

## ХАРАКТЕРИСТИКА ГЕОГРАФІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

### DESCRIPTION OF GEOGRAPHICAL FEATURES OF MARKET OF TOURIST SERVICES OF UKRAINE DEVELOPMENT

УДК 338.486

<https://doi.org/10.32843/infrastruct42-18>**Підгірна В.Н.**

к.е.н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**Костащук В.І.**

к.г.н., доцент, доцент кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**Pidgirna Valentyna**

Yuriy Fedkovych  
Chernivtsi National University  
**Kostaschuk Vladymyr**  
Yuriy Fedkovych  
Chernivtsi National University

У статті визначено сутність ринку туристичних послуг, сформовано вектори трансформації туристичного простору. На основі проведеного аналізу туристичних потоків України за 2012–2018 роки встановлено, що найбільша кількість громадян України, яка виїжджала за кордон, була зафіксована у 2018 році. Визначено, що знизився виїзд громадян з метою поїздки «туризм», тоді як кількість громадян, націлених на трудову міграцію під час соціально-економічної нестабільності всередині держави, навпаки, збільшилась. Країнами, що користувалися попитом, були Польща, Росія, Угорщина, Молдова, Білорусь. У регіональному розрізі проведено аналіз статистичних даних щодо кількості суб'єктів туристичної діяльності, визначено рейтинг п'яти найпопулярніших туроператорів за такими критеріями, як ціна, якість, рівень надання послуг, програми раннього бронювання, робота гідів. Вмотивовано стратегічні підходи до розвитку та вдосконалення ринку туристичних послуг на основі ухваленної Урядом Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року.

**Ключові слова:** туризм, туристичні послуги, прогноз, туристичний оператор, стратегія розвитку.

В статті определена суть рынка туристических услуг, сформированы векторы

трансформации туристического пространства. На основе проведенного анализа туристических потоков Украины за 2012–2018 годы установлено, что наибольшее количество граждан Украины, которая выезжала за границу, была зафиксирована в 2018 году. Определено, что снизился выезд граждан с целью поездки «туризм», тогда как количество граждан, нацеленных на трудовую миграцию во время социально-экономической нестабильности внутри государства, наоборот, увеличилось. Странами, которые пользовались спросом, были Польша, Россия, Венгрия, Молдова, Беларусь. В региональном разрезе проведен анализ статистических данных по количеству субъектов туристической деятельности, определен рейтинг пяти самых популярных туроператоров по таким критериям, как цена, качество, уровень предоставления услуг, программы раннего бронирования, работа гидов. Мотивированы стратегические подходы к развитию и совершенствованию рынка туристических услуг на основе принятой Правительством Стратегии развития туризма и курортов Украины на период до 2026 года.

**Ключевые слова:** туризм, туристические услуги, прогноз, туристический оператор, стратегия развития.

*In the article certainly essence of the market of tourist services, the vectors of transformation of tourist space is formed. Based on the analysis of tourist flows in Ukraine for the period 2012–2018, it was determined that the largest number of Ukrainian citizens who went abroad was recorded in 2018 year (table 1). It was established that the departure of citizens has been reduced after the purpose of journey «tourism», while the amount of citizens is aimed at labour migration during socio-economic instability in the middle of the state increased vice versa. By countries which had demands were Poland, Russia, Hungary, Moldova, and Byelorussia. It is set that index of visited by the foreign citizens of our country was half the height, amount of citizens who went abroad. The analysis of statistical data is conducted in a regional cut, in relation to the amount of subjects of tourist activity, rating of five most popular tour operators are certain on criteria: price, quality, level of services, programs of the early bookings, the work of the guides and others. Importance of receipt of profits is reasonable from the providing tourist services and their influence is well-proven both on activity of tourist enterprises and on the economy of the state. Close contact is set between the income level of consumer and income level of tourist enterprise. It is well-proven that owning considerable natural resources, successful geographical location, and large number of attractions, labour resources, and tourism can bring considerable receivables in profitable part of local budgets. In the context of research, factors, that present weak parties of functioning of market of subjects of tourist industry, it was taken to that, were certain: 1) a political situation in a country; 2) a "lack of information is about the Ukrainian tourist product"; 3) imperfections of the normatively-legal providing; 4) a transport infrastructure; 5) absence of skilled shots of the European level. Perspective directions of development of tourist industry of Ukraine are offered. The strategic going is explained near development and improvement of market of tourist services on the basis of the Strategy of development of tourism and resorts of Ukraine accepted by Government on a period to 2026.*

**Key words:** tourism, tourist services, prognosis, tourist operator, strategy of development.

**Постановка проблеми.** Ринок туристичних послуг – це об'єднання всіх учасників ринку задля задоволення потреб кожного суб'єкта. Успішному функціонуванню ринку туристичних послуг сприяє узгодження обсягів туристично-ресурсного потенціалу, туристичного господарства, туристичної інфраструктури та туристичних потоків.

Від ефективно налагодженої роботи кожного з елементів системи залежить ефективність функціонування туристичного ринку, оскільки зменшення туристичних ресурсів та кількості атракцій приводить до скорочення чисельності туристів, що приводить до зменшення кількості суб'єктів туристичного ринку, що надають послуги, а зрештою –

до відсутності надходжень до бюджету, тобто для ефективного функціонування та процвітання ринку туристичних послуг необхідні існування всіх його складових частин та ефективна робота кожного з них. Останнім часом, в умовах трансформаційних змін, особливої актуальності набуває розгляд останніх тенденцій ринку туристичних послуг України в регіональному аспекті, особливо в контексті визначення частки туристичного збору у формуванні місцевих бюджетів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці теоретичних та прикладних аспектів розвитку ринку туристичних послуг присвячено праці вітчизняних та закордонних учених, зокрема

О. Любіцевої [1], М. Мальської, В. Худо, В. Цибуха [2], Т. Сокол [3], В. Руденка, В. Підгірної [4], В. Кифяка [5]. Зазначені науковці зробили вагомий внесок у розвиток туристичної сфери, зокрема у дослідження теоретичних основ, формування дієвих механізмів функціонування туристичної сфери, дослідження ресурсного потенціалу України.

**Постановка завдання.** Метою статті є характеристика географічних особливостей функціонування ринку туристичних послуг України, на основі чого слід сформулювати пріоритети розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Процес розвитку ринку туристичних послуг є складною багатоступеневою системою розвитку взаємопов'язаних елементів, які перебувають у тісному зв'язку, системній взаємодії та багатоаспектному інтенсивному взаємному впливі. Вихідні положення розвитку ринку туристичних послуг такі.

1) Об'єктом ринкових відносин є туристичні послуги та комплексний туристичний продукт.

2) Ринок туристичних послуг є складною системою відносин між суб'єктами ринку – продуцентами туристичних послуг, виробниками комплексного туристичного продукту, посередниками та споживачами, яка регулюється як ринковими механізмами, так і суб'єктами державного регулювання та управління розвитком ринку.

3) Механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг полягає в постійному узгодженні попиту на туристичні товари та послуги, зумовленому туристичними мотивами, з їх пропозицією в умовах нерівномірності та полярності розвитку соціально-економічного простору.

Ринок туристичних послуг відіграє важливу роль у розвитку національної економіки держави з огляду на його можливість забезпечити виконання економічних, соціальних, гуманітарних функцій, створити передумови прискореного зростання суміжних секторів [6].

Для підтвердження базових тенденцій розвитку ринку туристичних послуг Україні було проведено аналіз за 2012–2018 роки, в контексті якого було встановлено, що в динаміці туристичних потоків

спостерігаються зростання та спади. Для наочного аналізу інформація відображена в табл. 1.

Отже, наведені статистичні дані щодо кількості іноземних громадян, які приїхали до України, свідчать про те, що після 2012 року прослідковується помірковано висхідна відвідуваність України. Так, максимальна кількість громадян, які вїхали до України, була зафіксована у 2018 році (14,2 млн. осіб), а найменша – у 2015 році (12,4 млн. осіб), а у 2018 році кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, навіть зменшилась порівняно з 2017 роком на 1,4%.

Якщо говорити про мету поїздки, то слід відзначити, що знизився виїзд громадян з метою поїздки «туризм», тоді як кількість громадян, націлених на трудову міграцію під час соціально-економічної нестабільності всередині держави, навпаки, збільшилась із 26,4 млн. осіб у 2017 році до 27,8 млн. осіб у 2018 році, тобто на 5,3%. Причиною таких змін можна вважати політичну нестабільність, військовий конфлікт, несприятливий криміногенний стан у країні.

Проведений аналіз порівняльної динаміки осіб, які виїжджали за кордон і відвідали Україну за 2014–2018 роки, показує, що у туристичних потоках частка громадян України, що виїжджали за кордон, значно перевищувала частку тих осіб, які відвідали Україну.

Так, згідно з інформацією Державної служби статистики, загальна кількість туроператорів, турагенств та суб'єктів екскурсійної діяльності за 2015–2018 роки зросла на 1 111 одиниць, або 35%, склавши у 2018 році 4 293 підприємства, якщо порівнювати з 2015 роком. Протягом 2018 року послугами туристичних операторів, які надали звіти, скористались 3 376,4 тис. туристів, що на 31,6 більше, ніж у 2017 році (2 564,2 тис. грн.). У цій структурі лівова частка туристів (3 334,4 тис.) були громадянами України [9]. Також зростання доходів від надання туристичних послуг протягом досліджуваного періоду пов'язане як зі збільшенням вартості туристичних послуг, так і зі зростанням чисельності проданих ваучерів.

Таблиця 1

Туристичні потоки в Україні за 2012–2018 роки

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, тис. осіб	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, тис. осіб	Кількість туристів, обслугованих туристичними операторами та туристичними агентствами, тис. осіб	Зокрема		
				іноземні туристи, тис. осіб	туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон, тис. осіб	внутрішні туристи, тис. осіб
2012	21 432,8	23 012,8	3 000,7	270,1	1 956,7	7 734,0
2013	21 761,2	24 671,2	3 454,3	232,1	2 519,4	702,6
2014	22 437,6	12 711,5	2 425,1	17,1	2 085,2	322,7
2015	23 141,6	12 428,2	2 019,6	12,2	1 647,4	357,0
2016	24 668,2	13 605,1	2 549,6	35,1	2 061,0	453,6
2017	26 400,0	14 421,2	2 365,4	39,5	2 767,0	476,0
2018	27 800,0	14 207,0	3 884,6	76,0	4 481,4	456,0

Джерело: складено за даними [7; 8]

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис. путівок загальною вартістю 21914,9 млн. грн., що на 27,2% менше, ніж у 2017 році, через причину купівлі меншої кількості туроднів на 23,1%.

За підсумками 2018 року можна відзначити незначне збільшення виїзного туристичного потоку, а саме на 5,2%, порівняно з 2017 роком. Якщо аналізувати розподіл чисельності осіб за країнами відвідування та прибуття, то можна побачити таку динаміку (рис. 1).

У структурі відвідування за 2018 рік найбільша частка серед українських громадян припадала на 5 країн, а саме на Польщу (35,6%), Росію (15%), Угорщину (11,6%), Молдову (6%), Білорусь (5%). Така ситуація зумовлена тим, що більшість цих поїздок пов'язана із сезонним працевлаштуванням українців у цих країнах, та приватними поїздками із закупівлі товарів. Практично однакова тенденція стосовно країн, куди найбільше від'їжджали українці, спостерігалась у 2016 році, відмінність існувала лише у відсотковому співвідношенні.

Щодо інформації про те, з яких країн найбільше іноземних громадян побували на теренах України, то перша сходинка закріплюється за громадянами з Молдови (31,2%), потім йдуть білоруси (18,8%), росіяни (10,8%), поляки (7,7%), угорці (6,4%) [8].

Як можна спостерігати, прикордонні країни традиційно є лідерами за відвідуванням України, складаючи 82,3% всього в'їзного туристичного потоку у 2018 році, коливання показників туристичних потоків переважно залежить саме від цих країн.

Аналізуючи туристичний потік протягом 2018 року, маємо зазначити, що за метою поїздки туристи розподілились таким чином:

1) культурно-пізнавальна мета (1731,1 тис. осіб);

- 2) службова мета (110,1 тис. осіб);
- 3) лікувально-оздоровча мета (17,2 тис. осіб);
- 4) круїзний туризм (11,0 тис. осіб);
- 5) міський туризм (10,7 тис. осіб);
- 6) гірський курорт (8,9 тис. осіб);
- 7) пригородний туризм (6,5 тис. осіб);
- 8) екологічний туризм (4,4 тис. осіб);
- 9) інші (1476,15 тис. осіб).

Туристичний потенціал України відображають показники прямого й загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт, зайнятість, частку доходів і витрат на туризм в експорті та імпорті країни. Обсяг надходжень від сплати туристичного збору у 2018 році склав 90,7 млн. грн., що на 29,2% більше, ніж у 2017 році. При цьому у 2017 році порівняно з 2016 роком обсяг туристичного збору збільшився на 30%. Частка надходжень від туристичного збору до місцевих бюджетів за 2016–2018 роки відображена в табл. 2.

Виходячи з табличних даних, можемо визначити топ-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, які надійшли до місцевих бюджетів у 2018 році. Отже, до них варто віднести:

- м. Київ, що мав 14,7 млн. грн. (36,4% від загальної суми туристичного збору);
- Львівську область, що мала 13,4 млн. грн. (14,8%);
- Одеську область, що мала 11,6 млн. грн. (12,7%);
- Закарпатську область, що мала 3,8 млн. грн. (4,2%);
- Івано-Франківську область, що мала 3,7 млн. грн. (4,1%).

Для підтвердження цього зазначимо, що найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності

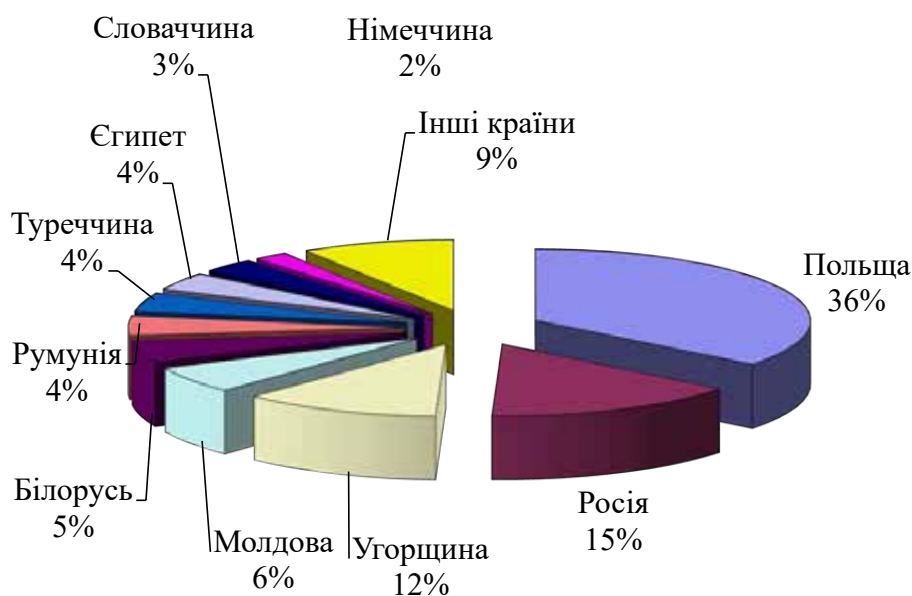


Рис. 1. Розподіл чисельності громадян України за країнами, до яких вони подорожували

Джерело: складено автором на основі [7; 9]

Таблиця 2

Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів за 2016–2018 роки, тис. грн.

№	Область	Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів (тис. грн.)	Частка надходжень туристичного збору до ВРП регіонів	Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів (тис. грн.)	Частка надходжень туристичного збору до ВРП регіонів	Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів (тис. грн.)	Частка надходжень туристичного збору до ВРП регіону
		2016 рік		2017 рік		2018 рік	
1	Вінницька	310,4	0,4	394,7	0,4	483,8	0,5
2	Волинська	373,4	1,1	491,8	1	584,6	1,1
3	Дніпропетровська	1 749,9	0,7	2 084,9	0,7	2 523,5	0,8
4	Донецька	914,3	0,7	837,3	0,5	1 224,4	0,7
5	Житомирська	349,4	0,7	452,3	0,7	544,8	0,9
6	Закарпатська	2 199,1	6,7	2 901,6	6,7	3 802,0	8,9
7	Запорізька	2 088,9	2,0	2 711,6	2,1	3 665,9	2,8
8	Івано-Франківська	2 292,8	4,5	3 021,6	4,7	3 699,4	5,7
9	Київська	1 247,9	1	1 560,0	1	2 326,9	1,4
10	Кіровоградська	167,9	0,4	203,3	0,3	259,3	0,4
11	Луганська	102,7	0,3	119,0	0,3	143,9	0,5
12	Львівська	8 418,5	7,3	10 733,1	7,3	13 417,6	9,1
13	Миколаївська	1 155,3	1,2	1 429,1	2,1	1 832,6	2,6
14	Одеська	7 336,9	6,1	9 064,0	6,1	11 550,7	7,7
15	Полтавська	717,1	0,6	1 076,7	0,7	1 341,0	0,9
16	Рівненська	266,5	0,7	308,7	0,6	355,7	0,7
17	Сумська	227,6	0,5	289,2	0,5	332,2	0,6
18	Тернопільська	240,0	0,8	292,5	0,7	402,0	1
19	Харківська	1 780,5	1,1	2 495,6	1,3	2 979,6	1,6
20	Херсонська	1 888,4	4,9	2 702,9	5,7	3 690,4	7,7
21	Хмельницька	465,7	0,9	508,8	0,8	731,5	1,2
22	Черкаська	409,5	0,6	545,5	0,7	724,1	1
23	Чернівецька	318,6	1,5	418,8	1,4	527,2	1,9
24	Чернігівська	311,9	0,7	444,5	0,7	599,4	1,1
25	м. Київ	18 761,5	3,4	25 147,1	3,6	32 983,6	4,7
Всього по Україні	54 094,8	–	70 234,5	–	90 725,8	–	

Примітка: дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: складено за даними [7–9]

зосереджена у м. Києві, Львівській, Одеській областях. Так, м. Київ є найбільшою туристичною дестинацією, улюбленим місцем відвідування туристів, лідером за діловою метою поїздки серед іноземних громадян.

Варто доповнити, що безпосередніми учасниками ринку туристичних послуг, які гідно представляють Україну на міжнародній туристичній арені, є туристичні оператори. Згідно з опитуванням, що проводилось Українською асоціацією туристичних агентств (далі – Асоціація УАТА) з 18 березня по 14 квітня 2019 року, провідними туристичними операторами, які мають розгалужену мережу агентств по всій Україні і не тільки, було визначено такі, як ТОВ «TEZ Tour», «Join UP», «Pegas Touristik», «TUJ», «Coral Travel». Анкетування проводилось серед директорів і менеджерів туристичних фірм України, що мають власні чартерні програми за

найбільш масовими напрямками [10]. За основу було взято кілька критеріїв, таких як ціна, якість, рівень надання послуг, програма раннього бронювання, робота гідів.

Проте якщо аналізувати частку туристичного збору у структурі валового регіонального продукту у регіональному розрізі, то варто зазначити, що ці цифри, на жаль, дуже мізерні. Так, Львівська область за результатами 2018 року займає першу позицію з показником 9,1 частки надходжень від туристичного збору у ВРП регіону. Закарпатська область має 8,9%, Одеська та Херсонська області – по 7,7%, Івано-Франківська область – 5,7%. Така тенденція з формування регіонального продукту у відсотковому співвідношенні прослідковується протягом 2016–2018 років.

Як відомо, туризм є однією з провідних сфер економіки України, не лише забезпечуючи

надходження до бюджетів, але й створюючи робочі місця, розвиваючи позитивний імідж держави, підвищуючи конкурентоспроможність національних туристичних продуктів, тому він виявляє вагомий вплив на економіку України, однак частка доходів від надання туристичних послуг не досягає й 1% у ВВП, тоді як у країнах, де сфера туризму добре розвинена, вона може генерувати до 10% ВВП [11].

Однак попри розвиток туризму у певних містах, туристична сфера, на жаль, порівняно зі світовими тенденціями не досягає бажаного рівня. Як засвідчує дослідження, між рівнем доходів туристів та доходами туристичних підприємств існує пряма залежність, що виражається в тому, що за збільшення доходу туриста на 2,5% витрати на туризм зростають на 4%. Однак щодо залежності між рівнем економічного розвитку країни та рівнем туризму така тенденція не прослідковується [12].

Однією з основних труднощів, пов'язаних з формуванням, функціонуванням і розвитком туристичного комплексу, є наявність природних протиріч: «туризм вимагає розвиненої інфраструктури → розвиток інфраструктури вимагає інвестицій → інвестиції вимагають забезпечення їх повернення і можливість приросту їх величини, а також усунення ризику» [3]. Капіталовкладення у сферу туризму не приносять прямого доходу, туризм не забезпечує повернення вкладених інвестицій у короткостроковому періоді, тому важко визначити джерела фінансування й приналежність інвестицій. Зазначене вище протиріччя й пов'язані з ним труднощі стають практично нездоланими, отже, якщо туристичні ресурси використовуються нераціонально, то суб'єкти туристичної індустрії працюють неефективно.

Підсумовуючи все вищезазначене, можемо узагальнити, що загалом ефективний розвиток туристичної галузі залежить від оптимальної організації системи управління та координації всіх компонентів туристичної привабливості, а саме від туристичних ресурсів та інфраструктури до залучення інвестицій в їх розвиток та якісне обслуговування. Все це вимагає пошуку шляхів не лише покращення стану окремих складових частин туристичної привабливості, але й визначення необхідності комплексного пошуку заходів її підвищення й максимальної кооперації та координації всіх суб'єктів туристичного господарства. За таких умов базовими напрямками для структурних перетворень можуть бути:

1) проведення політики у сфері державного регулювання щодо звільнення від сплати ПДВ суб'єктів внутрішнього та виїзного туризму, а також застосування зниженої ставки ПДВ для готелів та інших закладів розміщення, які сертифіковані на відповідність певній категорії;

2) підвищення рівня фінансування привабливих для іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури;

3) забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам, що включає заходи з проведення інвентаризації та сертифікації об'єктів туристичної інфраструктури;

4) надання «податкових відпусток» суб'єктам господарювання, які займаються реконструкцією туристичних об'єктів на період проведення цих робіт;

5) створення пріоритетних можливостей для розвитку «зеленого» туризму у територіальних громадах, адже одним із напрямів розвитку ОТГ та створення на їх основі туристичних дестинацій є сільський, екологічний («зелений»), агорекреаційний, фермерський туризм; у багатьох країнах світу розвиток сільського, екологічного та інших видів туризму в сільській місцевості динамічно зростає; в Україні розвиток сільського, екологічного, «зеленого» туризму найбільш поширений у громадах Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської та Чернівецької областей, отже, туристичні дестинації, що можуть бути створені в ОТГ західноукраїнських прикордонних областей, за ефективного використання природних рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розбудови відповідної інфраструктури здатні сформувати різні за видами туристичні продукти, конкурентоспроможні не тільки на внутрішньому, але й на міжнародному туристичних ринках, а також залучати велику кількість туристів, що суттєво вплине на соціально-економічний розвиток територіальної громади.

**Висновки з проведеного дослідження.** Загалом туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, але починає покращувати свої показники діяльності й закріплювати позиції на внутрішньому та міжнародному ринках. Проаналізувавши динаміку розвитку ринку туристичних послуг України протягом 2012–2018 років, можемо зробити висновок, що туризм – це сфера, яка не лише приносить доходи, але й має великий потенціал для розвитку. Володіючи значними природними ресурсами, великою кількістю туристичних атракцій, вдалим географічним розташуванням країни, маючи кваліфікованих кадрів, долаючи інфраструктурні та інвестиційні проблеми, туризм може позитивно впливати на формування валового регіонального продукту країни.

Для активізації туристичних потоків необхідно забезпечити високий рівень транспортної доступності та комфортності переміщення туристів в межах регіону, забезпечити раціональну схему розміщення туристичних маршрутів, яка дала б змогу рівномірно у просторі й часі, а також відповідно до сезонів року охопити територію об'єктів туристично-рекреаційної інфраструктури. Саме від того, наскільки результативно буде здійснюватися управління галуззю від мікрорівня (туристичного підприємства) до макрорівня (державного регулятора), залежить все її майбутнє, отже, майбутнє України загалом.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Любіцева О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтер-прес, 2002. 436 с.
2. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 272 с.
3. Сокол Т. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. 76 с.
4. Руденко В., Вацеба В., Підгірна В. Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3 ч. Чернівці : Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2019. 504 с.
5. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник. Чернівці : Книги – XXI, 2003. 300 с.
6. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 16.01.2020).
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 23.02.2020).
8. Офіційний сайт Департаменту туризму і курортів Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu> (дата звернення: 12.03.2020).
9. Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 03.01.2020).
10. Українська маркетингова група. URL: <https://www.marketing-ua.com/uk> (дата звернення: 03.04.2020).
11. Погода Н., Розметова О. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/59.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf) (дата звернення: 11.04.2020).
12. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку. *Освіта України*. 2014. № 85. С. 178.
13. Кифяк О. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. № 4. С. 60–70.
2. Maljsjka M. (2003). *Osnovy turystychnogho biznesu [Basics of tourism business]*. Lviv : Ivan Franko Publishing Center, 272 p.
3. Sokol T. (2006), *Osnovy turyzmoznavstva : navchal'nyj posibnyk [Fundamentals of Tourism Studies: textbook]*, Slavic House, Kyiv, Ukraine.
4. Rudenko V., Vatsaba V., Pidgirna V. (2019). *Menedzhment turystychnoji industriji [Management of the tourism industry]*, Chernivtsi : Yuriy Fedkovich National University, 504 p.
5. Kyfjak V. (2003). *Orghanizacija turystychnoji dijajnosti v Ukrajinі [Organization of tourist activity in Ukraine]*. Chernivtsi : Books – XXI, 300 p.
6. On Tourism: Law of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (accessed 16.01.2020).
7. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 23.02.2020).
8. Official Website of the Department of Tourism and Resorts of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture. Available at: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu> (accessed 12.03.2020).
9. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (accessed: 03.01.2020).
10. Ukrainian marketing group. Available at: <http://www.umg.ua> (accessed 03.04.2020).
11. Poghuda N., Rozmetova O. (2018). *Suchasnyj stan turystychnogho rynku Ukrajinі: ocinka ta perspektivy rozvytku [The current camp of the tourist market of Ukraine: assessment and perspective development]*. An efficient economy (electronic journal), vol. 10, Available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2018/59.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/59.pdf) (accessed 11.04.2020).
12. Lyashkevich P. (2014), *Turyzm v Ukraini: Suchasnyj stan ta priorytety rozvytku [Tourism in Ukraine. Current situation and development priorities]*. Education of Ukraine, no. 85, pp. 178.
13. Kyfjak O. *Resursnyj potencial rozvytku turystychnykh destynacij [Resource potential of tourist destinations development]*. Foreign Trade: Economics, Finance, Law, vol. 4, pp. 60–70.

**REFERENCES:**

1. Ljubiceva O. (2002). *Rynok turystychnykh poslugh (gheoprostorovi aspekty) [Tourist services market]*. Kiev : Alterpress, 436 p.