

**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, ДОКУМЕНТНИХ ТА
МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Допущено до захисту

“ _____ ” _____ 2023 р.

Завідувач кафедри туризму,
документних та міжкультурних
комунікацій

_____ О.А.Степанова

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ступінь вищої освіти «бакалавр»

на тему:

ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ

за спеціальністю 242 “Туризм”

Виконала: студентка 4 курсу,
заочної форми навчання,
групи ЗТУ-19-1
Борисюк Юлія Степанівна

Науковий керівник:
доктор культурології, професор
Степанова Олена Анатоліївна

Київ-2023

ЗМІСТ

<u>ВСТУП</u>	4
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ</u>	4
<u>1.1. Поняття та класифікація внутрішнього туризму</u>	7
<u>1.2. Розвиток внутрішнього туризму в Україні</u>	16
<u>1.3. Методологічні підходи до аналізу внутрішнього туризму</u>	23
<u>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</u>	29
<u>2.1. Стан внутрішнього туризму в Україні</u>	29
<u>2.2. Основні напрямки внутрішнього туризму в Україні</u>	39
<u>2.3. Вплив повномасштабної війни на внутрішній туризм в Україні</u>	42
<u>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ СТАНУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</u>	42
<u>3.1. Основні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні</u>	46
<u>3.2. Рекомендації щодо покращення стану внутрішнього туризму в Україні</u>	48
<u>ВИСНОВКИ</u>	52
<u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u>	55
<u>ДОДАТКИ</u>	62

ВСТУП

Актуальність теми. Дана тема є дуже актуальною, оскільки туризм є однією з найважливіших галузей економіки країни і має великий потенціал для розвитку. За останні роки в Україні зросло число туристів, що відвідують країну з різних країн світу, а також збільшилася кількість українців, які подорожують по власній країні.

Україна має значний потенціал для розвитку туризму, але на сьогоднішній день внутрішній туризм є недостатньо розвиненим. Дослідження стану та розвитку внутрішнього туризму в Україні є актуальним завданням, оскільки воно дозволяє визначити проблемні аспекти розвитку туризму в країні та знайти шляхи їх подолання.

У зв'язку з тим, що внутрішній туризм є важливим фактором для економіки країни, розуміння його стану та потенціалу для розвитку є важливим для планування майбутньої стратегії розвитку туристичної галузі в Україні.

Проте, нещодавні події в Україні можуть мати вплив на внутрішній туризм у країні. Зокрема, повномасштабна війна у 2022 році може стати причиною зниження потоку туристів в країну, як внутрішніх, так і з-за кордону. Це може бути спричинене зменшенням інфраструктури та сервісів для туристів, а також погіршенням загальної безпеки в країні.

Однак, варто зазначити, що внутрішній туризм може мати певну стійкість в умовах конфлікту. Українці можуть відкривати нові туристичні напрямки в межах країни, де є менша загроза безпеки, або вибирати місця для відпочинку, що знаходяться поблизу місць зіткнень.

Крім того, внутрішній туризм може відігравати важливу роль у відновленні економіки та розвитку малого та середнього бізнесу в умовах пандемії та війни. Таким чином, розвиток внутрішнього туризму може сприяти збереженню робочих місць та зменшенню негативних наслідків кризи.

Отже, дослідження стану та розвитку внутрішнього туризму в Україні є актуальним не лише для планування майбутньої стратегії розвитку туристичної галузі, але й для знаходження шляхів підтримки туристичного сектору в умовах кризи. Важливо розглядати туризм як один з елементів соціально-економічного розвитку країни та дбати про створення сприятливих умов для подальшого розвитку цієї галузі.

Важливі питання розвитку внутрішнього туризму в Україні та основні напрямки його удосконалення знайшли відображення у працях таких вітчизняних науковців як: О. Бартошук, О. Бейдика, О. Богаченка, С. Гласюка, А. Ільєнка, О. Любіцевої, С. Грабовенської, О. Кальченка, Ю. Карпенка, В. Кіптенка, В. Кифяка, О. Колонтаєвського, Р. Кожухівської, М. Мальської, В. Мацька, Г. Михайліченка, В. Новикової, Н. Опанасюка, Я. Орленка, А. Охріменка, Г. Скліяра, Д. Соловійова, В. Хаустова, Ю. Юрченка, С. Ярмоєнка та інших.

Метою дипломної роботи є дослідження сучасних тенденцій та факторів розвитку внутрішнього туризму в Україні, а також визначення основних напрямів підвищення його ефективності.

Задля досягнення поставленої мети необхідно виконати ряд **завдань**:

- визначити сутність поняття внутрішнього туризму та навести його класифікацію;
- дослідити розвиток внутрішнього туризму в Україні;
- навести методологічні підходи до аналізу внутрішнього туризму;
- проаналізувати стан та основні напрямки внутрішнього туризму в Україні;
- дослідити вплив повномасштабної війни на внутрішній туризм в Україні;
- навести основні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- розробити рекомендації щодо покращення стану внутрішнього туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є аналіз стану внутрішнього туризму в Україні.

Предметом дослідження є розробка рекомендацій щодо покращення стану внутрішнього туризму в Україні.

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи були використані такі загальнонаукові методи дослідження як, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, формалізація, системний підхід.

Практичне значення одержаних результатів корисним для різних зацікавлених сторін, таких як державні органи, підприємства туристичної галузі, місцеві органи самоврядування, туристичні агентства та туристичні компанії. Основні практичні результати, які можуть бути отримані в процесі дослідження, включають такі: визначення потенціалу та проблем в розвитку внутрішнього туризму в різних регіонах України, визначення найбільш перспективних напрямків для розвитку внутрішнього туризму в Україні, визначення проблем, що перешкоджають розвитку внутрішнього туризму в Україні, і вказівки на можливі способи їх вирішення.

Структура роботи. Дипломна робота складається із вступу, основної частини (теоретичного-методологічного, аналітичного та проектно-рекомендаційного розділів), висновків, списку використаних джерел та додатків. В процесі роботи будуть опрацьовані нормативно-законодавчі джерела інформації, вивчені літературні джерела в розрізі аналізу стану внутрішнього туризму в Україні. В роботі використані дані статистичної звітності, нормативні акти, які діють в Україні та теоретичний матеріал щодо внутрішнього туризму.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та класифікація внутрішнього туризму

Внутрішній туризм - це подорожі, що здійснюються людьми в межах своєї країни або територіальної одиниці з метою відпочинку, розваг, культурного пізнання, здорового способу життя або для виконання робочих обов'язків відпочинку.

Внутрішній туризм має велике значення для розвитку туризму в цілому. Він забезпечує зростання економіки, стимулює розвиток інфраструктури, збільшує кількість робочих місць в туристичній галузі, підвищує культурний рівень населення та сприяє розвитку міжкультурного спілкування.

Одним із головних аспектів внутрішнього туризму є його доступність та дешевизна. Ці фактори дозволяють більшій кількості людей користуватися туристичними послугами та відкривають нові можливості для розвитку внутрішнього туризму.[49]

Внутрішній туризм може бути різноманітним: це можуть бути відпочинкові подорожі до курортів, прогулянки по містах та селах, екскурсії до історичних та культурних пам'яток, спортивні події та заходи, релігійні подорожі тощо.

Основними факторами, що впливають на вибір внутрішнього туризму, є наявність достатньої кількості туристичних об'єктів, зручність транспортних засобів, можливість забронювати готельні номери або житло в оренду, якість послуг, безпека тощо.

Отже, внутрішній туризм - це важлива складова туристичної галузі, яка підвищує якість життя населення, сприяє розвитку економіки та культури країни, збільшує кількість робочих місць та створює нові можливості для розвитку бізнесу. Для успішного розвитку внутрішнього туризму необхідно

розвивати інфраструктуру, покращувати якість туристичних послуг, забезпечувати безпеку туристів та здоров'я населення в цілому.[28]

Трактування сутності внутрішнього туризму міститься в окремих документах Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО): «внутрішній туризм включає діяльність відвідувачів-резидентів у межах певної країни (як частина внутрішньої туристичної поїздки або частина виїзної (зарубіжної) поїздки».

Комісія Конференції з національних туристичних ресурсів ЮНВТО запропонувала ще у 1980 році наступне визначення поняття «внутрішній турист» - це особа, яка покидає місце постійного проживання з метою відвідування території, розташованої не ближче 80,5 км від місця постійного проживання, з метою розваг, фахових особистих потреб та інших (за винятком щоденних) переміщень до пункту роботи. [73] Законі України «Про туризм» внутрішнім туризмом визначено «подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території».[39]

В Методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності, затвердженій спільним наказом Держтурадміністрації та Держкомстату України від 12 листопада 2003 року зазначається, що «внутрішній туризм» - це поїздки відвідувачів-резидентів за межі свого звичайного середовища, але в межах своєї країни (подорожі в межах України осіб, які постійно проживають в Україні)».

Таким чином, в загальному розумінні, термін «внутрішній туризм» можна визначити, як туризм в межах «своєї» держави, тобто без виїзду за кордон. У даних подорожах існує маса переваг, наприклад, не потрібно робити закордонний паспорт та оформлювати візу, знати іноземну мову, витратити значні суми грошей на авіаперельоти і проновання готелів, також немає складнощів з обміном валюти та інше. Перелік переваг внутрішнього туризму над виїзним наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Переваги внутрішнього туризму для різних учасників здійснення та
забезпечення туристичної діяльності

Категорія переваг	Зміст переваг	Спрямованість переваг (кому вигідно)
Економічні	Порівняно низька вартість туристичного продукту в цілому та окремих послуг	Туристам; підприємствам, що надають послуги
	Відсутність потреби в необхідності врахування валютного курсу та обміні валюти	Туристам; підприємствам, що надають послуги
	Відсутність потреби в додаткових витратах для комунікацій із зарубіжними партнерами	Підприємствам, що надають послуги
	Посилення позитивних економічних тенденцій (зростання доходів різних суб'єктів, бюджетні надходження, інвестиції, розвиток підприємництва)	Підприємствам, що надають послуги; регіонам та державі
	Можливості отримання інвестицій на розбудову інфраструктури та збереження історико-культурної спадщини	Підприємствам, що надають послуги; регіонам
	Створення сприятливих умов для розвитку іноземного туризму та стимулювання господарських процесів	Регіонам та державі
	Краща прогнозованість бізнесу, менша чутливість до впливу різних негативних зовнішніх факторів	Підприємствам, що надають послуги; регіонам та державі
Соціальні	Розуміння різноманітних процесів суспільного життя та менша ймовірність появи певних проблем та ризиків	Туристам; підприємствам, що надають послуги; регіонам та державі
	Відсутність необхідності пошуку та надання споживачам додаткової інформації	Туристам; підприємствам, що надають послуги

	Відсутність потреби у звиканні до клімату та погодних умов, вживання незвичайної їжі	Туристам
	Збільшення зайнятості населення та сприяння усунення соціальної напруги	Регіонам та державі
Правові	Звичне правове поле для організації та здійснення туристичної діяльності	Туристам; підприємствам, що надають послуги
	Відсутність необхідності врахування паспортно-візових, митних та інших формальностей	Туристам; підприємствам, що надають послуги
	Відсутність у процесі організації подорожі потреби у врахуванні факторів геополітичної ситуації	Туристам; підприємствам, що надають послуги; регіонам та державі
Культурні	Розуміння національної культури, звичаїв і традицій	Туристам
	Культурний розвиток, духовне збагачення	Туристам; державі
	Використання рідної мови, популяризація, збереження та примноження звичаїв, традицій і культурно-історичної спадщини	Регіонам та державі
	Активізація культурних обмінів між регіонами та зниження міжрегіональної напруженості	Регіонам та державі
	Виховання почуття патріотизму, зростання національної свідомості	Туристам; державі
	Багаторазове відвідування DESTИНАЦІЙ та більш тривале перебування	Туристам; підприємствам, що надають послуги; регіонам та державі

На сьогоднішній день існує чимало туроператорів, які пропонують різноманітні види внутрішнього туризму. Все більшої популярності набувають комбіновані тури.[28] Головними мотивами сучасного туриста є пізнавальні, оздоровчі та розважальні подорожі. Крім того, все більшої

популярності набувають професійно-ділові, спортивні, весільні та гостьові поїздки.

Існує кілька способів класифікації внутрішнього туризму, основними з яких є наступні:

1. За масштабом:

- локальний туризм (відвідування місцевих пам'яток, відпочинок в межах одного міста або регіону);
- регіональний туризм (відвідування декількох регіонів або провінцій в межах однієї країни);
- національний туризм (відвідування різних куточків країни).

2. За цілями та мотивами подорожі:

- культурний туризм (відвідування культурних пам'яток, музеїв, галерей тощо);
- релігійний туризм (відвідування релігійних місць, святинь, храмів);
- екологічний туризм (подорожі до заповідників, національних парків та інших екологічно чистих місць);
- спортивний туризм (активний відпочинок, спортивні змагання, екстремальні види спорту);
- гастрономічний туризм (відвідування ресторанів, кулінарних фестивалів, дегустації національної кухні);
- міський туризм (відвідування історичних та культурних пам'яток, унікальних індустріальних об'єктів, а також шопінг та ділові поїздки);
- лікувально-оздоровчий туризм (поїздки в санаторії, профілакторії та курорти з метою покращити своє здоров'я);
- етнічний туризм (відвідування історичного місця проживання, з метою ознайомитись з культурою та історією місцевого населення, пізнати традиції народу на рідних територіях);
- інші.

3. За терміном подорожі:

- короткостроковий туризм (до 3 днів);

- середньостроковий туризм (від 3 до 10 днів);
- тривалий туризм (більше 10 днів).

Стратегією розвитку туризму та курортів України були визначені пріоритетні види туризму, для розвитку яких у нашій країні є необхідні передумови і ресурси та популярність який у світі зростає й це може стимулювати не лише внутрішній, а й в'їзний туризм. Сутнісні характеристики окремих з них наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Сутнісні характеристики окремих видів туризму

Вид туризму	Сутнісні характеристики	Суспільне значення
Міський	Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідування історичних та культурних пам'яток, унікальних індустріальних об'єктів, а також шопінг та ділові поїздки в межах урбанізованих територій	Економічне стимулювання та розвиток міст; підвищення якості життя місцевих мешканців; стимулювання розвитку шопінг-туризму, культурно-пізнавального та ділового туризму
Екологічний (зелений)	Це туризм, який включає подорожі в місця з відносно незайманою природою, з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічні особливості даної місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, за яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення	Розвиток природоохоронної діяльності; поліпшення екологічної ситуації; екологічне виховання; збереження та розвиток народних промислів, культурної спадщини; екологізація сільськогосподарського виробництва; стимулювання розвитку етнічного та сільського туризму

Етнічний	Вид туризму, який здійснюється туристами на місця свого історичного проживання, з метою ознайомитись з культурою та історією місцевого населення, збагатити свій духовний розвиток, пізнати традиції народу на рідних територіях та побути наодинці з природою. Властивий більше людям похилого віку, які ставлять за мету відвідування місць свого колишнього проживання	Має позитивний вплив на розвиток тих регіонів, що відвідуються туристами; сприяє стимулюванню розвитку етнічного туризму
Сільський	Сектор туристичної індустрії, який орієнтований на використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості і її особливостей для створення туристичного продукту	Має позитивний вплив на економічний розвиток тих регіонів, де розміщені туристичні об'єкти сільського туризму
Водний	Є активним і екстремальним видом туризму, в якому використовуються різноманітні плавзасоби – човни, байдарки, катамарани та інші	Екологічне виховання; зміцнення здоров'я туристів
Культурно-пізнавальний	Вид туризму, який ставить за мету знайомство з різними історичними, культурними та архітектурними пам'ятками, відвідування музеїв, театрів, кіно, фестивалів, виставок	Економічне стимулювання та розвиток міст; підвищення якості життя місцевих мешканців
Лікувально-оздоровчий	Вид туризму, який являє собою поїздки в санаторії,	Зміцнення здоров'я туристів; сприяє розвитку готелів та

	профілакторії та курорти з метою поправити своє здоров'я. Як правило, туристи обирають маршрут, який максимально благотворно впливає на організм і надає певний комплекс процедур	закладів лікувально-оздоровчого туризму
Подієвий	Вид туризму, основною метою якого є відвідування певних заходів. Це вид туризму, який містить у собі і традиційний відпочинок та участь у різних заходах	Ознайомлення з культурою та приймання участі у заходах; сприяє розвитку торгівлі, розвитку готельного господарства
Гастрономічний	Вид туризму, який пов'язаний з ознайомлення та дегустацією різноманітних страв національної кухні	Можливість розпізнати найтонші особливості їжі
Спортивний	Вид туризму, головною метою якого є спортивний похід або змагання з видів туризму	Зміцнення здоров'я туристів; ознайомлення з культурою та природою певного регіону
Релігійний	Подорожі до святих місць і релігійних центрів з метою пізнання інформаційно-культурологічних моментів пам'яток релігії та реалізації глибоких внутрішньо психологічних релігійних аспектів віруючої людини	Має позитивний вплив на економічний розвиток тих регіонів, де знаходяться відомі релігійні об'єкти та духовні реліквії; сприяє розвитку готельного та ресторанного господарства, торгівлі, виробництва сувенірів

Внутрішній туризм виконує різноманітні функції, серед яких можна виділити наступні:

1. Соціальна функція: внутрішній туризм забезпечує можливість відпочинку та відновлення сил для населення, що підвищує якість їхнього життя. Також він виконує соціальну функцію шляхом створення робочих

місць та сприяння розвитку малих та середніх підприємств, зокрема туристичного бізнесу.

2. Економічна функція: внутрішній туризм є важливою галуззю економіки країни, оскільки забезпечує розвиток туристичного бізнесу, що збільшує доходи держави та підприємств, зменшує безробіття та сприяє розвитку інших галузей економіки.

3. Культурна функція: внутрішній туризм сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку культурних центрів, які привертають увагу туристів. Також він допомагає пізнавати історію та культуру країни, відвідуючи музеї, галереї, театри, архітектурні та історичні пам'ятки, традиційні свята та фестивалі.

4. Екологічна функція: внутрішній туризм може сприяти збереженню природного середовища, оскільки туристи можуть відвідувати екологічно чисті місця та сприяти їхньому збереженню. Крім того, він може підвищити обізнаність населення про екологічні проблеми та їхні наслідки.

5. Політична функція: внутрішній туризм може сприяти розвитку міжрегіональних відносин та сприяти політичній стабільності. Він може також впливати на формування ідентичності нації та її культурного обличчя.

6. Освітня функція: внутрішній туризм може стати засобом навчання та освіти для туристів, які можуть відвідувати наукові та освітні заклади, музеї, а також брати участь у навчальних програмах та тренінгах.

7. Спортивна функція: внутрішній туризм може пропонувати різноманітні спортивні активності, такі як велосипедні та піший туризм, гірськолижні та водні види спорту, що сприяє підвищенню фізичної активності населення.

Внутрішній туризм має багато функцій, від яких залежить його важливість та значущість для країни та її населення. Внутрішній туризм забезпечує відновлення сил і працездатності людини та, відповідно, психофізіологічних ресурсів суспільства, сприяє раціональному використанню вільного часу людини, підвищенню життєвого рівня місцевого населення,

зростанню рівня зайнятості, розбудові соціально-економічної інфраструктури (шляхів сполучення, систем зв'язку, магазинів, спортивних центрів, кафе, ресторанів, пунктів побутових послуг, підприємств розваг та ін.), зростанню надходжень до державного і місцевих бюджетів через податки, розвитку народних промислів тощо.[19,21]

1.2. Розвиток внутрішнього туризму в Україні

Внутрішній туризм в Україні відіграє важливу роль у розвитку економіки та підвищенні культурного рівня населення. За останні кілька років спостерігається зростання популярності вітчизняного туризму серед українців, що зумовлено кількома факторами.

По-перше, зниження курсу національної валюти зробило подорожі за кордон менш доступними для більшості населення. Це змусило багатьох українців обирати відпочинок в межах країни.

По-друге, держава та приватний сектор активно розвивають туристичну інфраструктуру, що зробило вітчизняний туризм більш привабливим. В Україні існують численні курорти, гірськолижні центри, музеї, історичні пам'ятки, національні парки та інші об'єкти туристичного призначення.[43]

По-третє, розвиток інформаційних технологій дозволяє людям швидко та зручно знаходити інформацію про туристичні місця, замовляти готелі, квитки на транспорт та екскурсії, що значно спрощує організацію подорожей.

Зазначимо, що розвиток внутрішнього туризму в Україні ще не досяг свого повного потенціалу, і держава може більше інвестувати в цей сектор. Туризм може стати важливим джерелом доходів для регіонів,[99] а також забезпечити робочі місця та підвищення культурного рівня населення.

За даними Державної служби статистики України, внутрішній туризм в країні зростає кожен рік. У 2019 році українці здійснили 47,6 млн внутрішніх подорожей, що на 3,3% більше, ніж у 2018 році.[247]

Найбільш популярними напрямками внутрішнього туризму є Закарпаття, Івано-Франківська, Львівська та Одеська області. Також значна кількість українців відпочиває на Чорноморському узбережжі.

У 2020 році пандемія COVID-19 значно вплинула на розвиток внутрішнього туризму.[228] У порівнянні з 2019 роком кількість внутрішніх подорожей зменшилась на 41,2%, і склала 28,0 млн.

Проте, з початком поступового послаблення карантинних обмежень в 2021 році відбулось певне відновлення внутрішнього туризму в Україні. За перше півріччя 2021 року кількість внутрішніх подорожей зросла на 17,9%, до 16,4 млн, порівняно з аналогічним періодом 2020 року.

Після початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року відбулось суттєве скорочення внутрішнього туризму. За перші дні конфлікту, туристичні підприємства, готелі та інші об'єкти туристичної інфраструктури почали скорочувати робочий час або закриватися повністю.[82] Багато туристів, які перебували в різних регіонах країни, негайно повернулися додому або залишилися у готелях і курортних місцях на деякий час.

Крім того, у зв'язку зі зростанням загрози безпеці, багато країн вирішили зменшити або зовсім скасувати свої подорожі в межах країни. Припинення авіа-, залізничного та автобусного сполучення в деякі регіони також змусило багатьох відмовитися від поїздок. [90]З цього приводу уряд України видав спеціальний указ, який передбачав обмеження в'їзду в окремі регіони країни, де військові дії перебували в активній фазі.

Внаслідок війни, туристична галузь в Україні зазнала серйозних збитків, втратила значну частину свого доходу, а також багато підприємств туристичної інфраструктури були змушені припинити свою діяльність. Також війна суттєво вплинула на імідж країни як безпечного туристичного напрямку, що може відлякувати туристів від відвідування України у майбутньому.[89]

Варто відзначити роль державного регулювання внутрішнього туризму в Україні. Державне регулювання в цій галузі спрямоване на створення

сприятливих умов для розвитку туризму в країні, забезпечення якості туристичних послуг та захист прав споживачів.

Однією з головних функцій державного регулювання внутрішнього туризму є стимулювання розвитку туристичної інфраструктури в різних регіонах країни. Це може бути здійснено через різні форми державної підтримки, такі як надання фінансової допомоги, пільг та знижок для туристичних підприємств, підтримка маркетингових кампаній тощо.

Державне регулювання також забезпечує контроль якості туристичних послуг і захист прав споживачів.[183] Для цього створюються відповідні органи державної влади та механізми контролю. Наприклад, Українська асоціація туризму та гостинності веде моніторинг якості туристичних послуг та взаємодіє з державними органами для забезпечення їх вдосконалення.

Крім того, державне регулювання внутрішнього туризму сприяє підвищенню туристичної культури та свідомості серед населення. Це може забезпечити популяризацію національних традицій та культурних цінностей, а також розвиток духовності та взаєморозуміння між народами.

Сутність державного регулювання розвитку туризму полягає у забезпеченні ефективного функціонування туристичної галузі країни, збільшенні її конкурентоспроможності та підтримці розвитку вітчизняного туризму.[90]

Державне регулювання розвитку туризму передбачає прийняття заходів, які включають:

- Розроблення національної туристичної стратегії та плану дій з її реалізації;
- Визначення пріоритетних напрямків розвитку туризму в країні;
- Підтримка розвитку туристичної інфраструктури;
- Створення сприятливих умов для привабливості туристичного продукту;
- Розроблення та впровадження механізмів підтримки туристичних підприємств та забезпечення їх стабільного функціонування;

— Забезпечення безпеки туристів і здійснення контролю за якістю туристичних послуг;

— Взаємодія з іншими державами з питань міжнародного туризму.

Основними цілями державного регулювання розвитку туризму є забезпечення стабільного зростання обсягів туристичної діяльності, збільшення прибутковості туристичної галузі, зміцнення позицій країни на міжнародному ринку туризму, а також забезпечення рівномірного розвитку туристичної інфраструктури в усіх регіонах країни.

В Україні до блоку загального законодавства, крім Конституції України, якою закріплені основні права та свободи людини, а також Цивільного, Господарського та Податкового кодексів України, відноситься цілий ряд інших законодавчих документів, перелік та аспекти впливу на туристичну діяльність яких відображено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Нормативно-правові акти, які регулюють організацію та здійснення внутрішнього туризму в Україні

Назва документу	Рік прийняття, номер	Призначення
Закон України "Про туризм"	15.06.1995 року № 324/95-ВР	Визначає загальні принципи туризму, організацію туристської діяльності в Україні, зокрема, охорону природи, культурної спадщини та забезпечення безпеки туристів.
Закон України "Про охорону культурної спадщини"	08.07.2021 року № 1666-IX	Встановлює правові засади збереження, охорони та використання культурної спадщини України, в тому числі і туристичної.

Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища"	25.06.1991 року № 1264-XII	Встановлює правові засади охорони навколишнього природного середовища, включаючи території, що використовуються для туристичних цілей.
Закон України «Про курорти»	05.10.2000 року №2026-III	Закріплено правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні
Закон України "Про культуру"	22.05.2003 року № 545-IV	Встановлює правові засади розвитку культури в Україні, зокрема туристичної культури, та визначає механізми її захисту та підтримки.
Закон України "Про державні стандарти та технічні регламенти"	18.04.2019 року № 2694-VIII	Встановлює правові засади уніфікації стандартів та технічних регламентів в Україні, включаючи ті, що стосуються туризму.
Закон України «Про музеї та музейну справу»	29.06.1995 року № 250/95-ВР	Регулює суспільні відносини у сфері музейної справи, визначає правові, економічні, соціальні засади створення і діяльності музеїв України та особливості наукового формування, вивчення, обліку, зберігання, охорони і використання Музейного фонду України,

Закон України «Про природно-заповідний фонд України	16.06.1992 року №2456-XII	Визначає правові основи організації, охорони, ефективного використання природно-заповідного фонду України, відтворення його природних комплексів та об'єктів.
Постанова КМУ "Про затвердження Правил забезпечення туристів"	15.05.2013 року № 337	Визначає порядок забезпечення безпеки туристів, їх права та обов'язки, вимоги до туристичних послуг та організації їх надання
Постанова КМУ "Про затвердження Порядку видачі та обміну дозволів на тимчасове в'їздове перебування та транзит проїзд"	01.03.2017 року № 161.	Визначає порядок отримання дозволу на тимчасове перебування в Україні для іноземних громадян та осіб без громадянства, а також порядок обміну цих дозволів.
Постанова КМУ "Про затвердження Порядку видачі ліцензій на здійснення туроператорської діяльності"	31.01.2018 року № 63	Визначає порядок видачі ліцензій на здійснення туроператорської діяльності та вимоги до туроператорів.
Постанова КМУ "Про затвердження Положення про візовий режим в Україні"	21.08.1996 року № 741.	Визначає порядок в'їзду іноземців до України та видачі віз.
Положення КМУ про порядок реєстрації суб'єктів	23.02.2000 № 291	Встановлює порядок реєстрації суб'єктів

туристичної діяльності в Україні		туристичної діяльності в Україні.
Положення КМУ про порядок видачі та анулювання ліцензій на здійснення туристичної діяльності в Україні	23.02.2000 № 292	Встановлює порядок видачі та анулювання ліцензій на здійснення туристичної діяльності в Україні.

В цілому, нормативно-правове регулювання внутрішнього туризму в Україні має на меті забезпечення безпеки туристів, збереження культурної та природної спадщини, розвиток туристичної інфраструктури та підтримку туристичної галузі в цілому.

Наведемо статистику колективних засобів розміщення, їх кількості та кількості осіб які в них перебували. Дані зведено у вигляді табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Динаміка кількості колективних засобів розміщення, кількості місць та осіб, які в них перебували

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од	Кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.	
			усього	з них іноземці
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
2014 ¹	4572	406,0	5423,9	551,5
2015 ¹	4341	402,6	5779,9	665,8
2016 ¹	4256	375,6	6544,8	863,7
2017 ¹	4115	359,0	6661,2	824,5
2018 ^{1,2}	4719	300,0	7006,2	917,9
2019 ^{1,2}	5335	370,6	6960,9	959,4
2020 ^{1,2}	4523	312,1	3379,5	254,4

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

² Розрахунок показників щодо фізичних осіб-підприємців здійснено на підставі адміністративних даних Державної податкової служби.

На основі даної таблиці можна зробити декілька висновків про розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні за останні десять років.

З 2011 по 2019 роки спостерігалось зменшення кількості колективних засобів розміщування в Україні. За цей період кількість готелів та інших засобів розміщення зменшилась на 1359 об'єктів. У 2020 році було зареєстровано зменшення кількості засобів розміщення на 812 об'єктів у порівнянні з 2019 роком. Це може бути пов'язано зі складною економічною ситуацією, що виникла в зв'язку з пандемією COVID-19 та обмеженнями, пов'язаними з карантинними заходами.[124]

Зменшення кількості засобів розміщення у 2020 році може вказувати на те, що готельно-ресторанний бізнес потребує підтримки та допомоги від держави для подолання складної ситуації та збереження робочих місць. Різниця між кількістю засобів розміщення у 2014 та 2015 роках може бути пов'язана зі складною політичною та економічною ситуацією в країні в цей період.

Кількість місць у колективних засобах розміщення (КЗР) з 2011 до 2019 року зменшилась, у 2020 році відбувся спад на 14% в порівнянні з попереднім роком. З 2014 року спостерігається зниження кількості місць на 28%, що пов'язано з економічною ситуацією в країні та зменшенням обсягу інвестицій у галузь.[55] Спостерігається зменшення кількості іноземців у КЗР після 2014 та 2019 років, що зумовлено початком війни та пандемією коронавірусу.

В цілому, розвиток інфраструктури КЗР в Україні є нестійким та залежить від різних факторів, таких як економічна ситуація, інвестиції у галузь та природні катастрофи чи кризи.

1.3. Методологічні підходи до аналізу внутрішнього туризму

Основними підходами, які використовуються при аналізі стану та розвитку внутрішнього туризму є статистичний, економічний, соціологічний та маркетинговий

Статистичний підхід базується на зборі та аналізі кількісних даних, які отримуються з різних джерел, таких як статистичні звіти, опитування туристів та ін. Основна ідея полягає в тому, що аналіз кількісних даних дозволяє отримати об'єктивну картину стану внутрішнього туризму, його потенціалу та проблем.

Економічний підхід – аналіз внутрішнього туризму в контексті економічних показників, таких як дохід від туризму, рентабельність інвестицій в туристичні проекти та ін. Цей підхід дозволяє оцінити економічний вплив туризму на розвиток різних галузей, а також визначити фактори, що впливають на успішність туристичних проектів.

Соціологічний підхід – аналіз внутрішнього туризму в контексті соціальних показників, таких як мотивації туристів, їх соціальний статус та демографічні характеристики. Цей підхід дозволяє визначити соціальні тенденції в туризмі, а також розробити ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на конкретну соціальну аудиторію.

Маркетинговий підхід. Аналізується маркетингова діяльність у сфері внутрішнього туризму, включаючи сегментацію туристичного ринку, позиціонування та просування туристичного продукту.

Більш детально зупинимся на розгляді статистичного та економічного підходів.

Більшість статистичних показників є універсальними за своєю природою та можуть використовуватись практично в будь-яких областях досліджень. Статистичні показники призначені для вивчення кількісної сторони різноманітних економічних явищ з урахуванням їх якісної сторони. Завданням статистичного аналізу діяльності підприємств сільського господарства є:

- впорядкування первинного статистичного матеріалу;

- використання відповідних статистичних показників в залежності від характеру аналізованого матеріалу та первинних даних;
- здійснення обробки, аналізу, порівняння та співставлення отриманих результатів;
- формування відповідних висновків та практичних рекомендацій відповідно до отриманих результатів дослідження.

Універсальними статистичними показниками є розрахунок відносних та абсолютних статистичних величин динамічного ряду. Абсолютні величини – це кількісні показники, метою розрахунку яких є характеристика розмірів досліджуваного економічного явища чи процесу. Дані показники завжди мають одиницю вимірювання. Їх використання в статистичному аналізі є необхідним, проте недостатнім – потрібне співставлення та порівняння даних показників з іншими.

З метою отримання більш достовірних даних використовують відносні величини – це інтегральні показники, що характеризують співвідношення однорідних чи різнорідних величин. Будь-яка відносна величина розраховується шляхом ділення одного абсолютного показника на інший. Відносний показник – це дріб, в чисельнику знаходиться величина порівняння, в знаменнику – база для порівняння:

$$\text{Відносна величина} = \frac{\text{порівнювана величина}}{\text{величина, з якою порівнюють}}$$

При порівнянні однакових значень відносні значення вимірюються в основному в процентах або частинах одиниці; при порівнянні протилежних величин - в складних натуральних одиницях. За змістом відносини чисельника і знаменника розрізняють наступні види відносних величин:

- відносна величина виконання плану - дає кількісний опис виконання запланованих завдань:

$$\text{Відносна величина виконання плану} = \frac{\text{фактичний показник даного періоду}}{\text{плановий показник даного періоду}}$$

- відносна величина структури - характеризує частку (питома вага) окремих компонентів в сукупності:

$$\text{Відносна величина структури} = \frac{\text{частина цілого}}{\text{ціле}}$$

- відносна величина координації - характеризує співвідношення між окремими складовими населення:

$$\text{Відносна величина координації} = \frac{\text{одна частина}}{\text{інша частина}}$$

- відносна величина порівняння є результатом порівняння однакових характеристик двох різних популяцій:

- відносна величина інтенсивності характеризує ступінь поширення або розвитку явища в конкретному середовищі. Це іменована величина, в якій об'єднуються одиниці виміру чисельника і знаменника:

$$\text{Відносна величина інтенсивності} = \frac{\text{перший показник}}{\text{другий показник, пов'язаний з першим}}$$

відносна величина динаміки характеризує процес розвитку певного явища в часі і розраховується як відношення значень показника для двох періодів або тимчасових точок:

$$\text{Відносна величина динаміки} = \frac{\text{показник звітного періоду}}{\text{показник базового періоду}}$$

За методикою розрахунку розрізняють базову і ланцюгову відносну динаміку. Вихідні відносні значення отримують шляхом ділення кожного наступного індикатора на один і той же базовий показник. Відносні значення ланцюга отримують шляхом ділення кожного наступного індикатора на попередній.

Економічний підхід аналізу внутрішнього туризму можна представити у вигляді системи показників:

I група – показники, які характеризують туристичні ресурси:

- кількість природних об'єктів: ландшафтні, бальнеологічні (лікувальні грязі, мінеральні води);
- кількість історико-культурних об'єктів: археологічні, архітектурні, техногенні;

- кількість об'єктів туристичної інфраструктури: туристичні підприємства, засоби розміщення, транспортні перевезення.

II група – показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі:

- обсяг реалізованих послуг або виручка від реалізації послуг туризму;
- показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці);
- показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів);
- собівартість послуг туризму;
- прибуток;
- рентабельність;
- фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість).

III група – показники моніторингу туристичного ринку:

- обсяг туристичного потоку (кількість іноземних туристів, громадяни України, які виїжджали за кордон, внутрішні туристи);
- туристичні витрати (сума коштів, витрачених туристами в період поїздки на території країни, регіону);
- обсяг платних послуг, що надається підприємствами туріндустрії;
- інші показники моніторингу (розмір середньої заробітної плати в різних галузях туріндустрії, зайнятість, обсяг інвестицій у сферу туризму).

IV група – показники ефективності туристичної діяльності:

- кількість працюючих у сфері туризму;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності;
- кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності;
- показники роботи суб'єктів туристичної діяльності;
- витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються під час виробництва туристичного продукту;

- чистий прибуток суб'єктів туристичної діяльності;
- коефіцієнт покриття витрат; – коефіцієнт окупності витрат.

V група – показники впливу на національну економіку:

- експорт та імпорт товарів, пов'язаних із туризмом;
- вплив показників на платіжний баланс;
- наявність та рух основного капіталу;
- туристичний мультиплікатор.

Перелічені показники можуть використовуватися для статистичного аналізу туристичної діяльності та забезпечать визначення економічної ролі туризму в житті країни чи туристичного регіону. [55]

Серед конкретних кількісних показників ефективності на макрорівні в насамперед варто відзначити: сумарні надходження від іноземного туризму в календарному році; частка надходжень від іноземного туризму у ВВП; частка надходжень від іноземного туризму у платіжному балансі країни; дохід від одного прибуття іноземного туриста в країну; розмір доходу від туризму, що припадає на душу населення країни, що приймає; різниця доходів і витрат на міжнародний туризм у календарному році та ін.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Стан внутрішнього туризму в Україні

Стан внутрішнього туризму в Україні є предметом постійного аналізу і оцінки. Внутрішній туризм в Україні має свої особливості, залежно від географічного положення, культурних традицій, природних ресурсів та історичного спадку країни. Аналіз стану внутрішнього туризму дозволяє зрозуміти його потенціал та виявити основні проблеми, які можуть завадити його розвитку.

На сьогоднішній день внутрішній туризм в Україні відіграє значну роль у розвитку економіки та підтримці регіонального розвитку. Країна має великий потенціал для розвитку різних видів туризму, таких як культурний, екологічний, гірський, пляжний та сільський туризм. Україна багата на природні ресурси, має велику кількість національних парків, заповідників, історичних та культурних пам'яток, що привертають увагу туристів як з власної країни, так і з-за кордону.

Проте, існують певні проблеми та виклики, які заважають повному розвитку внутрішнього туризму в Україні. Серед них можна виділити:

Недостатня промоція та маркетинг: Часто внутрішні туристичні об'єкти та регіони не мають належної промоції як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Недостатня реклама та маркетингова стратегія обмежують потенціал привабливості внутрішнього туризму в Україні.

Недостатня розвиненість інфраструктури: Багато регіонів України, особливо в сільській місцевості та гірських районах, стикаються з проблемою недостатньої розвиненості туристичної інфраструктури. Відсутність зручних готелів, ресторанів, транспортних засобів та інших сервісів ускладнює привабливість цих місць для внутрішніх туристів.[55]

Недостатня увага до якості послуг: Деякі внутрішні туристичні послуги, такі як гідів, перевезення та розваги, можуть бути недостатньо якісними та професійними. Це може вплинути на задоволення туристів та їхню готовність рекомендувати Україну як туристичний напрямок.

Відсутність координації та співпраці: Україна має велику кількість туристичних об'єктів та регіонів, проте відсутність координації та співпраці між різними зацікавленими сторонами (урядовими органами, туристичними операторами, громадськими організаціями) може обмежувати розвиток внутрішнього туризму.

Також, стан внутрішнього туризму в Україні під час війни супроводжується рядом викликів та обмежень, які впливають на розвиток туристичної галузі. Військові конфлікти та нестабільна політична ситуація впливають на безпеку та стабільність в країні, що може відлякувати потенційних туристів від поїздок в Україну.[238]

Одним з основних викликів є зниження туристичного попиту внаслідок сприйняття України як нестабільної туристичної дестинації. Війна та конфліктні ситуації створюють враження про небезпеку та непередбачуваність, що змушує багатьох туристів відкладати свої плани на майбутнє. Це призводить до зменшення туристичного потоку в Україну та зниження доходів у туристичній галузі.

Крім того, війна має прямий вплив на інфраструктуру та туристичні об'єкти. Конфліктні зони та прилеглі території можуть бути пошкоджені або зруйновані, що обмежує доступ до популярних туристичних місць. Безпека та стан доріг, готелів, ресторанів та інших туристичних послуг також можуть бути погіршені.[39]

Наразі офіційно зареєстровано 99 пошкоджених туристичних об'єктів, але ці дані, звісно, неповні, адже є райони, особливо на сході та півдні України, до яких неможливо дістатися й оцінити збитки. Наприклад, на сьогодні тільки у Донецькій області 25 готелів офіційно подали свої документи до Фонду відновлення. В одному лише місті Святогірськ, яке зруйноване майже вщент,

до війни було 33 заклади розміщення. На сьогодні можемо констатувати, що найбільше пошкоджених об'єктів туристичної інфраструктури в таких областях, як Донецька – 25, Херсонська – 21, Харківська – 16, Київська – 13.

Однак, важливо відзначити, що певні регіони України, які не потрапили безпосередньо в зону конфлікту, можуть продовжувати розвивати внутрішній туризм. Це означає, що в тих регіонах, де зберігаються стабільність та безпека, можливості для туристичного розвитку залишаються.

До того ж, у 2022 році держбюджет втратив близько 30% надходжень від туристичної галузі. Кількість приїздів іноземних громадян в Україну порівняно з 2021 роком знизилася приблизно вдвічі – з 4 млн у 2021-му до 2 млн торік. При цьому зрозумілим є те, що це й не туристи зовсім, а офіційні особи, делегації, представники міжнародних організацій, іноземці, які привозили гуманітарну допомогу, волонтери, журналісти тощо. [43] Туризм як такий встав на паузу. (По виїзному туризму йдеться про 80% скорочення діяльності).

На жаль, південь України як туристичний напрямок тимчасово втрачений. А в Карпатах він якщо й не зростає, то принаймні залишається на тому ж рівні, що й торік. Втім, внутрішній туризм живий, хоча падіння ринку склало приблизно 50%.

Сучасний стан внутрішнього туризму в Україні під час війни є складним і вимагає ретельного аналізу та вирішення проблем. Важливо зосередитися на забезпеченні безпеки, відновленні туристичної інфраструктури та розробці ефективної маркетингової стратегії, що сприятиме підтримці та розвитку внутрішнього туризму в Україні. Також, важливим є залучення міжнародної співпраці та партнерств для просування туристичного потенціалу України та залучення іноземних туристів.

Для розвитку внутрішнього туризму в Україні необхідно приділити більше уваги промоції та маркетингу, розвитку туристичної інфраструктури, підвищенню якості туристичних послуг та покращенню координації між різними зацікавленими сторонами. Такі заходи допоможуть використати

повний потенціал внутрішнього туризму в Україні та сприятимуть його стабільному та сталому розвитку.

На основі даних додатку А наведемо структуру, обслугованих туроператорами та турагентами. Туристичні потоки поділені на іноземних, виїзних та внутрішніх туристів

Таблиця 2.1

Структура туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму

Роки	в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	18,76	14,17	67,07
2001	19,13	12,47	68,39
2002	18,44	13,36	68,20
2003	20,67	12,05	67,27
2004	23,08	23,37	53,55
2005	17,88	31,05	51,07
2006	13,56	39,35	47,09
2007	13,01	11,73	75,26
2008	12,25	42,15	45,60
2009	12,33	39,90	47,78
2010	14,72	56,81	28,47
2011	10,65	56,82	32,53
2012	9,00	65,21	25,79
2013	6,73	72,93	20,34
2014	0,70	85,99	13,31
2015	0,75	81,57	17,68
2016	1,38	80,83	17,79
2017	1,41	81,59	17,00
2018	1,67	88,31	10,02

2019	1,42	90,10	8,49
2020	0,51	90,06	9,43

З даної таблиці чітко видно, як змінювалась структура туристичних потоків в Україні. З 2000 по 2020 роки частка виїзних туристів з України зросла з 14,17% до 90,06%, що свідчить суттєвий ріст популярності міжнародного туризму. Частка іноземних туристів скоротилась з 18,76% до 0,51%. Особливо різко вона скоротилась після 2014 року, після анексії Криму та початку бойових дій на Донбасі. В свою чергу, частка внутрішніх туристів зменшилась з 67,07% до 9,43%. Однак, це не означає, що внутрішній туризм зменшився. Це свідчить, що українці перестають користуватись послугами турагенств для внутрішніх подорожей, та здійснюють мандрівки власними силами.

Опосередковано проаналізувати переміщення туристів можна за допомогою показників пасажирообігу,

Між внутрішнім туризмом та кількістю перевезених пасажирів за різними видами транспорту існує тісний взаємозв'язок. Внутрішній туризм визначається як подорожі, які здійснюються в межах країни, в якій проживає турист. Кількість перевезень пасажирів залежить від попиту на транспортні послуги, який, у свою чергу, залежить від кількості туристів, що подорожують.

На кількість перевезень пасажирів впливає тип транспорту, який використовується для внутрішніх перевезень. Наприклад, автомобільний транспорт може бути більш популярним для внутрішнього туризму, оскільки дозволяє туристам більшу гнучкість у плануванні та здійсненні подорожей, а також забезпечує зручний доступ до віддалених місць. З іншого боку, залізничний транспорт може бути більш екологічно чистим та безпечним варіантом перевезення.

Крім того, на кількість перевезень пасажирів може впливати сезонність туризму. Наприклад, влітку може бути більше туристів, які вибирають

автомобільний транспорт для подорожей, а взимку - залізничний або повітряний.

Стан внутрішнього туризму в Україні залежить від різних факторів, таких як економічна ситуація, імідж країни, розвиток туристичної інфраструктури, культурні та природні ресурси, маркетингові зусилля та інше. Ось огляд стану внутрішнього туризму в Україні:

1. Природні та культурні ресурси. Україна має великий потенціал у сфері внутрішнього туризму завдяки своїм природним красотам, історичним та культурним пам'яткам. Країна може пропонувати різноманітні туристичні напрямки, такі як Карпати, Київ, Львів, Одеса, Черкаси, Кам'янець-Подільський та інші. Україна багата на національні парки, заповідники, гірські курорти та інші природні ресурси, що приваблюють туристів.

2. Розвиток інфраструктури. Останніми роками в Україні спостерігається певний прогрес у розвитку туристичної інфраструктури. Було покращено дорожню мережу, розширено готельну базу, ресторани та розваги. Однак, інфраструктура в деяких регіонах все ще потребує додаткового розвитку та модернізації, щоб забезпечити комфортні умови для туристів.

3. Популярність культурного туризму. Україна має багату культурну спадщину, що привертає увагу туристів, особливо тих, хто цікавиться історією та архітектурою. Міста, такі як Київ, Львів, Харків, Одеса та інші, пропонують велику кількість історичних пам'яток, музеїв, театрів, фестивалів та інших культурних подій.

4. Розвиток екологічного та пригодницького туризму. Зацікавленість українців у екологічному та пригодницькому туризмі зростає. Велика кількість природних заповідників, гірських масивів, річок та озер надає можливості для активного відпочинку, туристичних походів, кемпінгів та екологічних екскурсій.

5. Розвиток сільського туризму. Сільський туризм набуває популярності в Україні. Відвідування сільських місцевостей, знайомство з традиціями,

сільським господарством та аутентичними культурними досвідами привертає туристів.

Незважаючи на певний прогрес, внутрішній туризм в Україні все ще має потенціал для подальшого розвитку. Важливо продовжувати інвестування в туристичну інфраструктуру, просування українського туристичного продукту, покращення якості послуг та залучення більшого числа внутрішніх туристів.

Проведений аналіз кількості відправлених пасажирів на залізничному транспорті за період 2012-2017 рр. свідчить про сталу тенденцію до зростання інтенсивності пасажиропотоку із середньою величиною в 1,04 % протягом 2015-2017 рр. (рис. 1).



Рис. 2.1. Кількість відправлених пасажирів на залізницях України за 2012-2017 рр.

На фоні незначного зростання кількості перевезених пасажирів загострюється конкуренція між залізничним і автомобільним транспортом. Погіршення життєвого рівня населення України, зменшення його реальних доходів, різке підвищення тарифів зумовили зниження пасажирообігу на 10,5 %, у тому числі на морському – на 50 %, на авіаційному – на 32,8 %, автомобільному – на 34,97 %. Лише на залізничному транспорті обсяг перевезень збільшився завдяки перерозподілу пасажиропотоку на 8 % через повільніше зростання тарифів, ніж на інших видах транспорту.[337] Так, залізничний транспорт протягом останніх п'яти років збільшив кількість

перевезених пасажирів на 8 %, тоді як автомобільний транспорт втратив 7 % (рис. 2).

Досвід залізниць світу показує, що найбільш значне підвищення конкуренто- спроможності залізничного транспорту

можливе при впровадженні швидкісного руху пасажирських поїздів. Слід зазначити, що в економічно розвинених країнах основна конкуренція відбувається між залізничним і авіаційним транспортом.[16] Так, частка залізничного транспорту після введення швидкісного руху пасажирських поїздів (250 км/год) зросла на 21 %. Комерційний успіх високошвидкісних мереж світу ґрунтується на зменшенні тривалості поїздки (до 3 год у дорозі), що дає змогу конкурувати з автомобільним і авіаційним транспортом [89]. Високошвидкісні залізниці більш вигідні, ніж звичайні, якщо не враховувати вартість будівництва інфраструктури. Причиною є те, що багато експлуатаційних витрат, таких як штат, мають фіксовані витрати на годину, у той час як дохід від квитка оснований на відстані. Пасажири також платять більше за кілометр за високу швидкість. Таким чином, експлуатаційне співвідношення доходу і вартості є більшим для високошвидкісних систем, а отже, якщо існує потенційний попит на перевезення, то доходи будуть випереджати витрати.

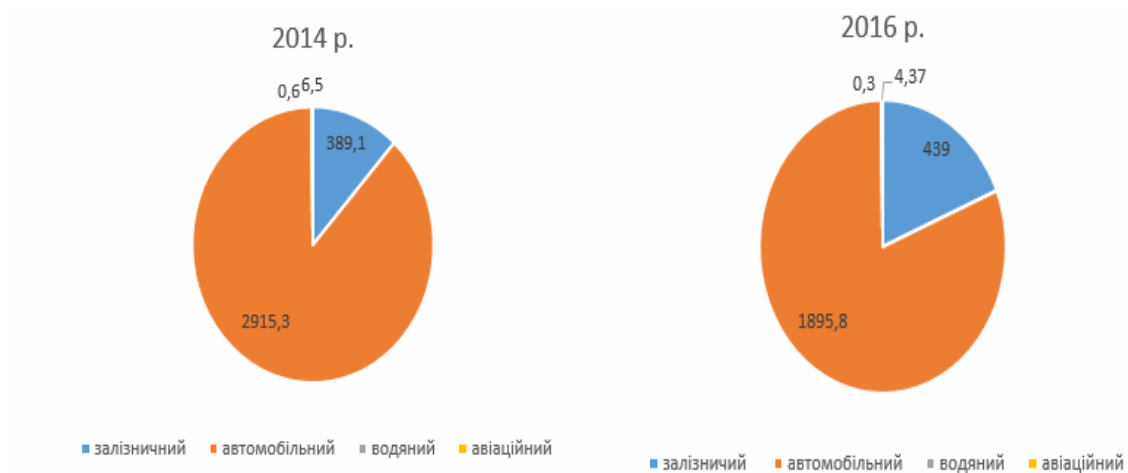


Рис. 2.2. Зміни загальної частки кількості перевезених пасажирів за 2014-2016 рр.

Порівнюючи світовий досвід з умовами функціонування ринку залізничних пасажирських перевезень в Україні, слід зазначити, що на залізницях України встановлені низькі маршрутні швидкості, рівень сервісу в пасажирських поїздах є низьким, що поглиблює вплив конкуренції з боку автомобільного транспорту. Для підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень перспективним є впровадження швидкісного руху поїздів до 160 км/год на базі наявної модернізованої інфраструктури з можливістю в перспективі збільшення швидкості. З цією метою проведено аналіз ефективності швидкісних пасажирських поїздів Хундай і Шкода (швидкість до 160 км/год), що почали курсувати з 2012 р. на мережі залізниць України. Аналіз кількості перевезених пасажирів швидкісними поїздами Хундай і Шкода (швидкість до 160 км/год) за напрямками на залізницях України наведено в таблиці.

Обсяги перевезень пасажирів швидкісними поїздами збільшилися, тому у зв'язку з підвищеним попитом було б доцільно призначити додаткові рейси на деякі напрямки. Усього за 9 місяців 2017 р. послугами швидкісних поїздів скористалися понад 3,8 тис. пасажирів. Це на 5 % більше, ніж за аналогічний період минулого року. Позитивна динаміка пов'язана зі збільшенням запропонованих місць за рахунок придбання у червні 2014 р. двох швидкісних міжрегіональних електропоїздів подвійного живлення моделі ЄКР-1 вітчизняного виробництва ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод». Крім того, усе більш привабливими умовами поїздки стають вартість і гнучка тарифна політика, час у дорозі, комфорт. Необхідно відзначити, що в поточному році стабільно зростає і кількість проїзних документів, оформлених на поїзди через Інтернет: з 36 (у 2015 р.) до 83 % (на сьогодні) від загальної кількості проданих квитків. Високим попитом користуються регіональні поїзди Шкода, але через низькі тарифи на проїзд ці поїзди за всіма напрямками є нерентабельними.

Таблиця 2.1

Аналіз кількості перевезених пасажирів швидкісними поїздами Хундай і Шкода

Напрямок	Період					
	3 червня	2013 р.	2014 р	2015 р.	2016 р.	9 міс.
	2012 р.					2017 р.
Харківський	321,0	718,1	677,1	990,5	1154,4	965,7
Дніпропетровський	58,9	468,3	444	841,9	1011,5	904,6
Донецький	181,7	448,4	144,9	280	340,2	295,9
Львівський	75,7	182,8	248,6	525,9	634,6	233,4
Одеський	-	-	41,3	265,8	378,2	364,9
Тернопільський	-	-	43	174,5	228	201,2
Криворізький	-	-	2,6	26,6	21,8	104,2
Міжнародний (до Перемишля)	-	-	-	-	9,6	430,8
Харків-Вінниця	-	-	-	-	29,1	377,7
Інтерсіті	286,6	259,5	-	-	-	-
Усього	923,9	2236,1	1603,5	3105,2	3807,4	3878,4

Позитивну динаміку демонструють і перевезення пасажирів швидкісними поїздами Інтерсіті+ сполученням № 715/716 Київ – Перемишль. Пасажирські перевезення залізничним транспортом з України в ЄС за період січень – серпень 2017 р. збільшилися порівняно з аналогічним періодом минулого року майже у 12 разів – до 377,7 тис. пасажирів.

За допомогою залізничного транс- порту України можна було б налагодити швидкісне сполучення між усіма держава- ми Європи. Цьому сприяє транс'європейська залізнична магістраль Е-30, що бере початок у Берліні і перетинає Україну за маршрутом Мостиська – Львів – Київ. Вона ж на території Польщі перетинається зі швидкісними магістралями Е-59 і Е-65. Маючи розгалужену транспортну інфраструктуру і перебуваючи на перехресті

найважливіших напрямків світової торгівлі між Європою, Азією та іншими континентами, Україна має всі передумови для сталого розвитку транспортної галузі в рамках вираженої державної політики.

2.2. Основні напрямки внутрішнього туризму в Україні

Основні напрямки внутрішнього туризму в Україні включають різноманітні форми туризму, які приваблюють як місцевих жителів, так і іноземних туристів. Нижче наведено деякі з основних напрямків, які мають великий потенціал для розвитку:

1. **Культурний туризм:** Україна має багатий культурний спадок, який привертає туристів з усього світу. Історичні пам'ятки, архітектурні ансамблі, музеї, фольклорні фестивалі та інші культурні події створюють унікальний досвід для відвідувачів.
2. **Екологічний туризм:** Багатство природних ландшафтів, національних парків, заповідників та гірських регіонів України робить його привабливим для любителів активного відпочинку, екотуристів та любителів природи.
3. **Курортний туризм:** Україна має ряд природних та лікувальних курортів, де туристи можуть насолоджуватися лікувальними властивостями мінеральних джерел, лікувальною гряззю та іншими природними ресурсами.
4. **Гастрономічний туризм:** Українська кухня є багатшаровою та смачною. Відвідувачі можуть скуштувати національні страви, регіональні делікатеси та традиційні напої, отримуючи унікальний гастрономічний досвід.
5. **Агротуризм:** Зростаючий інтерес до сільськогосподарського сектору в Україні відкриває нові можливості для агротуризму. Туристи можуть відвідати сільські ферми, брати участь у сільськогосподарських

роботах, скуштувати свіжі органічні продукти та відчувати атмосферу сільського життя.

6. Активний туризм: В Україні є великий потенціал для розвитку активного туризму, такого як піші прогулянки, велосипедні тури, верхова їзда, водні види спорту та інші види активного відпочинку.
7. Релігійний туризм: Україна має багату релігійну спадщину, включаючи храми, монастирі та святині різних віросповідань. Релігійний туризм привертає паломників та віруючих з усього світу, які бажають відвідати святі місця і зануритися в духовну атмосферу.
8. Мистецький туризм: Велике розмаїття художніх традицій, музеїв, галерей та культурних фестивалів роблять Україну привабливою для мистецтва туристів. Вони можуть насолоджуватися унікальними художніми виставами, відвідувати театральні вистави та музичні фестивалі.
9. Пригодницький туризм: Гірські регіони Карпат та Криму надають чудові умови для пригодницького туризму. Туристи можуть займатися скелелазінням, сплавами по гірських річках, парашутизмом, зимовими видами спорту та багатьма іншими активностями.
10. Медичний туризм: Україна відома своїми лікувальними ресурсами, такими як мінеральні води, лікувальні грязі та кліматичні курорти. Медичний туризм приваблює туристів, які шукають відновлення здоров'я, оздоровлення та лікування в природних умовах.

Розвиток цих напрямків внутрішнього туризму сприятиме розширенню туристичної індустрії, збільшенню туристичного потоку, стимулюванню економічного зростання та збереженню природних та культурних цінностей України.

Україна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного розташування й рельєфу, сприятливий клімат, багатий природний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал. Але нині розвиток цієї важливої сфери економіки є недостатнім, значна частина природних територій та об'єктів культурної спадщини непристосована для туристичних відвідувань, туристична інфраструктура в цілому не відповідає якісним параметрам, а туристичні послуги в більшості секторів туристичної індустрії – вимогам до якості обслуговування [105]. Україна, як відомо, володіє значним туристичним потенціалом. Зокрема, вона є однією з провідних країн Європи за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини. Лише на державному утриманні перебуває 150 тис. нерухомих пам'яток історії та культури, зокрема 57206 пам'яток археології, 51364 – історії, 16800 – архітектури та містобудування [219], близько 200 замків, з яких лише 50–60 об'єктів у відносно належному стані.

Засобами розміщення туристів є будь-які об'єкти, які надають туристам епізодично або регулярно місце для ночівлі (звичайно в приміщенні). Як додаткові умови враховуються такі: загальна кількість місць ночівлі перевищує деякий мінімум, об'єкт розміщення має керівництво, управління об'єктом ґрунтується на комерційній основі. Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристської організації, всі засоби розміщення можна представити двома категоріями – колективними й індивідуальними. До складу колективних засобів розміщення туристів включаються готелі й аналогічні заклади, спеціалізовані установи інші колективні засоби розміщення туристів. Значна кількість засобів розміщення морально і фізично застаріли та мають низьку конкурентоспроможність: щорічно ними користується лише 7,5 % від загальної кількості іноземних відвідувачів України.

Більшість коштів, що спрямовується на будівництво та реконструкцію, – власні кошти підприємств, внутрішні та іноземні інвестиції становлять лише

35 %. Проведення робіт з реконструкції приватизованих об'єктів стримується, значною мірою, через відсутність у власників необхідних коштів.

Структура закладів готельного господарства України за місткістю і чисельністю працівників не є оптимальною. Останніми роками на туристично-рекреаційних територіях з'явилася значна кількість приватних домоволодінь, що надають послуги з тимчасового розміщення. Відсутність затверджених меж округів та зон санітарної охорони курортів унеможлиблює визначення кількості таких закладів. Водночас, доходи домоволодінь від надання послуг розміщення у більшості випадків належним чином не оподатковуються, а їх діяльність суттєво збільшує навантаження на місцеві бюджети в частині утримання інженерної та транспортної інфраструктури, комунального обслуговування [77].

Аналіз стану та напрямків розвитку внутрішнього туризму в Україні демонструє його великий потенціал для подальшого розвитку. Країна має розмаїття природних та культурних ресурсів, які можуть бути привабливими для туристів. Проте, існують певні проблеми, які потребують уваги та вирішення.

2.3. Вплив повномасштабної війни на внутрішній туризм в Україні

Повномасштабна війна має серйозні наслідки для внутрішнього туризму в Україні. У Києві, на Сході і Півдні України туристична галузь повністю зупинилася.

Наразі оцінити вплив та наслідки все ще складно і вони будуть залежати від кількості зруйнованих культурно-історичних пам'яток, туристичних дестинацій, терміну ведення бойових дій, розміру окупованих та замінованих територій. За перший місяць війни втрати українського бізнесу перевищили втрати за два роки пандемії [55]

Ось детальна характеристика впливу такої війни:

1. Безпека. Початок повномасштабної війни створює загрозу безпеці для громадян, включаючи туристів. Конфліктні зони стають небезпечними для подорожей через ризик потрапити в зону бойових дій, підвернутися терористичним актам або стати жертвою збройного конфлікту. Це знижує бажання туристів відвідувати певні регіони України.

2. Знищення туристичної інфраструктури. Воєнні дії можуть призвести до серйозного пошкодження або зруйнування туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, музеї, пам'ятки архітектури тощо. Знищення туристичної інфраструктури робить неможливим або дуже обмеженим доступ до туристичних об'єктів, що зменшує привабливість регіону для внутрішніх туристів.

3. Економічна нестабільність. Війна супроводжується економічною нестабільністю, що може призвести до зниження покупної спроможності населення. У таких умовах люди звичайно зменшують свої витрати, у тому числі на подорожі та відпочинок. Відсутність фінансової стабільності впливає на рішення громадян подорожувати в межах країни.

4. Втрата привабливості туристичних місць. Воєнний конфлікт може призвести до негативного сприйняття та зміни іміджу туристичних місць в Україні. Наприклад, популярні регіони для відпочинку, такі як Крим або Донбас, можуть стати небажаними місцями через воєнний конфлікт, а це призводить до зменшення потоку туристів.

5. Втрата інвестицій. Повна війна зазвичай призводить до зменшення інвестицій в туристичну галузь. Інвестори уникають вкладати кошти в країну, яка перебуває в стані конфлікту, через невизначеність та ризик втрати інвестицій. Відсутність необхідних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури призводить до занепаду туристичної галузі.

6. . Ймовірність настання дефолту, падіння банківського сектора країни, втрати грошей з боку населення - з урахуванням війни, що триває, ситуація погіршуватиметься і бюджет отримає максимум 10% від показників минулого року. Минулого року із загальної суми туристичного збору 154 млн. гривень

було сплачено юридичними особами та ще 90 млн. – ФОП. Юридичні особи – це організовані туристичні групи. При зростанні цін на бензин та енергоресурси загалом – навіть на внутрішніх туристів чекати не доводиться. Найуспішнішими виявилися літні та осінні місяці. Влітку було отримано 35% загального річного туристичного збору, а восени – 40%. Виходить, навіть якщо війну закінчать вже сьогодні, то далі висока ймовірність настання дефолту.

7.Планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година. Як правило, вона діє з 23.00 до 05:00. Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги (табл.2.1.).

8.Обмеження щодо відвідувань лісів та сплавів по річках у прикордонних регіонах України. В таких умовах внутрішній туризм має особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни. Їх повинні рахувати не тільки туристи, а й туристичні компанії.

Дотримання заборон, до яких відносяться прогулянки та екскурсії біля об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів, відвідування лісів, водойм та гірських маршрутів в різних регіонах України, відпочинок у прифронтових зонах та подорожі по територіях, які знаходяться чи були в окупації. Варто зазначити, що кожна область має свої особливості відпочинку та туристичної діяльності на її території. Здебільшого вони пов'язані з певними обмеженнями, які діють в тих чи інших регіонах

Таблиця 2.1.

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді.

	Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель
Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють у звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Усі ці фактори разом спричиняють суттєве зменшення внутрішнього туризму в Україні під час повномасштабної війни. Туристи уникають регіонів, де є загроза безпеці, знижена доступність туристичних об'єктів та послуг, а також через погіршення загальної економічної ситуації.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ СТАНУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Основні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні

Розвиток національного ринку туристичних послуг має ряд переваг для країни, зокрема, залучення національного та іноземного капіталу, притік іноземної валюти в країну, збільшується кількість робочих місць, зростає ВВП, реформується структура відпочинку тощо. Саме розвиток туризму може стати каталізатором для розбудови інфраструктури, сільського господарства, будівництва та ряду інших секторів.

У законі України «Про туризм» йдеться, що туристична галузь є пріоритетною. Також там зазначається, що державна політика у сфері туризму спрямована на визначення та захист туристичних ресурсів, виділення коштів на розвиток ринку туристичних послуг, розвиток та реалізацію різноманітних програм розвитку туризму [116].

Але попри те, що державна політика спрямована на розвиток галузі, ринок туристичних послуг на сьогодні стикнувся з рядом проблем, які є серйозною перешкодою для його подальшої розбудови.

Якщо розглядати, що ж вплинуло на стан туристичного ринку в Україні, то ми вважаємо, що існує цілий ряд причин. А саме:

- безумовно, вагомою проблемою є політична ситуація в країні. Конфлікт на Сході значно скоротив потоки туристів в Донецькій, Луганській областях та Автономній Республіці Крим. Окрім того, війна підриває авторитет України на міжнародній арені. Безпека є одним із головних критеріїв для туристів. [73] А як вже зазначалося, наша держава є однією з останніх у рейтингу по безпечності.

- нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму. Так, Україна у даній галузі мала б поставити перед собою такі завдання, як вдало розміщувати та використовувати рекреаційні об'єкти; досягнути високого рівня сервісного обслуговування; забезпечити галузь транспортом у достатній мірі; спрямувати частину зусиль на підготовку висококваліфікованих кадрів у сфері послуг тощо. [125-127]

- відсутність послідовної державної політики в галузі. В Україні немає якогось єдиного та чіткого механізму, який би регулював туристично рекреаційний сектор. Як наслідок, чимало туристичних об'єктів не відповідають нормам, а сама галузь не є досить інвестиційно привабливою.

- неефективність діяльності центральних органів виконавчої влади у сфері туризму. Проблемою є саме неможливість вирішити проблеми на місцях. Також неефективними є видатки бюджету та прогнозування доходів галузі, що призводить до її занепаду.

- відсутність належних умов для розвитку пріоритетних для держави в'їзного і внутрішнього туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг та вітчизняних туроператорів, які займаються цим видом діяльності;

- не надто високий імідж країни у сфері туризму. Це пов'язано із недостатньо високою якістю українського туристичного продукту, невідповідністю наших стандартів європейським та відсутністю чіткої стратегії розвитку;

- невідповідність сучасним вимогам готельно-ресторанного бізнесу. Так, 90% готелів було збудовано понад 20 років тому і в більшості з того часу не проводилось капітального ремонту чи реконструкції. Це означає, що умови в даних закладах значно відстають від сучасних стандартів.

- низька якість транспортного сполучення в країні. Найбільш популярним серед туристів є автомобільне сполучення. Однак через поганий стан українських автомобільних доріг, цей вид транспорту є і найнебезпечнішим.

Не зважаючи на вищезазначені проблеми, Україна має всі шанси перетворити ринок туристичних послуг на високорозвинену сферу. Першим кроком, на нашу думку, має стати ряд реформ, пов'язаних з державним управлінням у даній галузі. Існує чотири моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності.[147-148]

Перша (ринкова) передбачає відносну самостійність усіх ланок туристичної індустрії та відсутність централізованого органу управління, тобто повинен використовуватись принцип «ринкової самоорганізації». Однак прийняття першої моделі можливе лише у випадках, коли туризм національній економіці взагалі не потрібний або коли суб'єкти туристичного ринку настільки сильні та свідомі, що здатні вирішувати всі свої проблеми без участі держави» [86]. Країна-представник даної моделі – США.

Друга модель характерна для небагатих країн, таких як Мексика, Єгипет, Туреччина із значним історичним минулим та високим туристичним потенціалом але небагатих. Модель передбачає створення авторитетного

органу управління, що бере на себе відповідальність за залучення інвестицій. Маркетинг, розвиток туристичного продукту тощо.

Третя модель (європейська) застосовується у розвинених країнах, таких як Італія, Франція, Велика Британія і передбачає створення ряду регіональних органів, що відповідальні за вирішення питань на місцях та центрального, у відповідальності якого лежить загальна нормативно-правова база та координація представницьких органів, а також маркетингова діяльність, пов'язана з різного роду форумами виставками та просування національного туристичного бренду. Головною ознакою даної моделі є співпраця адміністративних органів із приватним сектором, що дає можливість підвищити ефективність функціонування галузі та залучити значну кількість нових інвестицій [31,33].

Для четвертої (змішаної) моделі характерний чіткий поділ повноважень між центральним та регіональними представництвами у сфері туризму та визнання галузі пріоритетної. Представниками такої моделі можна вважати Індію та Малайзію.

Ми вважаємо, що судячи із стану ринку туристичних послуг в нашій державі та досвіду інших країн із застосування різних моделей регулювання туризму, найбільш доцільною для нас являється європейська модель. Ефективність її полягає в можливості залучити приватний фінансовий капітал для вирішення поставлених завдань. У країнах з досвідом використання даної моделі, окрім ряду урядових виконавчих структур у туристичній галузі діють й інші організації, пов'язані із туризмом. Вони можуть функціонувати як в підпорядкуванні цим органам, так і автономно, проте їхня співпраця значно підвищує продуктивність і якість вирішення питань та виконання завдань у даній галузі.

Іншими актуальними шляхами розвитку туристичної галузі повинні стати:

- найперше, стабілізація політичної та економічної ситуації в країні, оскільки від них напряду залежать туристичні потоки. При цьому, варто

зауважити, що пріоритетним має стати також і внутрішній туризм, адже, як свідчить статистика, переважна більшість жителів Сходу країни нічого не знають про її Захід і навпаки. Внутрішній туризм може стати підґрунтям для подальшого розвитку галузі та залучення нового капіталу до неї.

- вихід на нові міжнародні ринки. Потрібно співпрацювати з представництвами інших держав з метою залучення більшої кількості в'їзних туристів та утримання чітких позицій на міжнародній туристичній арені. Ще один спосіб виконання даного завдання – участь у туристичних виставках, створення кластерів, порталів, розробка ефективної інформаційно маркетингової стратегії.

- мобілізація усього можливого туристичного потенціалу, розвиток інфраструктури та відповідність їх міжнародним стандартам з метою задоволення існуючого попиту.

- значні зусилля повинні бути спрямовані на покращення обслуговування туристів, оновлення та реконструкцію туристичних об'єктів, історичних та культурних пам'яток, створення нових рекреаційних зон місцевого та державного значення.[165]

Розглядаючи шляхи вирішення проблем у сфері туризму в Україні, можна також зупинитись на його конкретних напрямках. Згідно Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»» до видів туризму відносять культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, релігійний туризм та інші. До альтернативних видів відносять екологічний та зелений туризм[1]. В різних регіонах України сьогодні розвиваються також і агротуризм, екстремальний, етнічний (ностальгічний), промисловий.

Зважаючи на природу та культурні особливості, одним з головних має стати зелений (сільський) в його основі лежить надання туристичних послуг жителям міст, а також іноземцям, які хочуть ознайомитись зі звичаями та традиціями, кухнею, побутом місцевих жителів.

Зелений туризм є актуальним та потрібним в нашій країні тому що: по перше, це можливість зберегти, відродити та розвинути нашу культуру,

промисли, архітектуру, народне мистецтво; по друге, це шанс не просто використати природо-ресурсний та культурний потенціал сільської місцевості, а й частково вирішити проблему зайнятості місцевого населення та певним чином підвищити частку малого підприємництва в країні; по третє, це досить таки ефективний спосіб представити світу український туристичний бренд. Серед областей, які є найбільш підходящими для розвитку зеленого туризму, Франківська, Чернівецька, Львівська, Закарпатська, Тернопільська, та Південний регіон.

Трохи поступається зеленому, але тим не менш міг би мати місце, промисловий туризм. Це вид туризму, пов'язаний із промисловими об'єктами. Так, в нашій державі промисловий туризм після владнання ситуації на сході країни міг би розвиватися в Донецькій та Луганській областях, оскільки саме там зосереджене промислове виробництво країни. Прикладом промислового туризму є також і ознайомчі подорожі на Чорнобильську АЕС.

Ще одним видом туризму, який має потенціал для розвитку в нашій державі, це екстремальний туризм. Даний вид туризму передбачає активні види діяльності з фізичними навантаженнями та, як правило, ризиком для життя. Регіони, де може розвиватись екстремальний туризм, це, перш за все, Карпати, де зараз є дуже актуальним лижний спорт, сноубординг, фрірайд, велоспорт. На порогах карпатських річок та Південного Бугу досить поширеним є рафтинг. Є регіони, де розвивається дельтапланеризм, популярними стали польоти на повітряних кулях, стрибки з парашутом.

Окрім того, є можливість розвитку лікувально-оздоровчого туризму в таких областях, як Закарпатська, Львівська, а також на Півдні.

Як бачимо, чи не кожен регіон нашої держави може забезпечувати пропозицію у певному виді туризму. На нашу думку, за ефективного регулювання, вирішення проблем на місцях, формування та досягнення чітко поставлених цілей можливо підвищити рівень розвитку кожного виду і, таким чином, зміцнити весь ринок туристичних послуг. Основними шляхами для

поставлення цієї мети повинні стати продумані стратегії та розумне планування, покращення інфраструктури та реконструкція галузі загалом.

3.2. Рекомендації щодо покращення стану внутрішнього туризму в Україні

Внутрішній туризм в Україні має великий потенціал для розвитку і сприяє економічному зростанню та розвитку регіональних громад. Для покращення стану внутрішнього туризму в Україні, рекомендується вжити наступні заходи:

1. Розвиток туристичної інфраструктури: Необхідно інвестувати в створення та покращення туристичної інфраструктури в різних регіонах України. Це включає будівництво та ремонт готелів, гостьових будинків, кемпінгів, створення туристичних маршрутів, розвиток рекреаційних зон і спортивних об'єктів.
2. Продвиження туристичного потенціалу: Україна має багатий культурний, природний та історичний спадок. Важливо активно просувати туристичні об'єкти та маршрути як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Рекламні кампанії, участь у міжнародних туристичних виставках та заходах, використання сучасних засобів комунікації та соціальних медіа можуть допомогти залучити більше туристів.
3. Збільшення доступності: Для розвитку внутрішнього туризму важливо забезпечити зручний доступ до туристичних об'єктів. Розширення мережі транспортних зв'язків, включаючи автобуси, поїзди та авіарейси, зробить подорожі в Україні більш зручними та доступними для мешканців і туристів. Також важливо розробити спеціальні туристичні пакети та знижки для внутрішніх туристів, що стимулюватимуть подорожі по Україні.

4. Підтримка туристичних підприємств: Для розвитку внутрішнього туризму необхідна підтримка туристичних підприємств. Влада може надати пільги та фінансову підтримку малим та середнім підприємствам у галузі туризму. Також слід сприяти професійному навчанню та підвищенню кваліфікації працівників галузі, щоб забезпечити якісне обслуговування туристів.
5. Створення туристичних кластерів: Формування туристичних кластерів, де різні туристичні підприємства, готелі, ресторани, турагенції та інші гравці галузі співпрацюють між собою, може сприяти збільшенню привабливості регіону для туристів. Такі кластери можуть спільно рекламуватися та пропонувати комплексні туристичні послуги.
6. Підвищення якості послуг: Важливо забезпечити високу якість обслуговування туристів. Тренінги та семінари для працівників туристичної галузі, стимулювання розвитку гостювинності та культури обслуговування можуть позитивно вплинути на задоволення туристів та їх бажання повертатися знову.
7. Розвиток екологічного туризму: Україна має багатий природний ландшафт, національні парки, заповідники та екологічно чисті регіони. Продовження зусиль для захисту природи, створення екологічних туристичних маршрутів та пропаганда екологічної свідомості серед туристів сприятимуть розвитку екологічного туризму в країні.
8. Підтримка культурного спадку: Україна має багату культурну спадщину, включаючи історичні пам'ятки, фольклор, народні ремесла та традиції. Необхідно забезпечити збереження цього спадку, а також організовувати культурні заходи, фестивалі та екскурсії для презентації української культури туристам.
9. Розвиток цифрових технологій: Використання цифрових технологій, таких як мобільні додатки, веб-сайти та віртуальні тури, може сприяти

залученню та інформуванню туристів про доступність туристичних об'єктів, маршрутів та послуг. Також важливо забезпечити належну інтернет-інфраструктуру та безпеку для туристів.

10. Співпраця з міжнародними партнерами: Розроблення партнерств та співпраця з міжнародними туристичними організаціями та туроператорами можуть сприяти привабливості України як туристичного напрямку. Важливо активно залучати іноземних інвесторів та сприяти розвитку туристичних проектів у співпраці з партнерами з інших країн.

11. Підвищення безпеки туристів: Забезпечення безпеки туристів є пріоритетним завданням. Необхідно забезпечити належну безпеку на туристичних об'єктах, розробити ефективну систему нагляду та контролю, а також забезпечити належне страхування для туристів.

12. Оптимізація адміністративних процедур: Скорочення бюрократичних перешкод та спрощення адміністративних процедур для туристичних підприємств та послуг допоможе залучити більше інвестицій та сприятиме розвитку галузі.

Ці рекомендації можуть допомогти покращити стан внутрішнього туризму в Україні. Важливо пам'ятати, що цей процес потребує спільних зусиль уряду, бізнесу та місцевих громад для досягнення успіху.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження теми "Внутрішній туризм України" було виявлено, що внутрішній туризм є важливою галуззю для розвитку країни. Україна має значний потенціал для приваблення внутрішніх туристів завдяки своїй багатошаровій культурній спадщині, розмаїттю природних ресурсів та історичним пам'яткам.

Проте, дослідження також виявило низку проблем, які необхідно вирішувати для поліпшення стану внутрішнього туризму в Україні. Недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, низький рівень обслуговування та якості туристичних послуг, недостатня промоція та маркетингова підтримка, а також обмежений доступ до інформації для туристів - це лише кілька з проблем, з якими стикається внутрішній туризм в Україні.

Для покращення стану внутрішнього туризму в Україні, рекомендується прийняти ряд заходів. Спільна робота уряду, туристичних організацій, громадських організацій та приватного сектору є ключовою.

По-перше, необхідно зробити значні зусилля для покращення туристичної інфраструктури в Україні. Недостатня розвиненість готельної бази, транспортних зв'язків та інших туристичних послуг обмежує потенціал внутрішнього туризму. Розвиток інфраструктури повинен стати пріоритетом уряду та туристичних організацій.

По-друге, необхідно зосередитись на підвищенні якості туристичних послуг. Це включає навчання та підготовку персоналу, створення стандартів обслуговування та впровадження механізмів контролю якості. Туристам важливо мати позитивний досвід туристичного відпочинку, що сприятиме збільшенню їхньої задоволеності та вірогідності повернення.

По-третє, ефективне маркетингове планування і просування туристичних ресурсів України мають відігравати важливу роль у привертанні туристів. Необхідно використовувати сучасні методи маркетингу, такі як

цифровий маркетинг, соціальні медіа та інтернет-реклама, щоб підвищити обізнаність та привабливість туристичних місць України.

Крім того, під час повномасштабної війни, внутрішній туризм в Україні зазнав великого впливу. Існує проблема безпеки та стабільності. Конфлікти, воєнні дії та політична нестабільність в окремих регіонах України можуть впливати на безпеку туристів та їхню готовність обрати Україну як туристичний напрямок.

Важливо забезпечити безпеку туристів впроваджуючи відповідні заходи та протоколи та розвивати туристичні маршрути, які не потрапляють в зони конфлікту та мають високий рівень безпеки. Країна потребує розширених зусиль щодо відновлення туристичної індустрії та відновлення довіри туристів.

На основі проведеного дослідження рекомендується наступне:

1. Підтримка інфраструктурних проєктів, спрямованих на розвиток туристичної індустрії.
2. Посилення зусиль щодо навчання та підвищення кваліфікації персоналу в галузі туризму.
3. Створення ефективних маркетингових кампаній, які привернуть увагу туристів до різноманітних туристичних місць та ресурсів України.
4. Залучення приватного сектору та підтримка малого та середнього бізнесу в туризмі.
5. Співпраця з міжнародними партнерами для просування туристичних продуктів України на зовнішніх ринках.

Також, в ході дослідження ,були визначені важливі висновки щодо потенціалу внутрішнього туризму в країні. Нижче наведено основні висновки:

1. Україна має значний потенціал для розвитку внутрішнього туризму. Країна багата на природні ресурси, такі як карпатські гори, Чорне та Азовське моря, річки та озера, національні парки та заповідники. Крім того, Україна має

багату культурну спадщину, історичні пам'ятки та традиції, які привертають увагу туристів.

2. Переваги українського внутрішнього туризму полягають у його доступності та різноманітності. Україна має розвинуту транспортну систему, що дозволяє зручно переміщуватися по країні. Крім того, існує велика кількість різноманітних туристичних об'єктів, які задовольняють інтереси різних категорій туристів.

3. Внутрішній туризм в Україні має великий економічний потенціал. Розвиток цієї галузі може сприяти створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та зростанню економіки країни. При цьому, важливо розробити ефективну стратегію просування українського туризму як внутрішнього, так і на зовнішніх ринках.

4. Розвиток інфраструктури є важливим аспектом для залучення більшої кількості туристів. Необхідно інвестувати в будівництво та покращення готелів, ресторанів, розвагових закладів, транспортної мережі та інших туристичних послуг. Також, важливо розвивати інформаційну базу та просувати українські туристичні маршрути та пам'ятки.

5. Для розвитку внутрішнього туризму в Україні необхідна підтримка з боку держави, включаючи прийняття відповідних законодавчих актів та стимулюючих програм. Також, важливо сприяти партнерству між державним сектором, приватними підприємцями та громадськими організаціями з метою спільної промоції та розвитку внутрішнього туризму.

Загалом, внутрішній туризм в Україні має значний потенціал для розвитку, який може сприяти економічному зростанню, залученню інвестицій та покращенню якості життя населення. Для досягнення цих цілей необхідно приділяти увагу розвитку інфраструктури, просуванню туристичних об'єктів, підвищенню якості туристичних послуг та сприянню партнерству між різними суб'єктами галузі. Тільки таким шляхом можна досягти повного розкриття потенціалу внутрішнього туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдейчик О. І. (2018). Туризм: Навчальний посібник, С.73.
2. Андреева О. И., Спирова Ю. О. (2020). Внутрішній туризм в Україні: економічний аспект, С.89.
3. Богатов І. В., Бугайчук І. І., Макаренко Н. Г.(2016). Основи туризму: Навчальний посібник, С.247.
4. Борисенко Л. В. (2018). Гнатюк Л. О. Внутрішній туризм в Україні: потенціал і перспективи, С.89
5. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М.(2021). Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні, С 238
6. Головка І. І. (2019). Туристична діяльність: Навчальний посібник, С.16
7. Гриневич, О., Лупій, І., & Чміль, В. (2006). Внутрішній туризм України: проблеми та перспективи. Київський економічний університет, С.31,33
8. Даценко, Н. В. (2017). Внутрішній туризм України: стан, проблеми та перспективи розвитку. Економічний простір, С.116.
9. Жданова, І. В. (2011). Внутрішній туризм: сутність, проблеми та перспективи розвитку. Молодий вчений, С.125-127.
10. Іванов В. М., Кравченко Л. П. (2018). Внутрішній туризм в Україні: потенціал та проблеми розвитку, С.90.
11. Карпенко, Л. (2014). Актуальні проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Економіка культури і туризму, С.147-148.
12. Киричук В. М.(2017). Туристичний ринок України: стан, проблеми, перспективи. С.55.
13. Кореневська Г. І., Кореневський І. І.(2018). Регіональний внутрішній туризм в Україні: проблеми та перспективи, С.99.

14. Корчевська Л.(2022).Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції,С.337.
15. Костенко, В. (2018). Стан та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка. Фінанси. Управління: актуальні питання науки і практики, С.99
16. Криворучко О. О., Максименко О. М. (2018) Вплив воєнного конфлікту на розвиток туризму в Україні. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв,С.39.
17. Литвиненко Ю. Ю., Максименко О. М. (2015). Внутрішній туризм в Україні: ресурси, розвиток, перспективи. С.28.
18. Лук'яненко Н. М. (2013). Туристичний рух в Україні: проблеми, стан та перспективи.
19. Мартиненко, О. М. (2014). Розвиток внутрішнього туризму в Україні: проблеми та перспективи. Економіка та держава,С.39.
20. Марченко В. А., Куцак І (2017).. В. Вплив війни на туристичну індустрію України. Молодий вчений
21. Михайлов О. В.(2019). Внутрішній туризм як фактор регіонального розвитку України. Київ.
22. Міністерство культури України. (2017) Звіт "Вплив війни на культурно-туристичний потенціал України".
23. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. (2022). Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава,С.55.
24. Олійник, О. Л. (2018). Внутрішній туризм України: стан, проблеми та перспективи розвитку. Інноваційна економіка,С.19,21.
25. Петрова Т. І. (2015). Туристична індустрія України: стан та перспективи розвитку, С.116.

26. Пікуль М. С., Кравчук О. В. (2019). Внутрішній туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку.
27. Романенко, О. (2013). Стан та проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економіка, С.155.
28. Савченко Л. П., Черепанова І. О. (2016). Внутрішній туризм в Україні: інноваційні аспекти розвитку, С.90.
29. Семенченко, Л., & Сирота, Н. (2013). Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні. Соціально-економічні проблеми і держава, С.228.
30. Середа А. В.(2013). Внутрішній туризм України: проблеми та перспективи розвитку.
31. Серова Л. О., Горянська Л. І. (2016). Вплив воєнного конфлікту на туризмний рух в Україні. Науковий вісник Чернівецького університету. Географічні науки
32. Сидоренко Л. В. (2018) Війна та її наслідки для туристичної галузі України. Економіка та управління
33. Соколенко О. М., Хімченко О. В., Лебедева І. М.(2019). Туризм: Навчальний посібник., С.28
34. Теперько, Т. (2008). Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку туристичної галузі України. Глобальні та національні проблеми економіки, С.441-442.
35. Холод, О., & Медведєва, Н. (2017). Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка. Фінанси. Управління: актуальні питання науки і практики, С.43.
36. Холоденко, О. М. (2018). Внутрішній туризм України: стан та перспективи розвитку. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія, С.55.
37. Чередниченко І. В., Соколова В. М.(2018). Регіональний внутрішній туризм в Україні: економічні аспекти, С.49

38. Чернишева А. В.(2014). Туристичний потенціал України: проблеми та перспективи розвитку,С.73.
39. Шалаган, В. (2013). Потенціал розвитку внутрішнього туризму в Україні. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки,С.86.
40. Шаповалова, І. М. (2019). Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні та шляхи їх вирішення. Економіка. Фінанси. Право,С.165.
41. Шарова І. В.(2017). Роль внутрішнього туризму в економіці України/
42. Шевченко О. М.(2011). Внутрішній туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку,С.43.
43. Шевчук, І. І. (2017). Внутрішній туризм України: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку,С.124.
44. Широкова О. В. (2017). Вплив воєнного конфлікту на розвиток туризму в Україні та можливості його збереження. Науковий вісник Національного університету водного господарства та природокористування,С.82.
45. Яковлева, В. В., & Любіцька, Г. М. (2018). Сучасні тенденції та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Економічні науки,С.183.

ДОДАТКИ

Додаток А

Кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, за видами
туризму

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

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