

УДК 338.48

DOI: 10.30857/2413-0117.2020.4.3

Андрій В. Лісовий

Університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна

Наталія І. Турчик

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет», м. Київ, Україна

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ:
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ**

У цій статті висвітлено туристичний потенціал як широке багатогранне поняття, що охоплює сукупність природних, рекреаційних, культурних, історичних, організаційних та економічних показників, які можуть становити передумови для розвитку певних видів туризму та туристичної галузі загалом. У статті також було визначено систему показників, що забезпечують реалізацію та розвиток туристичного потенціалу країни. Вони визначають географічне розташування, історичний, просторовий, природний, економічний, політико-правовий, екологічний, демографічний, соціальний, культурний, інфраструктурний, технологічний, організаційно-управлінський, інноваційний та кадровий потенціал. Відповідно до представлених показників, Україна має великі перспективи для розвитку туристичного потенціалу, тому було проведено SWOT-аналіз. Проаналізувавши елементи SWOT-аналізу (можливості, загрози, переваги і недоліки туристичної галузі України), було зроблено висновок, що довгостроковий розвиток туризму в країні має базуватися на таких складових: інвестиції та інновації в галузі туризму та гостинності; вдосконалення організації діяльності транспортної галузі; підготовка кваліфікованих кадрів; покращення інвестиційного клімату і законодавчого середовища; діджиталізація комунікацій, що сприятимуть організації ефективної діяльності туристичної галузі. Наголошується, що без упровадження інновацій і прогресивних європейських стандартів обслуговування гостей та відпочинку неможливо розвинути конкурентоспроможний туристичний сектор на міжнародному ринку. Основними стратегічними цілями розвитку туристичного потенціалу України до 2026 року є: створення якісного туристичного продукту на основі ефективної маркетингової діяльності; ефективне та комплексне використання існуючого потенціалу туризму та перспектив його розвитку шляхом вирішення проблем природокористування та охорони навколишнього середовища, а також покращення інфраструктури туризму; збільшення матеріально-технічної бази; забезпечення відповідності ціни та якості туристичної продукції шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури малого та середнього бізнесу, надання податкових канікул, зелених коридорів тощо. У статті досліджено систему підготовки та підвищення кваліфікації працівників у галузі туризму та курортів. Визначено, що згідно з оцінкою показників розвитку туризму та курортів, в Україні має збільшитись кількість іноземних туристів, що в'їжджають в Україну, кількість суб'єктів туризму, надходження до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, обсяги доходів Державного бюджету України від функціонування суб'єктів підприємництва в галузі туризму, зростатиме кількість робочих місць у сфері туризму, а також кількість вітчизняних туристів та екскурсантів.

Ключові слова: туристичний потенціал; туризм; природно-рекреаційні ресурси; культурно-історичні ресурси; організаційно-економічні ресурси.

Андрей В. Лисовый

Университет государственной фискальной службы Украины, г. Ирпень, Украина

Наталья И. Турчик

Частное высшее учебное заведение «Европейский университет», г. Киев, Украина

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА УКРАИНЫ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ РЕАЛИИ

В этой статье туристический потенциал освещён как широкое многогранное понятие, охватывающее совокупность природных, рекреационных, культурных, исторических, организационных и экономических показателей, которые могут служить предпосылками для развития определённых видов туризма и туристической отрасли в целом. В статье также определена система показателей, обеспечивающих реализацию и развитие туристического потенциала страны. Они определяют географическое расположение, исторический, пространственный, природный, экономический, политико-правовой, экологический, демографический, социальный, культурный, инфраструктурный, технологический, организационно-управленческий, инновационный и кадровый потенциал. Согласно представленным показателям, Украина имеет большие перспективы для развития туристического потенциала, поэтому было проведено SWOT-анализ. Проанализировав элементы SWOT-анализа (преимущества и недостатки, возможности и угрозы туристического комплекса Украины), был сделан вывод о том, что долгосрочное развитие туризма в стране должно базироваться на следующих составляющих: инвестиции и инновации в области туризма и гостеприимства; усовершенствование организации деятельности транспортной отрасли; подготовка квалифицированных кадров; нормализация политического, экономического и законодательного климата; диджитализация коммуникаций. Реализация этих мер будет способствовать организации эффективной деятельности туристической отрасли. Подчёркивается, что без внедрения инноваций и перехода к прогрессивным европейским стандартам обслуживания гостей и отдыха невозможно развить конкурентоспособный туристический сектор на международном рынке. Основными стратегическими целями развития туристического потенциала Украины до 2026 года являются: создание качественного туристского продукта на основе эффективной маркетинговой деятельности; эффективное и комплексное использование существующего потенциала туризма и перспектив его развития путём решения проблем природопользования и охраны окружающей среды, а также улучшения инфраструктуры туризма; увеличение материально-технической базы; обеспечение соответствия цены и качества туристической продукции путём создания условий для оптимизации организационно-экономической структуры малого и среднего бизнеса, предоставление налоговых каникул, зелёных коридоров и др. В статье исследована система подготовки и повышения квалификации специалистов в сфере туризма и курортов. Определено, что согласно оценке показателей развития туризма и курортов, в Украине должны увеличиться количество иностранных туристов, въезжающих в Украину, количество субъектов туризма, поступления в местные бюджеты от уплаты туристического сбора, возрасти доходы Государственного бюджета Украины от деятельности субъектов предпринимательства в сфере туризма, количество рабочих мест в сфере туризма, а также количество отечественных туристов и экскурсантов.

Ключевые слова: туристический потенциал; туризм; природно-рекреационные ресурсы; культурно-исторические ресурсы; организационно-экономические ресурсы.

Andrii V. Lisovyi

University of the State Fiscal Service of Ukraine, Irpin, Ukraine

Nataliia I. Turchyk

Private higher education institution "European University", Kyiv, Ukraine

ENHANCING TOURISM POTENTIAL OF UKRAINE:

WORLD'S BEST PRACTICE AND DOMESTIC REALIA

This paper seeks to explore the tourism potential as a broad multifaceted concept that covers a range of natural recreational, cultural, historical, organizational and economic indicators that lay the foundation for the development of different types of tourism and the tourism industry overall. The study identifies a set of indicators contributing to the national tourism potential realization and development which specify the geographical location, historical, spatial, natural, economic, political, legal, environmental, demographic, social, cultural, infrastructural, technological, organizational, managerial, innovative and human resources potential. According to the selected indicators, Ukraine has great prospects for boosting its tourism potential, so a SWOT analysis has been delivered. Given the due regard to each of the SWOT analysis component consideration (strength, weaknesses, opportunities and threats of the Ukrainian tourism sector), a conclusion was made that the long-term development of the national tourism should rely on the following critical elements: ensuring investment and innovation in tourism and hospitality; enhancing the transport industry support; training of qualified personnel; normalization of the political, economic and legislative climate; digitalization of communications, etc. that will facilitate effective performance in the tourism sector. It is argued that implementation of innovations and progressive European standards in providing guest and recreational services are crucial in developing a competitive national tourism sector in the international market environment. Among the key strategic goals in enhancing the tourism potential of Ukraine by 2026 are the following: creating a quality tourism product based on effective marketing activities; effective and integrated use of existing tourism capacities and its potential by addressing the issues of nature management and environmental protection as well as improving the tourism infrastructure; updating technical resources and materials; ensuring the compliance between price and quality of tourist products by building a framework to optimize the organizational and economic structure of small and medium-sized businesses, granting tax holidays, green corridors, etc. The study also provides insights into the system of training and advanced training of specialists in the area of tourism and resort management. The findings demonstrate that according to the assessment of tourism and resort development indicators in Ukraine, the current potential in the national tourism sector can ensure raising the flow of international tourists arriving to Ukraine, increasing the number of tourism business entities, growth of revenues to local budgets from tourist tax payments as well as to the consolidated government budget of Ukraine from tourism activities, increasing the number of jobs in the tourism sector along with boosting the number of domestic tourists and holiday makers.

Keywords: *tourism potential; tourism; natural recreational resources; cultural and historical resources; organizational and economic resources.*

Постановка проблеми. Туризм – це вид економічної діяльності, якому характерний динамічний розвиток. Світові темпи зростання доходів від туризму випереджають аналогічні показники в галузях видобування нафти та виробництва автомобілів. XXI ст. започаткувало нове ставлення до туризму: значна частка людей сприймають туризм не як розкіш, а як звичайну необхідність.

Наша країна – географічний центр Європи, має все для сталого розвитку туристичного потенціалу: відповідні природно-кліматичні умови, суттєві історично-культурні пам'ятки, значний інтелектуальний капітал і достатні матеріальні ресурси. Але при цьому Україна не

досягає рівня розвитку туристичного потенціалу розвинених країн Європи і світу. Низький рівень туристичного потенціалу вимагає обґрунтування стратегії створення в Україні сучасної високотехнологічної туристичної галузі, здатної задовольнити зростаючі вимоги наших співвітчизників та іноземних громадян. Для України стає актуальною проблема створення нової структури управління та регулювання туристичною сферою на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях. Саме це зумовлює актуальність дослідження розвитку туристичного потенціалу нашої країни в контексті зарубіжного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан та особливості розвитку туризму в Україні описували Т.С. Красникова і О.Я. Лотиш [5, 6]. А О.О. Комліченко та О.І. Чорноморд намагалися оцінити та проаналізувати рівень розвитку туристичної галузі України [4, 12]. М.Й. Малік та Л.В. Забуранна звернули увагу на елементи туристичного потенціалу, що дають можливість більш точно здійснити аналіз [7]. О.С. Гринькевич, М.М. Біль та Б.Б. Уманців досліджували організацію та управління підприємствами туристичної індустрії і туристичної галузі в цілому [2]. В.Ю. Фролова і Т.В. Шелеметьєва провели SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного потенціалу України, що дало можливість оцінити його у довгостроковому періоді [11, 13]. І.Я. Антоненко, Ю.О. Непорожній, Р.В. Корнєєва обґрунтували напрямки розвитку туризму на державному, регіональному та місцевому рівнях [1, 8]. Всі ці дослідження суттєво примножують теоретично-методологічні інструменти визначення потенціалу туристичної галузі України, але не вирішують остаточно проблеми оцінки туристичного потенціалу: відповідно цінності, унікальності, ієрархічності, значущості, як ресурсу надання туристичних послуг і як джерела залучення туристів до споживання туристичного продукту.

Метою даної статті є аналіз туристичного потенціалу на основі систематизованих показників та визначення можливостей стратегічного розвитку туристичної галузі України. Виходячи з цього, завданнями даної статті є:

- визначення суті та складових туристичного потенціалу;
- аналіз деяких природно-рекреаційних, культурно-історичних та організаційно-економічних елементів туристичного потенціалу України;
- SWOT-аналіз туристичного потенціалу як умова стратегічного розвитку галузі туризму на основі запропонованих показників;
- визначення перспектив розвитку туризму на основі ефективного використання туристичного потенціалу.

Виклад основних результатів. Туризм у світовій економіці займає одну з провідних позицій: на нього припадає близько 10% світового валового продукту, понад 30% сфери послуг, 7% інвестицій, 11% споживчих витрат. У понад 40 країн світу туристична індустрія є основним джерелом надходжень національних бюджетів [8].

Підприємства туристичної сфери задовольняють потреби споживачів у відпочинку, здійснюють значний вплив на умови життя всього людства, стали об'єктивною потребою сучасного життя. Дохід від міжнародного туризму сьогодні складає одну з найбільших часток у структурі «невидимого експорту». Туризм не лише збільшує приплив валюти в країну, але й допомагає вирішувати проблему безробіття, раціоналізує використання ресурсів. Розвиток туризму сприяє поліпшенню міжнародної політики, зміцненню взаємостосунків між національними економіками.

Переваги туристичної діяльності наступні:

- розширення сфери використання транспорту (авіаційного, залізничного, автомобільного та ін.);

- підвищення якості транспортної інфраструктури, що зменшує час та витрати на подорожі;
- розвиток інформаційних технологій та засобів комунікації;
- підвищення рівня зайнятості, матеріальних умов і культурного рівня населення;
- зниження обмежень на трансфер валюти та спрощення митних процедур;
- суттєві зміни в структурі духовних цінностей.

Досліджуючи особливості організації державного управління в міжнародній практиці, можна зробити висновок, що туризм розвивається успішно там, де здійснюється співпраця держави та капіталу на основі відносин, що базуються на довгострокових програмах, тому професор І.Я. Антоненко виділила три моделі державного регулювання галузі туризму [1, с. 18]:

1. Перша модель не передбачає централізованої державної організації: проблеми вирішуються суб'єктами діяльності самостійно на місцях на основі принципів ринкової економіки. Такий підхід набуває ефективності в розвинених країнах, які не потребують особливої реклами туристичного продукту, мають високорозвинену інфраструктуру, надійну систему безпеки туристів, якісне медичне обслуговування та доступну мережу надання банківських та страхових послуг. Така специфіка управління туристичною сферою характерна для США, де зовсім ліквідовано державну адміністрацію туризму.

2. Друга модель вимагає наявності спеціалізованого державного органу, який здійснює контроль за цією галуззю. Для її реалізації потрібні значні фінансові вливання в індустрію туризму, рекламу, маркетингову діяльність та інфраструктуру. Така специфіка характерна для регулювання розвитку туристичної галузі у державах з перехідною економікою та країнах, що розвиваються і відповідно мають потребу створення та розвитку національного туристичного продукту, наприклад: Болгарія Єгипет, Туніс, Туреччина та інші, в яких є міністерства туризму.

3. Третя модель реалізовується за умов передачі повноважень вирішення проблем туризму багатопрофільному міністерству. В подібному багатогалузевому міністерстві, як правило, наявний вузькоспеціалізований підрозділ, завданням якого є вирішення проблем регулювання туристичної діяльності та проведення маркетингової політики. Даний тип регулювання характерний для європейських країн. Для прикладу: Федеральне міністерство економіки і технологій в Німеччині, Міністерство виробничої діяльності в Італії, Міністерство економічної політики у Франції [1, с. 18].

Розвиток ринкових відносин в Україні сприяв утвердженню туристичної галузі як однієї з найбільш динамічних та перспективних галузей світової економіки. Україна володіє ресурсами, необхідними для розвитку всіх видів туризму: комплекс історико-культурних та архітектурних пам'яток, краса природи (два моря, сотні озер, тисячі річок, безмежні ліси, різноманіття агроландшафтів), доброзичливе, гостинне населення, своєрідна культурно-історична спадщина. Транспортне сполучення в Україні відносно розвинуте (повітряний, залізничний, автомобільний транспорт) і не є перешкодою для розвитку туризму. Є в наявності карти всіх регіонів, запроваджений безвізовий режим.

Туристичні ресурси – це множина природних та створених людиною об'єктів, що мають специфічні властивості, придатні для створення туристичного продукту. Туристичні ресурси можна розподілити на три групи [5, с. 47]:

1. Природні – моря, озера, річки, лікувальні води та грязі, приморські, гірські та лісові ландшафти, біосферні заповідники, національні парки, печери, бальнеологічні ресурси та інші подібні ресурси, не створені людиною. Площа освоєних та потенційно придатних для туристичного використання територій в нашій країні складає близько 12% загальної площі держави.

2. Ресурси, які мають культурну та історичну цінність для громадян країни та іноземців – унікальні пам'ятки архітектури та містобудування, етнографічні пам'ятки, музеї, історично-архітектурні заповідники, пам'ятки історії, археології, місця історичних подій, пам'ятники, об'єкти діяльності визначних діячів історії, культури, техніки, інші об'єкти, що є важливими для задоволення потреб туристів у сфері пізнавально-культурної рекреації. Загальна кількість таких архітектурно-історичних об'єктів у нашій країні складає близько 48700 [12].

3. Ресурси, які представляють сучасні унікальні здобутки в промисловості, будівництві, культурі, науці. В нашій країні виявлено значну кількість подібних об'єктів, більшість з них мають загальноосвітнє та європейське значення.

Більшість регіонів України мають туристичні ресурси, які відносяться до всіх трьох груп, це дає їм можливість пропонувати на туристичний ринок привабливі туристичні продукти.

Тому, маючи такий туристичний потенціал, ця галузь економіки сприяє укріпленню держави, збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів, покращенню добробуту українського народу, підвищенню духовного потенціалу суспільства.

Згідно з рейтингом Expat Insider 2016, який проводило міжнародне співтовариство InterNations з питань туристичної привабливості, по деяких позиціях Україна демонструє досить високі конкурентні показники. Так, у категорії «легкість облаштування» з 67 країн ми на 24 місці. У субкатегорії: «пошук друзів» – 5 місце; «гостинність» – 15 місце, «добррозичлива країна» – 19 місце. Також респонденти оцінювали рівень задоволеності своїм особистим фінансовим станом і чи є він є прийнятним для їх повсякденного життя в Україні. Так, в категорії «особисті фінанси і вартість життя» Україна посіла перше місце за доступністю вартості проживання, друге – за рівнем задоволеності особистим фінансовим станом для іноземців. 76% в цілому задоволені своїми фінансами, майже три чверті респондентів (74%) вважають, що їх наявний дохід більше, ніж те, що їм потрібно заробляти на життя в Україні. В цілому, 85% опитаних задоволені своїми витратами в Україні. Саме показник прожиткового мінімуму іноземці називають визначальним у вирішенні питання про відвідування або переїзду в Україну [10].

Серед факторів, що стримують розвиток туризму в Україні виділяють економічні та організаційні [7, с. 112].

До економічних факторів відносяться: відсутність початкового капіталу для інвестування в туристичну інфраструктуру, що позначається на стані транспортного, готельного обслуговування, рівні надання послуг; відсутність системи менеджменту та маркетингового забезпечення туризму для залучення потенційних туристів хоча б на ті об'єкти, що вже мають достатню інфраструктурну забезпеченість для прийому та обслуговування гостей; відсутність спеціальних наукових досліджень в цій сфері та недостатня підготовка необхідних кадрів.

До організаційних факторів можна віднести: нестача кваліфікованих спеціалістів у галузі туризму, здатних взяти на себе розробку, організацію і проведення туристичних турів; обмеженість туристичних маршрутів в Україні та їх слабка облаштованість; обмежений набір туристично-рекреаційних послуг; дефіцит спеціалізованих організацій у сфері туризму; бюрократичні заборони й обмеження на відвідування туристами привабливих у природному відношенні місць в основному внаслідок недосконалості механізму узгодження дій адміністрацій природно-господарських організацій з менеджерами-організаторами туристичних подорожей та екскурсій; відсутність суспільно орієнтованого інформаційного менеджменту та реклами туризму, моди на туризм; недостатня зацікавленість в туризмі

керівників міністерств, державних установ та відомств; відсутність необхідної законодавчої бази для розвитку туризму [7, с. 112].

Проте, успіх туристичної галузі залежить від злагодженої роботи різних представників суспільства: місцевого населення, органів влади, громадських організацій, туристичних фірм та міжнародних організацій. Кожний із перерахованих суб'єктів має свій інтерес в сільському туризмі і грає свою незамінну роль:

1. Місцеве населення зацікавлено в даному виді діяльності оскільки це забезпечує додатковий дохід господарям садиб і їх сусідам (збут сувенірів, сільськогосподарської продукції, харчування, транспортні послуги і т.д.).

2. Місцева влада повинна підтримувати ідею розвитку туризму, оскільки це надходження додаткових грошей в місцевий бюджет, поліпшення соціальної інфраструктури, створення нових робочих місць. Саме місцева влада може забезпечити податкові пільги особам, що беруть участь в наданні туристичних послуг.

3. Центральна влада повинна підтримати цю ініціативу, оскільки це вид діяльності, який не вимагає значних інвестицій, але покращує туристичний імідж нашої країни. Окрім того, підтримка туризму – це підтримка населення, тобто держава виконує свою соціальну роль.

4. Роль туристичних фірм незамінна в реалізації і рекламі нового туристичного продукту.

5. Міжнародні організації можуть забезпечити спонсорську та експертну підтримку проекту.

6. Особливу роль в розвитку туризму мають громадські організації. Саме вони об'єднують людей, дозволяють відстоювати їх інтереси, підвищують їх кваліфікацію, навчають їх, сприяють просуванню як самої ідеї розвитку туризму, так і безпосередньо туристичних послуг.

Зараз особливо важлива програма просування самої ідеї розвитку туризму в Україні в цілому. Метою її повинне бути підвищення обізнаності населення і створення позитивного відношення до цього виду відпочинку. В першу чергу мають бути задіяні такі комунікації як телепередачі, інтерв'ю, прес-конференції, статті, семінари, які, не будучи комерційними, викликають довіру і позитивну реакцію. На наступному етапі, коли з'явиться конкурентоздатний “турпродукт”, потрібно зайнятися комерційною рекламою, яка може проходити в двох напрямках:

- пряма реклама об'єктів і маршрутів, видання каталогів з адресами і телефонами;
- робота з посередниками – турагенствами, агентами і т.д. При наявності конкурентоздатного продукту вони будуть рекламувати і продавати його на комісійних умовах.

Для оцінки розвитку туристичного потенціалу слід здійснити SWOT-аналіз. О.С. Гринькевич, М.М. Біль, Б.Б. Уманців вважають, що методологія його передбачає попередній аналіз, який ґрунтується на визначенні можливостей і загроз зовнішнього середовища функціонування організації, а також сильних і слабких сторін її внутрішнього середовища [2, с. 181]. SWOT – це абревіатура, кожна буква якої розшифровується як: сильні сторони, слабкі сторони, сприятливі можливості, загрози. Це універсальний метод, що особливо ефективний для аналізу туристичного ринку України. Він допомагає визначити обставини розвитку туристичного ринку країни, для оптимального збалансування внутрішніх переваг та недоліків із зовнішнім впливом сприятливих можливостей та загроз. SWOT-аналіз дає можливість визначити сильні та слабкі сторони туристичного потенціалу України, її можливості та переваги над конкурентами (табл. 1) [13, с. 112].

Таблиця 1

SWOT-аналіз туристичного потенціалу України

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Багата історія та культурна спадщина. 2. Широка географія та вдале розташування. 3. Розмаїття ландшафту, помірний клімат (лише південна частина – субтропічний). 4. Історичні пам'ятки архітектури, які належать до різних течій та історичних періодів. 5. Наявність ресурсів до створення оздоровчих комплексів. 6. Вдале геополітичне розташування сприяє збільшенню іноземних туристів. 7. Унікальний рекреаційний потенціал. 8. Наявність стратегічних програми розвитку областей.	1. Низький рівень розвитку ринкової інфраструктури, неякісні дороги. 2. Нестабільний рівень сервісу, низька підготовка кадрів. 3. Невідповідність «ціна-якість», висока вартість обслуговування. 4. Відсутність сформованого цілісного бренду України. 5. Високий рівень захворюваності на COVID-19. 6. Недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо України за кордоном. 7. Неефективна державна політика у сфері туризму. 8. Незначна кількість готелів, які відповідають світовим стандартам з надання послуг. 9. Знищення зелених насаджень парків і заповідників. 10. Військові дії на Сході України.
Можливості (O)	Загрози (T)
1. Освоєння нових рекреаційних територій. 2. Розвиток нових видів туризму. 3. Розвиток бізнес-активності населення. 4. Розвиток туристичної інфраструктури. 5. Покращання рівня обслуговування. 6. Покращання екології, створення умов непоширення пандемії COVID-19. 7. Розширення та підвищення якості надаваних послуг. 8. Формування позитивного іміджу країни як стабільної та безпечної.	1. Недосконалість і невідповідність міжнародним стандартам законодавства. 2. Зростання конкуренції на ринку туристичних послуг. 3. Нестабільна політична ситуація. 4. Пандемія, техногенні катастрофи. 5. Конфлікт між західними та східними регіонами. 6. Можливе підвищення цін на відпочинок. 7. Розвиток закордонного туризму в близько розташованих країнах.

Джерело: [13, с. 112].

Аналізуючи переваги і недоліки, можливості та загрози туристичного потенціалу України, згідно табл. 1, ми склали висновок, що розвиток туристичної галузі України має базуватися на таких елементах: сприяння інноваціям та інвестиціям в туристичний та готельний бізнеси; удосконалення роботи транспортної інфраструктури; покращення підготовки кадрів; поліпшення інвестиційного та законодавчого клімату; діджиталізація комунікацій. Без здійснення вищевказаних заходів неможливо побудувати ефективний, стабільно діючий туристичний комплекс. Без зарубіжного досвіду туристичних інновацій та утвердження прогресивних європейських стандартів сервісу стає неможливим сталий розвиток конкурентоздатного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту. В.Ю. Фролова вважає, що «... без цілеспрямованих маркетингово-промоційних заходів з інформаційного «прориву» країни буде проблематичною її інтеграція у глобальний ринок туристичних послуг» [11, с. 45].

Серед основних завдань державної політики в сфері туризму необхідно виділити наступні: розробка законодавчих та фінансово-економічних параметрів розвитку галузі; створення сприятливого інвестиційного механізму направлено на розвиток інфраструктури туризму; формування програм підготовки та перепідготовки кадрів; розвиток малого та середнього бізнесу, надання їм податкових канікул та зелених коридорів; просування національного туристичного продукту шляхом брендобудівництва на міжнародний туристичний ринок.

При аналізі факторів привабливості території та залучення туристичних потоків, необхідно чітко визначитись, на кого, в першу чергу, розрахована політика розвитку туризму: на залучення туристів (довготривала складова туристичного потоку) або на залучення екскурсантів (складова туристичного потоку)? Який бренд території і які ключові фактори успіху (відповідно до ресурсної концепції) використовувати? Правильно оцінюючи можливості того чи іншого регіону, необхідно зробити відповідний вибір, який і лягає в основу політики [5, с. 47].

Для побудови ефективної методики інноваційного розвитку туризму, О.Я. Лотиш вважає необхідним: «... оцінити весь спектр показників, що відносяться до сфери послуг, з огляду на історичні та місцеві умови розвитку конкретного туристичного напрямку, провести комплексний аналіз стану туристичних ресурсів, дати класифікацію інновацій в туризмі» [6]. Саме із-за цього інновації в туристичну галузь необхідні і є обов'язковою умовою її розвитку, що потребує подальших досліджень у майбутньому.

Кабмін схвалив стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [9], де враховані усі можливості туристичного потенціалу України. У відповідності із цим документом, мають бути створені всі умови для комфортного, безпечного та різноманітного відпочинку в Україні. Тут йдеться про зміни у відповідні закони «Про туризм» та «Про курорти», а також створення ще ряду законодавчих актів. Планується фінансування програм підтримки розвитку туризму [14]. Для оцінки ефективності розвитку сфери туризму, розробники стратегії пропонують такі показники (табл. 2):

Таблиця 2

Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015	2019	2022	2026
Кількість туристів, які в'їжджають до України, млн осіб	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Доходи місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн грн	37,1	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Доходи зведеного бюджету від суб'єктів туристичної діяльності, млрд грн	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів

Джерело: [9].

Для такої позитивної динаміки держава ставить перед собою завдання, які сприятимуть ефективному використанню туристичного потенціалу України та сприятимуть розвитку галузі туризму у довгостроковому періоді:

- створення якісного туристичного продукту, базуючись на ефективній маркетинговій діяльності, спрямованій на формування бренду, конкурентоспроможного на міжнародному ринку;
- ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного потенціалу, шляхом вирішення проблеми природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення інфраструктури сфери туризму;
- підвищення матеріально-технічної бази шляхом залучення іноземних інвестицій;
- формування сприятливого інвестиційного клімату та поліпшення політичної ситуації в країні;
- забезпечення відповідності ціни та якості турпродуктів через створення умов оптимізації структури діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва, надання податкових канікул, зелених коридорів;
- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів [9];
- створення умов для запобігання поширенню COVID-19, які б не гальмували та не обмежували туристичні потоки.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, туристичний потенціал території – широке багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природно-рекреаційних, культурно-історичних, організаційно-економічних показників, що можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму та туристичної галузі загалом, що частково представляє систему показників, які надають можливість реалізації та розвитку туристичного потенціалу країни. Вони визначають географічне положення, історичні, просторові, природні, економічні, політико-правові, екологічні, демографічні, соціальні, культурні, інфраструктурні, технологічні, організаційно-управлінські, інноваційні та кадрового забезпечення. Щодо України, то згідно представлених показників та проведеного SWOT-аналізу, вона має значні перспективи розвитку туристичного потенціалу.

Аналізуючи переваги і недоліки, можливості та загрози туристичного потенціалу України, ми склали висновок, що розвиток туристичної галузі України має базуватися на таких елементах: сприяння інноваціям та інвестиціям в туристичний та готельний бізнеси; удосконалення роботи транспортної інфраструктури; покращення підготовки кадрів; поліпшення інвестиційного та законодавчого клімату; діджиталізація комунікацій. Без здійснення вищевказаних заходів неможливо побудувати ефективний, стабільно діючий туристичний комплекс. Без зарубіжного досвіду туристичних інновацій та утвердження прогресивних європейських стандартів сервісу стає неможливим сталий розвиток конкурентоздатного на світовому ринку вітчизняного туристичного продукту.

Основними стратегічними цілями розвитку туристичного потенціалу сфери туризму до 2026 року є: створення якісного туристичного продукту, базуючись на ефективній маркетинговій діяльності; ефективного і комплексного використання наявного туристичного потенціалу, шляхом вирішення проблеми природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення інфраструктури сфери туризму; підвищення матеріально-технічної бази; забезпечення відповідності ціни та якості турпродуктів через створення умов оптимізації структури діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва, надання податкових канікул, зелених коридорів; організація підготовки та

підвищення кваліфікації працівників туристичного обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів. Це, згідно оцінки показників розвитку сфери туризму та курортів в Україні, сприятиме збільшенню кількості іноземних туристів, які в'їжджають в Україну, суб'єктів туристичної діяльності, обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, доходів зведеного бюджету від суб'єктів туристичної діяльності, кількості робочих місць у сфері туризму, кількості внутрішніх туристів та екскурсантів.

Подальшого дослідження потребує питання етапів, механізму та системи розвитку туристичної галузі України на основі ефективного використання туристичного потенціалу із врахуванням запропонованих показників.

References

Література

1. Antonenko, I.Ya. (2013). Derzhavne rehuliuвання prosuvannya turystychnoho produktu: mizhnarodnyi ta vitchyzniani dosvid [State regulation of tourism product promotion: international and domestic experience]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, No. 21, P. 17–22 [in Ukrainian].
1. Антоненко І. Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 21. С. 17–22.
2. Hrynkevych, O.S., Bil, M.M., Umantsiv, V.B. (2008). Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu [Economics, organization and management of enterprises of the tourism industry and the tourism industry in general]. *Visnyk DITB – DITB Bulletin: electronic journal*, Vol. 12, P. 177–183. Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/grynkevych.htm [in Ukrainian].
2. Гринькевич О. С., Біль М. М., Уманців В. Б. Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. *Вісник ДІТБ*. 2008. № 12. С. 177–183. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/grynkevych.htm.
3. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Komlichenko, O.O. (2014). Formuvannya ta otsinka ekonomichnoho potentsialu turystychnoi haluzi rehionu [Formation and assessment of the economic potential of the tourism industry of the region]. *Visnyk Odeskoho natsional'noho universytetu – Bulletin of Odessa National University. Series: Economics: electronic journal*, Vol. 19, No. 2 (4), P. 178–182. Retrieved from: <http://nbuv.gov.ua/> [in Ukrainian].
4. Комліченко О. О. Формування та оцінка економічного потенціалу туристичної галузі регіону. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2014. Т. 19, Вип. 2 (4). С. 178–182. URL: <http://nbuv.gov.ua/>
5. Krasnikova, T.S. (2015). Turisticheskii potencial territorii i neobkhodimost ego razvitiia [Tourist potential of the territory and the need for its development]. *Obshchestvo: politika, ekonomika i pravo – Society: politics, economics and law*, Vol. 6, P. 46–48 [in Russian].
5. Красникова Т. С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития. *Общество: политика, экономика и право*. 2015. № 6. С. 46–48.
6. Lotysh, O.Ya. (2017). Strategic analysis and assessment of opportunities for innovative development of the tourism industry of Ukraine [Strategic analysis and assessment of opportunities for innovative development of the tourism industry of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy: electronic journal*, Vol. 8. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/> [in Ukrainian].
6. Лотиш О. Я. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку туристичної галузі України. *Ефективна економіка: електронний журнал*. 2017. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
7. Malik, M., Zaburanna, L. (2012). Silskyi ahrarnyi turyzm yak chynnyk rozvytku silskykh terytorii [Rural agrarian tourism as a factor of development of rural territories]
7. Малік М., Забуранна Л. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку

- agricultural tourism as a factor in the development of rural areas]. *Ekonomika APK – Economics of agro-industrial complex*, No. 5, P. 110–115 [in Ukrainian].
8. Neporozhnyi, Yu.O., Kornieieva, R.V. (2008). Napriamy rozvytku turystychnoi haluzi na rehionalnomu ta mistsevomu rivniakh [Directions of development of the tourism industry at the regional and local levels]. *Ekonomichnyi prostir – Economic space*, No. 11, P. 42–50. Retrieved from: <http://www.nbu.gov.ua/portal/> [in Ukrainian].
9. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026]. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501> [in Ukrainian].
10. Rating "Expat Insider 2016". Mizhnarodne spivtovarystvo InterNations [International community InterNations]. Retrieved from: https://inassets1internationsgmbh.netdnassl.com/static/bundles/internationsexpatinsider/pdf/expat_insider_2016_the_internations_survey.pdf [in Ukrainian].
11. Frolova, V.Yu. (2015). SWOT-analysis of the competitiveness of the tourist market of Ukraine [SWOT-analysis of the competitiveness of the tourist market of Ukraine]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, Vol. 1 (29), P. 42–46 [in Ukrainian].
12. Chernomord, O.I. Tourist potential of Ukraine: features of modern development. Retrieved from: http://globalnauka.com/naukova_ukraina/2800.html [in Ukrainian].
13. Shelemetieva, T.V. (2018). SWOT-analiz yak diievyi instrument protsesu upravlinnia rozvytkom turyzmu v Ukraini [SWOT-analysis as an effective tool in the process of managing the development of tourism in Ukraine]. *Natsionalna ekonomika – National economy*, Vol. 6, P. 110–113 [in Ukrainian].
14. What is the tourist potential of Ukraine? Retrieved from: <http://pravda.press/chronicle/analytics/yakiy-turistichniy-potentsial-ma-ukraina--28158/> [in Ukrainian].
- сільських територій. *Ekonomika APK*. 2012. № 5. С. 110–115.
8. Непорожній Ю. О., Корнеєва Р. В. Напрями розвитку туристичної галузі на регіональному та місцевому рівнях. *Економічний простір*. 2008. № 11. С. 42–50. URL: <http://www.nbu.gov.ua/portal/>
9. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>.
10. Рейтинг "Expat Insider 2016". Міжнародне співтовариство InterNations. URL: https://inassets1internationsgmbh.netdnassl.com/static/bundles/internationsexpatinsider/pdf/expat_insider_2016_the_internations_survey.pdf.
11. Фролова В. Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. № 1 (29). С. 42–46.
12. Чорноморд О. І. Туристичний потенціал України: особливості сучасного розвитку. URL: http://globalnauka.com/naukova_ukraina/2800.html.
13. Шелеметьєва Т. В. SWOT-аналіз як дієвий інструмент процесу управління розвитком туризму в Україні. *Національна економіка*. 2018. № 6. С. 110–113.
14. Який туристичний потенціал має Україна? URL: <http://pravda.press/chronicle/analytics/yakiy-turistichniy-potentsial-ma-ukraina-28158/>