

УДК 338.48

*Стойка С. О.,*

*викладач кафедри економіки та соціально-поведінкових наук,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, м.  
Умань*

**Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України в  
умовах економічної нестабільності**

*S. O. Stoyka,*

*lecturer of the Chair of Economics and Social and Behavioral Sciences,  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University, Uman*

**Problems and prospects of tourism industry in Ukraine in terms of  
economic instability**

**Анотація.** У статті розглянуто особливості функціонування туристичної галузі в умовах економічної нестабільності. Проведено аналіз туристичних потоків в Україні. Виявлено тенденцію до зниження частки в'їзного туризму. Визначено частку в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму в організованому туризмі по регіонах України та наведено причини зниження туристичних потоків. Вказано основні перешкоди, що спричинили відставання туристичної галузі України від світових стандартів та основні проблеми з якими зустрічається туристична індустрія в умовах економічної нестабільності. Запропоновано сформуванню чітку Стратегію управління розвитком туристичної галузі України на національному рівні, яка має узгоджуватись зі стратегіями та програмами розвитку туризму на регіональному рівні, що дасть можливість створити нові робочі місця, довести якість надання послуг до рівня цін на ринку і поступово покращити

якість інфраструктурних складових (автомобільні дороги, готелі, ресторани, музеї тощо), що забезпечують комфортність споживання туристичних послуг іноземними та внутрішніми туристами.

**Summary.** Features of functioning of the tourism industry in times of economic instability were researched in the article. The analysis of tourist flows in Ukraine has been made. It was revealed that the share of inbound tourism has the trend to decline. Defined the share of inbound, outbound and domestic tourism in organized tourism in regions of Ukraine and given reasons for the decline of tourist flows. The article examines basic obstacles that caused the backlog of Ukrainian tourism industry from world standards and problems which occur tourism industry in times of economic instability. It has been suggested to formulate a clear Strategy managing the development of tourism industry in Ukraine at the national level that has to be agreed with the strategies and programs of tourism development at the regional level, which will allow to create new workplaces and bring quality of service provision up to the level of market prices and gradually improve quality of infrastructural components (highways, hotels, restaurants, museums, etc.), that provide comfort intake of tourism services by foreign and domestic tourists.

**Ключові слова:** економічна нестабільність, туристична галузь, туристична інфраструктура, ринок праці, стратегія управління, в'їзний туризм, виїзний туризм, внутрішній туризм.

**Keywords:** economic instability, tourism industry, tourism infrastructure, labor market, strategy management, inbound tourism, outbound tourism, domestic tourism.

**Постановка проблеми.** Реформи державного устрою України зробили величезний вплив на розвиток туристичної галузі: введення інституту підприємництва; спрощення туристичних формальностей; значне

розширення кола осіб, потенційно здатних виїжджати за кордон; введення політики валютного регулювання, що дозволяє легітимне ввезення та вивезення значних валютних сум; виділення стійкої групи населення із середніми та високими доходами, достатніми для поїздки за кордон, – все це дало потужний поштовх розвитку туристичної галузі, сприяло створенню організацій індустрії туризму. Проте, останні події та посилення економічної нестабільності в Україні негативно вплинули на розвиток туристичної галузі. Саме тому, в умовах, що склалися, для забезпечення ефективного розвитку туристичної галузі України необхідно розробити чітку Стратегію управління розвитком туристичної галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку та регулювання туризму в умовах ринкової економіки досліджено у працях Л. Агафонової, І. Безуглого, В. Безносюк, В. Беседіна, М. Біржакова, О. Гонти, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, М. Крачила, В. Савченка, Д. Стеченка, В. Федорченка, О. Чудновського, Ю. Шагінова та інших.

**Постановка завдання.** Метою написання статті є розробка пропозицій щодо підвищення ефективності функціонування туристичної галузі України.

**Виклад основного матеріалу.** В Україні налічується чимало унікальних архітектурних пам'яток. Безліч вражаючих куточків, таких як Чорне і Азовське моря, Крим, Карпати, Придніпров'я, Поділля та Слобожанщина, понад 70 тисяч річок, найбільші з яких – Дніпро, Дністер, Південний Буг, Сіверський Донець, Десна і Дунай, – складають основу туристичних ресурсів України. Проте такі місця, на яких можна відпочивати не гірше, ніж на закордонних курортах, залишаються поза увагою як вітчизняних, так і іноземних туристів. Однією з основних проблем розвитку туристичної індустрії в Україні є те, що вона розвивається з переважною орієнтацією на виїзд [2].

Незважаючи на колосальний потенціал, використовується лише незначна частина туристичних резервів України. Існують серйозні проблеми, які стримують розвиток індустрії туризму і вимагають швидкого вирішення.

В Україні налічується 1,2 тис закладів готельного бізнесу і лише 155 готелів, які відповідають міжнародним стандартам, з них 5 п'ятизіркових, 31 – чотиризіркових, 76 – тризіркових, 43 – двозіркових, решта – 926 підприємств мають сертифікат на відповідність вимогам безпеки. Проте рівень та різноманітність послуг часто не відповідає кількості зазначених «зірок». Натомість ціна готельних номерів в Україні істотно завищена супроти середньоєвропейської. В Україні відсутні усі ті податкові пільги, що має туристичний бізнес в країнах, яким вдалося підняти галузь [5, с. 210]. У цілому в Україні кількість готельних місць на 1 тис населення складає 2, у Києві – 6, тоді як у Москві – 9, у Парижі – 38, а в середньому по Європі – 14–18 [2].

Значна кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів морально і фізично застаріли та мають низьку конкурентоспроможність: щорічно ними користується лише 7,5% від загальної кількості іноземних відвідувачів України. Їхня середньорічна завантаженість не перевищує 40%. Більшість коштів, що спрямовуються на будівництво та реконструкцію – власні кошти підприємств, внутрішні та іноземні інвестиції складають лише 35%. Транспортна та комунальна інфраструктури більшості туристично-рекреаційних територій характеризуються низьким рівнем розвитку єдиної транспортної мережі, придорожного сервісу та інформаційного облаштування, незадовільним станом дорожнього покриття та безпеки дорожнього руху, що погіршує доступність туристичних ресурсів, знижує мобільність населення та якість національного туристичного продукту [5, с. 210].

Розвиток туристичної інфраструктури у певних місцевостях не узгоджується з розвитком та актуалізацією їхньої історико-культурної спадщини. З іншого боку, чимало місцевостей з багатою спадщиною, зокрема поза межами великих міст, практично не мають належної туристичної інфраструктури [5, с. 210].

Окрім того, близько 70 % об'єктів культурної спадщини перебувають

у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – у аварійному) та потребують проведення робіт з реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань. Низький рівень розвитку культурно-пізнавального туризму спричинений також занедбаним станом об'єктів культурної спадщини, невідповідністю музейних експозицій та прилеглих територій до туристичних відвідувань, в тому числі іноземними туристами.

Негативним фактором впливу на розвиток українського туризму є зменшення числа туристичних підприємств. У 2014 році діяльність на ринку туристичних послуг здійснювало 3736 туроператорів і турагентів, що на 25 % менше ніж у 2013 році [8].

Потенційні резерви галузі багато в чому пов'язані з розвитком малого та середнього бізнесу, посиленням економічного потенціалу країни. Про це свідчить досвід країн з розвинутою ринковою економікою, де на частку малих і середніх підприємств припадає, як правило, не менше 90-95% всіх підприємств національної економіки. Сприяння розвитку малого та середнього бізнесу є не стільки економічною проблемою, скільки проблемою соціальною.

Розвиток туризму в Україні в даний час знаходиться лише на початковому етапі. У порівнянні з іншими країнами туристична активність українських громадян залишається на невисокому рівні у зв'язку з низькою платоспроможністю. Особливо гостро стоять проблеми високого рівня конкуренції, відсутності культури корпоративних відносин і недосконалості законодавчої бази, економічної і політичної нестабільності в країні.

Значний вплив на поглиблення соціально-економічної нестабільності чинить зростання чисельності безробітних в країні. У 2014 році кількість зареєстрованих безробітних у віці від 15 до 70 років становила 1847,6 тис осіб, що на 18,3 % більше ніж у 2013 році. При чому, частка вивільнених з економічних причин зросла на 1,3 % і становила 31,6 %, не працевлаштованих після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації – на 0,3 % та склала 17,3 %.

Дослідження показників ринку праці дало можливість виявити наявність значного дисбалансу у співвідношенні попиту та пропозиції (у серпні 2014 року кількість зареєстрованих безробітних становила 414,7 тис осіб, в той же час потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць становила 48,3 тис осіб). Тобто, навантаження на одне робоче місце склало приблизно 9 осіб.

Паралельно зі зростанням рівня безробіття в країні знижується рівень доходів населення. Реальна заробітна плата у 2014 році у порівнянні з попереднім роком становила 93,5 %, (у 2013 році – 108,2 %). Натомість номінальна заробітна плата суттєво не змінилась – 106,0 % (у 2013 році – 107,9 %).

Окрім вищеперерахованих проблем на ринку праці в Україні існує ще одна – підвищення рівня цін. Індекс цін на товари та послуги, розрахований за січень-серпень 2015 року склав 149,6 %. Такі негативні тенденції чинять значний вплив на зниження туристичних потоків, що у свою чергу негативно впливає на розвиток туристичної галузі нашої країни [6].

Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, починаючи з 2009 року, зростає до 2013 року, а у 2014 році спадає. Причому кількість іноземних і внутрішніх туристів зменшується, а кількість туристів, що виїжджають за кордон, збільшується (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Туристичні потоки України, тис. осіб.**

<b>Роки</b> <b>Показники</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Кількість громадян, які виїжджали за кордон	15499	15334	17180	19773	21433	23761	22438
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	25449	20798	21203	21415	23013	24671	12712
Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності	3042	2290	2281	2200	3001	3454	2425

у тому числі:							
іноземні туристи	373	282	336	234	270	232	17
туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	1282	914	1296	1250	1957	2519	2085
внутрішні туристи	1387	1094	649	716	774	703	323
кількість екскурсантів	2406	1909	1953	823	865	658	1175

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України

Частка в'їзного туризму у кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності з 2008 року по 2013 рік, зменшилась з 12,3% до 6,7%, а в 2014 році становила 0,7% (табл. 2).

**Таблиця 2**

**Частка внутрішнього, виїзного та в'їзного туризму в організованому туризмі, %**

Роки \ Показники	Роки						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Внутрішній	45,6	47,8	28,5	32,5	25,8	20,4	13,3
Виїзний	42,1	39,9	56,8	56,8	65,2	72,9	86,0
В'їзний	12,3	12,3	14,7	10,6	9,0	6,7	0,7

Джерело: розраховано автором на основі даних таблиці 1

Виїзний туризм не вимагає капіталовкладень в туристичну індустрію і створення туристичного продукту, а отже приносить незначний прибуток. При в'їзному ж туризмі іноземні туристи привозять із собою кошти, за рахунок чого створюються робочі місця в туристичній та суміжних галузях господарства та поповнюється валютними надходженнями державна казна.

Переважна частка туристичних фірм віддає перевагу саме виїзному туризму, оскільки такий бізнес забезпечує стабільні прибутки, дає змогу використати вже відпрацьовані туристичні маршрути, охопити більшу кількість зацікавлених громадян для мандрівок у різні держави світу. Натомість внутрішній туризм потребує значних капіталовкладень і не гарантує великих зисків. З колишньої країни-реципієнта Україна

перетворилась на країну-генератора туристичних потоків виїзного туризму [5, с. 209].

В таких складних умовах функціонування національного господарства необхідно більше уваги приділяти стимулюванню розвитку туристичної галузі на державному та регіональному рівнях.

За складом, запасами й умовами зосередження рекреаційно-туристичних ресурсів, як найважливіших чинників формування й просторової локалізації туристичних дестинацій, Україна умовно поділяється на три групи туристичних регіонів:

– регіони, що володіють туристичними ресурсами світового рівня, в яких туризм має бути ключовою, домінуючою галуззю. Такими є області Центру, Карпат та Криму;

– регіони, які володіють туристичними ресурсами, відомими на світовому і державному рівні, але в яких туризм має отримати супутній розвиток поруч з іншими галузями. Серед таких регіонів є області Півдня, Поділля, Волині. Супутніми галузями тут виступають сільське господарство, харчова промисловість, транспортні системи, машинобудування, будівництво;

– регіони, які володіють туристичними ресурсами регіонального і місцевого значення, в яких розвиток туризму залежить від інших галузей, тобто носить альтернативний характер. До числа таких регіонів належать області Донбасу, Слобожанщини, Полісся. Альтернативними галузями тут є паливно-енергетичний комплекс, металургія, машинобудування. Приведена класифікація використовується в процесі прогнозування розвитку матеріально-технічної бази, при розподілі інвестицій в різні регіони України, при складанні регіональних програм розвитку туризму [7, с. 121–122].

Аналізуючи частку в'їзного, внутрішнього та виїзного туризму в організованому туризмі по регіонах, ми виявили, що у 2014 році в'їзні туристичні потоки суттєво зменшились у всіх регіонах (табл. 3).

**Таблиця 3**



**Частка в'їзного, внутрішнього та виїзного туризму  
в організованому туризмі по регіонах, %**

Регіон	В'їзний			Виїзний			Внутрішній		
	Роки			Роки			Роки		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
м. Київ	7,0	4,5	0,6	80,6	85,5	91,5	12,4	10,0	7,9
Вінницька область	0,2	0,1	–	69,8	71,9	70,2	30,0	28,0	29,8
Волинська область	5,0	5,6	2,4	42,0	61,7	55,3	53,0	32,7	42,3
Дніпропетровська область	0,1	0,1	–	77,6	84,3	87,2	22,3	15,6	12,8
Донецька область	1,2	1,1	1,0	58,2	70,6	45,6	40,6	28,3	53,4
Житомирська область	0,2	0,1	0,1	56,3	75,8	77,4	43,5	24,1	22,5
Запорізька область	2,2	1,4	0,3	70,6	57,2	57,2	27,2	41,4	42,5
Івано-Франківська область	2,9	7,4	0,9	8,8	15,5	11,9	88,3	77,1	87,2
Київська область	2,9	1,2	0,2	79,8	75,7	87,2	17,3	23,1	12,6
Кіровоградська область	1,6	1,4	0,1	25,9	44,8	61,4	72,5	53,8	38,5
Львівська область	15,3	8,6	2,2	51,4	69,8	66,7	33,3	21,6	31,1
Миколаївська область	20,5	26,9	–	45,6	49,3	82,9	33,9	23,8	17,1
Одеська область	15,1	11,4	6,9	56,4	71,7	80,2	28,5	16,9	12,9
Полтавська область	0,6	0,6	0,7	52,2	80,6	88,6	47,2	18,8	10,7
Рівненська область	0,1	0,1	–	57,7	61,3	83,9	42,2	38,6	16,1
Сумська область	0,7	0,2	0,3	33,4	48,6	67,6	65,9	51,2	32,1
Тернопільська область	0,1	–	–	49,0	58,8	51,7	50,9	41,2	48,3
Харківська область	1,6	0,7	–	83,1	58,7	95,3	15,3	40,6	4,7
Херсонська область	0,2	0,1	0,1	37,2	48,8	52,7	62,6	51,1	47,2
Хмельницька область	0,1	0,1	–	47,4	61,3	65,0	52,5	38,6	35,0
Черкаська область	0,3	0,1	0,1	69,8	65,4	77,4	29,9	34,5	22,5
Чернівецька область	2,9	2,5	0,5	73,1	81,0	87,4	24,0	16,5	12,1
Чернігівська область	0,9	0,1	0,1	53,5	85,3	91,6	45,6	14,6	8,3

Джерело : Розраховано автором за даними Головних управлінь статистики у областях України [4]

У 14 регіонах (м. Київ, Дніпропетровська, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська області) частка туристів, що виїжджали за кордон зростала, а частка в'їзного і внутрішнього туризму спадала.

В умовах економічної нестабільності туристична індустрія стикається з багатьма проблемами, зокрема: 1) невизначеністю ринкової ситуації; 2) сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги; 3) жорсткою конкуренцією у цій галузі; 4) недостатністю фінансових ресурсів тощо. Успішність розвитку індустрії туризму визначається перш за все

збалансованістю різних напрямів її розвитку. При цьому важлива роль належить інфраструктурі, яку для туристичної галузі складають комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дороги, суміжні підприємства, що забезпечують доступ туристів до туристичних ресурсів [3, с. 58].

Багато проблем стоїть перед українським туризмом: слабка правова база, недостатні інвестиції, не розроблена державна стратегія туристичної індустрії, але основна проблема – людський фактор від найвищих щаблів державної ієрархії і до рівня обслуговування на місцях. Можна стверджувати, що ні в одній з високодохідних галузей народного господарства роль міжособистісних відносин не є настільки визначальною, як в туристичному бізнесі. З іншого боку, настільки ж очевидно, що саме у сфері обслуговування ще з радянських часів не вдалося забезпечити оптимальне управління кадрами, організувати необхідний рівень сервісу, який наблизитиме до міжнародних стандартів.

Існують фактори, які визначають розвиток туризму і формують спрямованість туристичних потоків. Сприятливі фактори призводять регіон чи країну до лідерства у світовому туризмі, несприятливі – знижують туристичний потік.

Показники ефективності туризму включають статистичні (незмінні в часі) і динамічні чинники.

У статистичну групу входять природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори. Привабливість місць відпочинку визначають в першу чергу саме ці умови. Не випадково південні регіони з теплим кліматом мають позитивне сальдо за статтею «туризм», в той час як у всіх північних країнах сальдо негативне. Культурно-історичні ресурси набувають все більшого значення із зростанням рівня освіти і пізнавальної потреби людей.

До динамічних факторів належать: соціальні і демографічні зміни, фінансовий та економічний розвиток, політична обстановка в країні і матеріально-технічні фактори. Демографічні та соціальні зміни сприяють

збільшенню кількості подорожуючих, які мають час і дохід. До змін відносяться наступні показники:

- збільшення тривалості життя;
- формування рухомого стереотипу життя населення;
- зростання частки саодинокх літніх людей;
- збільшення тривалості оплачуваної відпустки;
- зниження віку виходу на пенсію;
- збільшення доходу на члена сім'ї;
- тенденція до вступу в шлюб в більш пізньому віці;
- зростання числа бездітних пар.

Зростання суспільного добробуту виявляє позитивний вплив на туризм. Завдяки збільшенню оплати праці, наданню робітникам і службовцям різних соціальних гарантій і пільг за рахунок підприємств відбулося розширення соціального складу туристів. Зараз у всіх індустриальних країнах тривалість життя збільшується, що з урахуванням зниження віку виходу на пенсію привело до появи туристів так званого «третього віку» (люди у віці понад 55 років).

Інший сегмент ринку – поїздки «ділових леді», який активно розвивається в даний період часу. Пов'язано це з тим, що зараз жінки не поспішають рано вийти заміж, самі заробляють і відповідно оплачують свою відпустку.

Тенденція збільшення тривалості оплачуваної відпустки, а також поділ її на дві частини призводить до того, що людина може подорожувати два рази на рік і на більш довгий період часу, що сприяє розвитку туризму.

В економічному і фінансовому розвитку спостерігається тенденція збільшення виробництва послуг в порівнянні з виробництвом товарів, наслідком чого є збільшення частки споживання послуг (у тому числі послуг туризму) в загальному споживанні населення. До даного фактору відносяться наступні показники:

- економічна ситуація в країні;

- фінансова стабільність;
- рівень доходів населення;
- прискорення НТП в галузі туризму;
- ціни на товари.

Існує чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму і загальним економічним розвитком. На міжнародний туризм впливають будь-які економічні зміни. При зростанні споживання на 2,5% витрати на туризм зростають на 4%. У випадку, якщо споживання зменшується на 1%, то в туризмі відчувається спад. Але в кожній окремій країні така реакція на економічні зміни проявляється у різному відхиленні від середнього показника, який також виступає в різних формах [1].

Економічні зв'язки між державами, розширення міжнародної торгівлі, розвиток транспортних підприємств – все це веде до активного розвитку міжнародного туризму. Зміни у валютних курсах впливають на ціни поїздок за кордон, що позначається на розвитку туризму. Політична обстановка в країні впливає, по суті, на всі динамічні чинники. Активно сприяють розширенню міжнародних туристичних зв'язків наступні показники:

- внутрішньополітична стабільність країни;
- мирні, дружні відносини між державами;
- угоди щодо співпраці у сфері економіки, торгівлі, культури, туризму на державному та урядовому рівнях.

У 90-ті роки минулого сторіччя зміни на міжнародній політичній арені й у сфері туризму спричинили наступні події: об'єднання Німеччини, розпад СРСР, події в Югославії, утворення нових політичних структур в Європі і військові дії в Перській затоці. Внаслідок вищезгаданих змін відбулася переорієнтація туристичних потоків.

Протягом 2013–2014 рр, що відзначилися економічною нестабільністю, стихійними бідами, політичними і соціальними хвилюваннями, подіями на сході України туристичні подорожі показали свою вразливість перед впливом шоків ситуацій в короткостроковій перспективі.

Матеріально-технічні фактори характеризують стан і можливості матеріально-технічної бази туризму. Її розвиток, а також створення нових форм обслуговування туристів веде до інтенсифікації туристичних переміщень.

Серед основних причин відставання української туристичної галузі від світових стандартів виділяють:

- низький професійний рівень підготовки персоналу, дилетантські методи управління і обслуговування, низька якість сервісу;
- економічна і політична нестабільність в країні;
- нерозвинені системи зв'язку і комунікацій;
- екологічні проблеми.

Нестабільний розвиток туризму в Україні спричинений наступними факторами: недостатність методичної та організаційної підтримки туристичної галузі, невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази, технологічна відсталість галузі, невідповідність законодавчо-правової бази сучасним вимогам спричинила відсутність відповідних взаємопов'язаних та несуперечливих інструкцій та нормативних документів. Український туризм має багато проблем, які необхідно розв'язати за допомогою вдосконалення системи і механізмів регулювання, а саме – внесення до чинного законодавства змін та доповнень.

**Висновки та пропозиції.** Для того, щоб вивести туристичний бізнес в Україні на більш високий рівень необхідно:

- удосконалити матеріально-технічну базу міжнародного туризму до рівня світових стандартів;
- розвивати інфраструктуру туристичної галузі для комплексного обслуговування зарубіжних туристів;
- навчитися обслуговувати і розважати одночасно всі категорії туристів;
- вміти грамотно підбирати, навчати кадри, а також підвищувати їх професійний рівень;

- впроваджувати новітні наукові розробки і досягнення техніки;
- широко використовувати рекламу;
- співпрацювати з різними державами в області туристичних обмінів;
- широко використовувати досягнення науки і техніки в області керівництва, управління, обслуговування в міжнародному туризмі.

На нашу думку, доцільно сформувати чітку Стратегію управління розвитком туристичної галузі України на національному рівні, яка має узгоджуватись зі стратегіями та програмами розвитку туризму на регіональному рівні, що дасть можливість створити нові робочі місця, довести якість надання послуг до рівня цін на ринку і поступово покращити якість інфраструктурних складових (автомобільні дороги, готелі, ресторани, музеї тощо), що забезпечують комфортність споживання туристичних послуг іноземними та внутрішніми туристами.

### **Література**

1. Городня Т. А. Пріоритети та стратегія розвитку туристичної індустрії України [Електронний ресурс] / Т. А. Городня. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vliet/2009\\_4/3/1\\_Horodnja.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vliet/2009_4/3/1_Horodnja.pdf).
2. Мельник А. О. Зарубіжний досвід розвитку готельного господарства та особливості його застосування в Україні [Електронний ресурс] / А. О. Мельник, К. В. Сідлецька. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2008\\_4\\_2/94.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf).
3. Мельник Ю. Стратегічне управління туристичним підприємством на міжнародному ринку / Ю. Мельник, Л. Цетнар // Психологія і суспільство. – 2012. – № 2. – С. 58–63.
4. Місцеві органи влади [Електронний ресурс] / Урядовий портал. – Режим доступу : [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat\\_id=244829301](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244829301).
5. Примак Т. О. Маркетингова підтримка туристичного іміджу України [Електронний ресурс] / Т. О. Примак, Д. С. Примак. – Режим доступу :

[http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_5\\_3/205-211.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_5_3/205-211.pdf).

6. Ринок праці [Електронний ресурс] // Веб-сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

7. Семенов В. Ф. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник / В. Ф. Семенов. – Одеса – Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2012. – 340 с.

8. Туристична діяльність в Україні у 2014 році [Електронний ресурс] / Веб-сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2015/bl/04/bl\\_td\\_14.zip](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/04/bl_td_14.zip).

### References

1. Horodnia, T. A. (2009), “Priorities and strategy of development of tourist industry of Ukraine”, [Online], available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vliet/2009\\_4/3/1\\_Horodnja.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vliet/2009_4/3/1_Horodnja.pdf).

2. Mel'nyk, A. O. (2008), “Foreign experience of hospitality and especially its use in Ukraine”, [Online], available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2008\\_4\\_2/94.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf).

3. Mel'nyk, Yu., (2012), “Strategic management of tourism enterprises in international market”, *Psykhologhiia i suspil'stvo*, no. 2, pp. 58–63.

4. Government portal (2014), “Local authorities” [Online], available at: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat\\_id=244829301](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244829301).

5. Prymak, T. O. (2009), “Marketing support tourist image of Ukraine”, [Online], available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009\\_5\\_3/205-211.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2009_5_3/205-211.pdf).

6. The State Statistics Service of Ukraine (2014), “Labor market”, [Online], available at: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

7. Semenov, V. F. (2012), *Upravlinnia rehional'nym rozvytkom turyzmu* [Management of regional tourism development], ARIAL, Odesa – Simferopol' Ukraine.

8. The State Statistics Service of Ukraine (2014), “Tourist activity in

Ukraine in 2014”, [Online], available at: [http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2015/b1/04/b1\\_td\\_14.zip](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/b1/04/b1_td_14.zip).