для покращення ефективності та кращого результату така програма розвитку в'їзного туризму в Україні має бути доповнена розвитком кожного окремого регіону України, де також мають бути розроблені рекомендації для стимулювання в'їзного туризму, так і щодо розвитку туризму загалом.

Потрібно звернути увагу на створення та реалізацію концепції перспективного розвитку в'їзного туризму, що базується на принципах соціалізації, екологізації та інформатизації в сфері в'їзного туризму та туристичної галузі загалом.

Стратегічні напрямки стимулювання в'їзного туризму мають такі основні цілі:

1. Соціальна ефективність (соціалізація в'їзного туризму):

- Реконструкція та модернізація наявної матеріально-технічної бази в'їзного туризму;
- Формування ринку тур. продукту, орієнтованого на національні цінності;
- Заходи з активізації дитячого в'їзного туризму;
- Організація елітарного в'їзного туризму;
- Впровадження тур. ренти як джерела фінансування в'їзного туризму;
- Залучення сільського населення до тур. діяльності;
- Популяризація нац. історико-культурної спадщини;

2. Екологізація в'їзного туризму:

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



- Впровадження екологічно чистих технологій тур. Обслуговування;
- Стимулювання розвитку екологічних видів туризму;

### 3. Інформатизація туризму:

- Рекламна діяльність у сфері в'їзного туризму;
- Маркетингові дослідження тур. процесів;
- Забезпечення інформаційних зв'язків між суб'єктами тур. діяльності;
- Заходи з популяризації тур. потенціал у регіону.

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

Наступним важливим напрямком стимулювання в'їзного туризму є екологізація. Це пояснюється не лише потребою збереження навколишнього середовища в процесі туристичної діяльності, а й збільшенням популярності екологічного виду туризму серед в'їзних туристів.

Важливе місце у в'їзній туристичній політиці посідає економічне стимулювання розвитку туризму. В цій сфері головними є три аспекти:

1. Фінансування в'їзного туризму;
2. Податкова політика цієї сфери;
3. Взаємини між органами влади та суб'єктами туристичної діяльності [2 с.69];

Не менш важливим, на нашу думку, у стимулюванні в'їзного туризму є інноваційна діяльність.

Отже, інноваційна діяльність – це комплекс наукових, технічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, що приводять до інновації. Робота буде вважатися інноваційною тоді, коли в неї будуть приноситися нові знання та технології, будуть застосовуватися підходи для отримання результатів, що є широко затребуваними в суспільстві. Інноваційну діяльність будь якого туристичного підприємства можна визначити як

взаємну працю всіх працівників, що буде спрямованою на створення та впровадження нововведень. Інноваційна діяльність має системний характер, систему утворюють суспільство та суб'єкти інноваційної діяльності [38 с.31].

Головними напрямками інноваційної діяльності у в'їзному туризмі є:

- Створення та випуск нових видів туристичного продукту, ресторанного продукту та готельних послуг, і т. д.;
- Користування новою технікою та технологіями при виробництві традиційних продуктів;
- Користування новими туристичними ресурсами, якими не користувалися раніше;
- Інша організація виробництва та споживання вже знайомого туристичного продукту, ресторанного продукту чи готельної послуги; це може бути новий маркетинг чи новий менеджмент;
- Пошук та використання нових ринків для збуту туристичних послуг.

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

Інновації у сфері в'їзного туризму скеровують свою діяльність на створення нового або вдосконалення існуючого туристичного продукту.

Стимулюючим фактором впливу на інноваційні процеси у в'їзному туризмі є:

- новостворені напрямки науки та техніки, поява нових технологій;
- політичний та економічний стан в регіонах світу та країнах;
- нововведення, які здійснюються міжнародними організаціями;
- державні закони, що визначають економічні та політичні правила функціонування туристичних фірм, туди входить і державна концепція розвитку в'їзного туризму;
- зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямів, послуги, які не відповідають потребам іноземних туристів, зміна

попиту, поява нових вимог з боку іноземних споживачів до якості тур. продукту;

- запровадження нововведень в діяльність суміжних із туристичною сферою галузей ( транспортні компанії, готелі, засоби зв'язку, тощо);
- бажання фірм зміцнити позиції на ринку або боротьба за виживання;
- непередбачувані події, які не залежатимуть від волі людини: катастрофи екологічного та техногенного характеру, тероризм та ін.;

Комп'ютери та Інтернет повною мірою впливають на реорганізацію у в'їзному туристичному бізнесі, отже за допомогою цих засобів відбувається величезний вплив та стимулювання в'їзних споживачів туристських послуг.

Інтернет дає змогу туристичним фірмам, без значних витрат отримати доступ до більшої кількості груп іноземних споживачів з метою передачі туристичної інформації про продукти та фірму в цілому та її продажі; розповсюджувати інформацію про свою роботу; швидко ухвалювати заявки іноземних туристів та проводити бронювання необхідних послуг; зменшити витрати на друк та виготовлення інформативної продукції; спростити взаємодію в партнерських відносинах на ринку.

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

### **Висновки до розділу 3**

Проаналізовано, що сучасний в'їзний туризм це та економічна сфера у життєдіяльності суспільства, яка в певній мірі впливає на всі галузі. Стратегічна мета розвитку в'їзного туризму визначається, як конкурентоспроможність туристичного продукту на світовому ринку та його здатність найкращим чином задовільнити туристичні потреби в'їзних іноземних туристів та на цій основі забезпечити розвиток території країни та її соціально – економічних інтересів і при цьому зберегти екологічну рівновагу та історико – культурне докiлля.

Визначено, що у розвитку в'їзної туристичної галузі є значні проблеми. Серед яких слабе фінансування з боку держави, відсутність розвиненої інфраструктури, слабка якість обслуговування, не якісна реклама і т.ін.

Вивчено, що стратегії розвитку в'їзного туризму досліджувало багато вчених, серед них такі як Мальська М.П., Шершньова О. В., Ушаков Д.С. та ін.

Ми визначили, що шляхи збільшення в'їзних туристичних потоків базуються на туристичному потенціалі території, а саме природніх, культурних та історичних ресурсах. Є три головні аспекти туристичного потенціалу будь якої території це імідж, інфраструктура та ресурси.

Невід'ємною складовою у в'їзному туризмі є транспортне забезпечення. На сьогодні стан транспортної інфраструктури в Україні є незадовільним. Не менш важливу роль відіграє бренд країни, який формує враження іноземних відвідувачів про ту чи іншу іноземну державу.

Україна має всі сприятливі умови для стимулювання в'їзного туризму, це географічне положення, сприятливий клімат, багатий природній, культурний та історичний світ, та ін.

Отже, щоб сприяти стимулюванню в'їзного туризму необхідно розвивати інформаційну інфраструктуру, технічну інфраструктуру, вдосконалювати персонал сфери туризму, державну туристичну політику,

розробляти міжнародні туристичні маршрути, покращити екологічну, економічну та політичну ситуацію в Україні.

Одну із головних ролей у стимулюванні в'їзного туризму відіграє безпека іноземних туристів на території України. Адже саме через боязнь за свою безпеку в останні роки кількість іноземних туристів різко зменшилася у зв'язку зі складною політичною ситуацією в Україні. Тому зараз важко робити певні прогнози на рахунок покращення стану відвідин України в'їзними туристичними потоками до того моменту поки не закінчиться війна в Східній частині України.

Ще одним із головних аспектів стимулювання в'їзду до України іноземних туристів, ми віднесли, інноваційні технології. На нашу думку, в теперішній час, запровадження інноваційних процесів відіграє велику роль у розвитку та стимулюванні людей інших країн відвідувати нашу державу.

Адже за допомогою технологічного забезпечення відбувається інформування іноземного контингенту населення про нашу країну, тим самим вітчизняні туристичні підприємства роблять усі можливі маркетингові ходи для того, щоб збільшити в'їзний туристичний потік.

Завдяки мережі Інтернет іноземні туристи можуть дізнатися про Україну, її культурну та історичну спадщину, природні ресурси, наявний готельний, ресторанний та відпочинковий фонд, а також про кількість інших іноземців, які відвідують Україну протягом року.

Отже, державним органам України, туристичним підприємства та самим жителям України потрібно докласти чималих зусиль, щоб збільшити довіру іноземних туристів до нашої країни та сформувати в їх очах позитивний імідж держави в якій ми проживаємо, для цього потрібно зберігати, покращувати та рекламувати всі туристичні об'єкти України, покращити стан транспортних шляхів, залучати та заохочувати молодь, щоб стати висококваліфікованими працівниками в області туризму.

## **ВИСНОВКИ**

У нашій дипломній роботі вирішено науково – практичні завдання перспектив розвитку в'їзного туризму та методи його стимулювання. Проведене дослідження дозволяє зробити висновки та надати пропозиції щодо практичного, методичного та теоретичного змісту.

Вагомим та одним із важливих чинників, які мають вплив на формування та вдосконалення туристичного продукту є туристичні ресурси. Їх потрібно розглядати у різних аспектах, починаючи від природнього забезпечення, історичної спадщини та інтелектуальних доробок країни, і закінчуючи дослідженнями її теперішніх досягнень.

Аналізуючи туристичні ресурси можна засвідчити про їх різноманітність на українській території. Але варто сказати, що ці ресурси, дуже часто за певних умов руйнуються або не пристосовані для використання іноземними туристами.

Україна має велику кількість занедбаних чи зруйнованих пам'яток культури ( замків, фортець, церков і т.д.). Більш ніж 1500 пам'яток архітектури чекають на проведення реставраційної роботи та адаптування до сучасного туризму. Слабке фінансування на даний час є головною проблемою, яка затримує цю роботу. Якщо держава не прийме рішучих дій щодо цих пам'яток то ці об'єкти ще довгий час будуть чекати зручного моменту для їх ремонту.

Варто не обминати увагою естетичний та культурний ландшафт, потрібно зберігати його та робити відповідним до регіональних особливостей. На це звертають особливу увагу іноземні в'їзні туристи.

Аналізуючи готельне господарство можна сказати про недостатню кількість готелів середнього та нижчого рівня послуг, а саме двох та трьох зіркових готелів.

Важливим недоліком, який перешкоджає розвитку в'їзного туризму в Україні є недостатнє фінансування, яке повинне спрямуватися на розширення готельної бази.

Слабке транспортне обслуговування туристів потребує зміни великої кількості зношеного автотранспорту та залізниці. Не значна транспортна доступність в Україні є одним із мінусів, які обмежують розвиток в'їзного туризму.

Важливою для в'їзного туризму є активація програми побудови автострад. Насамперед це стосується доріг, які мають сполучення із європейськими державами. Побудова доріг повинна проходити разом із модернізацією та вдосконаленням контрольно – пропускних пунктів на державних кордонах, а також збільшення їх кількості для того, щоб уникнути величезних черг.

Слід виокремити, що окрім названих проблем важливим аспектом країни серед іноземців є створення та підтримання малих елементів туристичної інфраструктури, а саме чистота міст та доріг, створення великої кількості дороговказів до туристичних центрів на вітчизняній та іноземній мові.

Туристичні потоки іноземних туристів базуються передусім стандартними пропонованими послугами, обслуговуванням та цінами на послуги. Розвинена туристична інфраструктура, яка б сприяла створенню пропозицій на рівні теперішніх вимог до послуг, є фактором зростання туристичних потоків. Потрібне також створення сучасних фондів розміщення та баз для харчування, розвинених інформаційних систем, бронювання готелів та квитків.

Потрібно, щоб держава підтримувала розвиток малого підприємництва, це може бути зменшення податків, оскільки підприємництву є можливим розвиток туристичної інфраструктури.

Можна стверджувати, що більшість туристичних підприємств на сьогодні працюють на вивіз туристів із України. А сфера в'їзного туризму в Україні йде на спад. Туристичні організації стикаються з рядом проблем при прийомі іноземних в'їзних туристів, а саме складність візових процедур, не якісні вітчизняні автодороги, не розвинена інфраструктура.

Проведений аналіз показує нам, що в'їзний туризм в усіх регіонах країни розвивається нерівномірно. Є регіони та окремі області багаті на історичні та культурні елементи, є дестинації багаті на лікувально – оздоровчі та інші природні ресурси.

Але все ж таки в цілому, такий стан в'їзного туризму не є задовільним та потребує свого вдосконалення. Потрібно приймати термінові економічні та юридичні заходи, як на регіональному так і на державному рівнях.

Отже, на нашу думку, дотримуючись цих вищезгаданих рекомендацій, процес вирівнювання стану в'їзного туризму в регіонах України та держави в цілому значно покращиться та сприятиме збільшенню в'їзних туристичних потоків.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В. И. Экономика и организация туризма / В. И. Азар. – М: Профиздат, 1993.– 214 с.
2. Азар В.И. Экономика туристского рынка/В.И. Азар, С.Ю. Туманов//. - М.: ИПК госслужбы, 2009. – 203 с.: ил. - ISBN 5-94125-050-9.
3. Балабанов И.М. Экономика туризма . – М.: Финансы и статистика, 2011. – 338с.
4. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України [Текст] /О.О.Бейдик. - К.: КНУ ім. Шевченка, 2001. - 395 с.
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України [Текст] / О.О.Бейдик. - К.: КНУ ім. Шевченка, 2001. - 395 с.
6. Білецька І.М., Карташевська І.Ф., Плугар О.В. Навчальний посібник «Організація підприємницької діяльності у туризмі», 2011. – с.43
7. Burns Peter. Tourism: A New Perspective / Peter Burns, Holden Andrew. – London: Prentice Hall, 1995. – 239 p.
8. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>.
9. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одесса: Изд-ство «Черноморье», 1997. – 160 с.
10. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одесса: Изд-ство «Черноморье», 1997. – 160 с.
11. Головне управління статистики Львівської області [Електронний ресурс] <http://www.lv.ukrstat.gov.ua>.
12. Головне управління статистики Івано – Франківської області 2017р [ Електронний ресурс] : <http://ifstat.gov.ua>.
13. Goeldner Charles R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / R. Charles Goeldner, J. R. Ritchie: [9th ed.]. – N.-Y.: John Wiley and Sons, Inc., 2002.– 642p.

14. Данилишин Б. Научно-инновационное обеспечение устойчивого экономического развития Украины / Б.Данилишин, В.Чижова // Экономика Украины. – 2004. - № 3. 10с.
15. Державна туристична адміністрація України, Державний комітет статистики України, Наказ Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності (Методика, п.2.1) 12.11.2003 N 142/394.
16. Державна служба статистики України, Головне управління статистики у Львівській області 2016р “Львівська область у цифрах 2015”.
17. Діяльність колективних засобів розміщення та туристичних організацій Львівської області у 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/press/2015/r15\\_30\\_29.pdf](http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/press/2015/r15_30_29.pdf).
18. Державної служби туризму і курортів: <http://www.tourism.gov.ua>.
19. Донцова Л.В. Інноваційна діяльність М.: 2006. 320 с.
20. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
21. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А.Жукова. – М.:Финансы и статистика,2006. – 200 с.
22. Закон України “Про туризм” від 15 вересня 1995р.
23. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – № 31. – 1995. – с. 241.
24. Збірник статистичних даних ЮНВТО 2016 р.
25. І. С. Пурська Регіональна економіка. – 2008. – №4. – С. 200-207.
26. Кабушкин Н. И. Менеджмент в туризме / Н. И. Кабушкин. – Минск: Издательство БГЭУ, 1999. – с.644.
27. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. Изб. труды в 5 т. / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 384с. – (Т.3: Новые цели и функции туризма: экономика и управление).
28. Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навч. посібник. – Чернівці: Книги – XXI,- 2008. – 334 с.

29. Кифяк В.Ф. Організація туризму: Навч. посібник. – Чернівці: Книги – XXI,- 2008. – 334 с.
30. Конституція України.
31. Культура і туризм у Львові. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ct.lviv.ua>.
32. Лола Ю. Ю.Науковий вісник Ужгородського університету, 2011 р.
33. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
34. Міжнародний імідж України: міфи і реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://razumkov.org.ua/additional/analitical\\_report\\_NSP3\\_ukr.pdf](http://razumkov.org.ua/additional/analitical_report_NSP3_ukr.pdf).
35. Міністерство культури і туризму України «Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі» 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C>.
36. Місце міжнародного туризму в системі світового ринку послуг /Економіка та держава. – 2009. – № 12. – С. 54-57.
37. Михайловський М.О., Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. «В'їзний туризм» Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
38. Новіков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Новіков. - М.: Видавничий центр «Академія», 2007. - 208 с.
- 39.Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua).
- 40.Офіційний сайт туристичної державної адміністрації [Електронний ресурс].- <http://www/tourism.gov.ua>.
41. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
42. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2068-2010-%F0>.

43. Положення про Державне агентство України з туризму та курортів : Указ від 08.04.2011 р. № 444/2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.mtu.gov.ua/uk/show/polozennja\\_turizm.html](http://www.mtu.gov.ua/uk/show/polozennja_turizm.html).

44. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів [Текст] / Під заг.ред.проф.В.К.Федорченка. - К.: Юрінком Інтер, 2002. - 640 с.

45. Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні: Указ Президента України № 726 від 24.12.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/136/2007>.

46. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / П. Р. Пуцентейло – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 344 с.

47. Руденко В.П. Довідник з географії природно-рекреаційного потенціалу України [Текст] / В.П.Руденко. - К.: Вища школа, 1993.

48. Рутинський М.Й. Сучасний стан та напрямки розбудови курортно-рекреаційної інфраструктури Івано-Франківщини [Електронний ресурс] / М.Й. Рутинський. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/rutynsk.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/rutynsk.htm).

49. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму [Текст] / І.В.Смаль. - Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. - 264 с.

50. Стратегія розвитку та маркетингу туризму івано -франківської області до 2015 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://frrt.if.gov.ua/Ukr/turizm/strateg\\_do\\_2015.pd](http://frrt.if.gov.ua/Ukr/turizm/strateg_do_2015.pd).

51. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London, 2015. – 24 с.

52. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 World Economic Forum. – Geneva. – 501 с.

53. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www3.weforum.org/doc/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/doc/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf).
54. Туристична діяльність в Одеській області у 2012 році : [статистичний збірник]. – О. : Головне управління статистики в Одеській області, 2013. – 50 с.
55. Туристична діяльність в Одеській області у 2013 році : [статистичний збірник]. – О. : Головне управління статистики в Одеській області, 2014. – 48 с.
56. Туристична діяльність в Одеській області у 2014 році : [статистичний збірник]. – О. : Головне управління статистики в Одеській області, 2015. – 47 с.
57. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт.; за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 220 с.
58. Український географічний журнал, 2012 р. - №1, О.О. Бейдик, Н.О. Новосад “Факторний аналіз формування потоків в’їзного туризму України”.
59. UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition. – 16 с.
60. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма [Текст] / Д.С.Ушаков. - М.:МарТ; Ростов н/ Д: МарТ, 2006. - 384с.
61. Цехла С.Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии / С.Ю. Цехла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), № 2. – 373-380с.
62. Чкан А.С. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету / А.С. Чкан // Економічні науки. – 2012. – № 2 (18). – Т. 3. – С. 276–290.
63. Шершньова, О.В. Нормативно-правове закріплення видових класифікацій туризму в Україні та їх відповідність міжнародним вимогам [Текст] / О.В. Шершньова // Верховенство права у процесі державотворення та захисту прав людини в Україні : матер. ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (30-31 травня 2008 р., м. Острого). — Острого : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2008. —390—393 с.

64. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія.  
– К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2008. – 597 с.
65. <http://ua.avestravel.com.ua>.

# Додатки

Прізвище та ініціали вченого	Визначення терміну “в’їзний туризм”
ЮНВТО	термін “в’їзний туризм” має французьке походження <i>tour voyage</i> , що означає прогулянка, поїздка за кордон або подорож у вільний час, та є одним із видів активного відпочинку
Н.Ф.Реймерс	в’їзний туризм це будь яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами і об’єктами [28]
О.О. Бейдик	в’їзний туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями [28 с.10]
Л. Абалкін	в’їзний туризм, тимчасове переміщення людей із постійного місця проживання в іншу місцевість чи країну у межах своєї держави з метою отримання задоволення та відпочинку, в пізнавально – оздоровчих цілях, але без заняття оплачуваною діяльністю у місці перебування [4,6,9,14,25].
В.Квартальнов та М.Кабушкін	в’їзний туризм – це поїздки або походи, які відбуваються у вільний час та не зв’язані з роботою та зміною постійного місця проживання, а є сферою послуг для задоволення потреб туристів і являють собою сукупність відносин та єдність зв’язків і явищ, що супроводжують людину в подорожах [19 с.514;26с.311; 27 с.311].
В.Герасименко	в’їзний туризм – це одна із форм міграції населення, що пов’язано з рухом, подорожжю, доланням простору, з іншої сторони туризм – суспільно – економічне явище, що є своєрідною галуззю господарської діяльності [10 с. 54].
В. Азар	в’їзний туризм – складна економічна система, з різними зв’язками між певними елементами в межах окремої країни, так і зв’язків національної економіки із світовим господарством [1 с.76]



Р. Бернс	наголосив на поєднанні ділових та соціальних цілей в'їзного туризму, і з'ясував, що продуктивність вирішених бізнес - питань під час подорожі є вдвічі вищою ніж при роботі в офісі [7].
Ч. Госднер та Р. Річі	в'їзний туризм - це форма ведення сучасного бізнесу, що дозволяє оптимізувати час керівника, оскільки дозволяє поєднувати роботу та відпочинок разом [13].
Авторське	в'їзний туризм – це подорож (поїздка) з країни постійного місця проживання в іншу країну із спортивними, оздоровчими, культурними, освітніми, професійно – діловими, пізнавальними та іншими цілями, з метою задоволення своїх духовних потреб та без заняття оплачуваною діяльністю в країні перебування.

*Табл. 1.1 Тракткування вченими терміну “в'їзний туризм”*



## Умови розвитку туризму

<b>Фактори розвитку туризму</b>	
<b>Позитивні</b>	<b>Негативні</b>
Стабільність і відкритість політики та економіки	Напруженість у міжнародних відносинах
Зростання суспільного багатства і доходів населення	Нестабільність політики та закритість економіки
Скорочення робочого і збільшення вільного часу	Стагнація економіки та падіння добробуту населення
Розвиток транспорту, засобів комунікації та інформаційних технологій	Невпорядкованість туристичних ресурсів
Посилення урбанізації	Не розвинута індустрія туризму
Побудова інтелектуального суспільства	Нераціональне використання культурно-історичної і культової спадщини й довкілля
Орієнтація країни на інтелектуальну економіку	Низький рівень доходів населення та нестача вільного часу
Заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму	Забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека
Зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку	Юридичні обмеження туризму: заборона на вільне пересування туристів, наявність недоступних для туристів зон тощо

Спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання	Низький рівень знань про туризм серед населення, погана реклама, недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства
Стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг	Відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів

Додаток В

## Розділ II

### ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

**Стаття 6.** Основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму; визначення порядку класифікації та оцінки туристичних

ресурсів України, їх використання та охорони;

- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму; нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);
- ліцензування в галузі туризму, стандартизації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу; { Абзац сьомий частини другої статті 6 із змінами, внесеними згідно із Законами N 1193-VII ( [1193-18](#) ) від 09.04.2014, N 124-VIII ( [124-19](#) ) від 15.01.2015 }
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу; організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється іншими способами, визначеними законом.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України ( [254к/96-ВР](#) ) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;  
збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.  
Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:
- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій
- у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

**Стаття 7.** Органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму  
Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою  
України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом  
виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у  
сфері туризму та курортів, Верховною Радою Автономної Республіки  
Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими  
державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а  
також іншими органами в межах їх компетенції.

**Стаття 8.** Повноваження Верховної Ради України, Верховної  
Ради Автономної Республіки Крим та органів  
місцевого самоврядування в галузі туризму

1. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі  
туризму належать:

- визначення основних напрямів державної політики в галузі  
туризму;

- визначення правових засад регулювання відносин у галузі  
туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними  
нормами міжнародного права;

- визначення в законі про Державний бюджет України обсягу  
фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України  
( 254к/96-ВР ) може брати до свого розгляду й інші питання, що  
стосуються туризму.

Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні  
ради відповідно до їх повноважень:

- затверджують регіональні програми розвитку туризму, що  
фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і  
районних бюджетів;

- визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних  
і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних

програм розвитку туризму;

- контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.

2. Верховна Рада Автономної Республіки Крим відповідно до Конституції ( 254к/96-ВР ) та законів України здійснює інше нормативне регулювання з питань туризму, історико-культурних заповідників, музеїв, інших закладів культури, вирішує питання щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму тощо.

3. Представницькі органи місцевого самоврядування - сільські, селищні, міські ради відповідно до їх повноважень:

затверджують місцеві програми розвитку туризму;

визначають кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму;

доручають своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму за рахунок коштів місцевого бюджету;

вживають заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

## **Стаття 9. Повноваження Кабінету Міністрів України в галузі туризму**

Кабінет Міністрів України відповідно до Конституції ( 254к/96-ВР ) та законів України:

- здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму;

- розробляє та затверджує програми розвитку туризму в Україні і фінансує їх виконання відповідно до бюджетного законодавства;



- приймає нормативно-правові акти, що регулюють відносини в галузі туристичної діяльності;
- забезпечує раціональне використання туристичних ресурсів і вжиття заходів для їх збереження;
- сприяє розвитку туристичної індустрії та створенню ефективної туристичної інфраструктури;
- вживає заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності;
- організовує та забезпечує реалізацію державної інвестиційної політики в галузі туристичної діяльності;
- готує та подає на розгляд Верховної Ради України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки проектів і програм з розвитку туризму;
- інформує Верховну Раду України про виконання програми розвитку туризму в Україні;
- визначає порядок організації рятувальних команд і порядок вжиття рятувальних заходів;
- створює державну систему наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності;
- здійснює міжнародне співробітництво в галузі туризму;
- вирішує інші питання, віднесені Конституцією ( 254к/96-ВР ) та законами України до його повноважень.

**Стаття 10.** Повноваження центральних органів виконавчої влади, що забезпечують формування державної політики у сфері туризму та курортів

1. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів:

- організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів;

- бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення;

- забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні; організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

{ Абзац шостий частини першої статті 10 виключено на підставі Закону N 124-VIII ( 124-19 ) від 15.01.2015 }

- організує здійснення контролю за якістю наданих туристичних послуг;

- реалізує державну інвестиційну політику в галузі туризму та курортно-рекреаційній сфері;

- бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури;

- бере участь у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації кадрів, визначенні пріоритетних напрямів наукових досліджень у галузі туризму та проведенні науково-дослідних робіт у цій галузі;

- проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну і її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;

- у межах своєї компетенції розробляє, укладає і виконує міжнародні договори в галузі туристичної діяльності, представляє країну у міжнародних туристських організаціях і на міжнародних заходах щодо туризму;

- вживає заходів щодо розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;

- сприяє координації діяльності органів виконавчої влади,

суб'єктів підприємницької діяльності, їх об'єднань, що здійснюють діяльність у галузі туризму;

- надає суб'єктам туристичної діяльності методичну, консультативну та іншу допомогу;
- пропонує для спільного використання юридичними особами та громадянами-підприємцями, які надають туристичні послуги, знаки для товарів і послуг;
- поширює соціальну рекламу в галузі туризму;
- для забезпечення реалізації своїх повноважень, узгодження та врахування інтересів суб'єктів туристичної діяльності утворює координаційно-дорадчий орган.

2. Інші центральні органи виконавчої влади в межах своїх повноважень:

- забезпечують реалізацію державної політики в галузі туризму;
- здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації державної політики в галузі туризму;
- беруть участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів реалізації державної політики в галузі туризму.

## **Стаття 11. Повноваження Ради міністрів Автономної Республіки**

Крим, місцевих державних адміністрацій,  
виконавчих органів місцевого самоврядування  
в галузі туризму

1. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень:

- здійснюють виконавчі та організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму;
- розробляють проекти регіональних програм розвитку туризму і

подають їх для затвердження відповідно Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним і районним радам;

- вживають заходів щодо виконання регіональних програм розвитку туризму;

- сприяють туристичній діяльності у своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури;

- розробляють і впроваджують заходи для захисту місцевих туристичних ресурсів;

{ Абзац сьомий частини першої статті 11 виключено на підставі Закону N 1193-VII ( 1193-18 ) від 09.04.2014 }

- аналізують ринок туристичних послуг у межах адміністративно-територіальних одиниць, представляють центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, необхідні відомості про розвиток туризму в адміністративно-територіальних одиницях;

- здійснюють соціальну рекламу туристичних ресурсів, утворюють відповідні інформаційні центри;

- сприяють дитячому та молодіжному туризму;

- беруть участь у підготовці, перепідготовці і підвищенні кваліфікації кадрів у галузі туристичної діяльності, що фінансуються за рахунок коштів місцевого бюджету;

- надають суб'єктам туристичної діяльності методичну і консультативну допомогу щодо організації їх діяльності;

- залучають підприємства, установи і організації, розташовані на підпорядкованій їм території, до розв'язання проблем розвитку туризму в регіонах;

- подають центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції стосовно включення заходів з регіональних програм розвитку туризму до відповідних програм;

- вносять у встановленому порядку до центрального органу

виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів, пропозиції про анулювання відповідної ліцензії;

- здійснюють іншу діяльність у галузі туризму відповідно до законодавства.

2. Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

- розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

- вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

- залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

- організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

- сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів; залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі місця;

- сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

## **Стаття 12.** Програми розвитку туризму в Україні

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні

та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі.

Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.