

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота

на тему: «Регіональні особливості внутрішнього туризму в Україні»

Допущено до захисту
«24» листопада 2022 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-21з
заочної форми здобуття освіти
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туризмознавство
за спеціальністю 242 Туризм
Карташової Наталії Віталіївни

Завідувач кафедри
психології і туризму
д. психол. н., проф.
Бондаренко Олександр Федорович

Науковий керівник:
кандидат географічних наук, доцент
Кучерява Ганна Олександрівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

| | стор. |
|--|-------|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ | 7 |
| 1.1. Сутність внутрішнього туризму | 7 |
| 1.2. Туристичні ресурси як основа розвитку внутрішнього туризму | 13 |
| 1.3. Методи дослідження внутрішнього туризму | 22 |
| РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ | 26 |
| 2.1. Загальна характеристика туристичного потенціалу | 26 |
| 2.2. Внутрішній туризм в Україні в умовах пандемії коронавірусу та війни | 33 |
| 2.3. Заходи щодо підтримки та сприяння розвитку внутрішнього туризму в Україні..... | 41 |
| РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО РАЙОНУВАННЯ УКРАЇНИ..... | 55 |
| 3.1. Особливості внутрішнього туризму в Азово-Чорноморському регіоні | 55 |
| 3.2. Характеристика Дніпровсько-Дністровського туристичного регіону | 59 |
| 3.3. Розвиток внутрішнього туризму у Карпатському регіоні | 62 |
| 3.4. Перспективні регіони для розвитку внутрішнього туризму в Україні | 68 |
| ВИСНОВКИ | 79 |
| РЕЗЮМЕ/RESUME | 84 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 86 |
| Додаток А | 94 |
| Додаток Б | 97 |
| Додаток В | 99 |
| Додаток Г | 101 |
| Додаток Д | 103 |
| Додаток Ж | 105 |

ВСТУП

Світовий досвід підтверджує величезну економічну значущість туризму, який є однією з найбільших, високоприбуткових та динамічних галузей економіки та сфери соціально-значимих послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації, туризм займає 35% міжнародного ринку послуг, на його частку припадає 10% світового валового національного продукту, кожне 10 робоче місце і т.д. Туризм надає стимулюючий вплив і інші сектори економіки, такі як готельний і гральний бізнес, транспорт, торгівля та інших. **Актуальність теми** дослідження зумовлена неефективним використанням потенціалу туризму як чинника економічного, соціального та соціокультурного розвитку України.

Дедалі більше зростає функція туризму щодо відтворення життєвих сил людини, підвищення її якості життя. Як сфера духовної культури туризм виконує гуманітарні, світоглядні, пізнавальні, пропагандистські, виховні, культуроохоронні та інші суттєві соціальні функції у суспільстві.

Причини подібного стану справ в українському туризмі вже давно озвучені керівниками державних органів управління туризмом, туристичних організацій та об'єднань, а також вченими: неефективна державна туристична та інвестиційна політика, невідповідність елементів інфраструктури туризму світовим стандартам гостинності, недосконалість нормативно-правової бази та статистичної звітності та ін.

Однією з важливих причин, що гальмують розвиток туризму в Україні, є недооцінка потенціалу регіонального туризму. Необхідність його «розкручування» для переходу національного туризму на якісно новий рівень вже усвідомили в країнах, де він є високоприбутковою галуззю економіки – США, Англії, Туреччини, Іспанії, Франції, Чехії та ін. Такий підхід сприяє диверсифікації національного туристичного продукту, що призводить до збільшення різноманітності туристичних послуг, до отримання максимальної вигоди з туристичних ресурсів територій тощо. Саме у регіонах проблема розвитку туризму наповнюється реальним змістом та прив'язана до умов тієї чи

іншої території з урахуванням наявних ресурсів, реально існуючих можливостей, конкретних запитів населення та приїжджих туристів.

Практика різних країн сучасного світу (США, Великої Британії, Франції, Німеччини, Японії та ін.) свідчить про багато переваг та можливостей розвитку сфери внутрішнього туризму, не тільки як галузі, що забезпечує працевлаштування, а й як поля розвитку підприємництва, прибуткового сектора економіки, сфери, що сприяє розвитку людини, підвищенню ефективності виробництва

В Україні актуальність проблеми регіональних особливостей розвитку туризму, визначається наступними обставинами:

- об'єктивною необхідністю вивчення розвитку українського туризму, регіональної ринкової економіки, сфери соціально значущих послуг;
- наявністю сприятливих природно-географічних та історико-культурних умов для розвитку туризму в Україні та скороченням в'їзного туристичного потоку;
- повільними темпами зростання споживання туристичних послуг та кількості виїзних та внутрішніх туристів в Україні;
- сучасним рівнем стану інфраструктури туризму в регіонах, що не сприяє повній реалізації наявних у галузі потенційних можливостей розвитку сфери туризму;
- існуючими проблемами організації туристичної діяльності, що перешкоджають розширенню соціальної бази туризму.

Постановка проблеми та ступінь розробленості теми. Тема розвитку внутрішнього туризму в Україні активно досліджується вітчизняними науковцями, такими як: О. Бейдик [9], О. Любіцева [41-44], Н. Паньків [57-58] та ін. Враховуючи мінливість зовнішнього середовища, умови, впроваджені для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, воєнний стан в Україні, питання дослідження внутрішнього туризму в Україні, його проблем та перспектив розвитку буде й надалі залишатися актуальним.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз внутрішнього туризму в Україні, виявлення регіональних особливостей та перспектив його розвитку.

Для досягнення сформульованої мети були поставлені наступні **завдання**:

- розкрити поняття внутрішнього туризму, сутність туристичного потенціалу;
- розглянути туристичні ресурси як основу розвитку внутрішнього туризму;
- визначити методи дослідження внутрішнього туризму;
- охарактеризувати сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні, зокрема в умовах пандемії та війни;
- розглянути заходи щодо підтримки та сприяння розвитку туризму в Україні;
- проаналізувати туристичне районування України, визначити перспективні регіони для розвитку внутрішнього туризму.

Об'єкт дослідження – сфера туризму в Україні.

Предмет дослідження – особливості внутрішнього туризму в Україні, регіональні аспекти його розвитку.

Методологічна основа дослідження. Використання системного методу дозволило дослідити регіональний туризм комплексно та всебічно. Для аналізу сфери туризму в регіонах України застосовувався структурно-функціональний метод. У дослідженні були використані також методи абстрагування, узагальнення емпіричних результатів, кількісного та якісного аналізу інформації, порівняння, спостереження, інші методи наукового пізнання.

Інформаційна основа дослідження. У дослідженні ми спиралися на вітчизняні та зарубіжні теоретичні та методичні розробки в області регіонального розвитку внутрішнього туризму, матеріали та рекомендації наукових конференцій, симпозіумів та семінарів, статистичні дані офіційних джерел інформації.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів. Отримані в дослідженні результати роблять певний внесок у теоретичні підходи до дослідження феномену регіонального туризму в Україні, доповнюють і розвивають уявлення про цю важливу сферу регіональної та суспільної життєдіяльності, що набуває все більшої актуальності та соціальної значущості. Результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані місцевими органами влади для планування розвитку туризму в Україні.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Деякі положення та результати кваліфікаційної роботи були представлені на міжнародній конференції та опубліковані у збірнику: Карташова Н. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. «Ad orbem per linguas. До світу через мови»: матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції «Україна у транскультурному й мультимодальному світі», 25 травня 2022 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2022. С. 542-544.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 106 сторінок, у тому числі основного тексту 83 сторінки, список використаних джерел містить 78 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність внутрішнього туризму

У даний час вітчизняний туристичний ринок орієнтований на розширення комплексу послуг на основі розвитку високоефективних і конкурентоспроможних територіальних туристичних комплексів. Сучасна туристична рекреаційна система визначає формування якісного туристично-рекреаційного продукту на основі координації всіх видів ресурсів, які вона має [16].

Протягом останніх десятиліть з моменту початку перехідного періоду і до теперішнього часу розвиток туризму відбувався в основному без урахування перспективних потреб у туристично-рекреаційних послугах та обґрунтування доцільності розвитку певних субгалузей на основі екстенсивного використання наявних ресурсів, що значно знижувало ефективність функціонування туристично-рекреаційних комплексів, спроектованих та функціонуючих у межах міст-курортів та туристичних рекреаційних місцевостей на території України [20, с. 16].

Поняття «внутрішній туризм» сформульовано у Законі України «Про туризм» і, згідно зі Статтею 4, це – організаційна форма туризму, що пов'язана із подорожами територією України її корінних жителів (або осіб, що перебувають на її території) [60]. Дана форма туризму у загальному розумінні базується, на наш погляд, на природних рисах української ментальності і яскраво підкреслює такі її позитивні якості як унікальність традиційної культури етносу, високі комунікативні здібності і гостинність.

Сучасний етап розвитку внутрішнього та в'їзного туризму характеризується зверненням акценту на регіональний рівень. Ряд передумов правового та економічного характеру зумовили зростання значущості туристичної галузі як однієї з точок зростання регіональної економіки.

Основним інструментом регулювання та державної підтримки туристичної діяльності, як правило, виступають стратегії та/або програми розвитку туризму, ключовим аспектом яких стає прогнозування та забезпечення збільшення туристичного потоку, що у свою чергу передбачає коректну оцінку ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні [65, с. 34].

У зв'язку з цим, зростає значимість інформаційного та методичного забезпечення використання програмно-цільового методу при регулюванні розвитку туризму на рівні держави та місцевого самоврядування. Концепція підвищення ефективності використання туристичного потенціалу не є достатньою для оцінки перспектив розвитку туризму на регіональному рівні, оскільки не дозволяє визначити ні затребуваність (атрактивність) туристичних ресурсів, ні вплив туристичної індустрії, що склалися, та інфраструктури туризму на подальший розвиток внутрішнього та в'їзного туризму.

Оцінка сукупності туристичних ресурсів, тим паче, окремих їх видів, також можуть повністю охарактеризувати потенціал розвитку туризму. Виникає необхідність оцінити ресурсний потенціал туризму, що дозволить найточніше визначити можливості розвитку на регіональному рівні. Разом з тим, поняття «ресурсний потенціал туризму» є одним із найменш вивчених категорій у науці та практиці туризму: відсутнє загальноприйняте визначення, немає єдиної думки про його склад тощо.

У науці не склалася єдина думка щодо визначення сукупності факторів, що стимулюють або стримують розвиток ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні. Вочевидь, що ресурсний потенціал туризму є ширшим поняттям, у якому потенціал туристичних ресурсів доповнюється потенціалом окремих елементів туристичної промисловості та інфраструктури туризму.

Отже, під ресурсним потенціалом туризму слід розуміти сукупний потенціал туристичних ресурсів і навіть фінансових, трудових, інформаційних і матеріально-технічних ресурсів, залучених у розвиток туристичної промисловості та інфраструктури туризму. Вченими розроблено низку

методичних підходів та методик з оцінки окремих видів туристичних ресурсів, насамперед природних, рекреаційних та культурно-історичних [7, с. 619].

Запропоновані інтегральні методики оцінки туристичного потенціалу часто зводяться до оцінки сукупності туристичних ресурсів на регіональному рівні. Лише у кількох методиках пропонується оцінювати основу розміщення туристів. Крім того, запропоновані методики не дозволяють кількісно оцінити ні потенціал цих ресурсів та їхню затребуваність туристами та екскурсантами, ні порівняти ці оцінки з аналогічними за іншими територіями.

В оцінках переважно використовується описовий підхід, що зумовлює значну суб'єктивність. Дані обставини визначили їхнє обмежене використання на практиці. На даний час найбільш ефективним інструментом державного регулювання туризму на регіональному рівні стає розробка програм розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Нормативною базою підготовки подібних документів встановлено загальні вимоги до їх структури та змісту. Так, значущими розділами, в основі яких потім здійснюється планування заходів, стають оцінка туристичного потенціалу, визначення чинників, стимулюючих і стримують розвиток внутрішнього туризму. Методологія управління реалізацією стратегії розвитку туристичної галузі як однієї з регіональних соціально-економічних систем передбачає певний цикл функціональних елементів [25, с. 94].

Одним із таких елементів стає розробка цільових комплексних програм, типова структура яких передбачає формулювання цілей та завдань програми. Логічно припустити, що цілями та завданнями програм розвитку внутрішнього та в'їзного туризму мають стати показники (індикатори) збільшення туристичного потоку. Проте аналіз існуючих програм не дає змоги відповісти на питання, яким чином сформульовані цілі та завдання розвитку внутрішнього та в'їзного туризму.

Факторами, що стримують розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, є:

- недостатність кількості підприємств туристичної індустрії, в т.ч. засобів розміщення, підприємств громадського харчування, низька якість послуг за завищених цін;
- бар'єри у залученні інвестицій, у т.ч. відсутність готових інвестиційних майданчиків, не вигідні умови оренди, адміністративні бар'єри;
- дефіцит кваліфікованих кадрів у різних секторах туристичної промисловості;
- недостатність фінансування, що виділяється на просування регіональних туристичних продуктів та послуг [34, с. 148].

Основна мета цих програм полягає у розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Саме поняття розвитку полягає у доказі можливостей та у визначенні шляхів збільшення туристичного потоку внутрішнього та в'їзного туризму в регіоні. Однак відсутні вказівки на те, як визначити величину можливого приросту туристичного потоку та межі цього зростання. Вочевидь, що можливості можуть бути обмежені:

- потенціалом туристичних ресурсів регіону, сукупна одноразова ємність яких незначна, тобто може вмістити певну кількість туристів та екскурсантів;
- потенціалом туристичної промисловості, тобто мережі колективних засобів розміщення, підприємств громадського харчування, розваги або місць проведення ділових зустрічей та ін., що забезпечують задоволення основних потреб туристів та екскурсантів;
- потенціалом інфраструктури туризму, формує ресурси задля забезпечення функціонування підприємств та закупівельних організацій туристичної індустрії [64, с. 72].

Основні результати вивчення особливостей проведення досліджень та оцінки ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні свідчать, що підхід до оцінки розвитку сфери туризму, туристичного потенціалу на регіональному рівні носить загальний характер, тому що, як правило,

оцінюються туристичні ресурси, туристична промисловість та інфраструктура і навіть окремі соціально-економічні чинники.

Аналіз результатів досліджень та оцінок розвитку сфери туризму на регіональному рівні показує, що результати та рекомендації численних наукових праць використовувати у практичній діяльності вкрай важко. Так, найчастіше некоректно використовуються терміни «туристична індустрія» та «туристична інфраструктура», «ресурсний потенціал» та «туристичний потенціал», що створює проблеми під час проведення порівняльних досліджень.

При оцінках туристичного потенціалу та потенціалу туристичних ресурсів не дається уявлення про ємність даних ресурсів, їх доступність та освоєність. Кількісні показники туристичних ресурсів відсутні. Майже не висвітлюються аспекти розвитку туристичної інфраструктури на регіональному рівні. Також дуже обмежено представлено вивчення регіональних соціально-економічних факторів.

Таким чином, залишається незрозумілим, наскільки обґрунтовані твердження про перспективність розвитку туризму, багатство туристичних ресурсів, особливо якщо вони не супроводжуються кількісними індикаторами. Ця проблема дуже актуальна при розробці програм та стратегій розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, оскільки може призвести до неефективного використання бюджетних коштів. Особливо слід зазначити питання використання статистичних даних.

Зауважимо, що при характеристиці освітніх закладів, які здійснюють підготовку фахівців у галузі туризму, часто «упускають» блок підготовки кадрів для громадського харчування. Як показав аналіз, багато регіонів використовують практику добровільних статистичних спостережень, не покладаючись, очевидно, на дані статистики.

Характеризуючи туристичні ресурси, регіони фокусуються на найбільш значущих для туризму об'єктах, розташованих на їх території і, як правило, висвітлюють:

- різні групи ресурсів, як сукупності об'єктів єдиної спрямованості;
- конкретні об'єкти показу;
- туристичні та екскурсійні програми та маршрути;
- види туризму з характеристикою основних ресурсів/об'єктів/центрів;
- заходи та події [27, с. 50].

Загалом, виділяють природні та культурно-історичні ресурси. Рідше ці дві основні групи доповнюються даними про заходи, що є основою розвитку подій та/або ділового туризму. Проте більш інформативним і наочним є виділення деталізованих груп туристичних ресурсів, наприклад, етнографічних, архітектурних, і т.д. Такий підхід дозволяє досягти більш точної характеристики внутрішнього туризму в країні.

Проведений аналіз методичних підходів до визначення, аналізу та оцінки туристичних ресурсів, туристичного потенціалу на регіональному рівні показує, що ресурсний потенціал туризму загалом не є об'єктом оцінки. Також було показано, що найповніші репрезентативні та інформативні дані гарантують комплексні методики, в яких забезпечені можливості:

- визначення приватних показників оцінки та розрахунку інтегрального показника оцінки;
- поєднання оцінок якісних та кількісних параметрів оцінюваного об'єкта;
- порівняння з аналогічними показниками інших регіонів/територій [43, с. 57].

У зв'язку з цим в науковій літературі запропоновано методику оцінки ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні. Методика порівняльної оцінки ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні призначена, насамперед, для органів державної влади у сфері туризму та органів місцевого самоврядування для інформаційного забезпечення розробки та обґрунтування управлінських рішень у галузі розвитку внутрішнього туризму.

В основі інтегрованої оцінки ресурсного потенціалу туризму на регіональному рівні є кількісна оцінка приватних показників елементів ресурсного потенціалу туризму. При такому методичному підході ключове місце займає оцінка туристичних ресурсів, яка доповнюється оцінкою соціально-економічних факторів, що впливають на розвиток туризму [50].

Таким чином, подальший розвиток ресурсного потенціалу туристичних територій пов'язаний з найбільш повною реалізацією всіх видів ресурсів відповідно до передових стандартів, орієнтованих на досягнення як глобальних, так і локальних цілей розвитку туристичної діяльності та виробництва турпродукту.

Глобальною метою розвитку потенціалу є підвищення іміджу туристичних територій за допомогою поліпшення якості обслуговування туристів, відновлення здоров'я, використовуючи рекреаційні можливості територій. У якості локальних цілей внутрішнього туризму можна розглядати збереження природного та історичного середовища та підвищення рівня екологічної комфортності, інформування про туристичні можливості території, розвиток творчих індустрій та нових інноваційних технологій у сфері туризму, включаючи народні промисли.

1.2. Туристичні ресурси як основа розвитку внутрішнього туризму

Управління туризмом на рівні регіону слід розглядати як систему. Така система включає в себе: аналіз, оцінку, прогнозування та облік впливу різних чинників на сталий розвиток туризму в регіоні. Слід зазначити, що розгляд туризму на регіональному рівні у вигляді системи пов'язаний з його комплексним, багатоаспектним характером. Тому управління туристичною діяльністю в регіоні зручно здійснювати за низкою напрямків, до яких відносяться:

- підтримання в належному стані існуючих та створення нових об'єктів регіональної туристичної інфраструктури;

– оцінка туристичного потенціалу регіону та розробка пропозицій щодо його підвищення [55, с. 4].

Слід також зазначити, що туризм позитивно впливає на економіку. Разом з туризмом отримують свій розвиток послуги готелів, транспорту, зв'язку, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, громадського харчування, будівництва.

Концентрація безпосередніх туристичних ресурсів в регіоні не однорідна, багато територій, близькі до туристських зон або маршрутів, не привабливі для туристів саме в силу відсутності або незатребуваності первинних туристських ресурсів при наявності непрямих і додаткових. Крім того, використовувані туристські ресурси мають обмежень у своєму функціонуванні: сезонність, пропускна здатність і ін.

На думку Н. Паньків, така ситуація створює такі основні передумови для пошуку альтернативного підходу до розвитку туристичних ресурсів регіону:

- необхідність більш повного використання економічного потенціалу туристичного потоку;
- доцільність деконцентрації туристичних і екскурсійних потоків і розвиток туризму в регіонах, близьких до туристичних зон, що не відрізняються особливою туристичною атрактивністю;
- посилення конкурентоспроможності туристичної зони або зони відпочинку за рахунок більш повного уявлення і використання туристських ресурсів;
- створення нових туристичних маршрутів, розвиток яких формує базу для використання потенційних туристичних ресурсів [57, с. 91].

Концептуальні туристичні ресурси слід розглядати як вид первинних туристичних ресурсів, вони являють собою створені людиною (антропогенні) об'єкти туристичного показу, що відносяться до соціально-економічних ресурсів. За своїм функціональним призначенням концептуальні туристичні ресурси є пізнавальними, створеними людиною цілеспрямовано для залучення туристів. Вони також відносяться до відтворених туристським ресурсів,

орієнтованим на пряме використання споживачем. Об'єкт концептуального туристського ресурсу – завжди експлуатований, рівень його потенціалу складно встановити [69, с. 242].

Концептуальними туристичним ресурсам властиві такі характеристики, як атрактивність, доступність, ступінь вивченості, кліматичні умови, екскурсійна значимість, соціально-демографічні аспекти та ін. Стосовно до туристських ресурсів атрактивність є здатністю ресурсу привертати увагу туриста в процесі подорожі і покликана породжувати мотиви і стимули туристичної подорожі. Це якісна характеристика туристського ресурсу, а її фізичне втілення являє собою формування атракції, тобто створення на основі туристичного ресурсу якогось об'єкта або системи об'єктів, які здатні порушити туристський інтерес, доступні туристам і формують у них позитивне сприйняття подорожі.

Виходячи з представленого визначення туристичних ресурсів очевидно, що їх можна класифікувати за відмінними ознаками. У наукових джерелах безліч різних класифікацій туристичних ресурсів. Так С. В. Майстро, С. М. Домбровська класифікують туристичні ресурси з трьох підстав:

1) за ступенем використання туристами: безпосередні (історико-культурні, природні ресурси, що використовуються самими туристами) і непрямі (соціально-економічні);

2) за типом об'єктів: курортологічні об'єкти, загальнооздоровчі та рекреаційні об'єкти, духовно-культурні об'єкти;

3) з функціональної точки зору: оздоровчі, пізнавальні та спортивні [45, с. 56].

Причому на його погляд критеріями включення тих чи інших елементів до складу туристичних ресурсів будуть не тільки технічна можливість, а й економічна ціль, відповідність їх використання і рівень їх вивченості.

Дещо інший підхід до класифікації туристичних ресурсів пропонує Н. Паньків, яка ділить їх всього на три групи:

- природні (водні ресурси, клімат, рельєф, мінеральні джерела та лікувальні грязі, печери, тваринний та рослинний світ, природні пам'ятки та заповідники, унікальні природні об'єкти, мальовничі ландшафти та ін.);
- соціально-економічні (транспортна доступність території, економіко-географічний стан, рівень забезпечення обслуговування населення, трудові ресурси, рівень її економічного розвитку, особливості населення, рівень розвитку транспортної мережі);
- культурно-історичні (виставки, музеї, театри, історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки, фольклор, етнографічні особливості тощо) [58, с. 96].

Бейдик О. О. класифікує комплексні туристичні ресурси (ресурси природно-територіальних туристичних установ) на природно-континентальні та природно-аквальні, що складаються з природних (заповідники, долини річок), природно-антропогенних (парки, сквери, лісопарки, національні парки) і унікальні [9].

Матвійчук Л. Ю. при класифікації туристичних ресурсів умовно об'єднує їх у три групи:

- класифікації за складом (за утворюючими факторами та елементами, функціональною придатністю);
- класифікації за оціночними параметрами якості туристичних ресурсів;
- класифікації за характеристиками, не пов'язаними з оціночними (якісними) показниками туристичних ресурсів [50].

Таким чином, вивчивши різні класифікації туристичних ресурсів можна зробити висновок про те, що дослідники сфери туризму часто не ставлять перед собою окреме завдання систематизації видів і типів ресурсів, в деяких роботах відсутні вказівки на підстави класифікації.

З розглянутих класифікацій на наш погляд більш повно представлена класифікація туристичних ресурсів О. О. Бейдиком, але і він вимагає змін, так як не враховує людські та інформаційні ресурси, які мають специфічні

особливості і є необхідними для включення в туристичні ресурси, що використовуються як для організованого, так і для самостійного туризму.

Також класифікація О. О. Бейдика не враховує загальних ознак регіональних ресурсів, таких як: можливість відновлення, швидкість вичерпання та ін. [9]. На наш, погляд при класифікації туристичних ресурсів їх можна умовно об'єднати в три групи: загальні ознаки, склад туристичних ресурсів та якість туристичних ресурсів. Кожна з представлених груп має певні класифікаційні ознаки, які включають види ресурсів.

Основною відмінністю запропонованої класифікації від розглянутих вище є те, що в ній представлені ресурси, які:

- мають загальні характеристики всіх ресурсів (відновлювані, не відновлювані, швидко вичерпні, невичерпні та ін.);
- є об'єктами, явищами або факторами (природно-кліматичні, інфраструктурні, унікальні та ін.);
- спрямовані на задоволення потреб туристів і відбивають їх ставлення до них після їх використання (естетична привабливість, ступінь комфортності та ін.);
- пов'язані з формуванням туристичного продукту та відображають результат туристичної діяльності (функціональна та технологічна придатність, можливість заміни одних туристичних ресурсів іншими, архітектурні пам'ятки, фольклор, етнографічні особливості і т. д.) [9].

Атракції слід розділити на групи природніх (культурно-історичних) і штучних (антропогенних) атракцій. Під природною атракцією ми розуміємо атракцію, що виникла в процесі логічного розвитку будь-якого об'єкта показу природного або антропогенного походження, причому цей процес і об'єкт мають відомі, науково-підтверджені характеристики. Штучна атракція, таким чином, являє собою фізичне втілення концептуального туристського ресурсу у вигляді об'єкта, і основними умовами її формування є:

- підстави на концептуальному туристичному ресурсі;
- здатність порушити туристичний інтерес;

- включеність в джерела і системи поширення туристичної інформації;
- володіння високою транспортною доступністю;
- формування позитивного сприйняття подорожі [42, с. 44].

У свою чергу, штучна атракція служить базою формування особливих туристичних продуктів. Отримані результати вивчення сукупності таких об'єктів дозволили розробити класифікацію туристських продуктів, заснованих на штучній атракції, які наведено в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація туристичних продуктів, заснованих на штучній атракції
(складено автором за даними [44])

| Критерій класифікації | Класифікаційні групи | Приклад туристичного продукту, заснованого на штучній атракції |
|---|--|---|
| 1. Використовуваний концептуальний туристський ресурс | 1.1. Брендіві | Будинок пива Гіннес, Дублін, Ірландія |
| | 1.2. Об'єктні: 1.2.1. Продуктові 1.2.2. Техніко-технологічні | Британський музей газонокосарок, Сауспорт, Ланкашир, Великобританія. Музей технологій Юрського періоду, Калвер сіті, Каліфорнія, США |
| | 1.3. Діяльні | Психіатричний Музей Glore, Сан-Джозеф, США |

Продовження таблиці 1.1

| | | |
|--|--------------|------------------|
| | 1.4. Подієві | День бабака, США |
|--|--------------|------------------|

| | | |
|---|------------------------------|--|
| | 1.5. Креативні | Лондонський будинок-музей Шерлока Холмса, Великобританія |
| 2. Функціональне призначення | 2.1. Пізнавальні | Національний залізничний музей, Йорк, Англія |
| | 2.2. Розважальні | Великий банан, Австралія |
| | 2.3. Шопінгові | Дні розпродажів в Мілані, Італія |
| 3. Віднесені до елементів середовища | 3.1. Поселення | Портмеріон, Уельс, Великобританія |
| | 3.2. Зони в поселеннях | Чайна-таун, Лондон, Великобританія |
| | 3.3. Унітарні об'єкти | Музей Джеймса Бонда, Англія |
| | 3.4. Природні зони | Село Хоббітів, Нова Зеландія |
| 4. Сукупність елементів об'єкта показу | 4.1. Прості | Готель з льоду, Юккас'ярві, Швеція |
| | 4.2. Комплексні (складні) | Дракула Тур, Трансільванія, Румунія |
| 5. Підхід до створення | 5.1. Створені | Музей Віяла, Грінвіч, Великобританія |
| | 5.2. Модифіковані | Печера-музей трипільської культури «Вертеба», Україна |

1. Брендіві групи, що представляють собою експозицію, присвячену розвитку певного бренду, як правило є об'єктами показу, перетворені в

туристський продукт з активів компаній, що використовувалися ними раніше як елемент корпоративної культури.

2. Об'єктні групи, присвячені якомусь одному предмету або процесу. Як правило, вони створюються ентузіастами, колекціонерами для підтримки своєї ідеї і залучення до неї всіх бажаючих. Вони поділяються на:

2.1. Продуктові групи, що представляють собою експозицію, присвячену будь-якому фізичному предмету.

2.2. Техніко-технологічні групи, які представляють собою експозицію, присвячену конкретному процесу або процесам, пов'язаним з виробництвом будь-якого блага.

3. Діяльнісні групи формуються навколо певного виду активності людини. Вони показують ретроспективу розвитку обраного виду діяльності.

4. Подієві групи не мають будь-яких історичних або культурологічних підстав, вони були виключно локальною подією, що раніше не вабили туристів.

5. Креативні групи присвячені, як правило, вигаданим легендам, міфам, в т.ч. літературним персонажам і подіям.

До штучної атракції можна віднести об'єкти показу, цілеспрямовано створені для розвитку індустрії туризму і збільшення турпотоку на основі концепції, не пов'язаної з культурно-історичною спадщиною та природними ресурсами території. При цьому такі об'єкти здатні стимулювати туристський інтерес і стають основою, на якій формується особливий туристський продукт. Цей туристичний продукт характеризується штучною атракцією, тобто цільовим чином створення подібних турпродуктів є приплив туристів і, тим самим, вони сприяють формуванню бази для підготовки роботи по трансформації традиційних туристських ресурсів з потенційного стану в стан використання [44].

Ці продукти грають важливу роль не тільки як об'єкти показу, що сприяють різноманітності подорожі, дозволяють розосередити туристичний потік, знижуючи навантаження, підвищуючи ефективність управління нею щодо основних туристичних продуктів.

Важливим стимулом для створення туристичних продуктів, заснованих на штучній атракції, є використання цікавості людини. Однак не тільки особливості сприйняття, риси характеру і темперамент людей використовуються для формування нетрадиційних туристських продуктів, заснованих на штучній атракції. Існують об'єкти показу, які залежно від типу особистості, громадянства, віросповідання та інших особливостей, породжують позитивні емоції. Особливим типом атракції можна вважати і певні зони міст, наприклад, етнічні поселення і свята, які раніше вважалися виключно місцевим подією.

Таким чином, в основі формування туристичних продуктів, заснованих на штучній атракції, може лежати вдала ідея, розкручений бренд, образ, легенда, подія або навіть технологічний процес. Формування туристичних продуктів, заснованих на штучній атракції, здійснюється двома шляхами:

- по-перше, туристичний продукт, заснований на штучній атракції, може бути створений «з чистого аркуша», але для цього необхідна унікальна ідея будь-якого ентузіаста, який ініціює створення такого об'єкта;
- по-друге, туристичний продукт, заснований на штучній атракції, може бути створений перетворенням об'єкта, утвореного раніше [44].

Наведені вище приклади показують, що в якості об'єктів концептуальних туристичних ресурсів можуть виступати як окремі об'єкти показу – будівлі, споруди, природні ландшафти та ін., так і певні території – зони міст, самі міста, поселення, події тощо. Оточені відповідним рівнем сервісу, вони перетворюються в туристичний продукт, що відрізняється штучною атракцією, але від цього не менш цікавий мандрівникові. Очевидно, що подібні туристичні продукти грають важливу роль не тільки як об'єкти показу, що дозволяють урізноманітнити подорож туриста. Вони також дозволяють розосередити туристичний потік, знижуючи навантаження і підвищуючи ефективність управління туристичною діяльністю [47, с. 22].

Позитивний туристичний імідж створюється для досягнення однієї мети, але різного ступеня. Наприклад, одні регіони тільки починають процес

створення свого позитивного образу і їм необхідно докласти чималих зусиль, щоб процес позиціонування пропонованого туристичного продукту був ефективний. Іншим же досить провести невелику кампанію з популяризації свого культурного, історичного потенціалу як цінного активу і важливою складовою збереження своїх конкурентних переваг. Всі методи позиціонування спрямовані на виділення туристичного продукту так, щоб він вигідно відрізнявся в поданні потенційних споживачів від схожих туристичних продуктів підвищеними або абсолютно новими споживчими характеристиками.

1.3. Методи дослідження внутрішнього туризму

Одним із найважливіших питань дослідження проблем розвитку туристичної галузі є розробка комплексної методики дослідження стану та проблем розвитку національного туристичного ринку. Національний ринок туристичних послуг є головним у суспільно-географічному дослідженні туризму, що визначається його зовнішніми та внутрішніми функціями. Дослідження зовнішньої функції національного ринку туристичних послуг передбачає оцінку його макророзташування як суб'єкта світового туристичного ринку щодо інших суб'єктів та мезорозташування – щодо суб'єктів макрорегіонального ринку чи субринку [8, с. 30].

В мезорегіональному аналізі цікавим є країноцентричний підхід, який дає змогу визначити субрегіональний ринок як ринок країн-сусідів і оцінити мезорегіональне положення цього національного ринку відносно активності країн-сусідів як у міжнародному туризмі, так і на ринку послуг загалом. Оцінка ролі національного ринку туристичних послуг у світовому туристичному процесі має ґрунтуватися на загальних тенденціях, властивих розвитку ринку послуг як системі вищого порядку, і його часткових виявах, характерних для виділеного за країноцентричним принципом субринку.

Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг ґрунтується на поєднанні методів галузевого та територіального аналізу і має за мету визначення національної туристичної політики. Запропонована методика

дослідження стану та проблем розвитку національного туристичного ринку була результатом удосконалення методики дослідження національного туристичного ринку О. О. Любіцевої [44, с. 79] та передбачає:

1) оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування українського ринку туристичних послуг, яка полягає у визначенні стану розвитку економіки в цій галузі та чинників, що впливають на розвиток національної туристичної галузі;

2) оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів і стану розвитку індустрії туризму України, що визначає її сучасні можливості та перспективи участі в світовому і регіональному туристичному процесі;

3) оцінку інтенсивності туристичного процесу, що відбувається у країні, а також визначення напрямків розвитку турринку та стимулювання ринкової діяльності.

Оцінка інтенсивності туристичного процесу характеризує охоплення туризмом свого населення, що визначається інтенсивністю туристичних потоків. Ці показники виступають у двох видах (нетто- і брутто-інтенсивність туристичних потоків) та характеризують основний логістичний потік у туризмі.

1. Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування українського ринку туристичних послуг, яка полягає у визначенні стану розвитку економіки в цій галузі та чинників, що впливають на розвиток національної туристичної галузі, передбачає добір, аналіз та оцінку внутрішніх і зовнішніх економічних, політичних, соціальних, природних та інших умов і чинників, які впливають на розвиток національного ринку, його місце та роль на регіональному і світовому ринках [44].

Загальна схема дослідження виглядає таким чином: на першому етапі добираються чинники, визначаються їхні факторні ознаки та параметри (кількісні та якісні); на другому етапі чинники розподіляються на ті, що впливають переважно на розвиток внутрішнього ринку, і ті, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність; на третьому етапі зазначені чинники,

розподілені за параметризованими факторними ознаками, розподіляються відповідно до характеру впливу на стимулюючі, стабілізуючі та лімітуючі.

Особливе місце серед чинників належить туристсько-географічному положенню. Цей чинник можна розглядати як комплексний, оскільки, з одного боку, він є лімітуючим, бо географічне положення країни – величина стала, а з іншого – його можна розглядати як стимулюючий, бо туристсько-географічне положення залежить від рівня розвитку національної транспортної мережі, її інтеграції в світову транспортну мережу, від науково-технічного рівня розвитку транспорту та інших складових інфраструктури [44].

Туристсько-географічне положення певною мірою поєднується з транспортно-географічним, але, на відміну від останнього, яке визначається за обсягами діяльності та напрямками руху всіх видів транспорту і транспортних перевезень, воно визначає рівень «зв'язності» цієї країни з іншими країнами регіонального та світового туристичного ринку і оцінюється саме за обсягами пасажирської роботи на лінійних та чартерних рейсах, інтенсивністю і зручністю пересувань.

Основним показником, який можна використати для оцінки туристсько-географічного положення, може бути інтенсивність безпересадочного руху. Туристсько-географічне положення може бути оцінено за допомогою методів теорії графів і графоаналітичних показників, до того ж побудований граф може бути метризованим, що дасть змогу ввести кількісні параметри в подальший аналіз. Таким чином, туристсько-географічне положення дає можливість оцінити рівень зв'язності цього національного ринку з іншими, комплексно відображаючи умови зовнішнього ринку [44].

Водночас головним завданням у сучасних кризових умовах є розробка дієвої стратегії розвитку галузі. На нашу думку, така стратегія має насамперед охоплювати заходи з підвищення туристичної привабливості України як регіону з потужним природним та історико-культурним туристичним потенціалом, але неефективною політикою державного регулювання, інформаційного та інвестиційного забезпечення, що визначає невідповідність

міжнародним стандартам існуючої інфраструктури туризму і відсутність попиту на національний туристичний продукт.

2. Оцінка туристсько-рекреаційних ресурсів України може проводитися як загалом по країні, так і окремо за регіонами, тобто має визначатися потенціал рекреаційної привабливості території. На особливу увагу заслуговує методика оцінки потенціалу рекреаційної привабливості території, запропонована О. І. Артеменко [3, с. 348]. Розрахунок потенціалу рекреаційної привабливості території виконується з допомогою ієрархічної системи нечіткої логіки, яка використовує алгоритм Сугено.

3. Оцінка інтенсивності туристичного процесу, що відбувається у країні, а також визначення напрямків розвитку турринку та стимулювання ринкової діяльності є завершальним конструктивним етапом дослідження, який логічно впливає з проведених досліджень і повинен бути покладений в основу розробки та проведення туристичної політики в країні та її туристичних регіонах [3, с. 349].

В даному дослідженні нами були використані усі перераховані вище методи дослідження внутрішнього туризму України. Найбільшу увагу було приділено оцінці туристсько-рекреаційних ресурсів, оскільки вони являються основним фактором при визначенні відмінностей туризму у різних регіонах. Також ми провели аналіз стану розвитку сфери туризму України в основних туристичних регіонах.

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Загальна характеристика туристичного потенціалу

Термін «потенціал» запозичений з латинської мови та означає «potentia» – «можливості, влада, вплив, сила, здатності», пов'язаний з «potere» – могли, «potis» – могутній, здатний (до чогось) [27]. Окрім того, поняття «потенціал» означає сукупність наявних засобів, можливостей в якій-небудь галузі; джерела, запаси, що можуть бути використані для вирішення певного завдання, досягнення якоїсь мети; можливості суспільства, держави в певній сфері; або приховані здібності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов [27].

Багатогранність поняття «потенціал» пояснюється різноманіттям об'єктів, які в ньому застосовуються. Головне, що поєднує різні потенціали, полягає в тому, що практично всі вони містять певну сукупність можливостей чи здібностей у тій сфері, де застосовується те чи інше визначення. Варто зазначити, що у більшості визначень вказується, що вся сукупність наявних можливостей спрямована на досягнення певних цілей.

Таким чином, у нашому дослідженні під потенціалом ми будемо розуміти сукупність можливостей та здібностей, засобів, ресурсів та резервів для здійснення будь-якої діяльності або досягнення результату.

Туристичний потенціал підкреслює приналежність різних можливостей території до здійснення туристичної діяльності. Туристичний потенціал – це сукупність туристичних ресурсів і туристичних можливостей певної території, які органи державного управління використовують та можуть в перспективі використати для консолідації суспільства на державному, регіональному та місцевому рівнях [44, с. 38].

За допомогою туристичного потенціалу формується сукупність конкурентних переваг тієї чи іншої території (країни, регіону чи окремого населеного пункту), яка завдяки ефективним та чітким рішенням і механізмам

державного управління має здатність обслуговувати цільові туристичні ринки, відповідаючи попиту на туристичні послуги та туристичній пропозиції як основним важелям вказаних ринків.

Важливість визначення компонентів туристичного потенціалу території та її взаємозв'язків, а також ступеня впливу на ефективність туристичної діяльності загалом зумовлена ще й тим, що на основі представленої інформації можливе подальше підвищення ефективності його використання, виявлення резервів розвитку, розробка комплексних програм розвитку туризму [54, с. 68].

Туристичний потенціал будь-якої території має складну ієрархію і включає багато різних елементів з великою кількістю компонентів, аналіз сутності та специфіки кожного з них і взаємозв'язків між ними є надзвичайно важливим і дозволяє провести найбільш повну і точну як кількісну, так і якісну оцінку функціонування та використання потенціалу.

Туристичний потенціал включає:

- природні ресурси (клімат території, рельєф, ландшафти, унікальні екосистеми);
- пам'ятки культури, історії та археології – інфраструктуру туризму;
- матеріально-технічну базу [70, с. 54].

Усі вищеперераховані групи та їх елементи пов'язані між собою, і відсутність хоча б одного з них робить неможливий розвиток туризму в цілому.

Потенціал туристично-рекреаційної території формується на основі ресурсів, які можуть бути використані для задоволення потреб населення у реабілітації, відпочинку та туризмі. Подальший розвиток туристичних територій передбачає наявність цих груп, оскільки існування природних ресурсів із відповідними акторами неможливе без інфраструктури, транспортної доступності, засобів комунікації.

На наш погляд, туристичний потенціал території поняття ширше, ніж рекреаційний, оскільки необхідні крім природних умов можливості та засоби для формування турпродукту. Потенціал туристичних територій визначає

масштаб та напрями реалізації рекреаційних ресурсів як за природними, так і соціально-економічними складовими.

Види потенціалу території – природний, людський, виробничий, інформаційний – утворюють цільну конструкцію економічного потенціалу території. Функціональне призначення економічного потенціалу території визначається цільовою функцією використання окремих його видів, у зв'язку з чим метою реалізації потенціалу туристичних територій є прискорений розвиток сфери туристичних послуг, галузей туристично-рекреаційного природокористування, забезпечення оздоровчих, культурних, матеріальних умов здорового способу життя мешканців та туристів [7, с. 620].

Крім того, враховуючи нематеріальну складову сфери туристичних послуг, мають бути систематизовані та структуровані невиробничі фактори розвитку туристичних територій (рис. 2.1):

- історичний – історичний образ території, насиченість унікальними антропогенними та археологічними пам'ятниками, історико-економічний уклад території, місцевих промислів;
- етнокультурний – національно-етнічний склад та структура населення, що проявляється в особливостях культурного, релігійного, побутового життя – традиціях, звичках, перевагах конкретного етносу, які можуть стати об'єктом привабливості для туристів, інвесторів;
- соціальний – регіональний патріотизм як форма територіальної ідентичності населення, соціальна активність суспільства щодо розробки та реалізації стратегій розвитку території, підприємливість населення;
- міжнаціональна та міжконфесійна толерантність, комунікативність, імідж відкритої до змін території;
- рельєфно-ландшафтний – насиченість рідкісними природними ресурсами, пейзажами для організації ексклюзивних видів туристичної діяльності та надання персоніфікованих послуг;
- кліматичний – бальнеологічний режим повітря, лікувально-оздоровчі властивості гірничо-передгірних та прибережних територій [27].



Рис. 2.1. Схема факторів, що впливають на складові сфери туристичних послуг (побудовано за даними [27])

В даний час інтенсивне нарощування інфраструктурного потенціалу туристичних територій актуалізує проблему їх сталого розвитку, та визначить необхідність порівняння параметрів господарської діяльності з такими показниками як туристична ємність, екологічна ємність територій та антропогенні навантаження. Дослідження інфраструктурного потенціалу території з урахуванням впливу екологічних факторів – це, по суті, новий напрямок, який порівняно недавно почав впроваджуватися в економічну проблематику. Зростаючий інфраструктурний потенціал територій негативно впливає на багато компонентів навколишнього середовища, хоча при цьому й сприяє задоволенню потреб туристів, доповнюючи їх відповідним набором послуг.

Таким чином, інфраструктурний потенціал визначається нами як сукупні можливості території, що забезпечують умови для функціонування виробництва туристичного продукту, досягнення цілей поїздки споживачів до складу та якості туристичних послуг у процесі оптимального та раціонального використання ресурсів. Дане визначення дозволяє виявити склад елементів інфраструктури туристичних територій: транспортне обслуговування, готельні організації, сфера громадського харчування, турагенства та туроператори, культурно-дозвільні підприємства та спортивно-оздоровчий сервіс, екскурсійне обслуговування, установи фінансової сфери, інформаційне забезпечення, сфера

побутових послуг, виробництво туристичної, спортивної та сувенірної продукції, а також роздрібна торгівля [35, с. 176].

Представлені інфраструктурні елементи можна розділити на дві групи (рис. 2.2):

- профільні елементи (транспорт, громадське харчування, засоби розміщення, туроператори та турагенства);
- супутні елементи (підприємства та організації торгівлі, розважально-видовищні підприємства, підприємства зв'язку, фінансові установи, підприємства побутових послуг) [35].

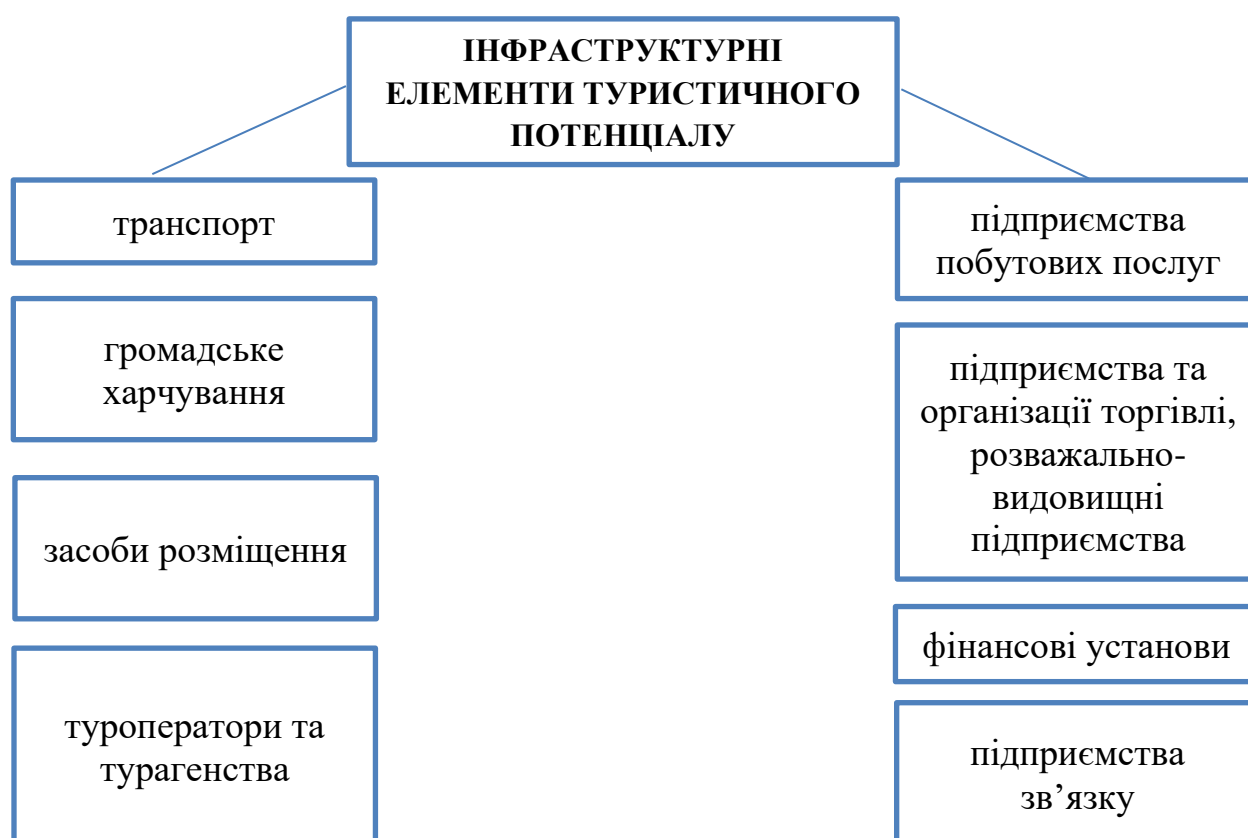


Рис. 2.2. Комплекс елементів інфраструктури (побудовано за даними [35])

Для того, щоб надати характеристику туристичного потенціалу України загалом, та визначити регіональні особливості внутрішнього туризму, доцільно зазначити, на які туристичні райони поділяється країна. Професор О. О. Бейдик є автором усталеного туристичного районування, пропонує наступну схему поділу, виділивши 5 районів:

- Причорноморський, який включає: Одеську, Миколаївську та Херсонську області.
- Карпатсько-Подільський, до якого входять: Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька і Вінницька області.
- Полісько-Столичний район формують: Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська області.
- Придніпровсько-Донецький район: Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська області та Кропивницький.
- Харківський ресурсно-рекреаційний район включає Харківську та Сумську області [9].

Територія України сприятлива для розвитку туризму, завдяки наявним природним умовам, історико-культурним, матеріальним та людським ресурсам. Природні туристські ресурси: компоненти природного середовища, що володіють властивостями, привабливими для туристів [60, с. 49].

Залежно від їх походження виділяють наступні природні ресурси: геологічні, геоморфологічні (рельєф), гідрологічні (води), кліматичні, флористичні, фауністичні. Існує думка, що саме природні ресурси є основою, яка формує туристський інтерес до тієї або іншої території. Звісно ж, що це твердження занадто однозначне, так як в залежності від мотивації споживачів найважливішу роль у формуванні інтересу до різних територій можуть грати зовсім інші ресурси.

Найважливішими водними ресурсами України є: Чорне та Азовське моря, а також територією України протікає 30 тис. річок, серед яких найбільшими є: Дніпро (3-тя за довжиною ріка у Європі), Дністер, Дунай, Південний Буг, Сіверський Донець. Річками Карпат можна здійснювати сплави на байдарках, рафтинг такими, як: Черемош, Прут, Тиса, Стрий та ін. Найбільша кількість озер знаходиться на Волинському Поліссі, загалом в Україні нараховується 3 тис. природних озер та 22 тис. штучних водойм [60, с. 56].

Бальнеологічні ресурси, а саме: мінеральні води та лікувальні грязі зосереджені у Причорноморському, Азовському та Карпатському регіонах, найстаріші грязьові курорти України: Куяльник, Бердянськ. Найбільша кількість джерел мінеральних вод знаходиться у Львівській та Закарпатській областях. Україна має одне з провідних місць по кількості лісових насаджень у Європі. Для туризму велику цінність мають ландшафти, завдяки своїм оздоровчим та пізнавальним властивостям, вони включають рельєф, краєвиди та печери. Україна має значний спелеологічний потенціал, в нашій державі є потужний резерв виявлених та відомих карстових порожнин, чотири з них входять у 100 найдовших печер світу (Оптимістична, Озерна, Попелюшка, Млинки) [60, с. 58]. Печери знаходяться переважно в Подільсько-Буковинському і Карпатському регіонах.

В Україні налічується понад 6700 природно-заповідних територій, у тому числі 20 природних заповідників. Зараз в Україні функціонує 13 природних заповідників, 11 національних природних парків. Заповідники і національні природні парки займають понад 10% території України і розташовані практично у всіх фізико-географічних її регіонах. В Україні налічується 1020 парків, які мають історико-культурну цінність. З їх числа 19 – дендрологічні парки, метою яких є збереження, вивчення і відновлення у спеціально створених умовах представників флори. Крім цього, в країні 88 парків, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, а також 17 ботанічних садів, 7 зоологічних парків. Загальна площа природних рекреаційних ландшафтів в Україні становить 9,4 млн. га (15,6% території держави), а їх одночасна місткість – майже 50 млн. чол. [71].

Культурно-історичні туристські ресурси: об'єкти антропогенного характеру, які є матеріальним втіленням історичних і культурних (в широкому сенсі цього поняття) процесів, що проходили на певній території, які мають привабливі характеристики для їх використання при формуванні туристичного продукту. Культурно-історичні ресурси охоплюють все соціокультурне

середовище місцевості: історичні події, архітектуру, традиції, звичаї, особливості господарського життя і ін.

До туристичних ресурсів належить також такий вид як гомогенні – це місця пов’язані з перебуванням або діяльністю на території України видатних людей-іноземців. В Україні є місця пов’язані з діяльністю Оноре де Бальзака, Армана Еммануеля дю Плессі, Фрідріха Ліста, Адама Міцкевича, Ярослава Гашека та ін. Також в цю групу ресурсів включають місця поховань та військові меморіали, наприклад: поховання шведів після Полтавської битви.

За розрахунками О. О. Бейдика, виявлено понад 500 об’єктів такого роду [9]. Найбільше їх налічують у західних та Одеській областях. Більше 80% цих ресурсів не задіяні в організації турів для іноземців.

Отже, Україна має багатий туристичний потенціал, який приваблює туристів. Причому цей потенціал суттєво відрізняється в залежності від регіону, що робить як внутрішній, так і в’їзний туризм багатограним. Виходячи з опису туристичних ресурсів, можна зробити висновок, що у Азово-Чорноморському регіоні найбільш розвиненими будуть лікувально-оздоровчий, пляжний та водний види туризму, у Карпатсько-Подільському районі – гірський, екологічний, оздоровчий, лижний, культурно-пізнавальний, тощо. Найпопулярніші види туризму Дніпровсько-Дністровського регіону – культурно-пізнавальний, розважальний, рекреаційний та ін.

2.2. Внутрішній туризм в Україні в умовах пандемії коронавірусу та війни

Пандемія коронавірусу на початку 2020 р. дуже вплинула на стан і подальший розвиток практично всіх сфер світового господарства, у тому числі туризму. Такої важкої кризи у туристичному бізнесі не спостерігалось з часів Другої світової війни [40, с. 29]. Однак будь-яка криза веде не лише до негативних наслідків. Є і нові можливості у цього серйозного випробування для всього туристичного ринку.

Серед цих можливостей – прискорення процесів цифровізації туристичних сервісів, більш активне впровадження сучасних технологій (наприклад, великих даних, штучного інтелекту, змішаної та доповненої реальності тощо), використання ідей економіки вражень, актуалізація індивідуального підходу до клієнта, а також екологічного аспекту туристичного продукту, розширення географії туристичних маршрутів та ін.

Крім того, очікувано посилиться важливість такого фактору, як безпека подорожей (включаючи санітарно-епідеміологічну обстановку місця перебування). Туристи віддаватимуть перевагу приватним турам у малих групах на внутрішніх курортах. Очевидно, що після пандемії має сильно змінитися світосприйняття та психологія споживання в цілому, крім того, розпочнеться новий етап конкуренції в туризмі, що призведе до абсолютно нового розподілу ресурсів у цьому ринку.

Із закриттям кордонів в Україні з'явилися додаткові переваги щодо розвитку внутрішніх напрямів у країні. Навіть під час відкриття кордонів спостерігається позитивна динаміка на ринку. Примітно, що туризм у кризових ситуаціях є достатньо вразливим видом економічної діяльності, швидко реагуючи на те, що відбувається зміни, у той час як період відновлення буває відносно нетривалим. При цьому попит на туристичні продукти та послуги скорочується, але повністю не згасає [39, с. 34].

Зниження світових туристичних потоків разом з тим посилює конкуренцію в сфері туризму. Специфіка управління даним видом економічної діяльності полягає у тому числі у тому, що для її розвитку зусиль приватного сектора недостатньо. Туризм передбачає формування відповідної інфраструктури, яка потребує величезних фінансових витрат, що неможливе без участі держави.

Стійкість індустрії туризму у складних обставинах обумовлена еластичністю попиту на туристичні послуги, постійною потребою сучасного споживача у дозвіллі та подорожах. Так, скажімо, якщо ми маємо справу із погіршенням економічної ситуації, то зростає попит на бюджетні туристичні

поїздки. Якщо стикаємося з несприятливою політичною обстановкою, то спостерігаємо переорієнтацію туристичних потоків у нові регіони тощо.

Згідно з дослідженням Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), проведеному навесні 2020 року, пандемія коронавірусу щодня стала скорочувати до мільйона робочих місць у світовому туризмі. Найбільш постраждалою європейською країною стала Німеччина, де схильних до ризику виявилось майже 1,6 млн. робочих місць. На другому місці опинилася росія, на третьому – Італія та Великобританія [40, с. 32].

Крім того, очікується, що надалі сильно постраждає Бразилія, Франція, Японія, Індонезія та Індія. На думку дослідників, найбільша криза очікується в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, а найменш руйнівний вплив від вірусу зазнає лише Близький Схід.

У дослідженні також зазначається, що загальні втрати для галузі через коронавірус у 2020 році можуть становити до 2,1 трлн дол. США (виходячи з досвіду попередніх епідемій, спричинених вірусами свинячого грипу H1N1 та атипової пневмонії SARS). Незважаючи на позитивну тенденцію числа турпакетів та чисельності туристів внутрішніх напрямів, у числовому вираженні цей показник низький у порівнянні з чисельністю населення України [40, с. 33].

Враховуючи вплив коронавірусних обмежень і значне зниження іноземних туристів, питання розвитку внутрішнього туризму є актуальним. Такі стримуючі зовнішні чинники, як: нестабільна політична обстановка у низці країн, коронавірусні обмеження, необхідно розглядати як додаткову можливість у розвиток внутрішнього туризму, що дозволить, по-перше, скоротити втрати від міжнародного туризму, по-друге, підвищити інтерес до внутрішніх напрямів, зокрема усередині регіонів.

Отже, у середньостроковій перспективі національна туристична галузь може розширити власний ринок за допомогою залучення туристів, раніше орієнтованих на зарубіжні ринки. І за найближчі 2-3 роки створити такі умови розвитку галузі внутрішнього туризму, щоб переорієнтувати цю тенденцію на

довгострокову перспективу, враховуючи існуючий високий туристичний потенціал України. Проте переорієнтація споживача на внутрішній ринок вимагає розробки та вдосконалення конкурентоспроможного туристичного продукту, розвитку інфраструктури, забезпечення якісних та доступних туристичних послуг на території країни, а також необхідно враховувати останні тренди розвитку галузі, цікавіші та затребуваніші напрямки туризму для привернення уваги та підвищення інтересу до своєї дестинації [28, с. 17].

Останнім часом, переважно у зв'язку з впливом коронавірусних обмежень, виділяють такі тренди у туризмі:

- орієнтація на внутрішні напрями;
- запит туристів на безпечний відпочинок у колі лише близьких людей (родина, родичі, друзі), щоб унеможливити зайві контакти;
- простежується тенденція до індивідуалізації туризму, прагнення туриста до усамітнення з собою та своїми думками, все більша відмова від масових групових турів та поїздок, пріоритет на користь індивідуальних турів, керівництво виключно своїми уподобаннями;
- яскравим трендом туризму є технологізація та цифровізація. Це стосується систем бронювання (турів, квитків, проживання та ін.), конструювання свого туру, замовлення послуг, системи оплати, елементів віртуалізації (он-лайн-екскурсія, віртуальні подорожі та ін.);
- тренд на бронювання. В умовах невизначеності, у зв'язку з можливістю введення додаткових обмежень, закриття кордонів та інших факторів, туристи стали бронювати тури якомога ближче до дати подорожі;
- переорієнтація інтересу туристів від великих готельних об'єктів розміщення у бік невеликих готелів та відокремлених котеджів [15, с. 20].

Основним завданням в умовах постпандемії є підвищення інтересу населення до внутрішнього туризму за рахунок запуску нових напрямків, створення якісних та різноманітних туристичних продуктів, підвищення доступності та якості послуг, що надаються. Отже, за нинішніх умов

першорядною стала задача знайти гідні виходи з кризи, яка, як уже було зазначено вище, багато в чому залежатиме від ефективності заходів державної підтримки.

Всесвітня туристична організація підготувала свої рекомендації щодо пом'якшення соціально-економічного впливу пандемії на сферу туризму різних країнах. Документ було розроблено за участю Всесвітньої організації охорони здоров'я, Міжнародної організації цивільної авіації, Міжнародної морської авіації, Міжнародної ради аеропортів, Міжнародної асоціації круїзних ліній, Міжнародної асоціації повітряного транспорту та Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC).

Рекомендації поділені на три взаємопов'язані блоки:

1) управління кризою та пом'якшення її наслідків (збереження робочих місць; підтримка ліквідності підприємств; перегляд податків та зборів, пов'язані з індустрією туризму; захист прав споживачів; підвищення цифрових навичок працівників туристичного бізнесу; включення туризму до загальних стратегій порятунку економіки різних регіонів та держав, створення механізмів антикризового управління);

2) стимулювання прискореного відновлення індустрії туризму (стимулювання інвестицій у туризм; забезпечення підготовки туристів до подорожей, пов'язаної у тому числі з наявним рівнем ризику пандемій; створення нових робочих місць; облік екологічної стійкості туристських регіонів; розуміння ринку та оперативні дії над ринком туристичних послуг; підвищення ролі маркетингу; створення спеціального органу управління, що регулює відновлення туризму);

3) підготовка до завтрашнього дня (диверсифікація ринків, продуктів та сервісів, інвестиції в системи дослідження ринку та цифровий трансформації; підвищення ефективності управління туризмом на всіх рівнях; забезпечення готовності до кризових ситуацій; інвестиції у людський капітал; перехід до безвідходної економіки та прийняття цілей сталого розвитку) [10, с. 5].

Окрім проблем, пов'язаних з пандемією, наразі туристична сфера України піддається ще складнішим випробуванням. Оскільки зараз Україна знаходиться у стані війни, розвиток туризму практично дорівнює нулю, а інфраструктура і пам'ятки історії та архітектури багатьох міст зруйновані. Але рано чи пізно війна закінчиться, і деякі експерти уже прогнозують позитивні напрямки у розвитку туристичної індустрії. Так, наприклад, міста-герої, такі як Маріуполь, Гостомель, Ірпінь, Буча, Харків, Чернігів стануть символами героїзму і незламності нашого народу, і багато українців та не тільки захочуть побувати у цих містах, щоб вшанувати пам'ять загиблих героїв. Іноземні інвестори уже починають вкладати свої грошові ресурси на майбутнє відновлення наших міст та сіл.

Варто зазначити, що першими подіями, що пригальмували туризм та значно скоротили кількість туристів серед українців та іноземців стали анексія Криму та воєнні дії на територіях Донецької і Луганської областей у 2014 році. Це був початок російсько-української війни. Ще більш катастрофічних наслідків сфера туризму зазнала з початком повномасштабної війни, розпочатої росією 24 лютого 2022 року. На рис. 2.3 можна прослідкувати, як коливалась кількість туристів внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму у період з 2013 по 2020 роки за офіційними даними.

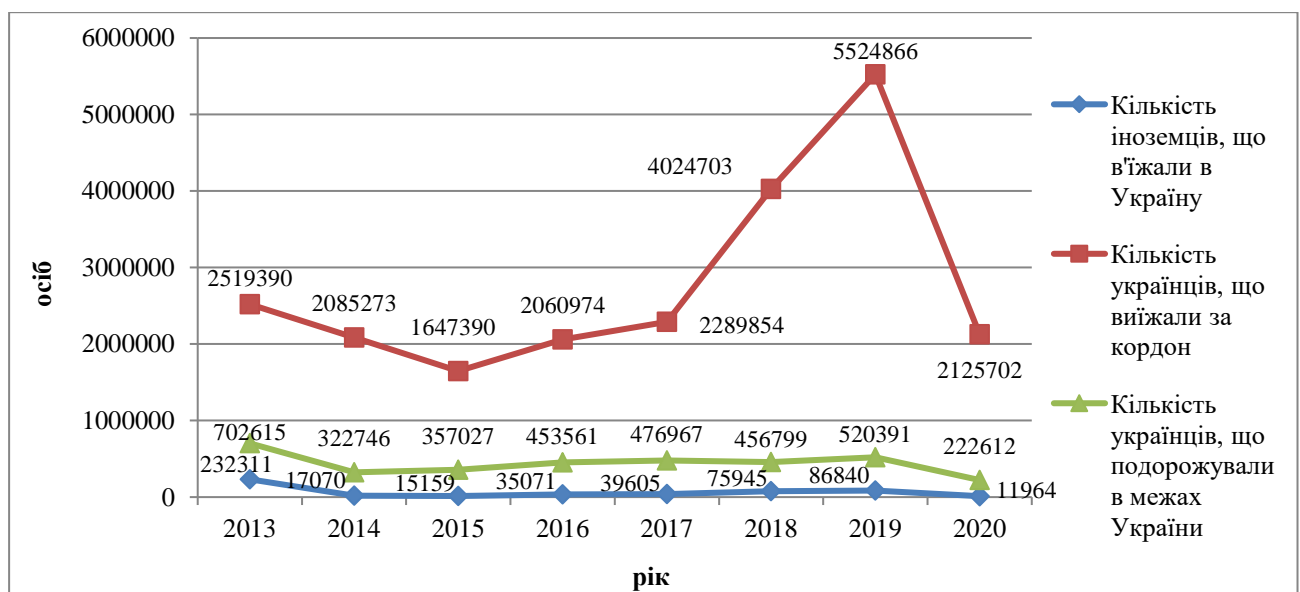


Рис. 2.3. Динаміка туристичних потоків в Україні (побудовано за даними [15])

Проте, навіть сьогодні, внутрішній туризм все ж продовжує функціонувати, оскільки війна, з іншого боку, пробудила у багатьох українців мотивацію ще краще пізнати свою батьківщину. Так у західних областях України, де відносно спокійніше, відновили свою роботу курорти, екскурсійні тури. Останні включили до свого списку DESTINAЦІЙ такі актуальні сьогодні питання, як відвідування бомбосховищ та укриттів, і обов'язково передбачають їх наявність за своїми маршрутами.

За всіх негативних наслідків нинішньої кризи важливо відзначити наступний важливий момент: сучасна індустрія туризму давно знаходиться на порозі великих змін. Ситуація, що склалася внаслідок пандемії коронавірусу та війни, швидше за все, тільки прискорить трансформацію, що наближається.

Так, наприклад, актуальними стануть тренди активнішого впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності, а також економіки вражень.

Будуть змінюватися інструменти для задоволення потреб туристів. При цьому важливо розуміти, що самі потреби у них залишаться колишніми (потреби в пересуванні, спілкуванні, нових емоціях і знаннях тощо). Можливо, туристичний ринок відновиться відносно швидко після пандемії та війни, оскільки людям потрібні позитивні емоції. Хоча, безумовно, точний прогноз дати неможливо, особливо за умов зміни курсів валют. Крім того, цілком ймовірно, що може змінитися підхід до життя в цілому, дистанційні комунікації онлайн стануть звичною справою.

Сегмент цифрових проектів у туризмі активізується, що допоможе формуванню відкладеного попиту та спрацює тоді, коли буде знято всі обмеження з туристичних поїздок. Справді, в останні роки значущість використання електронних інформаційних систем та платформ на ринку туристичних послуг тільки зростає. Тенденція цифровізації у туризмі передбачає поступову переорієнтацію всіх учасників ринку на сферу онлайн із відповідною переорієнтацією фінансових потоків і створенням передумов підвищення прибутковості промисловості туризму [36, с. 82].

У цьому зараз перспективним напрямом представляється розробка та просування цифрових продуктів як для традиційних, так і для нових туристичних напрямків. Так, наприклад, Європейська комісія з туризму розмістила інформацію про плановану цифрову кампанію з просування креативних європейських міст у Бельгії, Німеччині та Польщі у травні 2020 р. Всесвітня туристична організація спільно з одним з іспанських університетів запустила програму дистанційного навчання у сфері туризму [36, с. 84].

Аналогічні дистанційні навчальні програми для представників турбізнесу стартували й в Україні. У нашій країні великий внесок у розвиток цифрових туристичних проєктів також вносять музеї, які пропонують онлайн-екскурсії. Пропонується широкий спектр рішень, спрямованих на розвиток цифрових технологій в українському туризмі, серед яких:

- впровадження та розвиток мультимовних інформаційних послуг допомоги туристам;
- розробка та реалізація електронної туристичної картки гостя та аналогічного мобільного додатка в Україні;
- надання прозорості електронної системи оцінки якості пропонованих туристичних послуг;
- забезпечення можливості ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристичними маршрутами в онлайн-режимі;
- створення та розвиток сервісів доповненої реальності для навігації містами та об'єктами показу;
- розвиток системи відкритих даних у сфері туризму;
- впровадження та розвиток технологій великих даних та штучного інтелекту для збирання та аналізу цих даних;
- розвиток сервісів онлайн-побудови туристичного маршруту з можливістю купівлі квитків та бронювання готелів;
- створення електронного майданчика для залучення самозайнятих осіб у туристичну діяльність;

– розробка мультимедійних програм для об'єктів показу, сервісів аудіо-та відеогідів з можливістю інтеграції з GPS-навігацією, використанням QR-кодів для формування запит.

Отже, внутрішній туризм в Україні наразі знаходиться в доволі складних умовах, проте перспективи його розвитку простежуються.

2.3. Заходи щодо підтримки та сприяння розвитку туризму в Україні

Останнім часом у економічному житті України значне місце посідають питання залучення іноземних інвестицій, розвитку галузей, однак пов'язані зі сприйняттям країни представниками інших держав. Саме тому сьогодні особливо важливими є різні аспекти формування іміджу України. Значення туризму багатогранне і має економічні, соціальні, історичні та культурні аспекти.

Туризм надає стимулюючу дію в розвитку економіки нашої країни, зміцнює і розширює джерела інвестування, впливає на збереження та розвиток культурного потенціалу населення території, виступає як ефективний засіб створення умов для міжнаціонального і міжкультурного діалогу. Даний вид діяльності спрямований на задоволення потреб людей в ознайомленні з історією, культурою, звичаями, духовними та релігійними цінностями різних країн та їх народів, що сприяє встановленню та розширенню міжнародних культурних зв'язків між країнами, зміцненню дружби та співпраці народів світу.

Світова практика свідчить про те, що туризм впливає формування іміджу країни, сприяє зміцненню економічного потенціалу держави. В даний час для економіки України актуальні є завдання залучення іноземних інвестицій. Тому набувають значущості проблеми формування іміджу окремих її регіонів.

Інтенсивний пошук вітчизняних та зарубіжних інвесторів для реалізації інвестиційних проектів, висока економічна конкуренція, боротьба за висококваліфіковані трудові ресурси змушують вибирати таку стратегію позиціонування, яка б вигідно відрізняла кожен регіон України, відбиваючи

його унікальні переваги [11, с. 104]. Сьогодні туристичні організації працюють за умов жорсткої конкурентної боротьби за клієнта. Туристична промисловість перебуває лише початковій стадії розвитку. Незважаючи на сприятливі передумови, а саме вигідне географічне положення, Україна поступається за основними показниками розвитку туристичного сектора практично всім європейським країнам.

Для оцінки конкурентоспроможності країн у сфері туризму кожні два роки складається рейтинг конкурентоспроможності, що охоплює 140 країн. Під час його підготовки використовується комбінація даних із загальнодоступних джерел, а також інформація міжнародних організацій та експертів у галузі подорожей та туризму.

У системі ринкових відносин стійке функціонування туристичних організацій та можливість виконання ними соціально-культурної місії в першу чергу залежать від асортименту, якості туристичних послуг, пропонованих населенню, рівня обслуговування, які повинні відповідати очікуванням та уявленням цільової аудиторії, а також позитивному образу, який створюється завдяки їхній основній діяльності та рекламно-інформаційній роботі.

Одним з найважливіших факторів, що визначають формування позитивного іміджу України у вітчизняних та зарубіжних інвесторів, є туристична привабливість регіонів країни. Особливе місце у формуванні туристичного потенціалу України належить екотуризму, який дозволяє не тільки зміцнити економічний потенціал країни, її регіонів за рахунок залучення валютних фінансових коштів, а й створює сприятливий образ країни в очах світової спільноти. Розвивати екотуризм в Україні планується, використовуючи занедбані села, із залученням вітчизняних та зарубіжних інвесторів. Нині в Україні є багато залишених сіл, переважно невеликих, але досить цікавих з природно-кліматичної погляду та національно-фольклорних особливостей, властивих їх регіонально-історичному розвитку [19, с. 41].

У планах розвитку екотуризму на найближчу перспективу має стати залучення до цієї галузі занедбаних сіл і населених пунктів, які за своєю суттю

можуть передати всі культурно-історичні традиції туристам. Розвитку екотуризму сприятимуть також створення бренду «Українське село», проведення традиційних свят та обрядів. Акценти на місцеві етнокультурні звичаї, знайомство з первозданною природою виправдали себе повною мірою, тому держава вітає та підтримує будь-які ініціативи приватного екотурбізнесу.

В останні роки до пропаганди українського турпродукту активно підключилися і державні природоохоронні установи, які орієнтують вітчизняних та закордонних туристів на відвідування таких унікальних природних територій, що охороняються. Слід зазначити, що останнім часом особливою популярністю користується як у вітчизняних громадян, так і зарубіжних гостей відвідування екологічно чистих природних зон, що відрізняються своїми національними особливостями.

З недавніх пір екотуристи потягнулися і на болота – місця для відпочинку, релаксації та пізнання природного світу, благодатніші для єднання з дикою природою. З метою збереження унікального ландшафту балково-ярового типу і збереження рідкісних видів флори, що охороняються, були внесені під охорону певні території. На територіях облаштована екологічна стежка, що активно відвідується екскурсантами та туристами [19, с. 43].

Сьогодні Україна – мальовничий край із багатою історією та культурою. Своєрідність природа нашої держави сприяла розвитку пейзажного паркового мистецтва, яке в свою чергу є привабливим для туристів з різних країн. Поступово підвищується популярність подієвого туризму, який нині також є привабливим для вітчизняних та іноземних туристів. На території багатьох областей останнім часом проводилися численні фестивалі та конкурси, у яких взяли участь сотні тисяч туристів з України та з різних країн світу.

Особливе значення у просуванні національних брендів зон та об'єктів туризму може належати також системі споживчої кооперації. Адже саме інфраструктура споживчої кооперації у сільській місцевості максимально наближена до об'єктів екотуризму та повною мірою може брати участь у розвитку та популяризації цієї сфери послуг. Україна має намір не лише

активно співпрацювати з організаціями, що працюють у сфері екотуризму, а й створювати свої туристичні маршрути. Системою споживчої кооперації планується створювати вздовж автотрас, на берегах мальовничих озер і річок туристичні комплекси сервісного обслуговування, оснащувати придорожні кафе, що будуються, сучасним технологічним обладнанням. У перспективі при таких кафе з'являться міні-готелі. [19, с. 44]

Останнім часом проявляється зростаючий інтерес і визнання потенційної цінності подієвого туризму для економіки, суспільства і культури країни, а також для відновлення навколишнього середовища. Поверховий аналіз попиту туристичного ринку показує, що в останні роки спостерігається зростання інтересу до подієвих, фестивалівних заходів, в ході яких турист отримує більше позитивних емоцій від подорожі, ніж від простого пляжного туру з багатою екскурсійною програмою [21].

Турист заздалегідь планує, яку подію він буде відвідувати і на підставі цього будується майбутній тур. Туризм завжди індивідуальний, так як кожен турист вибирає подієвий захід спираючись на власний смак, а туроператор комплектує цей тур згідно з потребами потенційного туриста. Подієвий туризм – напрям порівняно молодий і надзвичайно цікавий. Особливість подієвого туризму полягає в тому, що такі тури можна гармонійно поєднувати з різними програмами, наприклад, екскурсійними. Цільова аудиторія подієвого туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох пар [24, с. 73].

З метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг України слід сформувати такий національний туристичний комплекс, який відповідатиме міжнародним вимогам, що висуваються до рівня його інфраструктури, сервісному обслуговуванню, та забезпечить задоволення потреб населення у різноманітних туристичних послугах. Слід виділити такі перспективні туристичні дестинації України, як річковий, оздоровчий, релігійний туризм, подієвий та екотуризм [26, с. 71].

Зокрема, особливої актуальності набувають такі форми обслуговування:

- створення туристичних баз (стоянок) на основі існуючих сільських поселень із традиційною архітектурою, розташованих у мальовничій місцевості;
- організація «сільських турів» з проживанням та харчуванням у сільському (фермерському) будинку, знайомство з традиційним сільським побутом та ремеслом;
- надання інформації про місцезнаходження, час роботи, номери телефонів (факсів) об'єктів придорожного сервісу на відповідних сайтах в Інтернеті та інших засобах масової інформації;
- рекламно-інформаційне насичення територій зон відпочинку із зазначенням місць відпочинку та купання, медичного обслуговування;
- створення спеціалізованих структур для організації безпеки супроводу екотуристичного бізнесу;
- створення поблизу головного об'єкта туристичної привабливості додаткових об'єктів відвідування, а саме музейних експозицій, майстерень народних промислів з організацією продажу сувенірів, культурних акцій та видовищних заходів;
- послуги зі здавання в оренду будинків та кімнат у сільській місцевості в екологічно чистих природних районах;
- створення поблизу головного об'єкта туристичної привабливості об'єктів медичного обслуговування;
- страхування від нещасних випадків;
- розвиток системи комплексного обслуговування, включаючи різні види побутових послуг для туристів;
- реконструкція транспортної мережі з урахуванням проходження великогабаритних туристичних автобусів;
- розвиток мережі автостоянок;

- створення пішохідних зон у місцях масових відвідувань, збільшення щільності об'єктів обслуговування, благоустрій, озеленення, квіткове оформлення;
- підготовка фахівців з туризму та гостинності;
- організація «ностальгічних» турів для колишніх працівників системи споживчої кооперації та їхніх нащадків, які нині проживають в інших країнах;
- створення системі споживчої кооперації спеціального маркетингового підрозділу в організацію супроводу екотуристичного бізнесу.

Не слід забувати і про медичний туризм, який останнім часом стає все більш популярним. Проблема збереження здоров'я людини через кардинальну зміну умов життєдіяльності за останні століття все більш міцно сприймається світовою науковою спільнотою як актуальна проблема глобального характеру. З виникненням нових факторів розвитку цивілізації – зростання науково-технічного прогресу, автоматизації виробництва, урбанізації та глобалізації, а разом з ними і неминучих змін екологічної обстановки на планеті – охорона здоров'я також набуває планетарного характеру [18, с. 20].

На сьогоднішній день демографічна проблема є однією з найгостріших для багатьох держав світу – відзначається висока смертність населення від хронічних неінфекційних захворювань та низький рівень здоров'я людей загалом; більше того – з'являються нові, більш небезпечні хвороби, з якими щодня бореться сучасна людина.

Подорожі з метою споживання медичних послуг – феномен сучасності, що сягає своїм корінням вглиб історії. Не маючи можливості в даний момент вирішити медичну проблему у своїй країні, пацієнт вибирає регіон, лікаря і клініку, де йому можуть запропонувати необхідне обстеження або лікування.

Активне формування та розвиток ринку медичного туризму в Україні, порівняно з багатьма розвиненими країнами, почалося лише першій половині ХХІ століття, що було зумовлено цілою низкою причин, до яких можна віднести:

– негативний вплив на загальні тенденції формування ринку медичного туризму в довгостроковій перспективі мало перебування України в складі СРСР, що призвело до значного відставання українського сегмента даного ринку від зарубіжних конкурентів як у матеріально-технічному оснащенні, так і у підготовці кваліфікованих кадрів, яких не влаштовували рівень оплати праці та самі умови, в яких доводилося працювати на початку 90-х років.

– як наслідок першої обставини – суттєвий відтік кадрів із галузі як в інші сегменти національної економіки, насамперед торгівлю та побутове обслуговування населення, так і їх еміграція до іноземних держав, у тому числі для продовження роботи на ринку медичних послуг, а також зниження обсягів фінансування системи охорони здоров'я з боку держави, що було викликано як наслідками цілої низки економічних криз, так і тенденцією скорочення державних витрат на соціально значущі сфери суспільного життя;

– загальне зниження рівня життя та добробуту населення, що призвело до значного скорочення витрат на непродовольчі товари та послуги, в цілому низький попит як на платні медичні послуги, так і на послуги в галузі туризму та рекреації;

– негативний імідж вітчизняних клінік та інших лікувальних закладів у ЗМІ, що, з одного боку, визначалося реальним погіршенням ситуації на медичному та туристичному ринках, а з іншого – було загальною тенденцією того часу, пов'язаною з нагнітанням обстановки та зниженням рівня та якості вітчизняної продукції та послуг, що негативно позначалося як на можливості ведення підприємницької діяльності в країні, так і давало додаткові переваги закордонним фірмам-конкурентам [6, с. 35].

Найбільший попит у іноземних туристів в Україні викликають стоматологічні послуги (завдяки високому рівню пропозиції як державних, так і приватних компаній за відносно низькою ціною порівняно з показниками світового ринку), гінекологія та урологія (завдяки високій кваліфікації медичного та обслуговуючого персоналу, невисокій вартості розміщення),

пластична хірургія та офтальмологія (завдяки ефекту масштабу від проведення типових відносно недорогих операцій).

Медичний туризм фактично полягає у отриманні туристом не лише лікування, але і знайомство з новою територією. Поки що, Україна не досить потужна в питанні медичної інфраструктури, проте держава має багато унікальних курортів, які мають послуги з лікування природними ресурсами.

Можна виділити цілу низку системних проблем, вирішення яких дозволило б інтенсифікувати процес надання послуг у відповідності до запитів споживачів та рівнем інноваційного розвитку медицини як важливої частини соціального забезпечення будь-якої держави:

1. Відсутність міжвідомчої координації учасників державного регулювання ринку медичного туризму з точки зору, як нормативно-правового забезпечення процесу надання туристичних послуг, у співвіднесенні зі стандартами надання лікарської допомоги за певними напрямками такими, як профілактика, діагностика та лікування хронічних та інфекційних захворювань, так і поділу відповідальності в контексті здійснення контрольної діяльності та громадсько-професійної акредитації.

Дуже актуальним та насущним є питання, пов'язане із визначенням критеріальної шкали оцінки відповідності медичних та лікувально-оздоровчих закладів та організацій вимогам ринку медичного туризму. Важливо, щоб організації, функціонуючі чи бажаючи вийти на цей ринок, могли як надавати медичні та супутні послуги, так і бути повноцінним учасником промисловості туризму, тобто надавати весь комплекс послуг, пов'язаних із розміщенням туристів, забезпеченням обов'язковим та додатковим харчуванням, організацією відпочинку та дозвілля не лише самих туристів, а й супроводжуючих осіб, забезпеченням доступу до основних пам'яток регіону чи території тощо [6, с. 37].

2. Відсутність комплексної системи підготовки кадрів, що спеціалізуються не тільки на наданні медичних та супутніх послуг, але й здатних приймати грамотні управлінські рішення з точки зору організації

туристичних потоків в'їзного та внутрішнього характеру, урахування специфіки споживача, у тому числі культури ділових та особистісних комунікацій, традицій та етнічних особливостей поведінки та психоемоційної реакції на ті чи інші лікарські дії тощо. Величезне значення для вирішення подібних проблем має зниження залежності від мовних бар'єрів між пацієнтами-туристами та медичним персоналом різного профілю та категорії.

3. Низька інноваційна активність українського сектора приватної та державної медицини, відсутність механізмів її підвищення на регіональному та національному рівні. Це, в свою чергу, надає негативний вплив і динаміку туристичних потоків.

4. Наявність міжнародного визнання лікувального закладу, у ролі експортера послуг над ринком медичного туризму. В даному випадку можна згадати наявність міжнародних сертифікатів і відзнак, високу ділову репутацію і підвищення іміджу як структурний елемент національної індустрії туризму.

На жаль, українські медичні установи не відрізняються високим рівнем позиціонування на міжнародному туристичному ринку як гідні конкуренти зарубіжних партнерів, що обумовлено необхідністю значних початкових вкладень на здійснення маркетингової діяльності та PR-кампаній, так і традиційним підходом, орієнтованим на задоволення потреб локального співтовариства.

5. Відносно невисокий рівень використання гібридних, інноваційних форм підприємницької діяльності на ринку медичного туризму, спрямованих на оптимізацію партнерської взаємодії, у тому числі у мережевому форматі, створення та розвитку кластерних структур, участі у міжнародному та міжрегіональному співробітництві, розширення можливостей використання різних форм та методів організації туристичної діяльності, адаптацію до кризових явищ [6, с. 38].

Медичний туризм стимулює вдосконалення національної системи охорони здоров'я та рівня медицини, чимало клінік відкривають відділення для лікування іноземних пацієнтів, де працюють висококваліфіковані та досвідчені

лікарі. Впровадження сучасних технологій, підвищення стандартів лікування та турботи про здоров'я, розвиток інноваційних методів лікування ведуть до становлення цілої екосистеми медтуризму, який має включати, крім чисто галузевих медичних установ, ще й транспортні послуги, заклади HoReCa, страхові компанії, туристичні бюро тощо [15, с. 21].

Українська асоціація медичного туризму системно просуває можливості оздоровчого та медичного потенціалу України на зовнішніх ринках на найбільших галузевих міжнародних конгресах, конференціях та виставках із медичного туризму. Вона підписала низку меморандумів зокрема з адміністраціями та туристичними асоціаціями щодо спільного просування за кордоном, і це допоможе сформувати позитивний імідж нашої держави.

Крім медичного туризму в Україні перспективним є мисливський туризм. Метою мисливського туризму є збільшення фінансових надходжень користувачами мисливських угідь, зокрема валютних, з допомогою послуг, наданих з організацією полювання. Зазвичай основу мисливського туризму становлять послуги, що надаються іноземним мисливцям. Мисливський туризм в Україні перебуває на стадії становлення, для нього поки недостатньо вироблені необхідні стандарти і цей напрям діяльності не відповідає міжнародному рівню. У зв'язку з цим, економічна ефективність його для мисливських організацій значно нижча, ніж вона може бути [33, с. 94].

Полювання міжрегіонального рівня вимагають їх підготовки більш тривалий час і залучення фахівців. Пакет послуг, що пропонуються туристам-мисливцям, змінюється від мінімального набору на місцевому рівні до максимального – на міжрегіональному. Залежно від віддаленості району полювання змінюється її вартість і доступність для споживача.

Регіональні особливості мисливського туризму визначаються, насамперед, фізико-географічною своєрідністю території, її кліматичними умовами, розмірами та доступністю мисливств, наявністю мисливських ресурсів, їх чисельністю та трофейною привабливістю, розвитком мисливської

інфраструктури, наявністю кадрів, регіональною політикою у сфері мисливського туризму [52, с. 21].

Розвиваючи мисливський туризм, необхідно пам'ятати, що він може бути стійким лише за раціонального використання та охорони природи та тваринного світу. Для вирішення цієї проблеми доцільно розвивати мисливські господарства, що спеціалізуються на штучному розведенні копитних тварин. Адже саме лось, олень і козуля стають основними мисливськими тваринами доти, доки скасують особливий режим використання ресурсів дикого кабана.

Регульований мисливський туризм сприяє покращенню якості популяцій тварин, збереженню рідкісних видів, оскільки доходи від нього йдуть у тому числі і на охорону та відтворення. Крім того, він сприяє інтенсифікації мисливської галузі загалом. А також мисливський туризм, особливо в'їзний, сприяє підвищенню культури сторони, що приймає.

Мисливський туризм має базуватися на комплексних наукових розробках із обов'язковою екологічною експертизою. До першочергових завдань у плані слід віднести:

- а) розробку систем забезпечення відтворення високопродуктивних популяцій;
- б) перегляд термінів полювання та обмежень на неї;
- в) створення послуги для мисливців;
- г) формування гнучких цін на добування мисливських тварин з урахуванням вартості цього виду рекреації;
- д) формування сітки вольєрних господарств;
- е) популяризація трофеїв полювання.

Для розвитку мисливського туризму в Україні доцільне вирішення наступного ряду питань:

- виділення фінансових коштів на створення стрілецьких тирів у мисливських господарствах з подальшим тренуванням на їх основі спортсменів та мисливців;
- створення базових мисливських маршрутів;

- видання рекламно-інформаційних матеріалів про мисливський туризм;
- організація презентації мисливських турів на туристських виставках;
- будівництво у місцях підживлення, активно відвідуваних тваринами, оглядових майданчиків для фото-відеозйомки (мінімально по одному на одне мисливське господарство);
- організувати зони відпочинку біля водойм, уздовж автомобільних трас;
- організація прокату велосипедів у мисливських комплексах;
- розробка преїскуранта на послуги в мисливських господарствах, а також ряд інших конкретних заходів, термінів їх виконання та відповідальних. [20, с. 18].

Основні напрямки та заходи щодо розвитку мисливського господарства на території України можна запропонувати наступні:

- 1) збільшення чисельності мисливських ресурсів, рівня екологічної ємності довкілля їхнього існування, підтримку видового і генетичного розмаїття тваринного світу в Україні і навіть зниження нелегального видобутку мисливських ресурсів;
- 2) забезпечення доступності полювання для населення, підтримка громадських об'єднань та колективів мисливців;
- 3) підвищення інформаційної та наукової забезпеченості органів державної влади для прийняття рішень у сфері мисливського господарства;
- 4) забезпечення зацікавленості юридичних осіб та індивідуальних підприємців, що здійснюють діяльність у сфері мисливського господарства, а також мисливців у розширеному відтворенні та довгостроковому сталому використанні мисливських тварин.

Істотним бар'єром у розвитку туризму в Україні є, безумовно, військові дії на її території. Після завершення війни важливим завданням буде

відновлення туристичних потоків як внутрішнього, так і в'їзного туризму, зокрема за рахунок розвитку військово-історичного туризму.

Важливим фактором є також підтримка туристичної діяльності з боку уряду. Так, з метою популяризації внутрішнього туризму у 2020 році був створений проєкт «Мандруй Україною». Державне агентство розвитку туризму закликало користувачів соцмереж публікувати свої улюблені місця в Україні, позначаючи хештегом #МандруйУкраїною [32].

У червні 2020 року в режимі онлайн відбулася презентація ініціативи «Міста України – відновимо український туризм разом», мета якої – об'єднати міста для спільної промоції та заохочення українців подорожувати своєю країною. Це колективна ініціатива Асоціації міст України, Комітету з туризму Торгово-промислової палати України та управління туризму й промоцій Київської міської державної адміністрації [32].

Крім того, на збільшення мандрівок Україною працював і проєкт «Велике будівництво», за допомогою якого відремонтовано автошляхи до культурних пам'яток, а також самі культурні об'єкти [32].

Враховуючи ситуацію, в якій Україна знаходиться зараз, варто зазначити можливості розвитку туризму після війни. На нашу думку, популярними серед відвідувачів стануть міста та маршрути, які постраждали найбільше, які тривалий час перебували в окупації. Вони можуть пробуджувати як і у звичайних людей, так і у науковців, істориків, дослідників освітницький інтерес. Велика частка людей можливо захоче побачити на власні очі те, що відбувалось у Бучі, Гостомелі, Маріуполі, Харкові і так далі. Також метою туристів може стати вшанування пам'яті загиблих цивільних людей та військових. Ми вважаємо, що для сприяння розвитку сфери туризму у повоєнний період слід буде звернути увагу на досвід країн, які також пережили війну, та на заходи, які вони здійснювали для відновлення економіки та туризму.

Таким чином, зміцненню туристичного потенціалу України та його розвитку сприятиме реалізація низки заходів, спрямованих на розвиток

інфраструктури туризму, проведення рекламних кампаній туристичних destinations з досвіду західних країн, підготовка висококваліфікованих спеціалістів для сфери туризму, розвиток об'єктів туристичних послуг у споживчій кооперації. Це у свою чергу дозволить розширити можливості масового залучення туристів до України, отримати додаткові кошти до бюджету та сформувати позитивний імідж українського туризму.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО РАЙОНУВАННЯ УКРАЇНИ

3.1. Особливості внутрішнього туризму в Азово-Чорноморському регіоні

Море – унікальний природний об’єкт, джерело матеріального і духовного багатства, тому важливо зберігати його чистим. Лінійна приморська туристично-рекреаційна система, сформована у 1960-1980 рр., змінилася після анексії Криму. Найбільш освоєною частиною території регіону залишаються приморські райони.

Чорне море визнано найбільш забрудненим у світі. Така ситуація має стати прикладом для майбутніх поколінь, людського розуміння нагальної потреби порятунку і захисту спільних міжнародних ресурсів. Стійкий розвиток морської екологічної системи потребує безперервної міжнародної співпраці на основі стратегічного плану дій з відновлення й охорони Чорного моря, прийнятого в 1996 р. шістьма причорноморськими країнами. Основним міжнародним документом, який окреслює межі для спільних регіональних принципів, є Конвенція про захист Чорного моря від забруднень, яка підписана Україною в 1992 р. і ратифікована в 1994 р. [71].

Необхідно відзначити, що Україна займає одне з провідних місць в Європі по наявності унікальних приморських рекреаційно-туристичних ресурсів. Це, перш за все, протяжність береговою лінії 1640 км (40% від загальної протяжності берегової лінії Чорного моря). Разом з природним туристичним потенціалом Азовського моря приморський регіон України може забезпечити одночасне перебування 3,5 млн. рекреантів [71]. Кліматичні умови сприятливі для розвитку рекреаційного туризму у літній період року. Це пов’язано з переважно сухою та теплою погодою. Пересічні температури липня коливаються в межах +21-29°C, при цьому річна кількість опадів не перевищує 350-450 мм. Купальний сезон триває до 4 місяців. Приморський регіон володіє значними запасами мінеральних вод і лікувальних грязей. Запаси лікувальних

грязей складають майже 28,8 млн. м³. Розташовуються рекреаційні райони в межах 5 областей України: Донецької, Запорізької, Херсонської, Миколаївської та Одеської. До 2014 року також входило у цей перелік приморське узбережжя АР Крим [71].

За фізико-географічними, соціально-економічними та містобудівними ознаками виділяють три рекреаційні регіони: Приазовський, Причорноморський, Кримський. Приазовський рекреаційний регіон займає територію вздовж узбережжя затоки Сиваш та Азовського моря у межах Донецької, Запорізької та частково Херсонської областей. Південні береги мають вигляд горбів, урвисті, а західні – переважно низовинні. Поширені піщані коси алювіального походження: Арабатська Стрілка, Бердянська, Білосарайська тощо.

Курортні та рекреаційні ресурси: піщані пляжі, мінеральні води різного хімічного складу, лікувальні грязі та ропа солоних озер і заток Азовського моря. Найважливішою для розвитку лікувального туризму є Приазовська група родовищ мулових грязей (Бердянське та Ногайське озера, Сиваські водойми, Маріупольська та Новоазовська затоки тощо). Найвідоміші – озеро Велике і гирло річки Ташенак. Регіон розташований у степовій природній зоні, яка з давніх часів інтенсивно використовувалась у сільському господарстві. Тому флора і фауна збереглись, переважно, лише у межах природно-заповідних територій [49]. Таких, як біосферний заповідник «Асканія-Нова», Український степовий природний заповідник, Азово-Сиваський національний природний парк, регіональний ландшафтний парк «Меотида» тощо. Саме тут можна спостерігати поєднання рослинності приморських пісків, озер і лиманів, солончакових луків, літоральних боліт та різнотрав'я. Тут водяться дрохва, гірський лелека, казарка, гриф.

Деякі види орнітофауни Приазов'я занесені до Червоної книги України та до Європейського Червоного списку. Водно-болотні угіддя (згідно з Рамсарською конвенцією) мають міжнародне значення. Архітектурно-містобудівна спадщина регіону представлена об'єктами кінця 18-20 ст. До

Списку історичних міст і селищ України занесено приморські міста Приазов'я – Маріуполь, Бердянськ та Генічеськ [49].

Головними приазовськими курортами та зонами відпочинку є Бердянськ, Кирилівка, Генічеськ, Ялта, Урзуф та ін., всього – близько 15. Від кінця XIX століття відомим грязьовим курортом є Бердянськ, цілющі властивості лікувальних ресурсів якого нині відомі далеко за межами України. У регіоні сприятливі умови для розвитку як санаторно-курортного лікування, масового відпочинку дітей та сімей з дітьми, так і організації туристично-екскурсійної діяльності, зокрема екологічного та етнографічного туризму.

Причорноморський рекреаційний регіон займає територію вздовж берегів Чорного моря у межах Одеської, Миколаївської, частково Херсонської областей. У цьому регіоні морські узбережжя від дельти Дунаю до Каркінітської затоки низовинні, поширені намивні піщані коси (Кінбурнська, Тендрівська, Кароліно-Бугаз). Курортні та рекреаційні ресурси: широкі піщані пляжі, лікувальні грязі та мінеральні води.

Основні запаси мулистих сульфідних грязей зосереджені в Куяльницькому, Хаджибейському та Тилігульському лиманах. Значні запаси мінеральних вод різної мінералізації та хімічного складу знаходяться у Причорноморському артезіанському басейні. Регіон розташований на Причорноморській низовині у степовій природній зоні. Тут впадають до Чорного моря найбільші ріки України: Дніпро, Дністер, Дунай [57, с. 129].

Багата рослинність, різноманіття ссавців (косуля, лось, дикий кабан), птахів (сокіл, фазан, дрохва), риби (анчоус, осетер, кефаль) – все це зберігається в межах об'єктів природно-заповідного фонду: Чорноморський та Дунайський біосферні заповідники, національні природні парки «Велике філофорне поле Зернова», «Кінбурнська коса» та ін. Є унікальні пам'ятки природи – Одеські катакомби, скельні утворення; створено Державний історико-археологічний заповідник – антична «Ольвія».

Природним об'єктом міжнародного значення є дельта Дунаю, друга за величиною у Європі. Архітектурно-містобудівна спадщина пов'язана з епохою

інтенсивного заселення краю після приєднання його до Російської імперії наприкінці XVIII ст. Найбільша кількість пам'яток архітектури зосереджена в Одесі (будинки англійського клубу, нової і старої бірж, театру опери та балету, палаци Абази, Воронцова, Гагаріна тощо). До Списку історичних міст і селищ України занесено такі міста Причорномор'я, як Одеса, Миколаїв, Очаків, Вилкове та ін. [57, с. 132]. Історія освоєння курортних і рекреаційних ресурсів у регіоні складає більше 100 років.

Першим було створено у 1912 році курорт «Аркадія» (Одеса). Нині функціонує близько 50 курортів та зон відпочинку. У регіоні розвинені як мережа санаторно-курортних закладів, будинків та баз відпочинку, дитячих оздоровчих таборів, так і туристична інфраструктура (культурний, круїзний туризм, бізнес-туризм тощо) з головним туристичним центром міжнародного значення в Одесі. Кримський рекреаційний регіон займає територію в межах АР Крим вздовж берегів Чорного і Азовського морів та частково Гірського Криму.

Природні рекреаційні ресурси: різноманітні пляжі (галькові, піщані, піщаноракушнякові), солоні озера з лікувальними грязями, мінеральні води різного хімічного складу, гірські ландшафти, спелеоресурси тощо. Характерними для південного узбережжя є схилі ландшафти з вираженою вертикальною поясністю; західні та східні береги – переважно низовинні. Відомо понад 100 джерел мінеральних вод. Регіон розташований у степовій природній зоні помірного поясу і лише Південний берег Криму – у середземноморській області субтропічного географічного поясу.

Різнманіття флори і фауни збереглося на території таких природнозаповідних об'єктів, як Кримський, Ялтинський гірсько-лісовий, Карадазький природні заповідники, Севастопольський і Чатирдазький національні природні парки та ін. Унікальним ландшафтним комплексом, у якому зібрані численні представники рослинного світу субтропічного поясу, є Нікітський ботанічний сад [57, с. 134].

Кримський регіон має своєрідну історичну і унікальну архітектурно-містобудівну спадщину: античні пам'ятки (від 4 ст. до н. е.), середньовічні фортеці й печерні міста, культові споруди різних релігій, палацові ансамблі 16-20 ст. До списку історичних міст і селищ України занесено 28 населених пунктів: Алупку, Бахчисарай, Гурзуф, Євпаторію, Судак та ін. Створено 4 державні історико-культурні заповідники: архітектурно-історичний заповідник «Судацька фортеця» (1958); Керченський (1987) та Бахчисарайський (1990) історико-культурні заповідники з печерними містами Ескі-Кермен і Чуфут-Кале; Алупкинський палацово-парковий музейзаповідник (1990). Проте, з 2014 року розвиток українського туризму на цих територіях обмежений.

3.2. Характеристика Дніпровсько-Дністровського туристичного регіону

Дніпровсько-Дністровський туристичний регіон (Вінницька, Волинська, Житомирська, Дніпропетровська, Донецька, Київська, Кіровоградська, Луганська, Полтавська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська області) охоплює Донецький, Придніпровський і Придністровський райони. Регіон славиться мінеральними і радоновими водами.

Дністровський рекреаційний район займає найбільш мальовничу частину середньої течії Дністра від м. Галич до м. Новодністровськ у межах Івано-Франківської, Чернівецької, Тернопільської, Хмельницької та Вінницької областей.

Основна галузь рекреаційної діяльності – оздоровлення, водні види спорту і туризму, найбільші туристичні центри – Галич, Хотин, Новодністровськ [59].

Площа району приблизно 2,0 тис. км², рекреаційна місткість: влітку – 400 тис. чол.; взимку – 240 тис. чол. Для рекреаційних потреб дана територія майже не використовується.

Міста над Дністром: Старий Самбір, Самбір, Миколаїв, Новий Розділ, Журавно, Галич, Єзупіль, Коропець, Заліщики, Хотин, Стара Ушиця, Новодністровськ, Могилів-Подільський, Ямпіль, Білгород-Дністровський (останній – на Дністровському лимані).

Сама природа подарувала унікальні можливості для розвитку туризму у Дністровському районі. До того ж у цьому районі багато пам'яток природи, культури, історії та архітектури. З метою збереження цінних природних, історико-культурних комплексів та об'єктів, а також для відкриття нових можливостей їх використання, дослідники з усієї України часто проводять дослідження Дністровського району [59].

Одним з найпопулярніших об'єктів для наукових досліджень є Дністровський каньйон. Він часто привертає увагу дослідників і навіть було проведено науково-дослідний семінар для кращого пізнання красот Дністровського каньйону. Також цікавим об'єктом для досліджень є другий найпопулярніший туристичний центр – Галич. Дослідження цього міста дає змогу все глибше пізнати його цінність для розвитку туризму у Дністровському районі. Великі дослідники України ще з давніх часів цікавилися Галичем.

Туристично-краєзнавчий рух мав суттєвий вплив на формування особистості, сприяв процесу подальшого утвердження туризму, виникненню нових туристичних секцій та гуртків у молодіжних спортивних товариствах та зростанню кількості їх членів [59].

Пріоритетними напрямками туристично-краєзнавчої роботи в Галичі були: ознайомлення з духовно-культурною спадщиною міста та його історичним минулим; залучення української молоді до суспільно-корисної роботи; національно-патріотичне виховання.

Місто Галич сьогодні – це невеличкий районний центр на Прикарпатті, який розташований на трасі Львів-Івано-Франківськ, за 115 км від Львова і 25 км від Івано-Франківська. В місті проживає майже шість тисяч жителів. Працює п'ять промислових підприємств, в основному будівельної та переробної галузі. Крім промислових підприємств, на території міста знаходяться Галицький

держлігосп, районний вузол зв'язку, РЕМ, приватне підприємство «Галич-Холдінг», ВАТ «Міжрайпостач».

У сфері торгівлі працює 54 суб'єкти підприємницької діяльності. У Галичі знаходиться дві продовольчих гуртовні. Торгівлю нафтопродуктами забезпечує ВАТ «Івано-Франківськнафтопродукт», товарообіг якого становить понад 10 мільйонів грн. на рік. Нині на території міста діють дві загальноосвітні школи I-III ступенів, музична, художньо-ремісничка школи, а також два дошкільні заклади. Є в місті Народний дім та клуб, чотири бібліотеки. У Галичі знаходиться районна лікарня та поліклініка, три аптеки і три аптечні кіоски.

Давній Галич – унікальна історико-археологічна пам'ятка всеукраїнського та всесвітнього значення. На відміну від інших міст України, де культурний шар минулих років уже майже повністю знищений сучасними будівлями, підземними комунікаціями, княжий Галич ще зберігає скарби матеріальної культури [71].

Понад 300 пам'яток історії та культури всеукраїнського та світового значення, зосереджених на території Заповідника, наявність мальовничих ландшафтів, історико-ландшафтних заповідних зон, сприятливий рельєф, наявність річкової системи Дністра дозволяє розвивати різні види туризму у літні та зимові сезони.

В міру виділених коштів дана програма реалізується при тісній взаємодії Генеральної дирекції Заповідника з Галицькою районною та Івано-Франківською обласною держадміністраціями, місцевими радами, Львівським інститутом «Укрзахідпроектреставрація», науковими установами, які здійснюють реставрацію та музеєфікацію пам'яток, Українсько-канадським бізнес-центром у рамках програми ТАСІС «Підтримка місцевого розвитку та туризму у карпатському регіоні», обласною радою з туризму карпатського регіону.

Для туристів, яких цікавить «зелений», водний, велосипедний туризм, необхідно мати умови для проживання, прив'язані до маршрутів, або наявність місць для розбиття табору, наявність закладів громадського харчування, карти

маршрутів, велику кількість інформативного матеріалу, можливість перевезення інвентарю та спорядження, багажу. Як і в Галичі, так і по всьому Дністерському районі, мінеральні води та бальнеологічні ресурси не дуже поширені.

3.3. Розвиток внутрішнього туризму у Карпатському регіоні

Особливим куточком в Україні є Карпати. Саме тут неперевершена краса природи поєднана із інфраструктурою, створеною для відпочинку. В карпатському регіоні велика кількість закладів для оздоровлення дає можливість підтримати стан власного здоров'я.

Розвиток санаторно-курортної діяльності формує комплекс переваг як для розвитку економіки регіону, так і для зміцнення соціально-економічного становища населення. Діяльність санаторно-курортних організацій дозволяє знижувати ймовірність виникнення захворювань і лікувати існуючі хвороби (з одночасним зниженням вартості лікування), сприяє постійному зростанню продуктивності праці за рахунок зниження непрацездатності. Цей єдиний комплекс дає можливість створювати нові робочі місця і забезпечує економічну стабільність населення.

Організацію підприємств санаторно-курортного лікування та оздоровлення на віддалених територіях можна вважати сильним імпульсом для розвитку депресивних територій, тобто вона обумовлює курортну спеціалізацію багатьох селищ і міст країни [1, с. 24].

Санаторно-курортний комплекс є складовою природної і соціально-економічної системи, діяльність якої організована на основі природно-лікувальних ресурсів лікувально-оздоровчої місцевості і передових медичних технологій з надання лікувальних та оздоровчих послуг населенню.

Добре славляться в Карпатському регіоні курорт Східниця. Курорт Східниця (49°13'25" пн. ш., 23°21'11" сх. д.) є селищем міського типу в Дрогобицькому районі за 109 км від Львова і всього за 18 км від Трускавця. Селище охоплює значну територію (693 га) при невеликій чисельності

населення (2,18 тис. осіб). Курортна база достатньо розвинена, а за кількістю ліжкомісць курорт займає третє місце після Трускавця і Моршина. Східниця знаходиться в межах Скибової зони Карпатської складчастої області, зокрема в південно-західній частині Орівської скиби [1, с. 84].

В утворенні мінеральних вод визначальне значення мають відклади олігоцену (нижньоменілітова підсвіта), фільтраційні властивості яких досить низькі. Найспекотнішими місяцями є липень і серпень з середньомісячною температурою близько $+20^{\circ}\text{C}$, а найбільш холодним вважається січень із середньомісячною температурою $-4,1^{\circ}\text{C}$ [1, с. 88].

Середньорічна температура становить $+7,6^{\circ}\text{C}$, а період із температурою понад $+10^{\circ}\text{C}$ складає 150 днів. Характерні висока вологість повітря (близько 80%) і понижений атмосферний тиск, який коливається протягом року в межах від 725 до 740 мм рт. ст. Висока вологість особливо відчутна зранку і ввечері, вдень вона наближається до оптимальної. Середньорічна сума 42 опадів коливається в межах 700-800 мм. Кількість туманних днів не перевищує 25 на рік, приблизно стільки ж нараховується днів із грозами. На території Східниці напрям вітру непостійний, переважно західний. Найбільша швидкість вітру сягає 35 м/с [1, с. 85].

Відпочинок на курорті Східниця суміщений з санаторно-курортним лікуванням – це комплекс лікувальних і оздоровчих заходів, основне завдання яких оздоровлювати організм природними чинниками (мінеральні води, клімат, лікувальні грязі та ін.), в поєднанні з фізіотерапією і дієтологією.

Східниця – унікальний курорт, тому що на її території зосереджені різні типи лікувальних вод:

- слабомінералізовані з розчинними органічними речовинами в кількості 10-30 мг/л;
- залістисті – з вмістом заліза від 20 до 70 мг/л;
- лужні мінеральні води типу «Боржомі».

Східницьке родовище мінеральних вод налічує 38 джерел і 17 свердловин, з яких 10 джерел і 3 свердловини відкриті для туристів.

Також характерною відмінністю санаторно-курортного лікування у Східниці є його профілактична спрямованість:

- гідротерапія мінеральними водами (джерело №1, №1с, 2с, №3, №5, № 8, №9, №10, №13, №15, №18с, №25, №26);
- озокеритолікування;
- аеротерапія (повітряні ванни) [22, с. 72].

Крім відпочинку і лікування в Східниці є можливість культурно організувати своє дозвілля, відвідавши:

- Музей Е. Стоцького, де зібрані речі місцевого ентузіаста;
- Кімнату-музей народного побуту;
- Парк «Святого Пантелеймона Цілителя», де можна ближче ознайомитися із зародженням нафтової промисловості на території західного регіону України;
- Церкву св. Петра і Павла, що вважається однією з найкрасивіших Прикарпаття;
- Амфітеатр, де щорічно проводиться фестиваль «Східницьке літо»;
- Фестиваль повітряних куль;
- Заповідник «Тустань» [5, с. 17].

Також не менш популярним є Моршин. Курорт Моршин є частиною Прикарпатського рекреаційного району, що простягається смугою із північного заходу на південний-схід і частково охоплює Старосамбірський, Самбірський, Дрогобицький, Сколівський та Стрийський райони. Основним видом рекреаційної діяльності Прикарпатського рекреаційного району є санаторно-курортне лікування.

Курорт Моршин має шість комфортабельних санаторіїв, державне підприємство «Бальнеологічна лікарня курорту Моршин» і бювет мінеральних вод, підпорядковані закритому акціонерному товариству «Укрпрофоздоровниця», і чотири оздоровниці інших відомств. На даний час існують дві ділянки Моршинського родовища природних лікувальних розсолів: «Боніфатій» та «Баня» [5, с. 19].

За твердженням науковців-курортологів води Моршину володіють радіопротекторними, антиканцерогенними, імунно-модулюючими та імуннотагенними властивостями. Однак, через сусідське положення по відношенню до широко розрекламованого Трускавця, курортна інфраструктура Моршину в умовах конкуренції в радянський період розвивалася повільнішими темпами.

Моршин є тим курортом України, який здавна приваблює відвідувачів не тільки з України, а й з усього світу. Однією з причин такої популярності курорту є його унікальні мінеральні води, які зціляють тіло і дозволяють позбутися від безлічі різних захворювань. Унікальні джерела Моршина завдяки особливому складу, зокрема, підвищеному вмісту сульфатно-магнієвих солей, відновлюють пошкоджені клітини печінки, знімають запальні процеси жовчовивідних шляхів, покращують печінковий кровотік, нормалізують обмінні процеси і є незамінними в лікуванні захворювань печінки, кишечника, підшлункової залози, цукрового діабету, шлунка.

Цей курорт України, відповідно до свого географічного положення і природних лікувальних факторів, має свій специфічний профіль, використовує нові високоефективні методики курортного лікування, впроваджує сучасні технології і розширює лікувальну спеціалізацію. На сьогоднішній день багато санаторіїв України пройшли повну реконструкцію, оснащені прекрасним обладнанням. Персонал «Моршину» не проходить системну підготовку і підвищення кваліфікації, що в значній мірі впливає на показники якості сервісу.

Концепції та програми розвитку санаторно-курортної системи «Моршину» мають бути спрямовані на подальший розвиток матеріально-технічної, науково-методичної бази, курортної інфраструктури, збереження і раціональне використання природних лікувальних ресурсів. Ці масштабні програми потребують значних інвестицій. Залучення інвестицій – одне з найважливіших питань розвитку санаторно-курортного комплексу. Крім місцевих бюджетів, допомоги промислових підприємств необхідно залучати і іноземних інвесторів [12, с. 102].

З кожним роком збільшується кількість і підвищується рівень послуг, що надаються. Багато санаторіїв приділяють велику увагу організації дозвілля відпочиваючих. З метою максимально ефективного використання рекреаційного потенціалу Моршин повинен активно впроваджувати сучасні науково обґрунтовані методи діагностики і лікування, вдосконалювати систему управління і сервісу.

Таким чином, у Моршину є всі можливості для подальшого розвитку медичного туризму і перетворення санаторно-курортної діяльності в прибутковий сектор економіки. Санаторно-курортна система в сучасній Україні, володіє не тільки державною, а й іншими формами і власності та стала сферою підприємництва. Зміна форм власності санаторно-курортних організацій в умовах ринкової економіки призвела до ослаблення державного контролю над раціональним використанням природних лікувальних ресурсів, до зростання вартості та зменшення доступності санаторно-курортних послуг для населення, зниження їх рентабельності, що негативно позначається на комерційній привабливості даної сфери [60, с. 112].

Необґрунтовано зменшився обсяг використання природних лікувальних факторів у практиці роботи санаторіїв, скоротилося проведення науково-дослідних робіт з вишукування і виявлення нових рекреаційних ресурсів для подальшого розширення сфери санаторно-курортних послуг. Сьогодні підприємець (керівник), отримуючи прибуток за свій перший інноваційний продукт, вже змушений думати про те, якою буде його наступна інновація і де взяти грошей на її фінансування. Питання якості сервісних послуг, що надаються, стоять в центрі уваги багатьох дослідників.

Сучасні методики оцінки якості сервісу не дозволяють досліджувати якість з точки зору прийняття рішень про вибір заходів, спрямованих на отримання оптимального або раціонального співвідношення між ціною і якістю у формуванні сервісних продуктів. Технологія анкетування та експертних оцінок не вирішує завдань вибору заходів щодо підвищення якості сервісу при мінімізації витрат на ці цілі. Актуалізуючи сучасний стан якості

пропонованих послуг в системі Моршину, ми спробували наблизитися до створення оптимальних форм інноваційного сервісу та структури внутрішньокорпоративного стандарту санаторно-курортного комплексу.

Як показує моніторинг якості послуг, що надаються в Моршині і проведеного аналізу існують наступні показники якості сервісу:

1. Характеристика основної послуги:

- доступність (тимчасова, просторова);
- безпека (життя і здоров'я, власності споживача);
- надійність (ризик виконання, фінансовий ризик);
- повнота послуги (набір необхідних додаткових послуг, відчутність);
- фізичні носії (функціональність, комфортність, ергономічність, санітарно-гігієнічні характеристики, естетичність).

санітарно-гігієнічні характеристики, естетичність).

2. Характеристики обслуговування:

- швидкість (час обслуговування, очікування);
- впевненість (соціальне визнання споживачів, етичність);
- емпатія (встановлення довірчих відносин, дотримання інтересів споживачів);

споживачів);

– сервісність (професійна готовність персоналу до прийняття рівня запиту якості сервісу споживачем послуг, невлімові характеристики послуг).

Термін введений нами в дану систему показників якості, так як він увійшов до п'ятірки пріоритетних.

3. Характеристика результату:

- атмосфера (сприйняття послуги в цілому, можливість зустрічі з приємними людьми, відповідність очікуваного і отриманого результату).

Якщо показники якості в пункті 1 в системі менеджменту Моршину по оцінці споживачів по вищевикладеним показниками якості займають стабільне положення і працюють як налагоджений механізм, то показники пункту 2 і 3 уразливі і вимагають високої компетенції від співробітників. Розроблений внутрішньокорпоративний стандарт, в якому повинен бути детально

прописаний сценарій, поведінкові моделі, лексичні нормативи і т. д, а також опрацьовані інструменти, оціночних критеріїв і програм.

Не багато санаторіїв можуть похвалитися своїм внутрішньокорпоративним стандартом якості, так як найчастіше прийнято, що керівник проголошує власну позицію якості послуг, що надаються, шляхом постановки цілей і завдань перед колективом. Як показує практика, подібні управлінські рішення не виконуються колективом по причині ментальності і/або відсутності належної професійної компетенції.

3.4. Перспективні регіони для розвитку внутрішнього туризму в Україні

Україна – потужна держава з надзвичайно ресурсним потенціалом. Вигідне географічне розміщення, історія та культура можуть привертати увагу туристів та задовольняти їх потреби. На нашу думку, перспективні регіони для розвитку внутрішнього туризму є західні території України. Саме там збереглась максимальна кількість замків, які можуть бути використані як історичні дестинації. Використання замків західних областей України в туристичній діяльності за прикладом зарубіжних країн таких, як Європа, Франція, Іспанія, Італія, при належній рекламі та наведенні порядку і реставрації, може мати значний економічний і соціальний ефект.

Більшість замків на території України вважалися фортифікаційними. Фортифікаційний замок являв собою цілісний простір, синтезований в природному середовищі, соціальному устрої і культурно-історичному мисленні. Явище замку в повній мірі висловило світовідчуття середньовічної людини, в свою чергу, замок мав яскраве відображення у візуальних образах образотворчого мистецтва і в словесних конструкціях поетичних текстів. Вперше застосований до вивчення замків комплексний підхід дозволив проаналізувати його як багаторівневе явище в історії [2, с. 120].

На відміну від замків Західної Європи, які втратили своє колишнє оборонне і статусне значення в суспільстві до середини XV ст., замкові

комплекси Східної і Центральної Європи в середині XV-XVII ст. продовжили свій подальший розвиток, захищаючи християнські цінності від проникнення ворожої мусульманської культури, від станової релігії, польських і угорських феодалів [4, с. 17].

При цьому вони не тільки зберегли своє колишнє охоронне, статусне і владне призначення, але і далі розвивали традиції культури, демонструючи своєю архітектурно-художньою трансформацією зміни, що проходили в ній. Те, що цей процес, відбувався протягом тривалого періоду, відображає феноменальний характер замку як втілення лицарської культури, яка зазнала значних змін з епохи Середньовіччя до початку Нового часу.

У рамках історико-культурного дослідження культури того чи іншого регіону України необхідно розуміти варіант загальноєвропейської середньовічної культури і одночасно як самостійну, так і географічно й історично закріплену культуру, що транслює основні історичні цінності середньовічної культури.

У даній роботі під терміном «замок» мається на увазі компактна вежова споруда з комплексом оборонних елементів, призначена для захисту підвладної території. Це історично сформована цілісна соціокультурна система, яка втілювала картину світу, що служить резиденцією феодала, покликаного захищати ввірені йому землі. Замок включає сукупність необхідних служб, розташованих в станово-ієрархічному порядку [2, с. 121].

Говорячи про важливість значення цих укріплень необхідно відзначити, що для зниження загрози територіальних захоплень центральна влада в особі князя, гетьмана зводила фортеці у всіх важливих місцях, надаючи аналогічне право на будівництво військової знаті. Отже, право на всі вежові будівлі впливало з прямого обов'язку піклуватися про захист підвладної території. В результаті, з цього періоду часу починають поступово формуватися нові типи укріплень: фортеця-місто, укріплений монастир або церква, фортеця-замок. При цьому символом середньовічного суспільства стає укріплений феодальний

замок. Оборонна функція замку практично відразу ж виділила його серед інших неукріплених будівель пізнього періоду Середньовіччя [13, с. 14].

З цього можна зробити висновок, що замкові споруди зводилися, а також активно модернізувалися, коли неспокійні часи несли з собою структурні кризи; центральна влада починала поступатися регіональній; зростала зовнішня загроза, і, відповідно, потреба в захисті і збереженні земель. Крім цього замок був опорою правової і владної системи феодалізму в регіонах Європи. Виходячи з цього, можна визначити такі ролі: оборонну, колонізаційну, владну.

Серед інших значущих функцій, які визначали призначення замку, можна виділити: економічну, культурну та побутову. Історичними архітектурно-художніми ознаками спорудження замків можна вважати такі:

1. Будь-які вежі, замковий пагорб, замковий острів.
2. Будь-яка стіна, зведена вище, ніж здатний дістати вершник своїм мечем.
3. Будь-яка стіна, що має зубці або бруствер.
4. Будь-яка споруда з дерева або каменю, що піднімається над першим поверхом більше, ніж на два поверхи і вхід якої розташований вище рівня коліна.
5. Будь-який рів, викопаний так глибоко, що видалення землі вже неможливе без додаткової робочої площадки. При цьому в зазначеному списку відсутні решітки, підйомні мости і бійниці [13, с. 14].

В Україні налічується більш, ніж сто замкових твердинь або їх руїн. У більшості вони занедбані, але, навіть у такому вигляді можуть стати об'єктом як внутрішнього, так і зовнішнього туристичного попиту. Найбільша кількість замків, фортець та оборонних монастирів збереглася до нашого часу в західних регіонах України. За підрахунками близько 90% всіх замків і палаців держави розташовані на: Львівщині, Івано-Франківщині, Тернопільщині, Волині, Закарпатті та Хмельниччині [30].

Так, на Львівщині, є чотири унікальні замки, що уже сьогодні є екскурсійними складовими багатьох туристичних пакетів і входять у маршрут масового туризму «Золота підкова Львівщини»:

– Олеський (резиденція польських магнатів у дусі італійського ренесансу, де народились майбутні королі Польщі Ян III Собеський та Михайло Корибут Вишневецький) (додаток А);

– Золочівський (так званий Китайський палац – літня королівська резиденція, в якій особливо любила зупинятись французенка Марія Казимира д'Аркуїн, яка згодом, ставши королевою, довго і «вміло» керувала Польщею, це один з містичних замків України, де досі «живе» привид його господині) (додаток А);

– Підгорецький, (європейська перлина, замок-палац, окрім того, перший Венеціанський палац на території середньої Європи, найстаріший готель в Україні, де був Гетьманський заїзд) та найменш зруйнований, Свіржський (найатракційніший класично-лицарський мінізамок) (додаток А).

Окрім того, туристично привабливими є також Старосільський замок (додаток А) (найбільший на Галичині, на жаль, занедбаний, оживає лише під час реконструкцій середньовічних боїв і фестивалів), місто-фортеця, збудоване за принципом «ідеальних міст» – концепції доби Ренесансу у Жовкві, руїни Бродівського та Добромильського замків (додаток А) (відбудувати який технічно нескладно, і який завдяки підкарпатському положенню може бути готельно-відпочинковим комплексом кінно-туристичного туризму у Карпатах) [30].

Замки Волині представлені Луцьким замком (або Замок Любарта (додаток Б), Верхній замок – один з найбільших і найдавніших на Україні, побудований в основному останнім великим князем Галицько-Волинської Русі Дмитром Любартом у 1340-1385 роках, слугував резиденцією глави держави, сьогодні є одним з фаворитів за привабливістю серед туристів), Олицьким (додаток Б) (який заслугами шляхтичів Радзивіллів був ще величніший, нині приймає психіатричну лікарню), Локачинським (тубдиспансер) – вони

потребують негайного капітального ремонту; Острозьким замком (додаток Б) (містить майже досконалий краєзнавчий музей) та Новомалинським замком (додаток Б) (один з найстаріших в Україні, проте на сьогодні залишились лише художньо атракційні руїни) [53, с. 181].

Окреме місце у «замковому намисті» України посідають замки Закарпаття (12 замків) історія яких окреслена періодом X-XVI ст., а зведення зумовлено необхідністю охорони знаменитого Соляного шляху – економічно значущого для Імперії, що вів до соляних копалень у районі нинішнього Солотвина. Саме для цього й було збудовано Вишківський замок та Хустський замок (додаток В), знаменитий своєю містичною господинею – бабусею графа Дракули, та тим, що нібито за це був знищений блискавкою, яка потрапила у порохову вежу [30].

Цікавим як у археологічному, та і у туристичному плані є Середнянський замок Тамплієрів (додаток В), дослідження якого нещодавно виявили численні підземні приміщення. Туристичною візиткою Закарпаття є королівський Мукачівський замок «Паланок» (додаток В) (один із замкових див, збудованих на вершині базальтової гори, збережений і відреставрований). Щороку його відвідує понад 100 тис. туристів, яких приваблює середньовічна атмосфера замку, цікаві екскурсії, мистецькі виставки. Нещодавно відреставрована замкова церква (капличка), що стала родзинкою весільних турів, оскільки в замку відкрили відділення РАГСу.

Проте, варто зазначити, що туристичний потенціал використовується неефективно, оскільки багато залів замку в занедбаному стані. Ще один королівський замок – Ужгородський – сьогодні є краєзнавчим музеєм, де постійно ведуться археологічні дослідження і трапляються справді унікальні експонати. У Закарпатті є кілька оригінальних лицарських замків – Квасівський та Бронецький замки (їх у так званий «період смут» збудували невідомі лицарі, які вели розбійницький спосіб життя і у стінах власного замку ховалися від переслідувань з боку держави та помсти з боку пограбованих [49, с. 318]. Тому вони знаходяться у важкодоступних місцях для масового туриста, потребують

реставрації, проте будучи об'єктами інтересу з боку істориків та краєзнавців, приваблюють туристів-екстремалів, тому можуть бути включені до гірського туристичного маршруту.

Івано-Франківщина репрезентована кількома оборонними твердинями. Так, цікавими атракційними об'єктами є Галицький замок (додаток Г) (пам'ятка середньовічної оборонної архітектури, зі стін якого відкривається незабутня панорама дністровської долини, проте, замок потребує негайної реставрації), Пнівський замок (додаток Г) (до побудови Станіславської фортеці це була найміцніша твердиня Підкарпаття, сьогодні майже розібраний на будівельне каміння місцевими лихварями, збереглися тільки атракційні двоярусні стіни товщиною 1,5-2,0 м, численні підвальні приміщення та підземні ходи, які повністю засипані) [59, с. 322].

Туристичну привабливість мають також ще два оборонні замки – Чернелицький замок (додаток Г) (бастіонного типу був зведений для оборони неспокійного східного кордону Галичини та, за легендою, молодої красуні Єфросинії – дружини старого князя-нелюба, який часто відлучався у походи, а дружина щедро роздаровувала князівські скарби на будівництво церков і монастирів, і за відсутності князя-воєводи покохала іншого. Коли князь повертався з далекого віденського походу і мав довідатися про зраду, Єфросинія з розпуки кинулась з найвищої вежі долу. Князь наказав замурувати тіло жінки в стіну замку, а її ініціали викарбувати над головною брамою, яка фактично найкраще збереглась до наших часів) і Раковецький замок (додаток Г), який сьогодні представлений багатою історією та окремими ансамблями руїн. Замки Західного Поділля історично презентують намистини багатівікового форпосту українських земель проти зовнішніх експансій [66, с. 84].

Найпривабливішими з туристичної точки зору є палац Вишневецьких (додаток Д) (з ландшафтним парком в англійському стилі), Тербовлянський замок (додаток Д) (колись осередок літописного Тербовлянського князівства, сьогодні – окремі фрагменти фортечних мурів та засипані численні підземні

ходи), Микулинецький замок (додаток Д) (сьогодні лише руїни), Бережанський замок (додаток Д) (прославився на всю Європу своєю неприступністю впродовж двох століть, проте пошкоджений і невідновлений під час Першої світової війни [66, с. 88]).

Хмельниччина також відзначається багатством пам'яток оборонного зодчества на чолі з «перлинами» замкового туризму – Камянець-Подільською фортецею (додаток Ж) (найбільш неприступна середньовічна оборонна споруда у Європі, сьогодні – місто-заповідник, яке щороку відвідують понад 300 тис. туристів) та Меджибізьким замком (додаток Ж) (замок-фортеця, яка навіть у напівзруйнованому стані нині вражає могутніми неприступними кам'яними стінами) [66, с. 122].

Приваблює туристів також багата історія руїн Сатанівського замку (додаток Ж) з збереженою до сьогодні кам'яною синагогою у стилі Соломонового храму древнього Єрусалиму та укріпленим Свято-Троїцьким монастирем монахів-відлюдників на Сатанівській Слобідці, що може бути об'єктом як замкового, так і паломницького релігійного туризму. Багатовіковою історією також зачаровують нині руїни Жванецького, Зінківського, Летичівського, Старокостянтинівського замків, що безумовно не можуть не входити до туристичних програм замками західного регіону України.

На околиці покутського села Чернелиця Городенківського району велично підносяться руїни старого польського замку. Це – пам'ятка архітектури місцевого значення. Однак, через недостатність заходів з охорони фортифікації, Чернелицький замок на сьогодні знаходиться в напівзруйнованому стані і продовжує руйнуватися, під впливом антропогенних і природних чинників. Тому, щоб зупинити процес руйнування цієї неповторної пам'ятки оборонної архітектури, необхідне проведення комплексу реставраційних робіт і перетворення замку в туристичний музейно-рекреаційний центр Городенківського району.

Село міського типу Чернелиця розташоване на крайньому сході Івано-Франківській області, на правобережжі річки Дністер, приблизно в 22 км від районного центру Городенка. Внаслідок свого вигідного географічного розташування, поблизу (близько 4 км) такого водного комунікаційно-торгового шляху, як Дністер, Чернелиця була заселена з найдавніших часів. Завдяки цій важливій водній магістралі, населення Чернелиці підтримувало активний зв'язок зі своїми близькими (Раковець, Маріямпіль, Галич) і далекими сусідами (Польща, Угорщина) [66, с. 128].

Така ситуація вплинула на економічний і культурний розвиток поселення. І на початку XVII ст. польські феодали Чорторійськ, якому належала значна частина покутських земель, на території села розпочали будівництво замку. Однак, під час національно-визвольного руху українського народу під керівництвом Б. Хмельницького (1648-1654 рр.), замок був пошкоджений. У 1659 р. відремонтувавши фортецю і завершивши будівництво, відновивши також бастіон.

У 1672 та 1676 рр. турки сильно пошкодили Чернелицький замок. За часів польсько-турецької війни (1685-1691 рр.) фортеця мала важливе оборонне значення. З огляду на те, що стратегічну фортецю Речі Посполитої на південному сході – Кам'янець-Подільську, захопили турки, Чернелицький замок був не тільки місцем зберігання продуктів і фуражу – тут збиралися війська, зберігалися запаси зброї, будували човни для переправи через Дністер [66, с. 138].

Замок неодноразово відвідував польський король Ян III Собеський, який особисто командував військами Речі Посполитої в збройному протистоянні з Портою в кінці XVII ст. Замок Чорторійський споруджений в східній частині поселення Чернелиця, на невисокому скелястому узвишші над потоком. Чернелицький замок був захищений системою оборони бастіонного типу і займав площу 2,5 га. Твердиня була квадратною в плані з чотирма кутовими бастіонами, два з яких (північно-західний і південно-західний) – заповнені землею.

Оборонні стіни фортеці, зроблені з колотого каменю, були завтовшки близько 2 м і висотою приблизно 6 м. У стінах були влаштовані бійниці для ручної зброї. Посередині західної стіни було побудовано двоповерхову в'їзну вежу (квадратну в плані), яка мала наскрізний арочний проїзд, облицьований каменем. Архітектурний декор вежі – в стилі ренесансу. Головний і дворовий фасад в'їзної вежі прикрашали герби власників замку. Зокрема, зовнішній фасад і сьогодні прикрашає великий герб «Рогон», вирізаний з каменю, але пошкоджений в тому місці, де повинен бути викарбовано рік.

Внутрішній фасад вежі прикрашає частково надбитий герб «Pilawa», розташований над аркою в'їзної брами. Товщина стін башти була близько 2 м, а висота – близько 9 м. У зовнішній стіні башти, з правого боку від наскрізного проїзду, влаштована стрільниця для гармати, а зліва – вхід у підземелля, який пізніше замурували і також зробили бійницю. Внутрішній простір вежі на першому ярусі по обидві сторони від проїзду знаходиться в занедбаному стані, так як в певний період використовувався під стайню.

Другий поверх в'їзної вежі (частково зруйнований в даний час) мав житлове приміщення. З правого боку від в'їзної вежі розташований корпус довжиною близько 17 м, товщина стін якого понад 2,5 м, а висота – приблизно 3,5 м. Корпус має два окремих приміщення: одне з них примикає до в'їзної вежі і пов'язаний з нею порталом, вхід в інше – знаходиться з боку внутрішнього замкового двору [66, с. 135].

Частина замкового двору, оточеного фортечними стінами, використовувалася як овочевий город і сад. У південно-західній частині двору було споруджено палац з колотого каменю, від якого до цих пір залишилися тільки фундаменти. Період розквіту твердині в Чернелиці припав на час проживання в ній перших власників – Чорторійських. Пізніше замком володіли Галерські, Потоцькі, Станецькі, Ценські. Останнім власником замку з польського роду, який проживав у ньому, був Мауріц Ценський, після смерті якого в 1817 році його син покинув Чернелицю [2, с. 124].

З тих пір замок почав занепадати і все більше руйнуватися. За радянських часів, поряд з замком розташовувалася місцева лікарня, деякі будівлі якої були прибудовані до замкових стін. За часів незалежності України медичний заклад переїхав в інше приміщення і з тих пір тільки місцева худоба пасеться на замковому дворі. Таке байдуже ставлення до пам'ятки архітектури неприпустиме і вимагає негайного глибокого його дослідження, з метою проведення відновлювальних робіт на всій території Чернелицького замку. Це дозволить не тільки зберегти його, а й знайти друге «життя».

Найважливішим завданням на сучасному етапі розвитку вітчизняної науки в Україні є відтворення об'єктивної та всебічної картини історичного розвитку української держави, який ввібрав в себе і трансформував в ході своєї тисячолітньої історії культурні досягнення народів. У цих умовах вивчення архітектурно-художньої спадщини замків, цього яскравого самобутнього художнього культурно-історичного феномена середньовічної культури, набуває особливої значущості в умовах інтегративних тенденцій в сучасній Україні.

Для сучасної України, яка прагне до плідної співпраці з європейським співтовариством і має з Європою єдину економічну і культурно-історичну основу, досягнення цінностей європейської цивілізації має неминуще значення. І незалежно від того, як проходить цей процес синхронно або асинхронно, він, так чи інакше, буде ідентичний тим процесам, які характерні для всього світу. Тому освоєння історичного досвіду минулого актуальне для вирішення сучасних проблем.

Стає необхідним поєднувати унікальність історичної архітектурно-мистецької спадщини нашої Батьківщини, враховувати її складності, з якими зіткнулася Україна при набутті своєї державності з шляхами вирішення сьогоденних завдань. Питання такого роду були обумовлені боротьбою за владу і князівськими міжусобицями, набуттям політичної та економічної незалежності, виходом на міжнародну арену, регулюванням політичного життя.

Отже, серед перспективних регіонів розвитку внутрішнього туризму, враховуючи туристичний потенціал, на нашу думку є Карпатський та

Дніпровсько-Дністровський (особливо його Подільський район) регіони. Адже саме в цих регіонах і знаходяться найбільші скупчення замкової спадщини України. Як уже згадувалося раніше, областями з найбільшою кількістю замків на своїй території є: Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Хмельницька, тощо.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можемо зробити такі висновки.

1. На сьогоднішній день туризм популярний і відомий кожній людині. Численні першопрохідці і мандрівники в стародавні часи подорожували по нашій землі. Але лише недавно туризм став набувати все більшу популярність. Це пов'язано з тим, що в останні роки туризм в житті сучасного суспільства збільшив своє значення. Цьому сприяє підвищення прибутку у населення, збільшення вільного часу. Туризм перетворився в особливу великомасштабну світову індустрію, а туристичні ресурси стали невід'ємною частиною національного багатства багатьох країн.

Сучасний туризм настільки ж різноманітний, як і процеси, що протікають в сучасному світі. Але саме туризм став одним із способів формування загальнолюдських цінностей, найбільш доступним способом пізнання, вивчення та збереження історичної, культурної та природної спадщини в ХХІ столітті. Сфера внутрішнього туризму на даний час є найбільш динамічним та перспективним напрямом економічного розвитку.

Протягом останніх десятиліть виїзні туристичні потоки з нашої країни перевищували за чисельністю внутрішні та в'їзні. Пояснювалося це великою кількістю пропозицій різних туристичних продуктів зі сторони туроператорів, орієнтованих на виїзний відпочинок, інтересом населення до закордонних країн, сприятливішим співвідношенням «ціна – якість» закордонного відпочинку відносно вітчизняного та ін.

В даний час у зв'язку з кардинальними змінами в українській економіці, в тому числі і на ринку туристичних послуг, актуальними стають питання пошуку ресурсів та можливостей для розвитку внутрішнього туризму.

2. Туризм як особливий вид діяльності висуває особливі вимоги до ресурсного забезпечення процесу обслуговування споживачів: для надання споживачеві певного туристичного продукту потрібні більш численні і різноманітні ресурси, ніж для інших видів діяльності. Спільність всіх розглянутих вище підходів до визначення терміну «туристичні ресурси»

полягає в тому, що їх розглядають як основу для формування туристичного продукту та його пропозиції. Наявність і якість туристичних ресурсів будуть визначати обсяг і структуру використовуваних економічних ресурсів для ведення туристичної діяльності.

У відповідності із законодавством частина найбільш високоатрактивних природних ресурсів має статус особливо охоронюваних природних територій). До культурно-історичних ресурсів законодавством віднесені пам'ятки історії, археологічні пам'ятки, пам'ятки культури, меморіальні місця, культові споруди, народні промисли, музеї. До інфраструктурних ресурсів належать: готелі, транспорт, підприємства харчування, підприємства торгівлі, підприємства розваг, турбази, притулки, пункти прокату турінвентарю, тематичні парки, гірськолижні траси, канатні дороги.

Сучасна практика розвитку туризму накопичила достатній досвід по створенню об'єктів, що становлять туристичний інтерес, але при цьому не є пам'ятками історії, культури, архітектури і т.д. Отже, визначаючи дефініцію концептуальних туристичних ресурсів, доцільно розглядати їх як сукупність об'єктів туристичного інтересу в регіоні, в основі створення яких лежить певна концепція творчої ідеї, технології або людської діяльності. Креативні концептуальні туристичні ресурси присвячуються, як правило, легендам, вигаданим персонажам і подіям. В якомусь сенсі, вони мають під собою історичну основу, але не реальну, а вигадану.

3. Методика дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг ґрунтується на поєднанні методів галузевого та територіального аналізу і має за мету визначення національної туристичної політики. Дослідження національного туристичного ринку передбачає:

1) оцінку внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування українського ринку туристичних послуг, яка полягає у визначенні стану розвитку економіки в цій галузі та чинників, що впливають на розвиток національної туристичної галузі;

2) оцінку туристсько-рекреаційних ресурсів і стану розвитку індустрії туризму України, що визначає її сучасні можливості та перспективи участі в світовому і регіональному туристичному процесі;

3) оцінку інтенсивності туристичного процесу, що відбувається у країні, а також визначення напрямків розвитку турринку та стимулювання ринкової діяльності.

4. Туристичний потенціал – це сукупність туристичних ресурсів і туристичних можливостей певної території, які органи державного управління використовують та можуть в перспективі використати для консолідації суспільства на державному, регіональному та місцевому рівнях. Використання потенційного туристичного ресурсу і послідовне формування на його основі туристичної атракції і туристичного продукту вимагають не тільки значних інвестицій, але і часто зазнають тривалих реконструкцій та реставрацій об'єктів показу. Місцевості, розташовані поблизу туристичних центрів, маршрутів і дестинацій, які не володіють відомими використовуваними пам'ятками, не можуть залучати туристичні потоки і розвивати індустрію туризму.

5. Через пандемію COVID-19 2020 рік продемонстрував тенденцію до зменшення платоспроможності більшої частини населення України, зростання цін і безробіття, що, звичайно, негативно позначилося на розвитку, як усього туризму в цілому, так і окремих його видів. Індустрія туризму була підірвана зусиллями уряду зі стримування пандемії та боротьби з нею. Кордони були закриті, поїздки заборонені, громадські та ділові заходи відмінено, а людям було рекомендовано залишатися у своїх будинках.

Але ці заходи суттєво вплинули на рівень подорожей як в середині країни, так і поза її межами. Через ускладнену процедуру виїзду за кордон, більшість туристів не бажали проходити процедуру вакцинації, здачі аналізів та обирали їхати на відпочинок в межах країни.

Війна внесла суттєві корективи в український туристичний розвиток. Іноземці поспішно намагалися лишити межі держави, бажаних в'їхати в Україну майже немає, хіба що волонтери. Громадяни майже не подорожують в

межах країни через небезпечність, фінансову скруту, психологічно занедбаний стан. Крім того, вороги намагаються зруйнувати важливі об'єкти національної культурної спадщини. Відтак частина з пам'яток культури просто захована та укріплена задля їх убезпечення, а частина – просто закрита для відвідування.

6. Будь-яка держава, що розвиває туризм, прагне досягти від нього максимальної вигоди. Для того щоб отримати максимальну вигоду від розвитку туризму, державі необхідно, перш за все, розробити туристичну політику, яка є одним з видів його соціально-економічної політики. Туристична політика держави в цій галузі – це сукупність форм, методів і напрямків впливу держави на індустрію туризму для здійснення конкретних цілей розвитку його соціально-економічного комплексу.

Економічний ефект від розвитку туризму багаторівневий. В результаті туристичної діяльності утворюється бюджетний ефект – результат поповнення бюджетів різних рівнів за рахунок податкових надходжень. Економічний ефект слід розглядати в двох напрямках: економічному і соціальному. У зв'язку з тим, що туристичний бізнес відноситься до високорентабельної комерційної діяльності, основними оціночними показниками прийнято вважати прямі економічні. У той же час соціальні показники фактично не належать до критеріальних. Насправді, крім прямого економічного ефекту існують непрямий економічний і соціальний ефекти.

7. У роботі ми здійснили аналіз туристичного потенціалу Азово-Чорноморського, Дніпрово-Дністровського, Карпатського регіонів. Як результат, було виявлено найбільш перспективні для розвитку на територіях види туризму, а саме: лікувально-оздоровчий, екологічний, сільський, мисливський культурно-пізнавальний, рекреаційний види, тощо. У цілому вищезазначені регіони мають сприятливі соціально-економічні передумови для перетворення туристичної сфери діяльності на одну з провідних галузей у господарстві області.

Україна має досить багату історичну та культурну спадщину, що слугує туристичною привабливістю для туристів. У нас збереглася велика кількість

архітектурних пам'яток історичного значення. До числа цих пам'яток відносяться замки, популяризація та правильне рекламування як туристичних дестинацій яких збільшить потоки туристів до регіонів їх розташування. У дослідженні ми дійшли висновку, що одним з найперспективніших регіонів з розвитку туризму є західна частина України, оскільки там зосереджується найбільша кількість замків, що збереглися до нашого часу. Крім того, замки серед свого потенціалу мають також деякі області Подільського району, наприклад, Тернопільська та Хмельницька, тощо. Отже, на нашу думку, перспективними регіонами розвитку внутрішнього туризму в Україні є Карпатський та Дніпровсько-Дністровський регіони.

РЕЗЮМЕ

Метою кваліфікаційної роботи на тему «Регіональні особливості внутрішнього туризму в Україні» є аналіз внутрішнього туризму в Україні, виявлення його регіональних особливостей та перспектив розвитку. У ході роботи було поставлено наступні завдання: розкрити поняття внутрішнього туризму, сутність туристичного потенціалу; розглянути туристичні ресурси як основу розвитку внутрішнього туризму; визначити методи дослідження внутрішнього туризму; охарактеризувати сучасний стан розвитку внутрішнього туризму в Україні, зокрема в умовах пандемії та війни; розглянути заходи щодо підтримки та сприяння розвитку туризму в Україні; проаналізувати туристичне районування України, визначити перспективні регіони для розвитку внутрішнього туризму. Об'єктом дослідження є туристична сфера України, предметом – особливості внутрішнього туризму України, регіональні аспекти його розвитку. У дослідженні були використані такі методи: структурно-функціональний, метод абстагування, узагальнення емпіричних результатів, кількісного та якісного аналізу інформації, порівняння, спостереження. Результати дослідження показали, що Україна має досить високий туристичний потенціал та гарні перспективи розвитку для як внутрішнього, так і в'їзного туризму. Найбільш перспективними регіонами для розвитку є Карпатський та Дніпровсько-Дністровський.

Ключові слова: внутрішній туризм, туристичні райони, туристичні ресурси, туристичний потенціал, регіональний туризм.

RESUME

The aim of the master's qualification paper on the topic "Regional features of domestic tourism in Ukraine" is the analysis of domestic tourism in Ukraine, the identification of its regional features and prospects for development. In the course of the work, the following tasks were set: to define the concept of domestic tourism, the essence of the tourist potential; to consider tourist resources as a basis for the development of domestic tourism; to determine the methods of domestic tourism research; to characterize the current state of domestic tourism development in Ukraine, in particular, in conditions of a pandemic and war; to consider measures to support and promote the development of tourism in Ukraine; to analyze tourist regions of Ukraine, to identify promising regions for the development of domestic tourism. The object of the study is the tourism sphere of Ukraine, the subject is the peculiarities of domestic tourism of Ukraine, regional aspects of its development. The following methods were used in the research: structural-functional, method of abstraction, generalization of empirical results, quantitative and qualitative analysis of information, comparison, observation. The results of the study showed that Ukraine has a fairly high tourism potential and good development prospects for both domestic and inbound tourism. The Carpathian and Dnipro-Dniester regions are the most promising regions for development.

Keywords: domestic tourism, tourist areas, tourist resources, tourist potential, regional tourism.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксентійчук Б. І. Курорти та санаторії України: Науково-практ. довідник / авт. упоряд. О. П. Тарасенко, В. С. Соколов. Київ : Фолігрант, 2009. 428 с.
2. Аніпко Н. Сучасний стан рекреаційно-туристичного використання середньовічних замків та фортець Карпато-Подільського регіону України. *Наукові записки Тернопільського педагогічного університету. Серія: Географія*. 2010. Вип. 28. С. 120-125.
3. Артеменко О. І. Математичне моделювання рекреаційної привабливості території з використанням ієрархічної системи нечіткої логіки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.5. С.345-352.
4. Асеев Ю. С., Вечерський В. В., Годованюк О. М. Історія української архітектури. Наукове видання. Київ : Вид. Техніка, 2003. 471 с.
5. Бабов К. Д. Курорти України державного та місцевого значення. Одеса : Пальміра, 2014. С.12-26
6. Баєв В. В. Сучасні тенденції розвитку медичного туризму в Україні. *Агросвіт*. № 7. 2015. С. 35-38
7. Бакурова Г. В., Очеретін Д. В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. Збірник наук. праць, вип. 183 в 3-х томах, т. III. Дніпропетровський ДНУ, 2002. С. 617-622.
8. Безручко Л. С. Методика оцінки туристичних історико-культурних ресурсів (на прикладі Турківського р-ну Львівської обл.): навчально-методичний посібник. Львів, 2013. 160 с.
9. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : ВПЦ «Київський у-т», 2003. 395 с.
10. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О. Вплив пандемії Covid-19 на міжнародний туризм. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2020. Вип. 3 (26), С. 3-7.

11. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: Монографія. Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2006. 288 с.
12. Вачевський М. В., Свінцов О. М., Кузнєцов В. Ф. Розвиток рекреаційної сфери в Карпатському регіоні. *Український бальнеологічний журнал*. 2001. № 1. С. 99-104.
13. Вечерський В. Оборонні комплекси західних земель України у другій половині XVII – середині XVIII століть. Замки України: дослідження, збереження, використання. Мат. міжн. науково-практичної конфер. Галич, 3 листопада 2011 р. Галич : Нац. заповідник «Давній Галич», 2011. С. 5-18.
14. Виклюк Я. І. Методи побудови густини потенціального поля рекреаційної привабливості території. *Штучний інтелект*. 2009. №2. С.151-160.
15. Вислободська Г. П., Бричка Б. Б. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток туристичного ринку України. Туризм в умовах пандемії Covid-19: шанси та загрози. Зб. матеріалів круглого столу. Львів : Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького, 2020. С. 19-21.
16. Внутрішній туризм в Україні : веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukrainiCOVID19/30726545.html>.
17. Гапонова Е. О. Ринок медичних послуг в Україні: проблеми та протиріччя. *East European Scientific Journal*. Warsaw, Poland. 2016. Vol. 3, № 2 (6). Р. 24-26.
18. Гнедик Є. С. Медичний туризм як вид господарської діяльності: проблеми нормативно-правового визначення. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2017. № 6. Том 2. С. 18-22.
19. Голуб М. О. Наукові підходи до визначення потенціалу екологічного туризму. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2015. Т. 20, Вип. 1 (1). С. 41-45.

20. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. *Молодий вчений*. 2016. № 8 (35). С. 15-18.
21. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. *Ефективна економіка*. 2012. № 10.
22. Дацько О. Р., Бубняк, А. Б., Полюжин, І. П. Окисно-відновний потенціал мінеральних вод Трускавецького та Східницького родовищ. *Медицина гідрологія та реабілітація*. №9 (4). 2011. С. 72-79.
23. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навч. посіб., 2-е вид., перероб і доп. Київ : Альтерпрес, 2004. 192 с.
24. Довгаль Т. О., Влащенко Н. М. Теорія і практика туризму в Україні. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (Луцьк, 8 груд. 2016 р.): у 2-х ч. Луцьк : Луцький нац. технічний ун-т, 2016. Ч. 2. С. 71-74.
25. Долинська О. О. Головні підходи у вивченні регіональних туристичних комплексів. *Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту імені Федьковича. Серія: Географія*. 2019. Вип. 814. С. 93-98.
26. Домбровська С. М., Білотіл О. М., Помаза-Пономаренко А. Л. Державне регулювання туристичної галузі України. Монографія. Харків : НУЦЗУ, 2016. 196 с.
27. Драпушко Р. Г. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку: монографія. Київ: Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. 152 с.
28. Жаліло Я. А., Ковалівська С. В., Филипенко А. О., Химинець В. В., Головка А. А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. Київ, 2019. 29 с.
29. Заваріка Г. М. Курортна справа: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 263 с.

30. Замки Західної України: Путівник / упоряд. В. Томчук. Львів : АзАрт, 2014. 96 с.
31. Карпенко Н. М., Карпенко Ю. В. Регіональні аспекти розвитку лікувально-оздоровчого туризму в умовах модернізації економіки. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 2 (80). С. 89-92.
32. Карташова Н. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку внутрішнього туризму в Україні. «Ad orbem per linguas. До світу через мови». Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції «Україна у транскультурному й мультимодальному світі» 25 травня 2022 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2022. С. 542-544.
33. Кирікой Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ : Знання, 2013. 334 с.
34. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 9. с. 146-150.
35. Корнева Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Вісник*. 2011. №15. С.174-180
36. Костинець В. В., Костинець Ю. В. Віртуальні подорожі як інструмент просування причорноморського регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С.82-85.
37. Кучерява Г. О. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. Проблеми державного будівництва в Україні №27: у 2 томах: збірник матеріалів ХХІV Міжнародної конференції науково-педагогічних працівників «Європейський вибір України у контексті світових політичних процесів», 14 березня 2019 року. Київський міжнародний університет. К. : КиМУ, 2019. Т.1. С. 126-131.
38. Кучерява Г. О. Пріоритетні завдання популяризації України як туристичної дестинації. Реформування економічної системи в контексті міжнародного співробітництва: механізми, стратегії та інновації: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 10-11

вересня 2021 року) / За заг. ред.: М. М. Палінчак, В. П. Приходько, В. В. Химинець та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 21-24.

39. Липчук В. В., Липчук Н. В. Тренди в туризмі: корекція пандемії. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. №2 (68). С. 33-37.

40. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Тараненко О. О. Міжнародний та вітчизняний туризм в умовах пандемії: нові виклики та реальність. *Інтелект XXI століття*. 2021. № 3. С. 29-34.

41. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Шуканов П. В. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск №4 (21). С. 393-399.

42. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 335 с.

43. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: Навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2007. 369 с

44. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтпрес, 2006. 430 с.

45. Майстро С. В., Домбровська С. М. Особливості державного управління рекреаційним туризмом України: монографія. Харків, 2017. 198 с.

46. Малімон В. В. Концептуальні засади формування регіонального ринку медичного туризму, *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013. № 1. С. 34-38.

47. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 360 с.

48. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Медичний туризм: теорія та практика: навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2018. 128 с.

49. Масляк П. О. Рекреаційна географія: навч. посібник. Київ : Знання, 2008. 343 с.

50. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №1 (5). С. 163-172.

51. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: навч. посіб. для студентів вузів. Львів, 2014. 259 с.
52. Музика В. Оцінювання сучасного стану розвитку мисливського господарства України. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2020. Том 6. № 67. С. 18-32.
53. Оконченко О. М. Еволюція об'ємно-просторової структури бастионних замків Західної України. Проблеми дослідження, збереження і реставрації об'єктів культурної спадщини: Зб. наук. праць кафедри реставрації і реконструкції архітектурних комплексів. Львів, 2014. С.178-182.
54. Олійник Я. Б. Теоретичні основи туризмології: навчальний посібник. Київ : Ніка-Центр, 2005. 316 с.
55. Омуш М.О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.10.03; 08.10.01. Харківська державна академія міського господарства. Харків, 2003. 19 с.
56. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск №2 (Грудень). 2014. С. 848-853.
57. Паньків Н. Туристичне ресурсознавство: Навчальний посібник. Львів : Український бестселер, 2011. 238 с.
58. Паньків Н. Туристичні ресурси та їхні класифікації. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: *Географія* / редкол.: Андрейчук В., Брич В. Я., Голосов В. М. Тернопіль : Тайп, 2014. Вип. 2 (37). С. 93-99.
59. Петранівський В.Л. Туристичне краєзнавство: навч. посіб. 2-ге вид., виправл. Київ : Знання, 2008. 575 с.
60. Покоłodна М. М. Туристські ресурси України : підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 222 с.

61. Попов Л. А. Використання закордонного досвіду для успішного розвитку індустрії туризму і гостинності в країні. *Економічна та соціальна географія*. 2014. № 2 (70). С. 242-255.
62. Прибега Л. До питання типологічної класифікації мурованих замків України. Замки України: дослідження, збереження, використання. Мат. міжн. науково-практичної конфер. Галич, 3 листопада 2011 р. Галич : Нац. заповідник «Давній Галич», 2011 С. 35-39.
63. Про туризм: закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
64. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Луцьк, 30-31 березня 2017 р.). Луцьк : Терен, 2017. 106 с.
65. Романів П. В. Основи туризму: навчально-методичні матеріали. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2013. 65 с.
66. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 432 с.
67. Святохо Н. В. Концептуальні основи дослідження туристичного потенціалу регіону. *Економіка і управління*. 2007. №2. С. 30-36.
68. Синиця С. М. Управління туристичним потенціалом регіону: навчальний посібник. Івано-Франківськ, 2013. 295 с.
69. Смірнов І. Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). Велика Волинь: наук. зб. Вип. 42. Житомир : М. Косенко, 2013. С. 239-246.
70. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник. Київ : Грамота, 2006. 264 с.
71. Стафійчук В. Рекреалогія: навч. посібник. Львів : Заня, 2005. 259 с.

72. Степанчук В. В. Проблеми та перспективи історичної реконструкції у туризмі світської культури Закарпаття : веб-сайт. URL:www.nbuiv.gov.ua
73. Талалай В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Інновації та науковий потенціал світу: матеріали міжнар. наук.- практ. конф., 17 березня. 2016 р. 2016. С.18-20.
74. Таранюк Л. М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник. Суми : Видавничо-виробниче підприємство «Мрія», 2016. 278 с.
75. Туристські ресурси України: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач О. В. Поступна. Харків : НУЦЗУ, 2020. 209 с.
76. Шестель О.Г, Канюк О.В. Замковий туризм в Україні. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 22-23 березня 2018 року, м. Черкаси: у 2-х томах. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. 820 с.
77. Шикеринец В. В. Перспективы развития замкового туризма в Украине. *Державне управління*. 2012 р.. № 3 (39). С.92-96.
78. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів. Чернівці : Книги – ХХІ, 2003. 596 с.

Додаток А
Замки Львівщини



Рис. А.1. Олеський замок [30]



Рис. А.2. Золочівський замок [30]



Рис. А.3. Підгорецький замок [30]



Рис. А.4. Старосільський замок [30]



Рис. А.5. Бродівський замок [30]



Рис. А.6. Добромильський замок [30]

Додаток Б
Замки Волині



Рис. Б.1. Замок Любарта [53]



Рис. Б.2. Олицький замок [53]

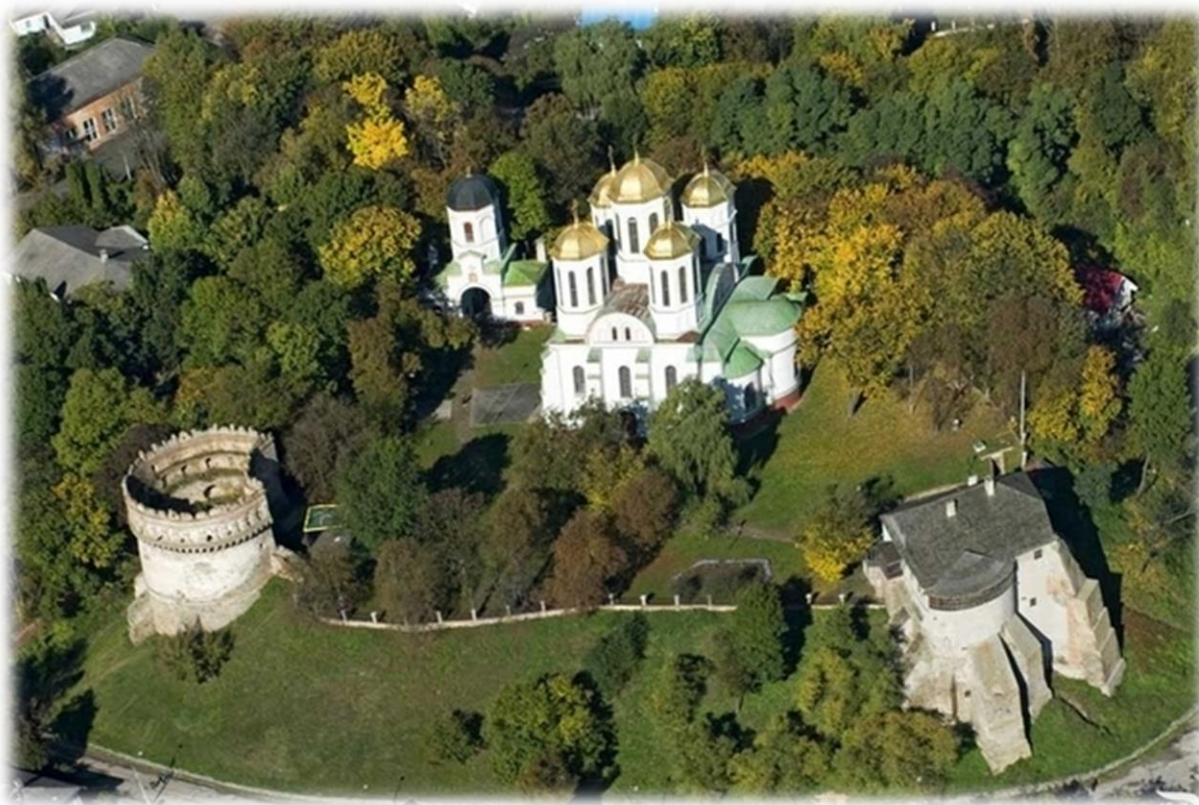


Рис. Б.3. Острозький замок [53]



Рис. Б.4. Новомалинський замок [53]

Додаток В
Замки Закарпаття



Рис. В.1. Вишківський замок [30]



Рис. В.2. Хустський замок [30]



Рис. В.3. Середнянський замок або замок Тамплієрів [30]



Рис. В.4. Замок Паланок [30]

Додаток Г
Замки Івано-Франківщини



Рис. Г.1. Галицький замок [59]



Рис. Г.2. Пнівський замок [59]



Рис. Г.3. Чернелицький замок [59]



Рис. Г.4. Раковецький замок [59]

Додаток Д
Замки Тернопільщини



Рис. Д.1. Палац Вишневецьких [66]



Рис. Д.2. Тербовлянський замок [66]



Рис. Д.3. Микулинецький замок [66]



Рис. Д.4. Бережанський замок [66]

Додаток Ж
Замки Хмельниччини



Рис. Ж.1. Кам'янець-Подільська фортеця [66]



Рис. Ж.2. Замок Меджибіж [66]



Рис. Ж.3. Сатанівський замок [66]